

## **Peluang Pasar Bebas MEA dan ACFTA bagi Koperasi – UMKM** (Studi Kasus Menguji Kesiapan Koperasi dan UMKM Blora Menghadapi MEA-ACFTA)

**Slamet<sup>1\*</sup>, Moh Hussein<sup>2</sup>**

<sup>1, 2</sup>STAI Al Muhammad Cepu, Indonesia

\*e-mail: [mamiiek1954b@gmail.com](mailto:mamiiek1954b@gmail.com)

---

**Abstract:** Three main problems that should be fought together are (1) the decline in the state's authority, (2) the weakening of the foundations of the national economy, and (3) the spread of intolerance and the crisis of the nation's personality. The presence of the MEA is to strengthen the economic joints in the Southeast Asian region, especially those who are members of ASEAN. It's just that the implementation was slightly accelerated, which was originally the target of the free market of the ASEAN Economic Community (AEC) implemented in 2020 to the end of 2015. Cooperatives and UMKM quantitatively have the potential to support regional economic development. The strategy of empowering cooperatives-UMKM through the implementation of one person one product will increase individual income if developed together can form a certain commodity into a one village one product so that it has competitiveness. legislation (perda) and policies accompanied by consistent budget allocations encourage the creation of a more competitive business climate.

**Keywords:** MEA, cooperatives, UMKM

**Abstrak:** Tiga problem pokok yang selayaknya diperjuangkan bersama yaitu (1) merosotnya kewibawaan negara, (2) melemahnya sendi-sendi perekonomian nasional, dan (3) merebaknya intoleransi dan krisis kepribadian bangsa. Kehadiran MEA untuk memperkuat sendi ekonomi di kawasan asia tenggara khususnya yang tergabung dalam ASEAN. Hanya saja pelaksanaan agak dipercepat yang semula target pasar bebas Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) diberlakukan tahun 2020 menjadi akhir tahun 2015. Koperasi dan UMKM secara kuantitatif sangat berpotensi mendukung perkembangan ekonomi daerah. Strategi pemberdayaan koperasi-UMKM melalui implementasi one person one produk akan meningkatkan pendapatan individual bila dikembangkan secara kebersamaan dapat membentuk suatu komoditas tertentu menjadi one village one produk sehingga memiliki daya saing. Peran pemerintah/pemerintah daerah utamanya dalam mewujudkan payung hukum bagi koperasi dan UMKM melalui peraturan perundang-undangan (perda) dan kebijakan disertai konsistensi alokasi penganggaran mendorong terwujudnya iklim usaha yang lebih kompetitif.

**Kata kunci:** MEA, koperasi, UMKM

---

Copyright (c) 2022 The Authors. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

---

### **PENDAHULUAN**

Sebagaimana dirumuskan di awal pemerintahan saat ini ada tiga problem pokok yang selayaknya diperjuangkan bersama yaitu (1) merosotnya kewibawaan negara, (2) melemahnya sendi-sendi perekonomian nasional, dan (3) merebaknya intoleransi dan krisis kepribadian bangsa. *Pertama akankah*

---

berwibawa ketika negara mengikat diri pada sejumlah perjanjian internasional yang mencederai karakter dan makna kedaulatan, yang lebih memberi keuntungan bagi perseorangan, kelompok maupun perusahaan multinasional ketimbang bagi kepentingan nasional, jawabnya tentu “tidak”. *Kedua* Lemahnya sendi-sendi perekonomian bangsa terlihat dari belum terselesaikannya persoalan kemiskinan (Nasional 9,78%, Jateng 11,41%, Blora 12,96%), kesenjangan sosial, kesenjangan antarwilayah, kerusakan lingkungan hidup sebagai akibat dari eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan, dan ketergantungan dalam hal pangan, energi, keuangan dan teknologi. *ketiga* Sikap untuk tidak bersedia hidup bersama dalam sebuah komunitas yang beragam telah melahirkan ekspresi intoleransi dalam bentuk kebencian, permusuhan, diskriminasi dan tindakan kekerasan terhadap yang berbeda.

