

# PROSPEK DAN KESIAPAN DAYA SAING IKM KREATIF DALAM AFTA 2015


**Prof.Dr.Ir.H. Musa Hubeis, MS, Dipl.Ing,DEA**  
 Fakultas Ekonomi Dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor  
 Jl. Raya Darmaga, Kampus IPB Darmaga, Bogor, Jawa Barat 16680

### A. PENDAHULUAN

- ❑ Indonesia memiliki SDA berlimpah
- ❑ Komponen Utama Kekuatan Ekonomi Negara: SDM (kuantitas dan mutu). SDM bermutu sebagai "Energizer of development" (comparative and competitive advantage).


\* B = BERBASIS ILMU, I = INOVATIF, S = STRATEGI,  
 N = NIAT YANG KUAT, I = INFORMASI DAN TEKNOLOGI,  
 S = SUPEL

**Ekonomi kreatif** menggantikan bentuk ekonomi sebelumnya: ekonomi pertanian, ekonomi industri dan ekonomi informasi. Ekonomi kreatif adalah tonggak utama munculnya ekonomi gelombang keempat, yang dimotori John Howkins pada tahun 2001, dengan definisi "The creation of value as a result of idea", di mana input dan output adalah Gagasan (orisinal dan dapat diproteksi oleh hak kepemilikan intelektual, atau HKI). Ekonomi kreatif: pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat, atau talenta dan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju



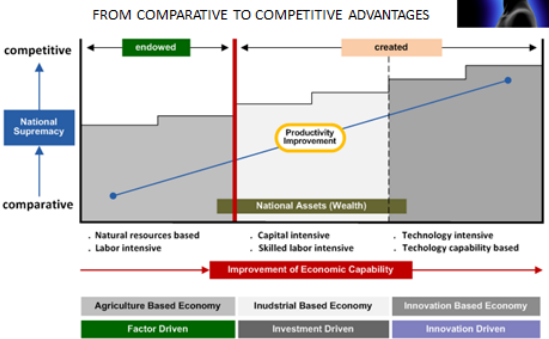
Ekonomi kreatif merupakan konsep yang memayungi konsep lain, yaitu industri kreatif (termasuk IKM) yang muncul lebih dahulu dengan kreativitas, keterampilan dan bakat SDM sebagai aset utama menciptakan nilai tambah ekonomi. IKM yang mampu menciptakan produk baru inovatif tercepat akan menjadi pemenang persaingan di era ekonomi global, khususnya dalam menghadapi tantangan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) di tahun 2015 untuk menuju pasar terbesar keempat di dunia setelah Uni Eropa, AS dan Cina..

**AFTA (ASEAN Free Trade Area)** sebagai perwujudan ASEAN Economic Community (AEC) atau dikenal sebagai MEA yang bersumber dari ASEAN Vision 2020 dengan empat pilarnya: 1. pasar dan basis produksi tunggal; 2. wilayah ekonomi kompetitif; 3. wilayah dengan perkembangan ekonomi adil; dan 4. wilayah terintegrasi penuh ke ekonomi global. Dalam hal ini, dampak monopoli pasar dapat terjadi, bila regulasi dari pemerintah tidak dapat melindungi produksi lokal (kelang-sungan usaha) melalui instrumen kebijakan. Dalam konteks MEA terdapat 12 sektor strategik untuk liberalisasi menuju pasar tunggal dan berbasis produksi: 1. Agro-based product; 2. Air travel; 3. Automotives; (4) e-ASEAN; 5. Electronics; 6. Fisheries; 7. Healthcare; 8. Rubber-based product; 9. Textile and Apparels; 10. Tourism; 11. Wood-based product; dan 12. Logistics.



### B. DIMENSI DAYA SAING

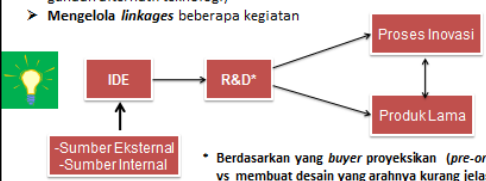
FROM COMPARATIVE TO COMPETITIVE ADVANTAGES



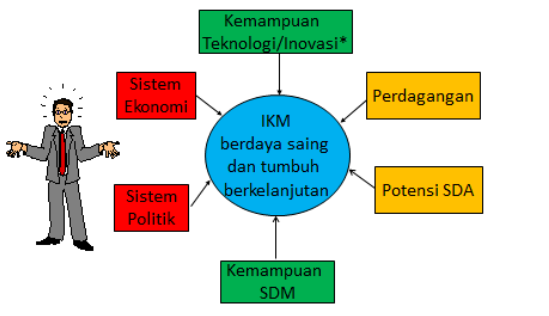
Daya saing di tingkat usaha adalah kemampuan yang memungkinkan pelanggan memilih produk atau jasanya dari beberapa alternatif saingan dengan basis/dasar berkelanjutan, yang diukur dari kecenderungan pangsa pasar selama beberapa waktu (naik, turun atau stabil)

