BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi kerakyatan berlandaskan pada paham kebersamaan dan asas kekeluargaan sebagaimana telah diatur dalam pasal 33 UUD 1945. Kemudian dalam penjelasannya ditegaskan bahwa dasar demokrasi ekonomi, produksi dikerjakan oleh semua, untuk semua dibawah pimpinan atau pemilikan anggota-anggota masyarakat. Kemakmuran masyarakat yang diutamakan bukan kemakmuran dari orang-seorang.

Pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur yang merata material dan spiritual berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dalam wadah negara Kesatuan Republik Indonesia yang merdeka, bersatu, dan berkedaulatan rakyat dalam suasana perikehidupan bangsa yang aman, tertib, dan dinamis dalam lingkungan yang merdeka, bersahabat, dan damai.

Pembangunan ekonomi Indonesia mencakup seluruh aspek kehidupan bangsa diselenggarakan bersama oleh masyarakat dan pemerintah. Masyarakat menjadi pelaku utama pembangunan, dan pemerintah berkewajiban mengarahkan, membimbing, melindungi, serta menumbuhkan suasana dan iklim yang menunjang. Seperti tercantum dalam trilogi pembangunan yaitu, kemakmuran masyarakat dengan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya yang menuju

pada terciptanya keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia, pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi, dan stabilitas nasional yang sehat dan dinamis.

Dasar pemikiran di atas menunjukkan bahwa Indonesia tidak cocok dengan sistem kapitalis-liberal, yang ironisnya malah berkembang pesat di Indonesia. Paham ini meletakkan perekonomian seluruhnya di tangan orang-seorang atau segolongan dengan sumber daya secara penuh di berbagai bidang usaha. Dengan demikian, lambat laun pemahaman akan ekonomi kerakyatan yang sesungguhnya mulai pudar dan ditinggalkan.

Pada saat Indonesia mengalami krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997, pertumbuhan ekonomi relatif masih rendah yang mengakibatkan masalah-masalah sosial mendasar belum terpecahkan. Perusahaan-perusahaan besar yang bergantung kepada proteksi dari pemerintah dan luar negeri tidak mampu mandiri dan akibatnya banyak perusahaan yang gulung tikar.

Di tengah kondisi dan keterpurukan sektor ekonomi pada saat itu, ada satu sektor yang memungkinkan kurva pertumbuhan ekonomi akan naik. Dan sektor ini ternyata lebih tangguh dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan besar. Sektor tersebut adalah sektor UKM (Usaha Kecil dan Menengah). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh

kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara.

Pada tahun 2010 UKM (Usaha Kecil Menengah) telah berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yaitu sebesar 57,83%. UKM (usaha kecil menengah) merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan atas inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. UKM dapat menyerap banyak tenaga kerja di Indonesia yakni sebanyak 85,4 juta jiwa atau 96,18% dari total angkatan kerja yang ada. UKM juga memanfaatkan berbagai SDA (Sumber Daya Alam) yang berpotensi di suatu daerah yang belum di olah secara komersial. UKM dapat membantu mengelola SDA (sumber daya alam) yang ada di setiap daerah¹.

Di wilayah Jakarta Utara terdapat berbagai UKM tekstile yang menjual pakaian jadi dan aksesoris, misalnya saja lokbin lorong 103 yang berada di daerah tanjung priok (pasar permai), lokbin tipar yang berada di daerah semper, lokbin rorotan yang berada di daerah cilincing (pasar marunda), pasar koja, pasar mandiri yang berada di daerah kelapa gading, pasar pegangsaan yang juga berada di daerah kelapa gading, pasar penjaringan dan pasar ular plumpang. Salah satu UKM yang masih berkembang sampai saat ini dan memiliki daya saing kuat dengan pasar lain yaitu UKM Pasar Ular. UKM ini menjual berbagai kebutuhan-

¹ I Wayan Dipta. "Strategi Penguatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Melalui Kerjasama Kemitraan Pola CSR", Jurnal Infokop vol. 16 – September 2008, hal. 64

kebutuhan seperti pakaian, celana, sepatu, tas, dan aksesoris lainnya. UKM pasar ular ini berlokasi di Plumpang Jakarta Utara yang berdiri pada tahun 1987 selama hampir 25 tahun yang sebelumnya berlokasi di daerah peti kemas, Pelabuhan Jakarta Utara dengan nama pasar buaya. Dahulu pasar buaya ini berdiri atas izin walikota Jakarta Utara, namun seiring berjalannya waktu pasar buaya ini dipindahkan ke lokasinya yang sekarang dan berganti nama menjadi pasar ular. UKM pasar ular merupakan usaha yang mampu berkembang dengan baik di daerah Jakarta utara sebelum banyaknya berdiri mall dan pasar-pasar modern yang ada. Semakin ketatnya industri persaingan membuat UKM pasar ular harus bergerak lebih aktif dan tanggap dalam menangani kebutuhan-kebutuhan konsumennya. Pada saat ini di UKM pasar ular terdapat 167 toko dengan jumlah pengusaha sebanyak 81 pengusaha yang menjual berbagai jenis barang (Lampiran 48).

