

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MELALUI PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK) SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING

Syaiful*)

Abstract : The government is still focused mengalakan SME sector is due in addition to one of the premises penggerak economy, the sector is labor-intensive. These SMEs have proven good performance and can bertahan in menghadapi economic crisis with quite resilient, Empowering SME Empowerment of SMEs currently in the midst of globalization and high competition, making SMEs should be unable to deal with global challenges, such as improving product and service innovation, pengembangan human resources and acceleration utilizing information and communication technology, as well as the expansion of the area of marketing. This needs to be done to strengthen the competitiveness of SMEs itself, through increased competence of human resources capability, Master Card channeling capital to enlarge and improve productivity of SMEs through the use of information and communication technology (ICT). Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) through Digital Indonesia Enterprenuer program is committed to support SME development through utilizing ICT dan e-commerce can enhance the productivity and competitiveness of SMEs in the global market.

Key Words: Indiprenuer improve the competitiveness of SMEs through ICT

PENDAHULUAN

Saat ini, dunia perekonomian Indonesia tengah menggalakkan sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang lebih dikenal sebagai UMKM sebagai salahsatu usaha peningkatan kegiatan perekonomian di Indonesia. Berbagai kegiatan dilaksanakan mulai dari investasi, regulasi, infrastuktur hingga perbankan dilakukan untuk merangsang pertumbuhan UMKM di Indonesia, dimana kegiatan ini tidak saja dilakukan oleh para pelaku dunia bisnis, tetapi juga pemerintah dan perbankan. Langkah ini diambil pemerintah untuk memperkuat fundamental perekonomian Indonesia. Pemerintah terus mendorong memberdayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Karena Sektor ekonomi ini mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (sudaryanto 2011). Dengan tingkat penyerapan tenaga kerja sebesar 88,7% dari jumlah tenaga kerja yang ada, atau mencapai 68,28 juta orang dan memberi peluang

bagi usaha mikro kecil dan menengah ini untuk berkembang dan dapat bersaing dengan perusahaan yang lebih cenderung menggunakan modal besar (capital intensive). Sektor usaha kecil dan menengah ini juga berkontribusi dalam penyumbangan terhadap pendapatan negara produk domestik bruto (PDB) tercatat pada 2011, sumbangan UMKM terhadap perekonomian Indonesia sekitar 58,05 persen dari PDB. Dengan PDB Indonesia pada 2011 sebesar Rp 7.427 triliun, maka sumbangan UMKM sebesar Rp 4.311 triliun. Pada 2012, sumbangan UMKM meningkat menjadi 59,08 persen PDB. Dengan besaran PDB 2012 sebesar Rp 8.241 triliun, maka sumbangan UMKM sebesar Rp 4.868 triliun.

Data-data diatas mengindikasi sektor UMKM telah menjadi motor penggerak bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Eksistensi UMKM juga tidak diragukan lagi karena telah terbukti mampu bertahan menunjukkan kinerja yang relatif lebih tangguh menghadapi masa

krisis yang panjang dan berhasil menjadi roda penggerak ekonomi Indonesia terutama pasca krisis ekonom tahun 1997.UMKM masih akan menjadi primadona bagi pengembangan ekonomi nasional di masa mendatang. Meski telah banyak program yang dijalankan untuk memberdayakan UMKM sejak hampir 10 tahun yang lalu, namun hasilnya sampai saat ini belum menggembirakan. Sehingga perlu dicarikan Model baru yang berbeda dengan yang sebelumnya agar UMKM tidak jalan di tempat. Dibutuhkan usaha-usaha strategik guna memberdayakan UMKM agar dapat menjadi penopang perekonomian Nasional, seperti yang terjadi di Jepang dan Taiwan. Oleh karena itu upaya mengembangkan dan memberdayakan UMKM agar hasil yang diperoleh memiliki multiplier effect yang tinggi menjadi sangat penting saat ini, khususnya dalam meningkatkan daya saing. Dengan daya saing yang tinggi diharapkan UMKM mampu mengatasi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan akselerasi pemanfaat teknologi informasi dan komunikasi, serta perluasan area pemasaran dan sebagainya. UMKM disadari juga masih banyak menghadapi permasalahan, diantaranya terbatasnya modal kerja, Sumber Daya Manusia kurang mumpuni pengusahaan bidang Bisnis dan masih rendahnya tingkat pemanfaatan (ICT) teknologi informasi dan komunikasi dalam menunjang usahanya(Sudaryanto dan Hanim, 2002). UMKM Indonesia perlu didorong terus agar mempunyai daya saing yang tinggi, baik dalam tingkat nasional maupun global. Sekaligus untuk mempersiapkan UMKM dalam menghadapi Pasar Bebas Asean (Masyarakat Ekonomi Asean/MEA) yang akan diterapkan pada tahun 2015 mendatang.

