

JURNAL ANALISIS SOSIAL

Vol. 12 No. 1 Maret 2007



KETAHANAN DAN KERENTANAN USAHA KECIL: DI ANTARA BENCANA ALAM, KEBIJAKAN EKONOMI, DAN LINGKUNGAN SOSIAL



ISSN 1411-0024

JURNAL **ANALISIS SOSIAL**

Vol. 12 No. 1 Maret 2007

Penanggung Jawab

Yulia Indrawati Sari

Redaksi

Dede Mulyanto
Rini Andrijani

Penyunting Bahasa

Rini Andrijani

Penerjemah

Puji Lestari

Penata Letak & Perancang Kulit

Pamuji Slamet

Alamat Penerbit & Redaksi

Jl. Tubagus Ismail II/2, Bandung 40134

Telp. (022) 2502302

Faks. (022) 2535824

E-mail: akatiga@akatiga.org

Homepage: www.akatiga.org

DAFTAR ISI

Ketahanan dan Kerentanan Usaha Kecil: di antara bencana alam, kebijakan ekonomi, dan lingkungan sosial _____	v
On Sustainability and Vulnerability of Small Enterprises: between natural disasters, economic policy, and social environment _____	xi

BAHASAN UTAMA

Kondisi Usaha Kecil dan Mikro di Daerah Bencana Alam: Potret Pengrajin Gerabah di Pundong - Kabupaten Bantul <i>Dani Hamdan</i> _____	1
Pemulihan Usaha Kecil-mikro dan Penguatan Perempuan di Wilayah Bencana <i>Yuni Pristiwati</i> _____	19
Denyut Usaha Kecil di Pasar Tradisional dalam Himpitan Hipermarket <i>Deni Mukbar</i> _____	37
Kebijakan Ekonomi dan Ketahanan Usaha Kecil-Menengah di Indonesia <i>Thee Kian Wie</i> _____	61

DAFTAR ISI

Melihat ke Negeri Tetangga: usaha kecil di Vietnam <i>Nurul Widyaningrum</i>	83
Jaringan Perempuan Usaha Kecil dan Ketahanan Ekonomi Rumah Tangga: sebuah kasus dari Lombok Timur <i>Dyan Widhyaningsih</i>	99

RUANG METODOLOGI

Kerangka Sosiologis Memahami Dampak Bencana Alam terhadap Usaha Kecil <i>Dede Mulyanto</i>	115
--	-----

RESENSI BUKU

Usaha Kecil dan Tsunami Kapitalisme Global <i>Muhammad Kholikul Alim</i>	127
--	-----

KETAHAHANAN DAN KERENTANAN USAHA KECIL: DI ANTARA BENCANA ALAM, KEBIJAKAN EKONOMI, DAN LINGKUNGAN SOSIAL

Konsep kerentanan usaha mengacu pada dua keadaan, yaitu ada tidaknya sumber daya dan mekanisme yang memadai untuk menghindari sejumlah risiko atau guncangan yang mungkin dihadapi suatu usaha dan derajat kualitas sumber daya yang dimiliki suatu usaha untuk secara efektif mampu menghadapi risiko atau guncangan yang menimpa. Usaha dikatakan rentan bila secara internal dan eksternal tidak mempunyai sumber daya dan mekanisme yang memadai untuk menghadapi risiko atau guncangan. Dalam setiap kegiatan ekonomi selalu terkandung risiko yang tingkatannya berkaitan dengan banyak hal. Begitu pula guncangan. Bedanya, risiko mengandaikan adanya pemahaman akan arena yang dimasuki dan kesadaran akan pilihan; sedangkan guncangan lebih bersifat tiba-tiba. Dalam kerangka memahami kerentanan usaha kecil perlu kiranya mem-

bagi sumber risiko dan guncangan ke dalam sumber sosial-ekonomi dan sumber lingkungan. Sumber-sumber sosial-ekonomi guncangan misalnya adalah krisis ekonomi, perubahan kebijakan, dan kelangkaan sumber daya. Sumber lingkungan misalnya adalah bencana alam. Setiap guncangan bisa menghancurkan atau, paling tidak, mengurangi kemampuan suatu usaha untuk bertahan hidup. Sebagai kasus misalnya dalam artikel **Dani Hamdan** dalam artikel berjudul "Kondisi Usaha Kecil dan Mikro di Daerah Bencana" tentang industri kecil gerabah di Kecamatan Pundong, Bantul, DI Yogyakarta. Dari hasil telusuran di lapangan, Dani Hamdan menemukan bahwa gempa bumi yang terjadi tidak hanya menghancurkan tempat usaha secara fisik, tapi juga mengganggu jalur asupan dan pemasaran. Ketergantungan industri kecil pada bahan baku dan sumber daya manusia se-

tempat menyulitkan pengusaha kecil membangun kembali usahanya tanpa adanya bantuan dari pihak luar. Gempa bumi telah menyulitkan para pengusaha kecil memperoleh kembali bahan baku dan pekerja yang nyatanya sama-sama sebagai korban bencana. Selain itu, karena kegiatan usaha sebagian dilakukan di dalam rumah tinggal, maka gempa tidak hanya menghancurkan tempat tinggal, tapi juga tempat usaha. Boleh dikatakan bahwa pengusaha kecil korban bencana alam mengalami keadaan seperti dalam pepatah 'setelah jatuh, tertimpa tangga pula'.

