

Perkembangan Dan Strategi Memberdayakan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

Idris Yanto Niode
Dosen Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Gorontalo

Abstrac

Komitmen yang kuat dari pemerintah telah mendorong perkembangan dari UMKM, demikian juga halnya bahwa UMKM memiliki prospek yang baik untuk lebih diberdayakan. Kepentingan tersebut terkait dengan kondisi perekonomian nasional yang sekarang dan beberapa tahun kurang meyakinkan. Hal ini disebabkan oleh masih banyaknya masalah yang harus dihadapi oleh UMKM itu sendiri diantaranya dapat diklasifikasikan dalam dua permasalahan utama yakni masalah finansial dan nonfinansial (organisasi manajemen).

Dengan optimisme bahwa pertumbuhan peran UMKM, serta potensi-potensi yang sebetulnya dimiliki oleh bangsa Indonesia, maka perlu dirumuskan dan dijabarkan implementasi strategi dan program-program yang jelas untuk mencapainya. Untuk tujuan tersebut yang diperlukan adalah dukungan dari Pemerintah, dan dari stakeholder lainnya seperti Bank Indonesia, Perbankan, lembaga keuangan non bank, dan dunia usaha.

Tulisan ini berusaha memaparkan bagaimana perkembangan dan permasalahan/tantangan yang dihadapi UMKM yang ada di Indonesia serta beberapa pemikiran strategi dalam rangka memberdayakan sektor ekonomi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Perkembangan dan Prospek UMKM

Di Indonesia posisi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) telah lama diakui sebagai sektor usaha yang sangat penting, karena berbagai peranannya yang riil dalam perekonomian. Mulai dari Sharenya dalam pembentukan PDB sekitar 63,58%, kemampuannya menyerap tenaga kerja sebesar 99,45% atau sangat besarnya jumlah unit usaha yang terlibat yakni sekitar 99,84% dari seluruh unit usaha yang ada, sehingga pada sharenya yang cukup signifikan dalam jumlah nilai ekspor total, yang mencapai 18,72%.

Disamping itu keberadaan dari UMKM itu sendiri merupakan salah satu upaya alternatif untuk menanggulangi kemiskinan dimana melalui pemberdayaan UMKM yang telah terbukti memiliki daya tahan yang relatif kuat dalam menghadapi krisis ekonomi

yang pernah dialami bangsa Indonesia. Meskipun kita sadari bersama bahwa UMKM kurang mendapatkan perhatian di Indonesia sebelum krisis pecah pada tahun 1997. Namun demikian, sejak krisis ekonomi melanda Indonesia (yang telah meruntuhkan banyak usaha besar) sebagian besar UKM tetap bertahan, bahkan jumlahnya meningkat dengan pesat, perhatian pada UMKM menjadi lebih besar, kuatnya UMKM juga didukung oleh struktur permodalannya yang lebih banyak tergantung pada modal sendiri (73%), 4% bank swasta, 11% bank pemerintah, dan 3% pemasok¹. Demikian juga berdasarkan data dari Biro Statistik (BPS) kemampuannya menyerap tenaga kerja juga semakin meningkat dari sekitar 12 juta pada tahun 1980, tahun 1990, dan tahun 1993 angka ini meningkat menjadi sekitar 45 juta dan 71 juta, dan pada tahun 2001 menjadi 74,5 juta. Jumlah UMKM yang meningkat dengan pesat, dari sekitar 7 ribu pada tahun 1980 menjadi sekitar 40 juta pada tahun 2001. Sementara itu total volume usaha, usaha kecil dengan modal dibawah Rp. 1 miliar yang merupakan 99,85% dari total unit usaha, mampu menyerap 88,59% dari total tenaga kerja pada tahun yang sama. Demikian juga usaha skala menengah (0,14% dari total usaha) dengan nilai modal antara 1 miliar sampai Rp 50 miliar hanya mampu menyerap 10,83% tenaga kerja. Sedangkan usaha skala besar (0,01%) dengan total diatas Rp. 54 miliar hanya mampu menyerap 0,56% tenaga kerja.