Daya saing diciptakan melalui **value chain**:

- > Meningkatkan atau lebih mengurangi penekanan pada kegiatan khusus (misal, alokasi sumberdaya)
- > Melakukan kegiatan khusus yang lebih baik (misal, pengelolaan yang lebih baik, SDM terampil, pemeliharaan peralatan) atau berbeda (misal, penggunaan alternatif teknologi)
- > Mengelola linkages beberapa kegiatan



\* Berdasarkan yang buyer proyeksikan (pre-order sample vs membuat desain yang arahnya kurang jelas)




\* Suatu produk dari proses kreatif-inovatif memiliki ciri: Siklus hidup singkat, Memiliki risiko relatif tinggi, Memiliki margin tinggi, Memiliki keanekaragaman tinggi, Memiliki persaingan tinggi dan Mudah ditiru.


**CREATIVITY**

Program pendaftaran gratis Hak Kekayaan Intelektual (HKI) sebagai instrumen hukum dapat melindungi kekayaan intelektual yang dimiliki IKM (misal merek dagang untuk meningkatkan nilai jual: membedakan suatu produk dengan produk lain dengan memberikan tanda, disamping membangun loyalitas konsumen) dan pelatihan untuk memberikan pembekalan (peningkatan wawasan terhadap MEA, peningkatan efisiensi produksi dan manajemen usaha, peningkatan daya serap pasar produk lokal, penciptaan iklim usaha kondusif) agar IKM siap menghadapi AFTA.

Upaya penguatan:  
 Pembangunan Pusat Inovasi Usaha IKM  
 Penguatan hubungan kemitraan antara IKM, perguruan tinggi, lembaga penelitian, lembaga pengembangan dan rekayasa, serta lembaga keuangan atau pranata pendukung sebagai akses ke sumber daya fisik dan non fisik.  
 Revitalisasi kemandirian faktor produksi bagi peningkatan produktivitas.



### C. PROSPEK IKM KREATIF



IKM/wirausaha pemula bagian penting kemandirian sistem perekonomian nasional: mempercepat pemerataan pertumbuhan ekonomi melalui penyediaan lapangan usaha dan lapangan kerja, peningkatan/pemerataan pendapatan masyarakat/mutu kehidupan dan ikut berperan meningkatkan perolehan pajak dan devisa, serta memperkokoh struktur usaha/produktivitas nasional.

9 sektor ekonomi/bidang usaha di Indonesia:  
 sektor pertanian, perdagangan, industri, pengolahan, jasa, angkutan darat/ sungai/danau, bangunan/konstruksi, keuangan dan asuransi.

### 1. KONDISI IKM

**a. Kelebihan**

- 1) Organisasi internal sederhana
- 2) Mampu meningkatkan ekonomi kerakyatan/padat karya, berorientasi ekspor dan substitusi impor
- 3) Aman bagi perbankan dalam memberi kredit
- 4) Bergerak di bidang usaha yang cepat menghasilkan
- 5) Mampu memperpendek rantai distribusi (efisien)
- 6) Fleksibilitas dalam pengembangan usaha

**b. Kekurangan**

- 1) Lemah dalam kewirausahaan dan manajerial
- 2) Keterbatasan keuangan/skala usaha
- 3) Ketidakmampuan aspek pasar
- 4) Keterbatasan pengetahuan produksi dan teknologi
- 5) Ketidakmampuan informasi
- 6) Tidak didukung kebijakan dan regulasi memadai
- 7) Tidak terorganisir dalam jaringan dan kerjasama
- 8) Sering tidak memenuhi standar dan belum memiliki SOP

**Penyumbang:**  
 56,5% PDB dan 17% dari total nilai ekspor; Penyerap 79 juta manpower atau 99,5 % total tenaga kerja

### 2. PENDANAAN IKM

Realisasi kredit tahun 2012: 62 triliun dari 150 triliun (target)  
 Kewajiban kredit Bank ke UMKM (termasuk IKM) : 55,2 juta pengusaha

1. Terbukti memiliki daya tahan terhadap krisis dan mampu kurangi kemiskinan.
2. Kebijakan memihak

2013-2014 : salurkan semampunya dari total kredit  
 2015 : salurkan 5% dari total kredit  
 2016 : salurkan 10% dari total kredit  
 2017 : salurkan 15% dari total kredit

**Masalah:** akses yang diperoleh dan diberikan perbankan.

- Kenali potensi diri (pengalaman, skills, ide, dll)
- Pilih bidang sesuai kecakapan
- Mulai dengan kecil-kecil untuk menguasai bidang usaha (cari pengalaman dan mengurangi risiko)
- Lakukan pengembangan dengan kreativitas dan inovasi

### 3. PELUANG JENIS USAHA IKM KREATIF

**a. Jenis usaha dengan proses produksi memiliki ambang teknologi terlalu rendah** (usaha roti bakar atau pemeliharaan cacing) di awalnya menggembirakan, tetapi jenuh akibat terlalu mudah dijalankan dan terlalu banyak yang ikut mengusahakan produk sejenis. Sementara industri transformator sederhana ukuran kecil yang memiliki ambang teknologi cukup tinggi, ternyata sulit dimasuki oleh masyarakat kebanyakan, sehingga mampu bertahan, bahkan berkembang.