Masih berkaitan dengan bencana alam, tulisan **Yuni Pristiwati** berjudul "Pemulihan Usaha Kecil-Mikro dan Penguatan Perempuan di Daerah Bencana" menekankan dampak bencana alam terhadap kondisi perempuan pengusaha kecil-mikro. Beban ganda yang ditanggung perempuan karena peran gendernya dalam masyarakat begitu tampak ketika bencana menimpa. Bencana alam tidak hanya menimpakan kesulitan terhadap perempuan sebagai korban, tetapi juga menambah beban yang selama ini sudah ditanggung perempuan. Bencana merupakan satu faktor penting dalam derajat kerentanan perempuan usaha kecil. Tetapi Yuni Pristiwati meyakini bahwa perempuan, baik sebagai

pengusaha kecil maupun sebagai anggota rumah tangga, merupakan sosok yang paling tangguh menghadapi dan membangkitkan kembali usaha kecilnya. Oleh karena itu, perlu adanya program-program khusus yang ditujukan pada pemulihan kembali usaha-usaha kecil yang dikelola perempuan.

Artikel **Dede Mulyanto** berjudul "Kerangka Sosiologis Memahami Dampak Bencana Alam terhadap Usaha Kecil" menyoroti beberapa variabel penting dalam analisis sosial dampak bencana. Pertama, bencana dikaitkan dengan derajat kerentanan atau ketahanan usaha. Dalam kerangka konsep kerentanan, bencana alam berada di sisi guncangan (*shock*) yang dampaknya terkait langsung dengan kemampuan usaha dan pelaku usaha menghadapinya. Kemampuan ini berkaitan dengan ada tidaknya cadangan modal usaha baik berupa keuangan maupun jaringan sosial. Pelaku usaha kecil adalah juga anggota suatu kolektif. Bencana alam, berbeda dengan sumber-sumber guncangan usaha lainnya, menimpa pelaku usaha bukan hanya sebagai usahawan semata, melainkan juga sebagai anggota rumah tangga, anggota kelompok kekerabatan, dan warga pertetangga. Oleh karena itu, kajian dampak bencana perlu juga memperhatikan arena

sosial-budaya tempat pelaku usaha berada.

Bila Dani Hamdan dan Yuni Pristiwati membahas dampak bencana alam terhadap kondisi usaha kecil di tempat bencana, maka **Deni Mukbar** lewat artikel berjudul "Denyut Usaha Kecil di Pasar Tradisional dalam Himpitan Hipermarket" menyoroti 'bencana ekonomi' yang harus dihadapi usaha-usaha kecil, yaitu pertumbuhan luar biasa pasar-pasar eceran modern seperti supermarket atau hipermarket di antara pasar-pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan tempat para pedagang eceran menjalankan usahanya. Konon, menjamurnya pasar-pasar eceran modern yang menjangkau hingga permukiman penduduk telah menjadi pesaing yang bisa mematikan kegiatan usaha pedagang-pedagang eceran kecil. Oleh karena itu, mekanisme pangaturan dipandang menjadi satu hal yang diperlukan untuk menjaga keselarasan dan sehatnya persaingan antarusaha eceran, terutama antara hipermarket dan pedagang kecil di pasar-pasar tradisional.

Artikel Deni Mukbar menjadi mudah dipahami bila disambung dengan ulasan oleh **Muhammad Kholikul Alim** atas buku karya El Fisgon berjudul *Menghadapi Globalisasi: Kiat Gombal*

buat Pengusaha Kecil terbitan Marjin Kiri, 2006. Dalam ulasan tersebut tergambar bahwa di dalam formasi sosial kapitalisme global, usaha-usaha kecil hanya pernak-pernik yang rentan untuk jatuh dihantam kekuatan pemodal besar yang memasuki pasar produknya. Kebertahanan usaha kecil hanya memungkinkan ketika produk mereka hanya menjadi bagian dari pemenuhan kebutuhan kelas pekerja. Dengan kata lain, tetap hidupnya usaha-usaha kecil bukan karena derajat ketahanan usaha kecil yang baik, tetapi karena dibutuhkan sistem kapitalis untuk memelihara dan membentuk ulang sejumlah tertentu kelebihan tenaga kerja dalam barisan kelas pekerja yang memungkinkan kapital besar menghisapnya.

Derajat kerentanan usaha kecil, menurut artikel **Thee Kian Wie** berjudul "Kebijakan Ekonomi dan Ketahanan Usaha Kecil-Menengah di Indonesia", juga harus dilihat dari aspek kebijakan pemerintah. Menurut Thee, kebijakan yang berorientasi pada 'kesejahteraan' akan melenakan usaha kecil sehingga usaha-usaha kecil tidak akan mampu bersaing dengan baik pada saat pintu persaingan dibuka atau ketika usaha tersebut harus memasuki pasar ekspor yang tingkat risiko dan guncangannya besar, misalnya. Thee melihat adanya kebutuhan

untuk mengubah orientasi kebijakan-kebijakan terhadap usaha kecil dari sekadar menjadi bagian dari upaya 'pengentasan kemiskinan' menjadi kebijakan yang memungkinkan penguatan ketahanan usaha kecil menghadapi risiko dalam arena-arena atau kondisi baru. Sudah saatnya kebijakan terhadap usaha kecil tidak untuk melindungi usaha kecil dari persaingan tetapi melembagakan persaingan. Selain untuk menutup kemungkinan munculnya monopoli di tangan segelintir pelaku usaha tertentu dan diskriminasi bagi pelaku usaha lain yang tidak mempunyai hubungan kolusif dengan pelaksana kebijakan, melembagakan persaingan itu berguna juga untuk meningkatkan daya tahan usaha menghadapi persaingan.