Dari data tersebut perkembangan UMKM dapat dikatakan cukup baik dan masih memiliki prospek yang baik untuk ditingkatkan, mengingat proses restrukturisasi sektor korporat dan BUMN berlangsung lambat, padahal permintaan barang dan jasa yang selama ini dipenuhi sektor korporat terus meningkat, sehingga memberikan peluang usaha bagi UMKM dalam berbagai sektor ekonomi. Pertumbuhan dan peran UMKM masih bisa terus ditingkatkan, tidak saja karena ketangguhannya dalam menghadapi berbagai kejutan ekonomi, tetapi juga kemampuannya yang besar dalam menyediakan lapangan kerja, serta mengatasi kemiskinan. Dengan semakin menguatnya komitmen pemerintah saat ini, iklim investasi dan keagairahan usaha dalam perekonomian nasional, termasuk UMKM akan jauh lebih baik.

Melihat sumbangan pada perekonomian yang semakin penting, UMKM seharusnya mendapat perhatian yang semakin besar dari para pengambil kebijakan. Khususnya

¹ Lihat Pramiyanti. *Studi Kelayakan Bisnis Untuk UKM*. Cetakan 1 (yogyakarta: Media Pressindo, 2008) hlm. 3

lembaga pemerintah yang bertanggung jawab atas perkembangan UMKM. Pengembangan UMKM di Indonesia selama ini dilakukan oleh Kantor Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kementerian Negara KUKM). Selain Menteri Negara KUKM, instansi yang lain seperti Depperindag, Depkeu, dan BI juga melaksanakan fungsi pengembangan industri kecil dan menengah (IKM) dengan menyusun Rencana Induk Pengembangan Industri Kecil menengah. Demikian juga Departemen Keuangan melalui SK Menteri Keuangan (Menkeu) No. 316/KMK.016/1994 mewajibkan BUMN untuk menyisihkan 1 – 5% laba perusahaan bagi pembinaan usaha kecil dan koperasi (PUKK). Bank Indonesia sebagai otoritas keuangan dahulu mengeluarkan peraturan mengenai kredit bank untuk UMKM, meskipun akhir-akhir ini tidak ada kebijakan khusus terhadap perbankan mengenai pemberian kredit ke usaha kecil lagi. Demikian juga kantor ataupun instansi lainnya yang terlibat dalam "bisnis" UMKM juga banyak.

Permasalahan Yang Dihadapi UMKM

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia adalah sentral dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan menghasilkan *output*. Meskipun peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia adalah sentral, namun kebijakan pemerintah maupun pengaturan yang mendukungnya sampai sekarang dirasa belum maksimal.

Masih banyaknya permasalahan yang dihadapi oleh UMKM membuat kemampuan UMKM berkiprah dalam perekonomian nasional tidak dapat maksimal. Hal ini dapat dilihat meski banyak yang terlibat dalam pengembangan UMKM, namun tugas pengembangan UMKM yang dilimpahkan kepada instansi-instansi tersebut diwarnai isu negatif misalnya politisasi terhadap KUKM, serta pemberian dana subsidi JPS yang tidak jelas dan tidak terarah. Demikian juga BUMN untuk menyisihkan labanya 1 -5% juga tidak dikelola dan dilaksanakan dengan baik. Selain itu, kredit perbankan juga sulit untuk diakses oleh UMKM, diantaranya adalah karena prosedur yang rumit serta banyaknya UMKM yang belum *bankable*².