Salah satu cara untuk peningkatan daya saing UMKM adalah melalui akselesrasi penggunaan ICT dalam menunjang

Operasinal usaha yan dilakukannya. Dengan pengetahuan terkait ICT sangat diperlukan UKM Indonesia, antara lain untuk menciptakan peluang-peluang komersil baru, menyebarkan informasi, berkolaborasi dengan partner dan juga membantu untuk menjaring pelanggan yang ada di seluruh dunia yang juga menjadi komunitas internet.Saat ini tingkat penetrasibroadband Indonesia baru mencapai 7%, masih tertinggal dibanding negara tetangga yang baru tumbuh.

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) melalui program Indipreneur berkomitmen mendukung pengembangan usaha UMKM melalui program IndiPreneur dengan memanfaatkan ICTdan e-commerce yang dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar Global. Melalui Program INDIPreneur, UMKM lokal dapat mengembangkan bisnis dengan solusi Teknologi informasi dan komunikasi berkualitas dan terjangkau, seperti : koneksi broadband, web builder, web hosting, domain name dan e-commerce application dengan konsep mudah, murah dan manfaat yaitu yang dapat dinikmati untukmanfaatnyasecara murah dan dioperasikan dengan mudah.Melalui program INDIPreneur, Telkom mengharapkan para pelaku UMKM dapat lebih memahami manfaat teknologi informasi secara efektif sehingga pelaku UMKM dapat berkiperah di pasar global dan dapat meningkatkan daya saing dari pelaku UMKM itu sendiri.

Perumusan Masalah

Pasar bebas ASEAN yang efektif diberlakukan pada tahun 2015 yang dikenal Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) atau China ASEAN Free Trade Area (C-AFTA) yang telah di berlakukan sejak Januari 2010. Berbagai kemudahan perdagangan antar negara seperti pembebasan bea impor dan kemudahan birokrasi akan mendorong meningkatnya ekspor,impor komoditas

ke negara-negara ASEAN termasuk Indonesia. ini merupakan titik rawan perjuangan UMKM dan ekonomi kerakyatan. Oleh karena itu dibutuhkan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing sektor UMKM dan sumber daya manusia khususnya untuk menghadapi pasar bebas ini. Masalah yang masih dihadapi oleh UMKM adalah rendahnya produktivitas (Sri Susilo, 2005; Anonim, 2004). Hal tersebut berkaitan dengan: (i) rendahnya kualitas sumberdaya manusia UMKM (ii) rendahnya kompetensi kewirausahaan usahaskala mikro. Di samping itu, UMKM menghadapi pula faktor-faktor yang masih menjadi kendala dalam peningkatan daya saing dan kinerja UMKM. Faktor-faktor termaksud adalah (Sri Susilo, 2007b): (i) terbatasnya terhadap akses permodalan, (ii) terbatasnya terhadap akses ke pasar, dan (iii) terbatas akses informasi mengenai sumberdaya dan teknologi.