Satu sejarah perkembangan kondisi usaha kecil di Vietnam dijabarkan **Nurul Widyaningrum**. Dalam esai berjudul "Melihat ke Negeri Tetangga: Usaha Kecil di Vietnam", Widyaningrum menggambarkan jatuh banggunya kedudukan usaha kecil dalam sejarah ekonomi Vietnam sebelum dan setelah revolusi komunis menguasai seluruh Vietnam. Bahkan, pembahasan juga diarahkan pada perkembangan kondisi kontemporer usaha-usaha kecil. Pada intinya, Widyaningrum hendak mengajak kita mengambil hikmah dari kasus Vietnam yang menunjuk-

kan peran penting usaha kecil-mikro dalam sistem ekonomi yang mengalami transisi dari sistem ekonomi terpusat ke sistem ekonomi pasar. Meskipun terdapat perdebatan tentang peran *Doi Moi* di dalam pertumbuhan sektor swasta ini (yaitu, apakah *Doi Moi* mendorong tumbuhnya usaha-usaha kecil atau sebaliknya), *Doi Moi* merupakan titik balik pengakuan pemerintah Vietnam akan adanya usaha-usaha pribadi yang beroperasi secara informal. Sektor informal di Vietnam menjadi akar tumbuhnya usaha-usaha kecil dan menengah di Vietnam dan berperan penting di dalam mendorong ekonomi Vietnam. Meskipun demikian, pengamatan yang lebih dalam terhadap kondisi usaha kecil menunjukkan masih adanya kendala dan hambatan yang dialami usaha kecil. Di samping kendala-kendala 'klasik' seperti akses terhadap sumber modal, hambatan juga muncul dari pendekatan pemerintah Vietnam terhadap usaha kecil. Dalam sistem ekonomi sosialis yang terpusat, usaha milik negara memonopoli kegiatan ekonomi, dan dengan demikian menghambat tumbuhnya sektor usaha kecil. Dalam sistem ekonomi pasar yang diterapkan sekarang, pemerintah Vietnam dinilai lebih memberikan kemudahan terhadap pengusaha asing dibandingkan dengan pengusaha lokal.

Jauh dari riuh-rendahnya pembahasan skala makro, dalam "laporan dari lapangan" berjudul "Jaringan Usaha Kecil dan Ketahanan Ekonomi Rumah Tangga", **Dian Widyaningsih** lebih melihat langsung dari lapangan bahwa faktor jaringan sosial yang dimiliki pelaku usaha kecil sebagai unsur penting dalam ketahanan usaha. Dengan masuknya pelaku-pelaku usaha kecil dalam sebuah jaringan yang terorganisasi, maka beberapa persoalan yang biasanya menjadi masalah klasik usaha kecil-mikro, seperti kesulitan pendanaan yang berujung pada ketergantungan terhadap rentenir sebagai sumber dana tunai, bisa dihi-

langkan. Kelompok pelaku usaha terorganisasi juga merupakan wahana pengembangan keterampilan dan informasi usaha. Pada titik puncaknya, kelompok ini bisa menjadi alat perjuangan kebijakan di tingkat daerah yang memungkinkan masuknya pengaruh dalam pembuatan kebijakan yang memihak usaha-usaha kecil. Intinya, organisasi sebagai simpul jaringan sosial pengusaha merupakan faktor penting dalam membangun ketahanan usaha menghadapi guncangan.

[Redaksi]



ON SUSTAINABILITY AND VULNERABILITY OF SMALL ENTERPRISES: BETWEEN NATURAL DISASTERS, ECONOMIC POLICY, AND SOCIAL ENVIRONMENT

The concept of vulnerability of enterprises refers to two conditions, the availability of adequate resources and mechanism in minimizing risks or shocks that may be faced by an enterprise and the level of resource quality owned by enterprises to effectively cope with the risks and shocks. An enterprise is vulnerable if it does not have any adequate resources and mechanisms, both internal and external, to encounter risks and shocks. Every economic activity contains risks and potential shocks, and the level of risks and shocks are determined by various factors. The difference between a risk and a shock is that a risk assumes that the actor has any understanding about the arena they are entering and awareness about the options available, while shock is a more unpredicted event. In understanding the vulnerability of small enterprises, sources of risks and shocks could be divided

into two categories, the social-economy source and the environmental source. The social-economy source comes in the form of economic crisis, policy changes, and resources scarcity. An example of environmental source is natural disasters. Any shocks experienced by small enterprises could destroy or reduce their ability to sustain. This can be seen, for example, in the article written by **Dani Hamdan**, "The Condition of Small Micro Enterprises in a Region Struck by Natural Disaster", which looks at the small pottery industry in the sub-district of Pundong, Bantul, DI Yogyakarta. From his field exploration, Dani Hamdan found out that the earthquake did not only destroy businesses physically, it also disturbed the distribution of input and output materials. The dependency of small industries on local raw materials and human resources complicates their effort to re-

build their businesses without help from outside. The earthquake has made it difficult for small businesses to collect their raw materials and their workers, because all of them are affected by the disaster. Besides, the fact that some business used their own home as a place for business made thing worse because the earthquake did not only destroy their homes but also their base of business. It can be said that those small businesses, victims of the natural disaster, are in the condition like the saying 'setelah jatuh, tertimpa tangga pula' or 'after falling, struck down by a ladder too'.