Kegagalan pengelolaan keragaman itu terkait dengan masalah ketidakadilan dalam realokasi dan redistribusi sumber daya nasional yang memperuncing kesenjangan sosial. Pada saat yang sama, kemajuan teknologi informasi dan transportasi yang begitu cepat telah melahirkan “dunia tanpa batas” (*borderless-state*), yang pada gilirannya membawa dampak negatif berupa kejut budaya (*culture shock*) dan ketinggalan identitas global di kalangan generasi muda Indonesia. Hal ini mendorong pencarian kembali basis-basis identitas primordial sebagai representasi simbolik yang menjadi pembeda dengan yang lainnya. Konsekuensinya, bangsa ini berada di tengah pertarungan antara dua arus kebudayaan. Disatu sisi, manusia Indonesia dihadapkan pada arus kebudayaan yang didorong oleh kekuatan pasar yang menempatkan manusia sebagai komoditas semata. Di sisi lain, muncul arus kebudayaan yang menekankan penguatan identitas primordial ditengah derasnya arus globalisasi. Akumulasi dari kegagalan mengelola dampak persilangan dua arus kebudayaan tersebut menjadi ancaman bagi pembangunan karakter bangsa (*nation and character building*).

Menurut Rizal dan Aida (dalam Arifin, 2008) pembentukan MEA dilakukan melalui empat kerangka strategis yaitu pencapain pasar tunggal dan kesatuan basis produksi, kawasan ekonomi yang berdaya saing, pertumbuhan ekonomi 20 yang merata dan terintegrasi dengan perekonomian global. Kehadiran MEA sebenarnya

sudah dicanangkan pada tahun 2000 ketika itu para kepala Negara bersepakat untuk memperkuat sendi ekonomi di kawasan asia tenggara khususnya yang tergabung dalam ASEAN. Hanya saja pelaksanaan agak dipercepat yang semula target pasar bebas Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) diberlakukan tahun 2020 menjadi akhir tahun 2015.

Tujuan MEA adalah membentuk suatu kawasan ekonomi bersama agar memiliki daya saing sesama Negara ASEAN yang beranggotakan 10 negara (Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Phiilipina, Bruneri, Vietnam, Laos, Myanmar,Kamboja)Selanjutnya diperkuat dengan kesepakatan pada pasar bebas kawasan ASEAN-China atau ACFTA. Tujuannya juga sama untuk memperkuat ekonomi kawasan ekonomi Negara ASEAN dan China yang memiliki market share sangat besar sehingga menjadi keseimbangan kawasan Masyarakat Ekonomi Eropa (MEE) yang eksis lebih awal. Derasnya arus perdagangan barang dan jasa akan berpengaruh mobilisasi tenaga kerja antar Negara juga. Segmen pasar baru ini dipandang sebagai peluang bagi UMKM.

MEA akan menjadi kesempatan yang baik bagi Indonesia karena hambatan perdagangan akan cenderung berkurang bahkan menjadi tidak ada. Hal tersebut akan berdampak pada peningkatan ekspor yang pada akhirnya akan meningkatkan GDP Indonesia. Di sisi lain, muncul tantangan baru bagi Indonesia berupa permasalahan homogenitas komoditas yang diperjualbelikan, contohnya untuk komoditas pertanian, karet, produk kayu, tekstil, dan barang elektronik (Santoso, 2008).

Level lokal Blora posisi kualitas pembangunan manusia didasarkan pada tiga indikator yakni kesehatan diukur dari angka harapan hidup (AHH), pendidikan diukur dari lama sekolah dan keaksaraan (MYS dan Lit), dan ekonomi diukur dari pengeluaran perkapita (PPP). Perbandingan IPM selama 3 tahun dapat dilihat pada table berikut.