**b. Jenis usaha dengan pasar memiliki tingkat permintaan terlalu besar** mengundang masuknya pesaing skala besar, karena ukuran permintaannya mampu memberikan peluang bagi perusahaan besar mencapai titik pulang pokok. IKM terlindungi, bila menjalankan usaha dengan pasar pada tingkat permintaan terbatas.

**c. Jenis usaha yang memiliki jenis permintaan customized**, sehingga pelayanan kepada setiap konsumen bervariasi, maka ini tidak sesuai bagi usaha skala besar.

### 4. STRATEGI KESIAPAN DAYA SAING

**THIS WAY**

- Pengembangan IKM berbasis potensi lokal/kemampuan yang ada: Belajar untuk Tumbuh dan Berubah (*Learn-Change and Grow*).
- Membangun jiwa kewirausahaan pelaku IKM dan memahami pentingnya bisnis skala kecil sebagai sarana pemberdayaan: "Make something from nothing" sebagai kemas meningkatkan nilai tambah dalam meningkatkan konsumen.
- Membangun daya saing untuk mampu bertahan dalam setiap unsur dan tahapan kegiatannya, agar usahanya berkelanjutan: pinjaman modal usaha maupun investasi, bantuan hibah berupa pelatihan untuk meningkatkan kemampuan mengelola usaha dan bantuan meningkatkan kemampuan memasarkan barang dan jasa.
- Meningkatkan lingkungan bisnis (*good corporate governance*) untuk mendukung dan mendorong kompetisi dalam pembangunan ekonomi.

### A. PENUTUP

IKM memiliki peran penting, terutama dalam menyerap tenaga kerja dan sifatnya yang fleksibel terhadap gejolak ekonomi, maka diprioritaskan penumbuhkembangan daya saing IKM menghadapi fenomena globalisasi, diantaranya AFTA. Untuk itu perlu diperhatikan karakteristiknya: berskala kecil, dikelola mandiri dan konvensional, belum bankable dan bersifat padat karya/tidak inovatif (menyerap banyak tenaga kerja dan terbatas kapasitas produksi), serta produknya kebanyakan berbentuk curah (kemasan besar untuk grosiran, fitur produk seadanya dan kurang standarisasi dalam material, bentuk, ukuran, warna, kemasan, maupun harga jual), berbasis sumber daya lokal dan berbagai keterbatasan

Pengembangan IKM melalui inovasi teknologi tepat guna terhambat akibat rendahnya penguasaan penelitian dan teknologi, terkait dengan penciptaan nilai tambah (harga jual kompetitif), maka diperlukan pertukaran teknologi (R/D), dengan cara memetakan IKM yang cocok (prioritas). Hal itu dilakukan dengan cara memanfaatkan teknologi yang sudah dikembangkan, daripada mencari teknologi



sendiri (waktu pengembangan dan penyesuaian) dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan berkelanjutan (klaster pengembangan wilayah maupun industri), sebagai upaya memelihara daya saing (prediksi kecenderungan dan perubahan, serta fleksibel).

Langkah terbaik mewujudkan IKM Kreatif berdaya saing dan berkelanjutan di tingkat regional dan global harus didasarkan pada inovasi yang sukses secara komersial dengan cara belajar, berlatih, bertindak dan sukses untuk SDM pemilik maupun pengelola dalam menentukan bisnis apa (nama), produk yang ditawarkan (bahan baku dan ragam barang/jasa beserta teknologi), pasar mana yang akan dilayani (pengelolaan dan pengenalan kebutuhan) beserta bentuk pelayanannya dan pemilihan lokasi (lingkungan dan persaingan).

Revitalisasi kelembagaan riset dan pengembangan teknologi untuk pemantapan dan penyempurnaan paket riset dan pengembangan teknologi, serta penerapan dan penyerapan iptek untuk IKM menurut potensi usaha beserta pola pembinaan dan pengembangan usahanya yang berorientasi pasar dan inovasi.