Secara garis besar dapat dirumuskan beberapa masalah yang dihadapi dalam mengembangkan sektor UMKM ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana meningkatkan kualitas sumber daya manusia sehingga menjadi kewirausahaan yang mampu dan berkompentensi di bisnisnya
2. Bagaimana meningkatkan peranan pemerintah khususnya perbankan dalam peningkatan penyaluran Kredit atau modal UMKM
3. Bagaimana meningkatkan penggunaan ICT dalam meningkatkan daya saing UMKM

Pembahasan Masalah

Hakikat Pentingnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Sesuai dengan Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. *Usaha Kecil* adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. *Usaha Menengah* adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Tabel 1. Kriteria Usaha Mikri, Usaha Kecil & Menengah Berdasarkan Aset dan Omset Per Tahun

No.	URAIAN	KRITERIA	
		ASSET	OMZET
1	USAHA MIKRO	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2	USAHA KECIL	> 50 Juta - 500 Juta	> 300 Juta - 2,5 Miliar
3	USAHA MENENGAH	> 500 Juta - 10 Miliar	> 2,5 Miliar - 50 Miliar

Sumber: www.depkop.go.id

Dalam perekonomian Indonesia Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu Kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok usaha mikro, kecil dan menengah yang melibatkan banyak kelompok. Kriteria usaha yang termasuk dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah telah diatur dalam payung hukum berdasarkan undang-undang.

Selain berdasar Undang-undang tersebut, dari sudut pandang perkembangannya Usaha Kecil Dan Menengah dapat dikelompokkan dalam beberapa kriteria Usaha Kecil Dan Menengah yaitu:

1. Livelihood Activities, merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
2. Micro Enterprise, merupakan Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. Small Dynamic Enterprise, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. Fast Moving Enterprise, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan, akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB)

Strategi pengembang UKMK

a. Meningkatkan Kualitas SDM melalui Capacity Building

Secara umum capacity building adalah proses atau kegiatan memperbaiki kemampuan seseorang, kelompok, organisasi atau sistem untuk mencapai tujuan atau kinerja yang lebih baik

(Brown et. al, 2001). Capacity building adalah pembangunan keterampilan (skills) dan kemampuan (capabilities), seperti kepemimpinan, manajemen, keuangan dan pencarian dana, program dan evaluasi, supaya pembangunan organisasi efektif dan berkelanjutan. Ini adalah proses membantu individu atau kelompok untuk mengidentifikasi dan menemukan permasalahan dan menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah dan melakukan perubahan. (Campobaso dan Davis, 2001) Capacity building difasilitasi melalui penetapan kegiatan bantuan teknik, meliputi pendidikan dan pelatihan, bantuan teknik khusus (specific technical assistance) dan penguatan jaringan. Prinsip yang perlu diterapkan adalah membangun keberdayaan ekonomi rakyat melalui pengembangan kapasitas (capacity building), mencakup : 1) kelembagaan; 2)pendanaan, 3) pelayanan. Di samping itu masalah internal yang harus dihadapi adalah masalah efisiensi, keterbatasan SDM dan teknologi (Krisnamurthi, 2002).Setyobudi (2007) menyebutkan bahwa Bank Indonesia lebih fokus padapenguatan lembaga pendamping UMKM melalui peningkatan capacity building dalam bentuk pelatihan dan kegiatan penelitian yang menunjang pemberian kredit kepada UMKM. Beberapa upaya yang dilakukan antara lain:

- 1). Pelatihan-pelatihan kepada lembaga pendamping UMKM, dalam rangka meningkatkan kemampuan, pengetahuan perbankan dan kredit UMKM.
- 2). Pendirian Pusat Pengembangan Pendamping UKM (P3UKM), sebagai pilot project. P3UKM antara lain bertugas melakukan pelatihan dan akreditasi pendamping UKM.
- 3). Pengembangan Sistem Informasi Terpadu Pengembangan Usaha

Kecil (SIPUK) sebagai sarana untuk lebih menyebarluaskan secara cepat hasil-hasil penelitian dan berbagai informasi lainnya.