Tabel I.1
Nama dan Jenis Usaha di UKM Pasar Ular
Plumpang, Tanjung Priok

Nomor	Barang yang Dijual	Jumlah Toko
1.	Accecoris	8 Toko
2.	Tas dan Accecoris	12 Toko
3.	Celana	25 Toko
4.	Pakaian	56 Toko
5.	Pakaian Olah Raga	38 Toko
6.	Sepatu	28 Toko
Jumlah		167 Toko

Sumber Data : Unit Pengelolaan UKM Pasar Ular Tahun 2013

Perkembangan perekonomian dewasa ini mendorong banyak berdirinya mall dan pasar-pasar modern sehingga memperketat industri persaingan yang ada, yang mengakibatkan rendahnya daya saing UKM dipasar ular. Salah satunya yaitu lingkungan usaha yang kurang kondusif sehingga mempengaruhi kepuasan konsumen yang akan mempengaruhi tingkat penjualan, berbeda dengan mall dan pasar-pasar modern lainnya. Lingkungan usaha di UKM pasar ular dirasa kurang dan kalah dengan mall dan pasar modern. Tidak adanya lahan parkir yang disediakan oleh pengelola pasar membuat konsumen merasa tidak nyaman dalam berbelanja, dan juga tempat untuk berbelanja dirasa kurang memadai bagi konsumen untuk melakukan pembelian.

Usaha peningkatan daya saing dunia usaha dalam negeri dalam rangka menghadapi pasar global selalu tidak bisa dilepaskan dari upaya menciptakan lingkungan usaha yang kondusif bagi dunia usaha itu sendiri. Lingkungan usaha yang tidak kondusif di Indonesia memang telah menciptakan biaya ekonomi yang tinggi sehingga menimbulkan inefisiensi. Tingginya pungutan baik legal maupun ilegal, perizinan yang banyak dan tumpang tindih dengan birokrasi yang rumit, praktik korupsi, kolusi dan nepotisme untuk memperlancar usaha, pelanggaran hak cipta dan keamanan usaha yang tidak terjamin menjadi wajah buruk iklim usaha di Indonesia, sehingga hal ini membuat produk kita salah bersaing. Sehingga dengan kemampuan keuangan yang lemah dan skala usaha yang kecil membuat produk-produk UKM ini kalah bersaing.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi daya saing yaitu kemajuan teknologi dan informasi. Kemajuan teknologi dan informasi dapat menciptakan

pasar baru, dan perkembangan produk. Perubahan teknologi dapat mengurangi biaya produksi dan menciptakan proses penjualan yang lebih singkat. Berbeda dengan kondisi yang terjadi di UKM pasar ular, kemajuan teknologi dan informasi masih dirasa kurang oleh konsumen dan pengusaha itu sendiri. Contohnya dalam hal pembelian, sering kali beberapa konsumen tidak membawa uang tunai untuk melakukan pembelian sehingga mereka ingin melakukan setiap transaksi pembelian dengan menggunakan kartu debit. Namun kenyataannya di setiap toko tidak memiliki layanan transaksi dalam bentuk debit. Para pedagang hanya menerima pembelian dalam bentuk uang tunai, sehingga menyebabkan proses jual beli tidak jadi dilakukan. Sedangkan bagi pengusaha itu sendiri kemajuan teknologi dan informasi sangat dirasa kurang dalam hal penyediaan barang yang masuk maupun yang keluar toko. Tidak adanya komputer untuk melakukan penyediaan barang membuat proses penjualan membutuhkan waktu untuk menyiapkan terlebih dahulu barang-barang yang akan mereka jual.

Pada umumnya UKM adalah usaha yang berawal dari usaha rumahan ataupun bisnis kecil yang masih membutuhkan banyak bantuan atau peran dari pemerintah. Banyak pemilik UKM yang masih tidak tahu apa yang harus mereka gunakan untuk meningkatkan daya saing usaha mereka agar keuntungan yang mereka capai bisa maksimal dan usaha mereka tetap bisa bertahan. Disinilah seharusnya pemerintah mengambil posisi untuk menentukan masa depan UKM.

Kedudukan koperasi di pasar ular hanya sebagai pelindung tempat usaha untuk mendapatkan izin yang layak dari pemerintah dan bebas dari pengusuran tempat usaha. Pemerintah melalui koperasi hanya melakukan pendekatan-

pendekatan sosialisasi kepada para pedagang UKM pasar ular dengan cara penyuluhan bagaimana cara melayani konsumen dengan baik dan memberikan pengetahuan tentang tata cara penataan barang-barang dengan baik, namun sayangnya saat ini peran pemerintah melalui koperasi masih dirasa kurang oleh para pengusaha. Karena pada kenyataannya kondisi tempat berdagang di UKM ini masih kurang memadai untuk melakukan penataan barang dan juga memberikan pelayanan yang kurang maksimal kepada para konsumen sehingga penjualan tidak akan berjalan dengan baik.