² *Ibid. hal.5*

Selain permasalahan diatas, secara umum UMKM sendiri menghadapi dua permasalahan utama, yaitu masalah finansial dan nonfinansial (organisasi manajemen). Menurut Urata (Dalam pramiyanti: 2008) masalah finansial diantaranya adalah

- Kurangnya kesesuaian (terjadinya *mismatch*) antara dana yang tersedia yang dapat diakses oleh UMKM
- Tidak adanya pendekatan yang sistematis dalam pendanaan UMKM
- Biaya transaksi yang tinggi, yang disebabkan oleh prosedur kredit yang cukup rumit sehingga menyita banyak waktu sementara jumlah kredit yang dikucurkan kecil.
- Kurangnya akses kesumber dana yang formal, baik yang disebabkan oleh ketiadaan bank dipelosok maupun tidak tersedianya informasi yang memadai.
- Bunga kredit untuk investasi maupun modal kerja yang cukup tinggi.
- Banyaknya UMKM yang belum *bankable*, baik disebabkan belum adanya manajemen keuangan yang transparan maupun kurangnya kemampuan manajerial dan finansial.

Sedangkan termasuk dalam masalah organisasi manajemen (non finansial) diantaranya adalah :

- Kurangnya pengetahuan atas teknologi produksidan *quality control* yang disebabkan minimnya kesempatan untuk mengikuti perkembangan teknologi serta kurangnya pendidikan dan pelatihan.
- Kurangnya pengetahuan akan pemasaran, yang disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dapat dijangkau oleh UMKM mengenai pasar, selain karena keterbatasan kemampuan UMKM untuk menyediakan produk/ jasa yang sesuai dengan keinginan pasar.
- Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) serta kuranya sumber daya untuk mengembangkan SDM
- Kurangnya pemahaman mengenai keuangan dan akuntansi.

Strategi Memberdayakan Sektor Ekonomi UMKM

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) barangkali merupakan salah satu andalan utama bagi ketahanan ekonomi sebuah negara. Terbukti dimasa krisis dengan bertumbuhannya banyak usaha konglomerasi yang dililit hutang luar negeri, usaha kecil menengah terutama yang berorientasi ekspor justru meraup keuntungan yang luar biasa. Sebagian lagi survive dengan berbagai cara karena kecilnya investasi dan modal yang berputar.

Akan tetapi masih banyaknya masalah yang dihadapi oleh pihak UMKM dalam rangka mengembangkan usahanya perlu mendapatkan perhatian khusus bukan hanya dari pihak pemerintah saja. Dengan kata lain bahwa persoalan kurang berkembangnya dan terperhatikannya sektor ekonomi UMKM tersebut kiranya jangan hanya ditumpukan pada tanggung jawab salah satu lembaga ekonomi saja, misalnya hanya pada sektor perbankan dalam kaitannya dengan permasalahan pendanaan. Jadi seharusnya ditumpukan dan menjadi tanggung jawab dari seluruh lembaga-lembaga ekonomi lainnya. Oleh karena itu hal yang penting untuk dibahas adalah bagaimana seharusnya peran yang dimainkan oleh lembaga-lembaga ekonomi tersebut dalam memberdayakan atau membangun sektor ekonomi UMKM tersebut.

Pertama, mungkin dapat dipahami bahwa sebenarnya lembaga yang paling bertanggung jawab adalah untuk mengembangkan sektor ekonomi UMKM adalah pemerintah. Karena secara "*de facto* dan *de jure*", pemerintahlah yang seharusnya terlebih dulu menunjukkan "*political will* dan *political action*-nya" secara konkrit dalam komitmennya untuk berpihak secara nyata kesektor UMKM. Dimana hal tersebut seharusnya sudah tertuang dalam "*blue print*" kebijaksanaan pembangunan diwilayahnya masing-masing³.

Dalam hal ini pemerintah daerah misalnya, harus mampu berperan sebagai inisiator, fasilitator, mediator, koordinator atupun regulator demi untuk merealisasikan strategi pembangunan ekonomi yang berbasis pada UMKM. Diantaranya, pemerintah melalui dinas-dinasnya dibawah koordinasi BAPPEDA harus mampu menyusun dan menerbitkan "*land scape*" atau peta potensi sektor ekonomi UMKM ini secara jelas dalam

³ Marsuki. *Pemikiran Dan Strategi Memberdayakan Sektor ekonomi UMKM Di Indonesia*. (Jakarta: Mitra Wacana Media. ,2006) hlm. 21

berbagai aspeknya, yang nantinya dapat dijadikan acuan bagi lembaga-lembaga lainnya untuk mengambil kebijaksanaan-kebijaksanaan secara tepat.