SIPUK terdiri dari Sistem Informasi Baseline Economic Survey (SIB), Sistem Informasi Agroindustri Berorientasi Ekspor (SIABE), Sistem Informasi Pola Pembiayaan/ lending model Usaha Kecil (SILMUK), Sistem Penunjang Keputusan Untuk Investasi (SPKUI); dan Sistem Informasi Prosedur Memperoleh Kredit (SIPMK). SIPUK ini dapat diakses melalui website Bank Indonesia. Berbagai penelitian dalam rangka memberikan informasi untuk mendukung pengembangan UMKM. Kegiatan penelitian terutama diarahkan untuk mendukung penetapan arah dan kebijakan Bank Indonesia dalam rangka pemberian bantuan teknis dan juga dalam rangka penyediaan informasi yang berguna dalam rangka pengembangan UMKM. Penelitian tersebut disesuaikan dengan kebutuhan pengembangan UMKM serta untuk menggali potensi sektor UMKM di tiap-tiap daerah di Indonesia. Dalam upaya meningkatkan peran UMKM untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Bank Indonesia melakukan kajian identifikasi peraturan pusat dan daerah dalam rangka pengembangan UMKM serta kajian dan implementasi pilot project klaster pengembangan UMKM.

b. Peranan pemerintah khususnya perbankan dalam peningkatan penyaluran Kredit atau modal UMKM

Bagi kalangan usaha mikro, kecil, menengah, persoalan permodalan merupakan hambatan utama dalam meningkatkan produktivitas. Hal ini merupakan tugas pemerintah selaku regulator untuk bisa memberikan kredit secara maksimal bagi UKM dengan cara pemberian kredit melalui bank-bank pemerintah dengan bunga yang relatif rendah. Salah satu upaya yang dilakukan dalam meningkatkan produktivitas & pengembangan UMKM

adalah penyaluran kredit. Tercata penyaluran kredit untuk UMKM dari bank-bank umum mencapai sekitar 55 % dari total kredit, dan bertumbuh sekitar 25 % tiap tahun selama periode 2004 hingga 2007. Sektor lain-lain yang kemungkinan merupakan kredit sektor gabungan atau kredit multi-fungsi, mencapai lebih 50 %. Kemudian sektor perdagangan menyerap sekitar 25 %. Sektor-sektor lainnya menyerap kurang dari 10 %. Pertumbuhan kredit UMKM untuk sektor perdagangan rata-rata 25 % pada periode 2004-2007, dengan kisaran 22 hingga 30 %. Sedangkan pertumbuhan kredit UMKM untuk sektor industri pengolahan rata-rata 10 %, berfluktuasi dengan interval 3 hingga 22 %, serta sektor pertanian bertumbuh rata-rata 18 % dengan interval 5 hingga 40 %.

Penyaluran kredit untuk UMKM oleh bank-bank umum tidak berjalan mulus karena sejumlah kendala, terutama UMKM yang tidak bankable. Untuk mengatasi hal ini, pemerintah mengambil langkah mendirikan BUMN yang bergerak dalam penjaminan kredit untuk UMKM. Indonesia memiliki BUMN yang memberikan asuransi dan penjaminan bagi kredit UMKM. Misalnya, Perum Jamkrindo yang secara khusus menangani aktivitas penjaminan kredit bagi UMKM, dan PT. Askindo yang bergerak dalam bidang asuransi kredit bagi UMKM, walaupun sampai saat ini PT. Askindo juga menangani kegiatan penjaminan.

c. Peranan ICT dalam Meningkatkan Daya Saing UMKMK

UMKM Indonesia perlu didukung terus agar mempunyai daya saing yang tinggi, baik dalam tingkat nasional maupun global. Sekaligus untuk mempersiapkan UMKM dalam menghadapi Pasar Bebas Asean (Masyarakat Ekonomi Asean/MEA) yang akan diterapkan pada tahun 2015 mendatang. Daya saing UMKM ini sangat diperlukan agar

UMKM Indonesia tidak kalah saing dengan UMKM lain dari luar negeri yang akan masuk dengan bebas mengambil pasar UMKM Indonesia di tahun 2015 nanti. Dengan tingkat daya saing yang cukup baik, UMKM juga dapat berkesempatan dengan mudah untuk melakukan ekspansi ke negara-negara lain.