Hal yang menjadi hambatan lain dalam peningkatan daya saing usaha adalah modal. Seperti layaknya usaha besar, UKM juga menempatkan modal sebagai hal terpenting dalam usahanya. Modal ini sendiri biasanya dapat berasal dari pinjaman atau milik pribadi, namun pada kenyataannya banyak UKM yang tidak bisa mendapatkan pinjaman untuk modal baik dari pemerintah maupun dari lembaga keuangan. Biasanya disamping syarat peminjaman yang tidak mudah untuk dipenuhi, seperti jumlah jaminan, serta adanya paradigma pada dunia perbankan yang memandang UKM sebagai kegiatan beresiko tinggi. Sektor UKM biasanya hanya dimulai dengan modal yang kecil. Seperti yang terjadi di UKM pasar ular, mereka membangun sendiri usahanya dengan modal seadanya. Jika mereka kekurangan modal maka mereka akan mencari pinjaman sendiri tanpa adanya sokongan atau peran pemerintah didalamnya. Setiap toko rata-rata memiliki modal sekitar 100 – 200 juta untuk membangun usahanya. Pada kenyataannya setiap tahun, untuk skala jumlah pinjaman dari perbankan sampai Rp 50 juta, terserap hanya sekitar 24% ke sektor produktif, selebihnya tereserap ke

sektor konsumtif². Hal ini tentu saja berdampak pada daya saing produk yang dihasilkan oleh UKM.

Usaha kecil, dan menengah telah diakui sangat strategis dan penting tidak hanya bagi pertumbuhan ekonomi tetapi juga untuk pembagian pendapatan yang merata. Karena peranannya yang sangat strategis dan penting. Indonesia memberikan perhatian khusus bagi perkembangan-perkembangan mereka, termasuk membina lingkungan dengan iklim usaha yang kondusif, memfasilitasi dan memberikan akses pada sumberdaya produktif dan memperkuat kemampuan kewirausahaan serta daya saingnya.

Di Indonesia kemampuan berinovasi relatif sangat rendah. Hal ini disebabkan oleh ketiadaan kemampuan wirausaha atau kualitas sumber daya manusia yang rendah terkait dengan kelemahan penguasaan teknologi, rendahnya tingkat pendidikan, serta rendahnya kualitas lingkungan hidup. Dengan demikian sudah saatnya UKM perlu memperkuat kompetensinya di bidang kewirausahaan. Hal ini sangat penting untuk meningkatkan daya saing dalam menghadapi persaingan yang semakin gencar di masa depan. Selama ini semangat kewirausahaan di UKM Pasar Ular masih sangat rendah. Contohnya dalam hal mengambil resiko usaha dan melakukan inovasi produk, UKM Pasar Ular hanya dapat berkonsentrasi pada produk–produk unggulan sejenis tanpa memperhatikan produk lain yang pada dasarnya mampu menghasilkan nilai lebih bagi pendapatannya. Hal ini disebabkan karena kemampuan wirausaha yang dimiliki para wirausaha dirasa masih sangat rendah. Padahal dengan adanya kemampuan

² *Ibid.*, hal. 66

wirausaha yang dimiliki oleh wirausaha seperti kreatif, mampu berinovasi, mau mengambil resiko, serta percaya diri para wirausaha ini akan mampu menciptakan daya saing yang cukup tinggi pada pangsa pasarnya.

Berdasarkan pemaparan masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti apakah terdapat hubungan antara kemampuan wirausaha dengan daya saing UKM Pasar Ular Plumpang di Jakarta Utara.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat dikemukakan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Adakah hubungan antara lingkungan usaha dengan daya saing UKM ?
2. Adakah hubungan antara kemajuan teknologi dan informasi dengan daya saing UKM ?
3. Adakah hubungan antara kedudukan koperasi dengan daya saing UKM ?
4. Adakah hubungan antara modal dengan daya saing UKM ?
5. Adakah hubungan antara kemampuan wirausaha dengan daya saing UKM ?

C. Pembatasan Masalah

Dari berbagai masalah yang telah diidentifikasi di atas, ternyata masalah daya saing UKM menyangkut berbagai aspek serta faktor–faktor permasalahan. Karena keterbatasan peneliti dalam waktu, dana, dan tenaga maka peneliti hanya membatasi masalah pada “Hubungan antara kemampuan wirausaha dengan daya saing UKM Pasar Ular Plumpang di Jakarta Utara”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut: “Adakah hubungan antara kemampuan wirausaha dengan daya saing UKM Pasar Ular Tanjung Priok di Jakarta Utara?”

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoretis,

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang kemampuan wirausaha dan hubungannya dengan daya saing UKM Pasar Ular Tanjung Priok di Jakarta Utara.

2. Kegunaan Praktis,

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan dan masukan, serta referensi dalam peningkatan daya saing dan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lainnya jika ingin melakukan penelitian yang terkait dengan manfaat kemampuan wirausaha dalam meningkatkan daya saing UKM.