Tabel 1. IPM Kabupaten Blora

Tahun	IPM
2018	67,95
2019	68,65
2020	68,84
Jateng	71,87

Sumber : BPS Blora

Data di atas menunjukkan bahwa posisi IPM Kabupaten Blora mengalami kenaikan selamatahun, namun masih beraa di bawah Jawa Tengah. Kecamatan IPM terendah yakni Bogoreo, Jati, Kradenan, dan Japah, sedangkan yang lain di atas 70,00. Kecamatan tertinggi yakni Blora dan Cepu. Rendahnya kualitas pembangunan manusia akan berpengaruh secara signifikan terhadap produktifitas. Rendahnya produktifitas berpengaruh pada pendapatan yang rendah, berlanjut pada rendahnya saving dan investasi yang akaan kembali berpengaruh rendahnya produktifitas. Inilah yang dimaknai sebagai lingkaran kemiskinan.

Hubungannya dengan koperasi dan UMKM secara empiris telah menunjukkan eksistensi lebih handal dibanding perusahaan papan atas ketika dihantam krisis global dua dasawarsa yang lalu. Sumbangan UMKM dalam pembentukan PDB rerata mencapai 58,1% (Fitriati, 2015). Walaupun handal dalam mempertahankan corporate lebih sustainable pada umumnya koperasi-UMKM dihadapkan permasalahan klasik sepertiminimnya penguatan lingkungan dan peran pemerintah/pemda dalam peningkatan daya saing, keterbatasan pemenuhan akses sumberdaya produktif untuk perluasan usaha, dan rendahnya jiwa kewirausahaan dan budaya kerja.

Perencanaan pembangunan nasional telah menitik beratkan pada tiga capaianprioritas pembangunan yakni : (1) pertumbuhan ekonomi, (2) pemerataan ekonomi, dan (3) stabilitas nasional. Ketiganya tentu tidak dapat dipilah secara partial melainkan terintegrasi antar ketiga prioritas. Sebagai ilustrasi bahwa untuk mencapai pemerataan pembangunan harus didukung pertumbuhan ekonomi dengan target tertentu. Pertumbuhan ekonomi dan pemerataan ekonomi mustahil terwujud apabila tidak dijamin kondisi stabilitas nasional yang aman dan tentram. Demikian pula stabilitas nasional juga tidak akan tercapai apabila terjadi kesenjangan antar wilayah karena kurangnya pemerataan pembangunan.

Perkembangan ekonomi dipengaruhi faktor-faktor produksi dan kemampuan berinovasi. Sedikit kerancuan ketika membahas pembangunan ekonomi dengan pertumbuhan ekonomi. Sebagian memaknai ada kesamaan yang secara serta merta adalah meningkatkan produktifitas dan output. Secara konsep Schumpeter (dalam Arsyad, 2015) bahwa dalam membahas perkembangan ekonomi membedakan pengertian pertumbuhan ekonomi dan pembangunan

ekonomi, meskipun keduanya adalah sumber peningkatan output masyarakat. Pertumbuhan ekonomi adalah peningkatan output masyarakat yang disebabkan semakin banyaknya faktor-faktor produksi yang digunakan dalam proses produksi, tanpa adanya perubahan dalam teknologi produksi. Sedangkan pembangunan ekonomi adalah kenaikan output masyarakat yang disebabkan adanya inovasi yang dilakukan oleh para pengusaha (*entrepreneurs*).

Bertambahnya kompetitor dalam pasar bebas mendorong badan usaha melakukan inovasi-inovasi, terdapat beberapa kegiatan inovasi, diantaranya; 1) diperkenalkannya produk baru yang sebelumnya belum ada, 2) diperkenalkannya cara berproduksi baru, 3) pembukaan daerah-daerah pasar baru, 4) penemuan sumber-sumber bahan mentah baru, 5) perubahan Organisasi industry berakibat tercipta efisiensi industry. Sebagai syarat terciptanya inovasi koperasi-UMKM adalah semakin bertambahnya para *entrepreneurs* dan *innovator* dari unsur masyarakat atau para pelaku usaha. Kelangsungan proses inovasi juga didukung lingkungan sosial, politik, dan teknologi yang mampu memberi rangsangan tumbuhnya ide baru dan keberanian *entrepreneurs* mengambil keputusan dan resiko.