Salah satu cara untuk peningkatan daya saing UMKM adalah akselerasi penggunaan ICT diopersinal usaha yang dilakukan oleh UMKM. Pengetahuan terkait ICT sangat diperlukan UKM Indonesia, antara lain untuk menciptakan peluang-

peluang komersil baru, menyebarkan informasi, berkolaborasi dengan partner dan juga membantu pemasaran dan untuk menjaring pelanggan yang ada di seluruh dunia. Saat ini tingkat penetrasi ICT broadband internet oleh UMKM di tanah air Indonesia baru mencapai 7%, masih tertinggal dibanding negara tetangga yang baru tumbuh. Dari penelitian yang telah dilakukan Indonesian Cloud Forum (ICF) dengan Mars Indonesia menunjukkan bahwa pada tahun 2012, kondisi UMKM Indonesia terkait ICT seperti tampak pada Gambar 1 di bawah ini:



Gambar 1. Tingkat Pengeyahuan UKM terkait dengan ICT

Dari Gambar. 1 tampak bahwa masih banyak pelaku UMKM yang belum mengetahui dan memanfaatkan ICT dalam menjalankan bisnis ushanya.

Guna mendukung pengembangan Usaha Menengah, Kecil dan Mikro (UMKM) PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) menghadirkan program Indonesia Digital Entrepreneur (INDIPreneur). Program INDIPreneur dimaksudkan untuk membekali para pelaku UMKM dengan pengetahuan mengenai implementasi teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan e-commerce serta memberikan kemampuan untuk menjalankannya. Program ini merupakan komitmen Telkom meningkatkan potensi jutaan

UMKM di indonesia melalui pemanfaatan ICT yang murah muda dan manfaat. Melalui program indipremuer sangat memungkinkan bisnis UMKM dapat tumbuh dan berkembang dengan penggunaan aplikasi konektivty yang berkualitas dan terjangkau.

Program Indiperener menawarkan konsep layanan yang menyeluruh mencakup penyediaan Device, Network, Application dan Platform (DNA-P). Telkom juga menyediakan perangkat IT dengan pola leasing (sewa beli) bagi pelaku UMKM yang menghadapi kendala ketersediaan sarana. Sementara untuk akses ke internet broadband mengunaan akses wifi, serta menyediakan

layanan Portal, Application dan Content (PAC) dengan teknologi Cloud Computing. Teknologi Cloud Computing meliputi Infrastructure as a Service (IAAS), Platform as a Service (PaaS) dan Software as a Service (SaaS). Semua solusi TIK tersebut dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk berbagai keperluan dalam mempromosikan perusahaan/produk, melakukan transaksi online serta kemudahan pengelolaan bisnis secara online sehingga melalui program INDIPreneur, Telkom mengharapkan para pelaku UMKM dapat lebih memahami manfaat teknologi informasi secara efektif sehingga pelaku UMKM dapat berkiprah di pasar global dan dapat meningkatkan daya saing dari pelaku usaha UMKM itu sendiri. Tidak hanya itu, aplikasi yang dikembangkan untuk UMKM ini juga menggunakan konsep open platform sehingga membuka kesempatan bagi pihak-pihak lain (content developer, application developer) untuk bermitra memperkaya content dan aplikasi tersebut dengan kemampuan lain yang mungkin dikembangkan.

Program INDIPreneur merupakan bagian dari Mega Proyek “Indonesia Digital Network” (IDN) yang menargetkan 5 juta pelanggan broadband dan penyediaan 1 juta wifi pada tahun 2013. Selanjutnya program tersebut diimplementasikan untuk mewujudkan Indonesia Digital Society (InDiSo) yang akan meningkatkan daya saing masyarakat Indonesia di bidang teknologi informasi dan komunikasi termasuk pelaku bisnis UMKM.

Program Telkom IndiPrenuer ini dalam implementasi sangat dikenal nama program Small Medium Enterprise Indonesia Bisa (SME Indonesia Bisa) yang pengelolaan 100 sentra bisnis 2013, sejalan dengan perkembangan pengelolaan sentra bisnis menjadi 300 sentra bisnis program berubah nama menjadi SME Indonesia Hebat (SME Indonesia Hebat) tahun 2014, kemudian

terus bertambah pengelolaan sentra bisnis menjadi 500 sentra bisnis saat ini, program juga berganti nama “Indonesia Bagus” sampai saat ini berjalan yang tersebar di seluruh Indonesia (58 WITEL TELKOM) yang dikelola secara fokus dan cost effective melalui pendekatan Territory Management. Dengan pendekatan Territory Management diharapkan penetrasi ICT dapat mencapai coverage secara luas yaitu di seluruh Indonesia, sehingga peningkatan daya saing UMKM juga dapat dilakukan secara merata di seluruh Indonesia.