Kedua, dalam kaitannya dengan lembaga-lembaga dunia usaha, baik pengusaha UKMK maupun pengusaha besar, mereka selalu harus berupaya secara mandiri dan sukarela untuk melakukan langkah-langkah strategis dan realistis dalam berusaha. Diantaranya bagi pengusaha UMKM, mereka harus selalu berupaya meningkatkan ketrampilan atau pengetahuan berusahanya, baik dibidang produksi, manajemen maupun pemasarannya. Atau melakukan aliansi usaha secara profesional baik dengan pengusaha sektor UMKM, maupun dengan sektor-sektor usaha lainnya, dalam bidang-bidang yang telah disebutkan. Kemudian mereka harus selalu berusaha dapat memenuhi syarat-syarat minimal agar dapat akses kelembaga-lembaga perbankan⁴

Sedangkan bagi pengusaha besar didaerah, kiranya mereka berusaha menyertakan sektor ekonomi UMKM sebagai partner berusaha secara fungsional atas dasar saling menguntungkan. Serta kiranya pengusaha besar tersebut berusaha melakukan investasi berkenaan dengan pemberdayaan sektor atau potensi sumber daya lokal unggulan utamanya dalam industri pengolahan dengan melibatkan sektor UMKM. Atau kiranya para pengusaha besar dapat berperan sebagai penjamin pendanaan pada sektor perbankan, oleh karena adanya keterkaitan kegiatan atau usaha diantara mereka.

Ketiga, dalam kaitannya dengan lembaga keuangan dan perbankan. Kiranya dengan adanya UU otonomi daerah maka sektor perbankan yang ada didaerah dapat melakukan beberpa penyesuaian kebijaksanaan baik dari kepentingan Bank Indonesia agar dapat mengakomodasi semangat UU Otonomi Daerah agar dapat melayani kebutuhan masyarakat secara optimal.

Berdasarkan ketiga alasan diatas sebetulnya pemerintah saat ini telah menjalankan strategi pemberdayaan UMKM tersebut yang dapat diklasifikasikan kedalam:

1. Aspek manajerial yang meliputi: peningkatan produktivitas/ omset/ tingkat utilitas/ tingkat hunian, meningkatkan kemampuan pemasaran, dan pengembangan sumber daya manusia.

⁴ *Ibid* hlm. 23

2. Aspek permodalan yang meliputi: bantuan moral (penyisihan 1-5% keuntungan BUMN dan kewajiban untuk menyalurkan kredit bagi usaha kecil minimum 20% dari portofolio kredit bank) dan kemudahan kredit (KUPeDES, KUK, KIK, KMKP, KCK, Kredit mini/ Midi, KKU)
3. Mengembangkan program kemitraan dengan perusahaan besar, baik melalui sistem Bapak–Anak Angkat. PIR, keterkaitan hulu-hilir (*Forward linkage*), kerekaitan hilir-hulu (*backward linkage*), modal ventura ataupun subkontrak.
4. Pengembangan sentra industri kecil dalam suatu kawasan, apakah berbentuk PIK (Pemukiman Industri Kecil), LIK (Lingkungan Industri Kecil), SUIK (Sarana Usaha Industri Kecil), yang didukung oleh UPT (Unit Pelayanan Teknis) dan TPI (Tenaga Penyuluh Industri)
5. Pembinaan untuk bidang usaha dan daerah tertentu lewat KUB (Kelompok Usaha Bersama), KOPINKRA (Koperasi Industri Kecil dan Kerajinan)

Strategi Memberdayakan Sektor Ekonomi UMKM Agro Bisnis

Jika disepakati bahwa kegiatan pertanian dalam arti luas adalah salah satu bidang utama yang mendominasi usaha ekonomi rakyat sektor UMKM, maka dengan demikian pembangunan pertanian hendaknya dapat menjamin basis utama bagi penyusunan kebijakan pembangunan perekonomian bangsa. Pembangunan pertanian dalam arti luas tersebut, jelas akan mempunyai banyak manfaat.