Beberapa Negara dengan berbagai upaya telah melakukan kebijakan yang berpihak pada UMKM. Thailand dalam pengembangan keunggulan bersaing menitik beratkan pada penciptaan kemudahan akses mendapatkan *source of capital* yang berpengaruh langsung terhadap meningkatnya jumlah konsumsi dan pertumbuhan ekonomi. Malaysia memberikan perhatian berupa kebijakan pembiayaan UMKM melalui program *Credit Guarantee Corporation Berhad*, fasilitasi adopsi dan kemitraan UMKM dengan *Microsift* sebagai inovasi kerjasama teknologi agar UMKM dapat memanfaatkan database berbasis maya.

Kebijakan pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Sebuah model pembangunan yang mendasarkan potensi kompetensi inti daerah adalah *one vilage one product* (OVOP) yang dikembangkan Morihiro Hiramatsu (1979), kemudian diadopsi Huseini (1999) melalui pemikiran konsep Saka Sakti (satu kabupaten/kota satu kompetensi inti). Konsep ini sejalan dengan pendapat Prahalad dan Hamel (dalam Fitriati (2015) bahwa kompetensi inti (*core competency*) dapat meningkatkan keunggulan suatu industry. Konsep ini sangatlah

memadai untuk pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) maupun koperasi agar memiliki keunggulan kompetitif berkelanjutan atau daya saing. Sebuah kajian menarik selaras dengan konsep tersebut yaitu mengetahui lebih dalam upaya pemberdayaan UMKM dalam tiga tingkatan. Tingkatan makro adalah mengetahui kapasitas intervensi pemerintah/pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan yang mengayomi UMKM. Kemudian pada tataran meso dapat diketahui apakah terdapat asosiasi atau nama lain yang memberikan fasilitasi pengembangan UMKM di daerah, sedangkan pada tataran mikro akan diketahui kecenderungan bagaimana UMKM melakukan strategi dan kinerja UMKM.

### **METODE**

Dalam penulisan artikel ini penulis menggunakan metode studi pustaka dalam pengumpulan datanya, yakni dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. Dari hasil pengumpulan data dan menganalisa pendapat-pendapat para peneliti, penulis paparkan karya ini dalam bentuk deskriptif kualitatif.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Peluang dan keuntungan MEA-ACFTA bagi Negara-Negara Asia Tenggara.**

Permintaan tenaga kerja jelang MEA akan semakin tinggi. Riset terbaru dari Organisasi Perburuhan Dunia atau ILO menyebutkan pembukaan pasar tenaga kerja mendatangkan manfaat yang besar. Selain dapat menciptakan jutaan lapangan kerja baru, skema ini juga dapat meningkatkan kesejahteraan 600 juta orang yang hidup di Asia Tenggara. Pada tahun mendatang, ILO merinci bahwa permintaan tenaga kerja profesional akan naik 41% atau sekitar 14 juta. Sementara permintaan akan tenaga kerja kelas menengah akan naik 22% atau 38 juta, sementara tenaga kerja level rendah meningkat 24% atau 12 juta. Namun laporan ini memprediksi bahwa banyak perusahaan yang akan menemukan pegawainya kurang terampil atau bahkan salah penempatan kerja karena kurangnya pelatihan dan pendidikan profesi. Industri 4.0 juga akan berpengaruh dengan penyerapan tenaga kerja berkurang berlipat seiring perkembangan teknologi otomatis, roboting yang mampu menggantikan tenaga manusia.