Still related to natural disaster, an article by **Yuni Pristiwati** entitled "The Recovery of Small Micro Enterprises and the Strengthening of Women in Disaster Struck Region" focuses on the impact natural disasters on the condition of women in small and micro enterprises. Double burden experienced by women because of her gender roles in society become more obvious when disaster hit their business. Natural disasters did not only cause difficulties for women as victims but also added more burden on them. Disaster is an important factor in affecting the degree of vulnerability of small enterprises run by women. However, Yuni Pristiwati assures that women, either

as small entrepreneurs or as a member of a household, are the strongest figures in managing and rebuilding their business. Therefore, there should be some special programs targeted to the recovery of small enterprises run by women.

Dede Mulyanto's article entitled "A Sociological Frame in Understanding the Impact of Natural Disaster on Small Enterprises" focuses on several important variables in social analysis of the impacts of disasters. First, disaster is related to the level of vulnerability or sustainability of enterprises. In the vulnerability framework, natural disaster is categorized as a shock that directly affect the ability of enterprises and the entrepreneurs to cope with the shock. The ability to cope is determined by the availability of any extra capital, both in terms of financial capital or social network capital. The actors in small enterprises are also a member of a collection. Natural disasters, different from other sources of instability for enterprises, affect these actors not only as their role as entrepreneurs but also as a members of a household, as a member of a kin, and also as a member of a neighborhood. On this ground, research on disaster impacts should also focus on the social-culture arena where these actors are located.

As Dani Hamdan and Yuni Pristiwati discuss the impact of natural disasters on small enterprises in the area of disaster, **Deni Mukbar's** article, "The Pulse of Small Enterprises in the Traditional Market in the Pressure of Hypermarkets" focuses on an 'economic disaster' experienced by small enterprises, which comes in the form of the growing number of the modern retail market such as supermarkets and hypermarkets among the traditional markets. The traditional market is a place where retail traders run their business. It is said that the growth of modern retail markets that reached residential areas has made them a competitor to small retailer owned by individuals and that this modern retail can end the business of small retailers. Therefore, the arrangement mechanism is seen as an important tool to maintain a balance and healthy competition among retail enterprises, especially between hypermarkets and small traders in traditional markets.

It will be easier to understand Deni Mukbar's argument if we also read the book review section, where **Muhammad Kholikul Alim** reviews a book by El Fisgon entitled "Menghadapi Globalisasi: Kiat Gombal buat Pengusaha Kecil" published by Marjin Kiri in 2006. The review describes that in the social formation of global capitalism,

small enterprises are vulnerable to be destroyed by the power of large capitalists who enter their market. The sustainability of small enterprises is only possible when their products serve the basic need of working class. In other words, small enterprises survive not because of their good level of sustainability, but because they are needed by capitalist system to take care and to reuse the surplus of labors which in turns will be absorbed by the large capitalist.

The vulnerability level of small enterprises, according **Thee Kian Wie** in his article entitled "Economic Policy and the Sustainability of Small Medium Enterprises in Indonesia", should also be viewed from the aspects of governments' policy. Thee argues that policies oriented towards 'prosperity' will only weaken small enterprises so that they would not have the capability to compete when, for example, the door to competition are opened or when their business have to enter the export market with higher level of risks and shocks. Thee argues that there is a need to change the orientation of our policy in small enterprises, from being only a part of a 'poverty alleviation' effort to policies that encourages the strengthening of small enterprises' sustainability in coping with the risks in various arenas or

in new conditions. It is time that policies for small enterprises are aimed to not protect small enterprises from competition but to institutionalize competition itself. Aside from minimizing monopoly in the hands of a few actors and preventing discrimination towards actors who do not have any special connection with policy makers, institutionalizing competition would also increase the capacity of business in participating in competition.

A history of the development of small business in Vietnam is described by **Nurul Widyaningrum**. In her article entitled "A Glance to Our Neighbor: Small Enterprises in Vietnam", Widyaningrum describes the rise and fall of small business in Vietnam's economic history before and after the communist revolution took over. Her article also discusses the recent conditions of Vietnam's small businesses. In a nutshell, her article wants to encourage us to learn from case of Vietnam, by pointing out that small micro enterprise has an important role in the time of transition from a centralized economy system to the market economy system. Although there is debate on the role of *Doi Moi* in the growth of this private sector (whether *Doi Moi* foster the growth of small business in Vietnam or vice versa), *Doi Moi* serves as an acknowledgment from the Vietnam

government about the existence of informal private enterprises. The informal sector in Vietnam has become the source of small and medium enterprises' development in Vietnam and has an important role in fostering the economy of Vietnam. However, a deeper observation on the conditions of the small enterprises shows that small enterprises in Vietnam still face obstacles and constraints. Aside from "classic" constraints such as access to capital, constraints also come from the approach of the Vietnam government towards small enterprises. In a centralized economic system, the nation's enterprises monopolize all economic activities, thus hampering the growth of the small enterprise sector. In a market economy system implemented today, the government of Vietnam is considered as providing more facilities to foreign entrepreneurs than to local entrepreneurs.