Diantaranya akan banyak tenaga kerja yang dapat diberdayakan dan terserap yang selanjutnya berdampak dapat mengurangi arus urbanisasi. Kemudian pembangunan pertanian akan menjamin keamanan penyediaan pangan negara yang sekaligus dapat mengurangi kemungkinan penggunaan lahan-lahan pertanian untuk pembangunan perumahan mengikuti perkembangan kegiatan industri yang polutif.

Olehnya itu dalam rangka pengembangan sektor agro industri atau agro bisnis ini diperlukan beberapa langkah atau strategi yang bersifat umum dan spesifik. **Yang bersifat umum**, langkah *pertama* yang diperlukan adalah penentuan prioritas daerah atau wilayah dan komoditas yang harus dikembangkan, dibina dan dijadikan bebrbagai basis kegiatan ekonomi percontohan. Kemudian langkah *kedua* adalah perlunya ditentukan dan direncanakan secara rinci sejak mulai menghasilkan, menentukan penggunaan hasil,

sampai pemasarannya. Serta pentingnya penyediaan informasi tentang potensi daerah dan macam komoditas yang fisibel dikembangkan terutama diperuntukkan bagi investor-investor.

Sedangkan untuk langkah **Spesifik**, strategi pengembangan agro industri atau agor bisnis tersebut dapat disederhanakan dalam satu kalimat yaitu « pentingnya menyusun suatu strategi pengembangan agor industri/ agro bisnis dalam rangka kerangka konsep kemitraan dalam arti luas antara kegiatan produksi dengan pemasarannya serta bebrbagai faktor-faktor pendukung lainnya⁵.

Strategi Memberdayakan Sektor Ekonomi UMKM Sumber Daya Laut, Pesisir dan Pulau-Pulau.

Memperhatikan kondisi riel indonesia maka negara ini seharusnya «Prime Mover» ekonominya bertumpu pada sumber daya laut. Hal ini disebabkan karena garis pantainya kedua terpanjang didunia setelah kanada yang mecapai 81.000 kilometer. Namun sayang, sumbangan ekonomi sektor kelautan dan pesisirnya tersebut masih sangat rendah, karena baru menyumbang 21% terhadap PDB, dibandingkan dengan negara-nagara lain yang memiliki wilayah garis panjang pantai lebih kurang dari indonesia. Misalnya Jepang yang luas garis pantainya hanya sekitar ribuan km tapi telah menyumbang hampir 55% terhadap PDB.

Dalam kaitan inilah, kiranya pemerintah baik tingkat nasional dan daerah, harus mampu memainkan peranan stretegisnya sebagai lembaga yang dapat merancang model atau strategi yang tepat guna pemberdayaan sektor ekonomi rakyat ini di sektor kelautan dan pesisir.

Untuk merealisasikan hal tersebut, hal mendasar *pertama* yang perlu dibenahi untuk kepentingan jangka panjang adalah mengusahakan adanya kerangka rencana pembangunan yang permanen terhadap pengembangan potensi laut dan pesisir, dengan sekurang-kurangnya melakukan penyesuaian struktural terhadap master plan perencanaan pembangunan ekonomi yang sudah ada diwilayah masing-masing yang selaras dengan perkembangan pemikiran dan realita ekonomi yang ada dan berkembang.

⁵ *Ibid* hlm. 31

Hal mendasar *kedua*, yang perlu dibenahi adalah lembaga-lembaga produksi, baik milik swasta, pemerintah maupun milik masyarakat lainnya, dalam skala besar, menengah maupun kecil. Dalam kaitannya dengan lembaga produksi swasta, hal tersebut berkenaan dengan upaya untuk menggerakkan peran pengusaha daerah khususnya atau pengusaha-pengusaha lainnya, agar dapat meningkatkan kegiatan investasi mereka, khususnya memberdayakan seluruh potensi sumber daya kelautan dan pesisir yang selama ini belum berkembang, diantaranya mendorong adanya industri pengolahan hasil-hasil laut.