Kesiapaan Indonesia terkait dengan ini tentu akan memanfaatkan peluang bursa tenaga sekaligus juga harus siap menerima tenaga kerja profesional dari asing. Dalam hal ini staf ahli Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi mengatakan "Kita tidak mau tenaga kerja lokal yang sebetulnya berkualitas dan mampu, tetapi karena ada tenaga kerja asing jadi tergeser". Oleh karenanya sejumlah syarat yang ditentukan antara lain kewajiban berbahasa Indonesia dan sertifikasi lembaga profesi terkait di dalam negeri (Dita Indah Sari).

Penggabungan ASEAN dan China dalam perdagangan bebas semakin memperluas pasar, penting dipertimbangan terkait dengan arus barang dan jasa terutama dalam menjaga struktur neraca pembayaran yang saling menguntungkan. Posisi tawar dari masing-masing Negara peserta sangat kompetitif.

#### a. Kondisi koperasi-UMKM

##### 1) Perkembangan koperasi-UMKM.

Secara kuantitatif jumlah koperasi sangat besar terdapat 209.488 unit memiliki anggota 36.433.953 mampu menghimpun modal sebesar Rp 200,6 trilyun dengan omzet Rp. 189,8 trilyun. Kondisi di Blora cukup memadai yakni 524 unit. Namun secara kualitatif sekitar 79% yang aktif berarti ada 109 unit berstatus koperasi tidak aktif. Sementara UMKM secara keseluruhan ada 6.596 unit terdiri dari UMKM : mikro 6.369, kecil 203, menengah 22, dan besar 2 (Dekopinda 2019).

Tabel 2. Data koperasi

No	Region	Unit koperasi			Anggota dan kary		Modal		Jml Laba (mily)	
		Aktif	Non aktif	Jml	anggota	kary	Sendiri (mily)	Luar (mil y)	Omzet (mily )	
1	Nasional	147.249	62.239	209.488	36.433.953	530.830	105.800	94.861	189.858	14.898
2	Jateng	22.563	5.221	27.784	7.042.617	131.179	18.329	23.128	42.228	629
3	Blora*)	415	109	524	74.130	656	633	207		

\*) 2019

Pemberdayaan usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah sebenarnya telah memiliki payung hukum yang seharusnya dilakukan oleh pemerintah dan pemerintah daerah melalui pengembangan usaha, kemitraan, perijinan, serta

koordinasi dan pengendalian (PP 17 tahun 2013 ps 2). *Pertama*, Pengembangan usaha dilakukan dengan fasilitasi pengembangan bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumberdaya manusia, serta desain dan teknologi. Pendekatan yang dilakukan melalui koperasi, sentra, klaster, dan kelompok. *Kedua*, Kemitraan antara usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah dengan usaha besar dilakukan menurut etika bisnis dengan prinsip saling membutuhkan, mempercayai, memperkuat, dan saling menguntungkan. *Ketiga*, Perijinan dilakukan melalui pelayanan satu pintu, penyederhanaan persyaratan dan pembebasan/keringan biaya. *Keempat* Koordinasi dan pengendalian dilakukan untuk menjamin dan memberikan perlindungan usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah melalui perumusan kebijakan, penyusunan program terintegrasi, penyelesaian permasalahan, serta evaluasi dan pengendalian.

### **Permasalahan koperasi-UMKM**

Gambaran umum permasalahan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, usaha kecil dan usahamenengah dapat dikelompokkan dalam tiga tataran yakni tataran makro, meso dan mikro:

1. Tataran Makro didapati : masih lemahnya regulasi sebagai payung hukum usaha, belum ada grand desain, sinkronisasi kegiatan baik dalam satu program atau antar program dalam satu SKPD/antar SKPD, dan aspek kewilayahan RT/RW bagi UMKM.
2. Tataran Meso: masih kurangnya kebijakan yang dapat melindungi keberadaan UMKM dalam kemitraan antara usaha besar dengan UMKM, koordinasi dan sinergitas antara pemerintah/pemerintah daerah dengan institusi meian UMKM (Dekopnda, KADIN, Asosiasi, Primer koperasi).
3. Tataran Mikro sebagai aktor pelaku usaha :
  - a. Rendahnya kualitas SDM (tidak tau tujuan, rendah motivasi, pendidikan rendah, dukungan lingkungan, tidak sesuai keahlian)
  - b. Lemahnya manajemen (kurang pelatihan yang memadai, sulit diajak berubah/budaya kerja)
  - c. Tidak berbasis Organisasi (lahir dadakan tanpa planning, bekal entrepreneur rendah)