IKM Kreatif ke depan, khususnya untuk menghadapi dan menguasai tantangan AFTA 2015 harus bersikap dan bertindak *Think as industrialist*, yang dimulai dari *Start the business, Develop the business, Standardize the system dan Leverage*; dan memulai *Ecopreneurship* di era *green economic* sebagai *green company* yang meliputi *green product (reduce, reuse dan recycle dengan clean technology), green branding, green marketing, green consumers dan sustainable business* yang memiliki *unique selling point* sebagai suatu *strategic competitive advantage*, disamping mampu berpikir global dan bertindak lokal dalam upaya meningkatkan produktivitas kerja.



### APA KEPUTUSAN ANDA ?

Your decision today reflects your attitude and your destiny!



### DAFTAR PUSTAKA

- Hubeis, M. 2013. Peran UKM dalam Pengembangan Social Enterprise di Indonesia. Disampaikan dalam Acara Seminar Nasional dan FGD Kewirausahaan Sosial oleh Yayasan Semangat Membangun Indonesia Hebat di Auditorium Fakultas Psikologi UI, Depok pada tanggal 26 Oktober.
- \_\_\_\_\_. 2013. Usaha Kecil Menengah di Indonesia. Ceramah pada Acara Universitas Terbuka Kantor Cabang Bogor pada tanggal 8 September.
- \_\_\_\_\_. 2013. Wirausaha Muslim Berbasis Kreativitas dan Inovasi. Ceramah di IAIN Sultan Thaha Syaefudin Jambi pada tanggal 4 September.
- \_\_\_\_\_. 2013. Ekonomi Kreatif berbasis TIK yang Berdaya saing. Disampaikan dalam acara Seminar Nasional Inovasi dan Trends (SNIT 2013) dengan Tema Peningkatan Peran Ekonomi Kreatif melalui Dukungan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam mendukung Daya Saing Bangsa di BSI Bekasi pada tanggal 18 Mei.
- \_\_\_\_\_. 2012. Kiat-kiat Sukses Berwirausaha. Ceramah pada Acara Pertemuan Penunjan Dosen dan Pegawai IPB, Grawida Kampus IPB Dramaga, Bogor pada tanggal 28 November.
- \_\_\_\_\_. 2012. Motivasi Usaha. Ceramah pada Acara Pemantapan dan Pengembangan Usaha Lanjut Usia Potensial, Kerjasama Program Silver College P2SDM LPPM IPB-Kemensos RI, ICC Kampus IPB Branangsiang, Bogor pada tanggal 28 November.

- \_\_\_\_\_. 2012. Kewirausahaan berbasis Kompetensi dan Potensi Lokal. Disampaikan dalam Acara Wisuda PASCASARJANA, SARJANA & AHLI MADYA pada UNIVERSITAS & STMIK PUTERA BATAM, Gedung Sumatera Convention Centre, Batam Centre pada tanggal 14 Juli.
- \_\_\_\_\_. 2011. Kerjasama Regional dalam Peningkatan Daya saing Nasional (KEBIJAKAN ASEAN COMMUNITY 2015). Ceramah pada Acara Diklat kepemimpinan Tk. II Angkatan I di Badan Pendidikan dan Pelatihan Daerah, Provinsi Jawa Barat, Bandung pada Tanggal 10 Oktober.
- \_\_\_\_\_. 2011. Kewirausahaan, Alternatif Menuju Hidup Bermakna. Ceramah pada Acara Pengembangan Kewirausahaan bagi para Hafidz Al-Qur'an Se-Jabodetabek, Kampus STAIT Modern Sahid, Bogor pada tanggal 11 April.
- \_\_\_\_\_. 2009. Riset dan Pengembangan Teknologi Industri Rakyat. Disampaikan dalam Acara Seminar Serial Dewan Pakar dalam rangka SILAKNAS ICM 2009 di Ruang GBHN Gedung Nusantara V, Kompleks Parlemen RI Senayan, Jakarta pada tanggal 06 Nopember.
- \_\_\_\_\_. 2009. Prospek Usaha Kecil dalam Wadah Inkubator Bisnis. Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- \_\_\_\_\_. 2008. Mental Bisnis untuk Mahasiswa di dalam Membuka Peluang Usaha di Bidang Agribisnis. Disampaikan dalam Acara Seminar Peluang Usaha di Bidang Agribisnis, Center for Entrepreneurship Development & Studies Universitas Indonesia pada tanggal 6 Februari, Aula Pusat Studi Jepang Kampus UI Depok.

- \_\_\_\_\_. 2006. Kreativitas dan Inovasi dalam Kewirausahaan. Ceramah pada Acara Pelatihan Konselor Bisnis bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang diselenggarakan oleh APEC-IBIZ bekerjasama dengan Universitas Sahid Jakarta pada tanggal 6 September.
- \_\_\_\_\_. 2003. Kreativitas dan Inovasi dalam Pengembangan Bisnis Berkelanjutan. Orasi ilmiah dalam Dies Natalis dan Wisuda STIE Kesatuan, Bogor pada tanggal 4 Desember.