Far from the discussion at the macro level, in a "report from the field" entitled "The Network of Women' Small Enterprises and the Sustainability of the Household Economy", **Dian Widyaningsih** shows that the social network owned by the owner of small business serves as an important element in sustaining their business. By joining in an organized network, several "classic" and general problems,

such as problem in accessing capital, which results in the dependence on creditors or loan sharks, can be solved. This organization of entrepreneurs can also serve as the place to develop their skills and to obtain business information. At its best, this group can help small business in influencing policy-making process at the local level in creating supportive

policies for small business development. In essence, an organization as a knot for social network of entrepreneurs is an important factor in developing the sustainability of small business to cope with potential shocks.

[Editor]



KONDISI USAHA KECIL DAN MIKRO DI DAERAH BENCANA ALAM: POTRET PENGRAJIN GERABAH DI PUNDONG - KABUPATEN BANTUL

Dani Hamdan¹

Abstract

This article describes the condition of small enterprises in disaster-affected area, based on a case study on pottery small industries in Yogyakarta after the earthquake. Pottery industries must be examined from two sides, the family side and the enterprise side. The earthquake that hit this industry affects in two level, the direct and indirect loss. The direct loss was caused by the product's unique characteristic, its fragility, and by its dependency on local sources of input, which were also destroyed by the disaster. The indirect loss is related with the loss of potential business development because they had to make up the loss first. Therefore, efforts to rebuild the business should also pay attention on recovering physical infrastructure, rebuilding business networks by improving consumers' trust, and providing financial capital assistance.

Pendahuluan

Bencana alam yang datang silih berganti belakangan ini telah menyebabkan kerugian, baik material maupun nonmaterial sangat besar bagi penduduk di daerah bencana. Kerugian dia-

lami juga sektor-sektor yang digeluti para pelaku usaha kecil dan mikro. Sektor ekonomi produktif mayoritas pelaku usaha di Indonesia ini banyak yang mengalami keterpurukan. Kerugian pelaku usaha mikro dan kecil, selain kerugian langsung, juga kerugian

¹ Penulis adalah sekretaris eksekutif pada Jaringan Nasional Pendukung Usaha Kecil Menengah (JNPUKM).

lain berupa hilangnya potensi pengembangan usaha yang telah dibangun. Kerugian potensial ini misalnya berupa rusak atau hilangnya akses terhadap sumber permodalan serta akses pasar yang dalam tahap pemulihan kembali membutuhkan waktu jauh lebih lama.

Tulisan ini mencoba menggambarkan secara ringkas kondisi pengrajin gerabah di daerah Pundong, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sentra pengrajin gerabah di wilayah ini mengalami kerusakan yang cukup parah dalam gempa bumi yang melanda DI Yogyakarta dan Jawa Tengah pada tanggal 27 Mei 2006 silam. Tulisan ini secara khusus menyoroti upaya pemulihan kembali usaha pascabencana dengan mengesampingkan proses penanganan tanggap darurat (*emergency*) pascabencana. Potret kecil ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kondisi dan kesulitan yang dialami para pelaku usaha mikro kecil subsektor pengrajin gerabah pascagempa bumi. Pada bagian akhir tulisan, penulis juga menawarkan beberapa usulan mengenai upaya pemulihan yang lebih baik dalam konteks penanganan pascabencana alam.

Di dalam konteks usaha mikro kecil, pemulihan kembali harus dibagi ke

dalam dua bagian besar, yaitu pemulihan sarana fisik dan perbaikan jaringan asupan (*input*) dan keluaran (*output*) yang sudah terbangun. Perbaikan jaringan usaha lebih ditujukan untuk membangun kembali kepercayaan dengan mata rantai usaha lain baik di sektor hulu maupun di hilir. Misalnya memperbaiki dan mengembalikkan kepercayaan pemasok bahan baku, pihak perbankan, dan pembeli hasil produk (*buyer*). Pengembalian kepercayaan ini untuk menghilangkan kesan bahwa pelaku usaha mikro kecil telah kehilangan kemampuan produktifnya setelah tertimpa bencana. Persoalannya, perbaikan jaringan usaha sering tidak mendapatkan perhatian yang sungguh-sungguh. Pemulihan kembali sudah dianggap berhasil ketika pembangunan kembali sarana fisik sudah dilakukan. Dalam konteks pelaku usaha mikro dan kecil, patokan ini *"good but not sufficient"*, baik tetapi belum cukup. Tentu ada persoalan lain. Sulitnya pengukuran tingkat kepercayaan pelaku-pelaku usaha dalam jaringan usaha hulu-hilir secara tepat menyulitkan penentuan ukuran pulih atau tidaknya jaringan usaha. Pemulihan sarana usaha secara fisik—yang relatif lebih mudah diukur—masih mengalami berbagai kendala yang menyebabkan ketidakberesan penanganan pascabencana.

Kita tentu mafhum bahwa dalam urusan menangani bencana ada persoalan besar yang dihadapi bangsa ini, yaitu rendahnya kualitas dan ketersediaan sistem peringatan dini (*early warning system*) yang menyebabkan dampak bencana sulit untuk diantisipasi dan dikurangi. Selain itu, kita juga menghadapi kenyataan bahwa upaya pemulihan pascabencana seringkali tidak sistematis, cenderung tumpang tindih, dan reaktif.