- d. Kurang penguasaan teknologi (kemajuan teknologi pesat, kesempatan belajar kurang)
- e. Kurangnya akses informasi (sumber pemasaran, monopoli akses perdagangan tertentu)
- f. Kurangnya modal (akses bank, pemahaman prosedur bank, agunan, suku bunga tinggi)
- g. Lemahnya pemasaran dan networking (kurang sarana promosi, akses pameran terbatas)
- h. Lemahnya daya saing (kualitas rendah, packaging kurang menarik, harga tinggi, belum ada standar mutu, tidak tersedia dalam jumlah besar)
- i. Rendahnya produktifitas (usaha lebih berproduktif rendah, potensi tidak didalami, pemanfaatan faktor produksi rendah, pembinaan dan pendampingan kurang).

#### **b. Upaya dan strategi pemberdayaan koperasi dan UMKM**

Upaya pemberdayaan UMKM dilakukan :

1. Pemberdayaan diarahkan untuk mendukung penciptaan kesempatan kerja dan peningkatan komoditas ekspor melalui peningkatan kepastian usaha, pemberian insentif untuk menumbuhkan wirausaha baru berbasis teknologi, dan peningkatan akses pasar.
2. Kemitraan antara koperasi dan UMKM dengan usaha besar dilakukan dalam bentuk inti-plasma, sub kontrak, waralaba, perdagangan umum, keagenan, join venture, outcourscing)
3. peraturan/regulasi pemerintah/pemda
4. Pola subsidi dan keringan pajak bagi UMKM dalam rangka memperluas akses dan pangsa pasar.
5. Inovasi dilakukan melalui pengembangan produk, teknik produksi dan pengolahan, segmentasi pasar, sumber bahan baru, dan perubahan Organisasi agar lebih efisien.

Strategi pemberdayaan UMKM melalui konsep OPOP-OVOP-OVOC

1. Masing-masing individu memiliki satu produk yang dihasilkan sebagai kegiatan usaha memperoleh pendapatan. *One person one product* (OPOP) masih perlu

- didorong agar lebih berkembang dan mandiri (motivasi dan menentukan tujuan, dukungan lingkungan, pendidikan yang memadai, dukungan sapsras)
2. Apabila masing-masing anggota masyarakat telah memiliki produk yang sama dalam satu desa/kelurahan diperlukan suatu kebersamaan kelompok menjadi kluster usaha yang sama. Sehingga dalam satu desa memiliki satu produk tertentu *One Village One Product (OVOP)*. Sifat kebersamaan untuk memperkuat daya saing akan lebih meningkat apabila ada perubahan pola pikir (kebersamaan satu desa, revitalisasi pelaku, revitalisasi desa, revitalisasi perdagangan, pertukaran E/I)
  3. Tahapan berikutnya adalah membentuk badan usaha desa yang berorientasi pada pasar, sehingga masing-masing desa memiliki badan usaha bersama *One Village One Corporate (OVOC)*. Terwujudnya badan usaha harus legitimate dan profesional (gotong royong, status badan hukum usaha, profesionalisme usaha, orientasi profit, pengembangan usaha)
  4. Tahap pengembangan ketiganya untuk menjamin pasokan ketersediaan produk (*sustainable*), saling memperkuat antara OPOP-OVOP-OVOC, dan kesiapan menjalin kemitraan dengan usaha menengah atau usaha besar.