Hal mendasar *ketiga* yang perlu dibenahi adalah perbaikan peran lembaga-lembaga penampungan atau perantara hasil-hasil produksi petani laut dan pesisir seperti koperasi, distributor atau pedagang grosir, dsb. Lembaga-lembaga ini menjadi penting dibenahi dalam kaitannya untuk melancarkan arus distribusi produk petani laut milik nelayan khususnya.

Strategi Memberdayakan Sektor Ekonomi UMKM Pariwisata

Dalam kondisi perekonomian yang masih krisis, banyak pendapat mengemukakan bahwa salah satu sektor ekonomi yang dapat diandalkan untuk dapat merealisasikan tujuan pembangunan yang berwawasan ”adil dan makmur, *people’s economy*” tersebut adalah ”sektor pariwisata. Sektor ini merupakan sektor industri jasa atau golongan sebagai industri ketiga (*Tertiary industry*) yang dianggap berpotensi untuk melibatkan secara aktif rakyat banyak (masyarakat) dalam ekonomi.

Ulasan utama pentingny pengembangan dan pembangunan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata (DTW), baik lokal, regional atau nasional, adalah sangat erat kaitannya dengan persoalan pembangunan ekonomi khususnya wilayah-wilayah tersebut dengan mempertimbangkan aspek-aspek keuntungan dan kerugian bagi rakyat banyak.

Namun demikian untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut bukanlah sesuatu hal yang mudah, karena industri pariwisata adalah sangat kompleks. Produk dan pelayanan yang dihasilkan secara terpisah, walaupun sudah dihasilkan dengan baik, bila tidak didukung oleh kebijaksanaan yang tepat semua tidak akan ada artinya. Disini letak arti pentingnya kebijaksanaan terpadu (*integrated approach*) sebagai kunci sukses dalam pengembangan industri pariwisata.

Dalam pengertian umum untuk kepentingan tersebut, maka pemerintah perlu melakukan beberapa langkah strategi, diantaranya adalah: meningkatkan pemahaman kepada seluruh masyarakat tentang manfaat pariwisata, meningkatkan citra dan mutu pelayanan pariwisata, meningkatkan penyelenggaraan promosi pariwisata, memberi pengarah dan petunjuk dalam pengembangan kepariwisataan serta mengadakan koordinasi dengan departemen-departemen dan lembaga-lembaga pemerintah, swasta dan organisasi masyarakat secara kontinyu dan berencana⁶.

Strategi Pengembangan Pembiayaan Sektor Ekonomi UMKM

Disamping perlunya perumusan strategi memberdayakan sektor ekonomi melalui beberapa pengembangan sektor ekonomi yang dianggap potensial seperti Agrobisnis, sumber daya laut/ pesisir serta sektor pariwisata, juga perlu mendapatkan perhatian adalah bagaimana perumusan strategi pembiayaan kegiatan ekonomi melalui sektor perbankan.

Dunia perbankan akan cenderung memberikan kreditnya pada UMKM mengingat perusahaan besar masih banyak menanggung kredit macet, sehingga perbankan semakin bersifat hati-hati dalam kegiatan operasinya dan lebih memilih menyalurkan kreditnya pada UMKM yang usahanya lebih cepat memberikan hasil. Hasil menggembirakan ini ditunjukkan oleh komitmen salah satu bank nasional (BRI) yang tetap kokoh terhadap pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), antara lain dengan pemberian Kredit Usaha Rakyat kepada peminjam yang *feasible* namun belum *bankable*. Sampai dengan triwulan I 2008 ini total portofolio mencapai 83,13% atau sebesar Rp 98,455 triliun dari total pinjaman sebesar Rp. 118,436 triliun. Untuk melayani sektor UMKM ini BRI tetap menjadi bank terdepan dan terpercaya bagi mitra UMKM yang ditunjang dengan jumlah jaringan lebih dari 5000 unit kerja diseluruh pelosok indonesia⁷.