Dalam persoalan sistem peringatan dini terlihat betapa lemahnya otoritas pemberi peringatan dalam menyampaikan informasi tentang bencana alam. Kondisi ini diperburuk dengan manajemen sistem informasi yang tidak merata, cenderung terpenggal-penggal, dan bahkan seringkali saling bertolak belakang. Manajemen sistem informasi pada tingkatan tertentu semakin melemah otoritasnya. Dalam persoalan pemulihan, kita juga sangat mafhum dengan istilah "bantuan bencana berubah menjadi bencana bantuan". Inilah potret tempat wajah kesukarelawanan menangani bencana berubah menjadi ruang bagi pencapaian beragam kepentingan yang terlepas dari konteks bencana.

Kecamatan Pundong-Bantul Sebagai Sentra Industri Gerabah

Kabupaten Bantul terletak di bagian selatan Kota Yogyakarta dan mencakup 15,9% luas Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Selain memiliki lahan pertanian luas, Kabupaten Bantul juga memiliki beragam sentra industri kecil yang dominan mendukung citra DIY sebagai salah satu tempat kunjungan wisata di tanah air. Fakta ini sangat dipahami, mengingat Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Bantul dari sektor pariwisata pada tahun 2000 tercatat sebesar 1,8 milyar rupiah dan hampir mendekati 5 milyar rupiah pada tahun 2004. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara maupun domestik terus meningkat setiap tahun. Pada tahun 2004, jumlah wisatawan mancanegara mencapai 2726 pengunjung/bulan dan wisatawan domestik sebanyak 134.100 pengunjung/bulan (Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul 2004). Data pariwisata ini cukup menegaskan bahwa sentra-sentra industri kecil kerajinan di Kabupaten Bantul sangat mendukung sektor pariwisata setempat.

Statistik yang dikeluarkan Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kabupaten Bantul tahun 2004 menunjukkan setidaknya ada 73 sentra

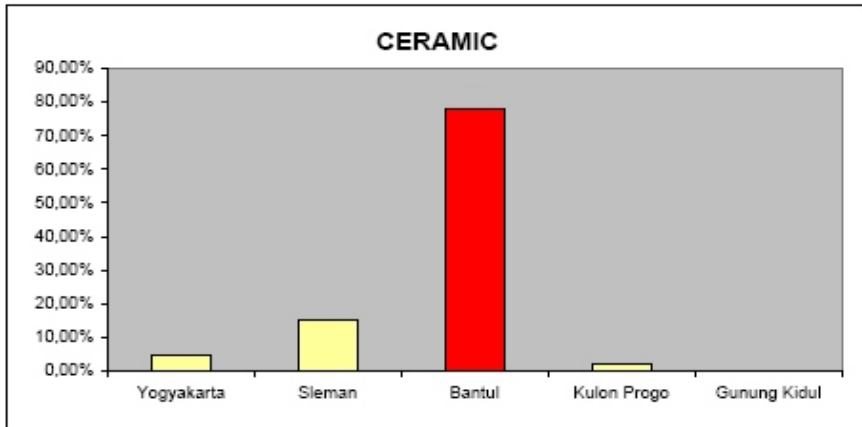
industri kecil yang tersebar di seluruh Kabupaten Bantul. Sentra-sentra tersebut meliputi sentra industri makanan/minuman sebanyak 25 sentra dan sentra kerajinan sebanyak 48 lokasi. Keterampilan yang dimiliki oleh para pelaku usaha mikro kecil di wilayah ini merupakan keterampilan yang diturunkan secara turun temurun. Ragam industri kecil tersebut meliputi industri genteng dan bahan dari semen, aksesoris/perhiasan, industri berbahan kulit, tatah sungging, batik, songket, bordir, industri logam/ pandai besi, industri berbahan kayu-bambu dan *meubelair/furniture*.

Dalam konteks terjadinya bencana alam, sulit mengukur dampak yang ditimbulkan. Kesulitan yang sama dialami karena begitu terbarnya sentra industri kecil di wilayah ini. Melihat ragam industri yang ada, industri-industri kecil ini memiliki satu karakteristik yang sama yaitu membutuhkan bahan baku dan peralatan kerja tertentu serta menuntut adanya keterampilan yang khusus. Keterampilan yang dimiliki oleh para pelaku usaha mikro kecil di wilayah ini merupakan

keterampilan yang didapatkan secara turun temurun. Peningkatan keterampilan kerja didapatkan dengan cara belajar sambil terus menerus melakukan pekerjaan (*learning by doing*). Lamanya pengalaman bekerja akan semakin meningkatkan keterampilan para pekerja industri kecil kerajinan tersebut. Proses peningkatan keterampilan ini adalah proses belajar yang terus menerus.

Dari berbagai jenis industri yang ada, industri gerabah memegang peranan paling penting. Selain karena jumlah unit usaha dan penyerapan tenaga kerja yang paling banyak, jumlah produksinya pun menempati persentase paling tinggi. Lebih dari 70% produksi gerabah DIY dihasilkan di Kabupaten Bantul (lihat tabel 1). Sentra unit usaha kecil gerabah Bantul tersebar di tiga kecamatan meliputi Kasihan, Pundong, dan Sedayu dengan sebaran di lima desa. Data tahun 2004 menunjukkan sentra usaha keramik Bantul terdiri dari 639 unit dengan 2.607 tenaga kerja dan rata-rata produksi 2.965.400 buah gerabah per tahun.