### **c. Peran pemerintah/pemda**

Untuk memahami peran pemerintah/pemerintah daerah dilihat dari dua sudut pandang *social* dan *politik* (Fitriati, 2015). Dari sisi sosial ditinjau dari aspek roles/peran, norma, dan value, sedangkan sisi politik ditinjau dari aspek kekuasaan (*disposition of power*) dan proses mengisi kekuasaan (*nature of power*)

Aspek sosial yang dilakukan adalah menyusun kebijakan dan regulasi yang mengatur tentang : a.pendanaan; b. sarana dan prasarana; c. informasi usaha; d. kemitraan; e. perizinan usaha; f. kesempatan berusaha; g. promosi dagang; dan h. dukungan kelembagaan. Dalam hal ini Dunia Usaha dan masyarakat berperan serta secara aktif membantu menumbuhkan Iklim Usaha.

Peran yang dilakukan oleh Asisten yang membidangi mengkoordinasikan dengan SKPD dan DPRD agar secara normative masing-masing mentaati kode etik dan ketaatan terhadap peraturan perundangan-undangan sehingga melahirkan value

mendorong pelaku UMKM lebih memiliki daya saing. Hal ini didukung dari aspek politik karena pemerintah daerah dan DPRD memiliki kemampuan menyusun kebijakan.

Selain kedua aspek di atas peran pemerintah/pemerintah daerah dilakukan melalui:

1. Alokasi anggaran ditujukan untuk memenuhi atau menunjang faktor-faktor produksi sesuai kebutuhan pengembangan UMKM
2. Distribusi kegiatan usaha melalui fasilitasi kemitraan antara usaha besar dengan UMKM sehingga tidak terjadi mekanisme pasar monopoli yang berakibat memperluas kesenjangan social.
3. Stabilisasi ekonomi, social politik, hukum dan keamanan akan menggeliatkan iklim usaha. Peran mempertahankan tingkat kesempatan kerja, stabilitas harga dan pertumbuhan ekonomi yang positif.

Intervensi pemerintah/pemda

1. secara langsung (HET, HER)
2. secara tidak langsung (subsidi pajak, pajak penjualan)
3. membuat proyek besar percontohan kemitraan
4. mengatur usaha besar dan menengah agar bisa melakukan kemitraan dengan usaha mikro dan kecil.

Pemerintah harus membuat terobosan baru dengan cara meningkatkan inovasi pemasaran produk. Inovasi tersebut dapat dilakukan menggunakan teknologi Ecommerce yang selama ini banyak digunakan oleh para pelaku usaha. ECommerce merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik (David Baum dalam Ramadhani, 2013).

Teknologi pemasaran ini bertujuan untuk mempermudah pemesanan dan pengiriman barang dengan menggunakan bantuan teknologi elektronik. Pemanfaatan E-commerce salah satunya dapat menggunakan internet. Pelaku usaha menggunakan teknologi internet misal memasarkan produk dengan cara pemasangan blog dan situs di web sehingga pembeli dapat dengan mudah melihat

contoh barang, mengetahui dan apabila tertarik konsumen akan memesan barang tanpa harus bertemu langsung dengan penjualnya.

Namun menurut Sammel (2010) pengimplementasian e-commerce di Indonesia untuk UKM masih harus menempuh jalan yang panjang. Peralunya pengembangan teknologi ini dibutuhkan kerja sama dari pemerintah, pelaku usaha, pengembang teknologi dan yang lainnya. Dukungan dari berbagai pihak terutama pemerintah yang belum memberi kebijakankebijakan yang jelas dikhawatirkan akan menjadi hambatan dalam pemanfaatan dan pengoptimalan teknologi berbasis informasi dan komunikasi untuk meningkatkan daya saing dalam menghadapi MEA.