Dengan optimisme pertumbuhan dan peran UMKM dan potensi pembiayaan kredit dari perbankan yang semakin baik, perlu dirumuskan dan dijabarkan implementasi strategi dan program yang jelas untuk mencapainya, yaitu dukungan apa yang dapat dilakukan pemerintah, Bank Indonesia, perbankan maupun lembaga keuangan non bank, dunia usaha serta masyarakat pada umumnya, agar UMKM benar-benar bisa menjadi pilar utama

⁶ Yoety. Oka. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. (Karya Unipress. 1997)

⁷ Lihat Majalah Tempo. Edisi 12 – 18 Mei 2008. hlm 13

perekonomian. Peningkatan pembiayaan UMKM akan efektif paling tidak harus disertai strategi yang mencakup : 1) penciptaan iklim usaha dan investasi yang kondusif, 2) peningkatan kemampuan kewirausahaan, 3) peningkatan dalam jumlah dan kemudahan persyaratan dalam perkreditan perbankan, 4) pengembangan perangkat penunjang bagi peningkatan pembiayaan seperti penjaminan kredit, 5) meningkatkan Lembaga Keuangan Mikro, 6) meningkatkan layanan KSP/USP koperasi, 7) peningkatan lembaga keuangan sekunder, 8) peningkatan jaringan informasi baik pusat maupun daerah, 9) Pengembangan Multi Finance

Penutup

Akhirnya, uraian diatas pada dasarnya dimaksudkan untuk menjelaskan bahwa merealisasikan strategi pembangunan melalui pemberdayaan sektor ekonomi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang sebenarnya dapat dikatakan sebagai sesuatu yang hal yang dapat menjadi sulit tapi juga dapat menjadi sesuatu yang mudah, hal tersebut hanya ditentukan oleh kesamaan atau perbedaan pandangan kita terhadap masalah yang dihadapi. Jika kita sepakat bahwa tanggung jawab terhadap pencapaian cita-cita untuk merealisasikan strategi pembangunan ekonomi merupakan tanggung jawab bersama, maka hal tersebut mungkin akan menjadi sesuatu yang mudah.

Tapi jika kita sebaliknya, yakni saling menyerahkan tanggungjawab kepihak lainnya, maka yakinlah bahwa apa yang akan kita cita-citakan hanya akan berupa khayalan belaka. Artinya, sudah saatnya kita membangun spirit hubungan yang bersifat "*Mutual relationship*" yakni hubungan yang saling menguntungkan dalam membangun dan memberdayakan sektor ekonomi rakyat demi kesejahteraan bersama.

Daftar Pustaka

- Lestari, Sri.** 2006. *Perkembangan Dan Strategi Pengembangan Pembiayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*. Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UMKM. Jakarta
- Marsuki.**2006. *Pemikiran Dan Strategi Memberdayakan Sektor ekonomi UMKM Di Indonesia*. Mitra Wacana Media. Jakarta
- ,1999. *Strategi Pembangunan Agribisnis Dalam Kondisi Krisis Ekonomi dan Moneter*. (Bahan ceramah Seminar Nasional dalam Rangka Dies Natalis Unhas ke 43, tgl 8 September 1999) Kampus Unhas. Ujung Pandang
- Pramiyanti, Alila.** *Studi Kelayakan Bisnis Untuk UKM*. Cetakan 1. Media Pressindo Yogyakarta
- Raharjo, M. Dawam.** 1986. *Transformasi Pertanian, Industri dan Kesempatan Kerja*. Jakarta. Universitas Indonesia
- Yoety. Oka.** 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Karya Unipress.
- Info Bank- Majalah TEMPO. Edisi 12 – 18 2008. *BRI Bukukan Laba Terbesar dengan Fokus Pada Kredit UMKM*.