Tujuan dari Program IndiPrenuer ini adalah memberikan solusi ICT secara komprehensif kepada UMKM dengan mengedepankan prinsip Mudah, Murah, Manfaat. Mudah dalam artian memudahkan UMKM untuk mendapatkan layanan teknologi informasi dan komunikasi untuk kegiatan bisnisnya. Murah dalam pengertian memberikan peluang bagi UMKM untuk mengembangkan bisnisnya dengan penawaran model bisnis dengan biaya murah yang terjangkau (Pay As You Use). Dan Manfaat dalam arti solusi ICT dapat memberikan manfaat bagi pengembangan bisnis UMKM.

PENUTUP

Kesimpulan

Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) adalah sebagai motor penggerak perekonomian Indonesia yang harus terus dikembangkan dan di berdayakan melalui program-program penguatan daya saing UMKM dalam menghadapi pasar bebas antara lain :

- a. Meningkatkan kemampuan Kompetensi SDM melalui program Capacity Building untuk meningkatkan produktivitas UMKM
- b. Pemerintah melalui BUMN atau lembaga Keuangan Bank atau Non Bank melalui program penyaluran Pinjam Modal untuk dapat meningkatkan Produktifitas UMKM

- c. PT Telkom dengan program Indonesia Digital Enterprenuer (Indiprenuer) me meningkatkan produktivitas UMKM melalui pemanfaatan Teknologi informasi dan Komunikasi (TIK)

Saran

Diharapkan keterlibatan semua pihak Pemerintah, lembaga keuangan dan BUMN terkait berkomitmen dan konsisten membantu meningkatkan produktivitas dan daya saing sektor UMKM dalam pasar bebas nanti.

DAFTAR PUSTAKA

Bank Indonesia. 2011. Five Finger Philosophy:Upaya Memberdayakan UMKM,

(online),(<http://www.bi.go.id/web/id/UMKMBI/Koordinasi/Filosofi+Lima+Jari/>), Diakses 3 oktober 2011)

BPS. 2011. Produk Domestik Bruto. (online), <http://www.bps.go.id/index.php?news=730>, diakses 12 oktober 2011)

Brown, Lisanne, Anne LaFond, and Kate Macintyre. 2001. Measuring Capacity Building, Carolina Population Center, Chapel Hill : University of North Carolina,

Campobasso, L and D Davis, 2001. Reflection on Capacity Building, the California Wellness Foundation Journal, Volume 2 no. 2. California : Wellness Foundation

Departemen Perdagangan, 2010, Menuju ASEAN Economic Community 2015,

Departemen Perdagangan RI, Jakarta. Diakses dari <http://www.depdag.go.id> pada tanggal 8 September 2010.

Galeri UKM. 2011. Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah, (Online), (<http://galeriukm.web.id/news/kriteria-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm>, diakses 1 oktober 2011)

Sri Susilo, Y., (2007a), “Pertumbuhan Usaha Industri Kecil dan Menengah (IKM) dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya”, Eksekutif, Volume 4, Nomor 2, Agustus 2007, hal. 306 – 313

Tambunan, T.T.H., 2008b, “Masalah Pengembangan UMKM di Indonesia: Sebuah Upaya Mencari Jalan Alternatif”, Makalah, Forum Keadilan Ekonomi, Institute for Global Justice. Diakses dari <http://www.kadin-indonesia.or.id> pada tanggal 6 September 2010.

Tim Peneliti ISEI, 2010, “Strategi Pengembangan UMKM di Indonesia”, Ringkasan Eksekutif, Sidang Pleno ISEI XIV, Bandung 20 – 22 Juli 2010.

www.telkom.co.id/telkom-dukung-pelaku-umkm-siap-go-global.html

*) *Penulis adalah Dosen Tetap pada STIE Nobel Indonesia Makassar*