Studi (Helmalia dan Afrinawati, 2018) dan (Setyorini *et al.*, 2019) menunjukkan bahwa e-commerce memiliki peran yang positif dan penting dalam meningkatkan kinerja dan pendapatan UMKM. Namun penelitian tentang usaha kecil (Hardilawati, 2019) memperoleh hasil yang berbeda, dan e-commerce memiliki peran yang positif namun tidak signifikan dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Dalam hal ini, disarankan agar pelaku usaha dapat melakukan transaksi e-commerce, namun memerlukan pendampingan dan edukasi dari pemerintah atau praktisi agar dapat memberikan pembinaan kepada pelaku usaha agar memiliki pengetahuan yang cukup dan dapat memanfaatkan sepenuhnya hal tersebut.

## **SIMPULAN**

Koperasi dan UMKM secara kuantitatif sangat berpotensi mendukung perkembangan ekonomi daerah. Disisi lain koperasi dan UMKM menghadapi permasalahan yang kompleksitas, sehingga pendampingan pemerintah dan asosiasi (koperasi sekunder, Dekopinda, KADIN, LSM) serta kemitraan dengan pengusaha besar dan menengah akan mampu meningkatkan daya saing koperasi dan UMKM dalam persaingan pasar bebas.

Strategi pemberdayaan koperasi-UMKM melalui implementasi one person one produk akan meningkatkan pendapatan individual bila dikembangkan secara kebersamaan dapat membentuk suatu komoditas tertentu menjadi one village one produk sehingga memiliki daya saing. Apabila didukung keberadaan badan usaha dengan pola one village one corporation yang berorientasi pada pasar tentu mampu

menghasilkan profit dan memiliki kemampuan berkompetitif secara gradual baik di dalam maupun di luar negeri.

Peran pemerintah/pemerintah daerah utamanya dalam mewujudkan payung hukum bagi koperasi dan UKMK melalui peraturan perundang-undangan (perda) dan kebijakan disertai konsistensi alokasi penganggaran mendorong terwujudnya iklim usaha yang lebih berkompetitif.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Arifin, Sjamsul. (2008). Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015:Memperkuat Sinergi ASEAN Ditengah Kompetisi Global. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Arsyad, Lincolyn (2015). *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- BPS-BAPPEDA Blora (2013). *Blora Dalam Angka 2013*.
- Fitriati Rachma (2015). *Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor.
- Hardilawati, W. L.(2019).The Role of Innovation and E-Commerce in Small Business.373,83–87.
- Helmalia, H., & Afrinawati, A. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237–246.
- <http://id.wikipedia.org> (2015, 8). *Kawasan Perdagangan Bebas ASEAN-Tiongkok*.
- Jhingan M.L. (2014) terjemahan D. Guritno. *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Perpres Nomor 98 tahun 2014 tentang Perizinan untuk Usaha Mikro dan Kecil.
- PP Nomor 17 tahun 2013 tentang Pelaksanaan UU Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Ramadhani, F & Arifin, Y, (2013), Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi Berbasis E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing dalam Menghadapi 681 Vol. 4, No. 2, Agustus 2016: 669-681 Masyarakat Ekonomi Asean 2015. *Economics Development Analysis Journal*, Vol. 2, No.2.
- Samuel, Eric, (2010), Perkembangan e- commerce, [http : eric samuel, blog spot.. com, 2010 / 06/ ad perkembangan e- commerce, htm](http://eric-samuel.blogspot.com/2010/06/ad-perkembangan-e-commerce-htm).

Santoso, W. et.al , (2008), Outlook Ekonomi Indonesia 2008-2012: Integrasi ekonomi ASEAN dan prospek perekonomian nasional. Jakarta: Biro Riset Ekonomi Direktorat Riset Ekonomi dan Kebijakan Moneter.

Setyorini, D., Nurhayati, E., & Rosmita. (2019). Pengaruh Transaksi Online (e-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online), 3(5), 501–509.

Sumodiningrat Gunawan dan Ari Wulandari (2015). *Menuju Ekonomi Berdikari Pemberdayaan UMKM dengan Konsep OPOP-OVOP-OVOC*. Yogyakarta: Media Pressindo.

UU Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.