Tabel 1 Kontribusi Produk Gerabah Bantul



Sumber: Komite Percepatan Pemulihan Ekonomi Yogyakarta, Disperindagkop DIY, 2006

Di Kecamatan Pundong sendiri, sentra industri kecil gerabah tersebar di 2 desa yaitu Desa Panjangrejo dan Srihardono. Sementara industri makanan terdapat di Desa Sriharjo untuk industri kerupuk dan Industri pati ubi kayu bersamaan terdapat di Desa Srihardono. Jika melihat data statistik yang

ada, sentra industri gerabah jauh lebih besar dibandingkan dengan sentra industri makanan. Dalam konteks kerentanan terhadap bencana alam, industri gerabah juga menarik untuk dicermati mengingat karakter hasil produksinya yang rentan (*fragile*) terhadap guncangan secara fisik.

Tabel 2 Data Industri Mikro Kecil Gerabah di Kecamatan Pundong

No.	Desa	Unit	Jumlah Tenaga Kerja	Kapasitas Produksi	Nilai Investasi (dalam 000)
1	Panjangrejo	183	500 orang	1,237,500 buah	125,750
2	Srihardono	9	27 orang	712,500 buah	13,125

Sumber: Dinas Perindagkop Kab. Bantul, 2006

Pascagempa bumi bulan Mei 2006 silam, Kecamatan Pundong merupakan salah satu daerah yang mengalami kerusakan berat. Data yang dihimpun KP2Y dengan merujuk pada Media Centre per 7 Juni 2006, atau sekitar 1 bulan pascagempa, menunjukkan bahwa Kecamatan Pundong merupakan salah satu daerah yang mengalami kerusakan berat. Sebagai salah satu pusat industri kecil gerabah, kerentanan pascagempa di wilayah ini menjadi menarik untuk ditelisik lebih jauh.

Hasil kerajinan gerabah Kabupaten Bantul secara keseluruhan dipasarkan untuk konsumen dalam negeri. Sebagiannya sudah beorientasi ekspor. Data statistik juga menunjukkan bahwa total realisasi ekspor hasil kerajinan gerabah pada tahun 2004 mencapai nilai 448.661,28 US dollar. Jumlah ini merupakan 60% dari total ekspor kerajinan Provinsi DIY (Lihat Tabel 1 sebagai perbandingan). Perkembangan industri mikro kecil kerajinan gerabah di Kecamatan Pundong sendiri telah tumbuh sejak tahun 1978 dan terus mengalami perkembangan dari tahun ke tahun, terutama dari sisi perkembangan penyerapan tenaga kerja, jumlah omzet, dan jumlah serta variasi produk yang dihasilkan. Meskipun belum tersedia data yang akurat, namun dapat dipastikan bahwa perkembangan ini mengalami kemandekan,

bahkan penurunan yang cukup signifikan pasca terjadinya musibah gempa bumi bulan Mei 2006 silam. Untuk data sementara, nilai kerusakan pascabencana gempa dapat dilihat pada Tabel 3.

Profil dan Kondisi Sentra Gerabah di Pundong Sebelum Gempa

Ciri khas yang menarik dari kerajinan gerabah sebagai pendukung sektor pariwisata unggulan adalah nilai artistik yang dikandung dalam setiap produk. Ciri ini acap kali melampaui nilai hasil kerajinan gerabah secara fungsional. Beragam produk seperti tempayan (*maron*), tempat berwudu (*padasan*), tungku, asbak, tempat menyimpan botol, tempat lilin, patung, nampan buah-buahan, tempat panyung, kap lampu, topeng, dan lain-lain dibentuk dalam nuansa tradisional. Produk gerabah juga dapat dibedakan antara produk alami/natural dan produk yang sudah diproses ke dalam tahap pengecatan. Selain itu, karakteristik lain dari industri gerabah yang cukup menonjol adalah tingginya tuntutan akan perubahan desain yang harus mengimbangi kecenderungan (*trend*) pasar terus-menerus, terutama pasar internasional.

Bahan dasar pembuatan gabah adalah sejenis tanah liat dengan karakteristik tertentu. Untuk wilayah Pundong, tanah liat didapatkan dari Godan, Kabupaten Sleman. Harga tanah untuk bahan dasar ini adalah Rp300.000,-/3,5 m³ atau per 1 bak mobil jenis *pick up*. Tanah liat ini setelah dicampur dengan bahan tertentu seperti kaolin kemudian dibentuk sesuai dengan gerabah yang ingin dihasilkan dan akan menjadi gerabah setengah jadi. Ada dua jenis hasil gerabah, pertama gerabah yang dihasilkan dengan dibentuk tangan menggunakan *hand wheel* atau *kick wheel*. Yang kedua adalah gerabah yang dihasilkan dengan cara dicetak menggunakan gips atau tanah model.

Alat cetak gerabah terbuat dari bahan dasar gips. Bahan gips dibeli dengan harga Rp60.000,- per karung yang biasanya dipakai untuk membuat 23 model cetakan untuk 10–20 buah gips cetakan, tergantung jenis dan ukuran. Gips akan dibentuk sesuai dengan bentuk "tanah model" tiga dimensi. Setelah tanah model dibentuk, kemudian dibuatlah cetakan dari gips mengikuti model tersebut. Setelah menutupi seluruh permukaan tanah model, cetakan gips dibiarkan sampai mengeras untuk kemudian dilepaskan dan terbentuklah cetakan gerabah. Ke dalam cetakan gips inilah kemudian

tanah liat dimasukkan agar mengikuti bentuk gerabah yang diinginkan.

Untuk model yang tidak dicetak, gerabah dibuat dengan menggunakan *hand wheel* atau *kick wheel*, sejenis alat yang diputar secara manual. Alat ini memiliki permukaan yang bundar dan datar, yang akan ikut berputar ketika secara manual dikayuh atau diputar. Tanah liat untuk membentuk gerabah diletakkan di atas permukaan yang berputar dan dibentuk dengan tangan sesuai model yang diinginkan.

Setelah menjadi bahan setengah jadi, gerabah-gerabah tersebut kemudian dikeringkan sebelum dibakar di tungku pembakaran dengan suhu sangat tinggi. Lamanya pembakaran gerabah di tungku berkisar 3–5 jam dengan suhu kisaran 300°C–750°C, tergantung ukuran gerabah dan hasil bakaran yang diinginkan. Permukaan dalam tungku yang dilapisi kaolin sangat membantu mempercepat pencapaian suhu yang dikehendaki. Hasil dari pembakaran ini menjadikan bahan dasar gerabah mengeras dan berwarna kemerahan. Untuk gerabah tertentu yang ingin dihasilkan dengan warna lain, bahan dasar gerabah dibakar dua kali setelah diberi cairan pewarna tertentu. Setelah diangkat dari tungku pembakaran dan dingin, *finishing* dari proses pembuatan gerabah ini di-

lakukan dengan memberikan sentuhan akhir secara artistik. Ada gerabah yang diberi permukaan bambu, dicat, diberi permukaan mengkilat, dan lain-lain sesuai dengan hasil yang dikehendaki atau sesuai dengan pesanan.

Seperti telah diuraikan sebelumnya, hasil gerabah Pundong ditujukan untuk pasar domestik maupun pasar luar negeri/ekspor. Kebanyakan gerabah dibuat berdasarkan pesanan, meskipun ada juga yang dibuat tanpa berdasarkan pesanan, misalnya untuk gerabah model baru yang ingin diperkenalkan. Akses pasar gerabah dari Pundong dikirimkan melalui *trader* (pedagang perantara) di Jogja, Bali, dan Jakarta.

Beberapa Aspek Kerentanan UMK di Subsektor Gerabah

Kondisi subsektor usaha mikro kecil gerabah yang demikian dinamis dan terus tumbuh di Kecamatan Pundong memiliki kerentanan eksternal yang cukup kuat, termasuk kerentanan fisik yang disebabkan oleh bencana alam. Setiap produk yang dihasilkan adalah produk yang sangat mudah pecah. Kondisi ini diperburuk dengan in-

frastruktur penyimpanan (*storage*) yang tidak memadai, dalam arti tidak cukup melindungi produk dari kerusakan fisik. Pada tahapan pemulihan kembali, kesulitan juga dialami karena kurangnya jumlah pengusaha yang mengasuransikan aset usahanya. Forum Daerah Usaha Kecil Menengah (Forda UKM) Yogya, sebuah perkumpulan UKM yang salah satu basis anggotanya berada di Kecamatan Pundong, menyebutkan bahwa pelaku usaha mikro kecil sektor gerabah masih sangat kurang pemahaman pentingnya asuransi. Ditengarai bahwa kurang dari 10% pelaku usaha mikro kecil gerabah di Pundong yang telah memiliki polis asuransi. Kondisi ini disebabkan oleh adanya pandangan pelaku usaha bahwa usaha berskala mikro kecil tidak memerlukan asuransi.

Dari sisi tenaga kerja, ketiadaan jaminan (asuransi) kesehatan turut memperberat upaya pemilik usaha maupun pekerja untuk segera pulih dan kembali berkegiatan produktif. Dari sisi mata rantai, usaha-usaha mikro kecil secara geografis saling berdekatan, sehingga bencana gempa bumi akan turut menghancurkan mata rantai hulu maupun hilir di sekitar lokasi usaha tersebut.

Tabel 3 Perkiraan Jumlah dan Nilai Kerusakan Pascabencana Gempa

	Damage / Loss Value		
	Building	Equipment	Capital
Ceramic	10.491.546.500	8.812.899.060	1.678.647.440
Furniture	13.103.000.000	3.946.200.000	10.331.392.500
Leather	10.190.000.000	5.465.000.000	3.070.000.000
Foods	NA	NA	NA
Silver	9.311.150.000	156.166.000	127.300.000
	43.095.696.500	18.380.265.060	15.207.339.940

Sumber: Komite Percepatan Pemulihan Ekonomi Yogyakarta, Disperindagkop DIY, 2006

Bencana yang serentak dan meluas di sekitar lokasi pengrajin gerabah ini juga menyebabkan terjadinya perubahan terhadap permintaan dan penawaran (*supply-demand*) jenis komoditi tertentu yang mengubah harganya. Salah seorang pengrajin gerabah mengungkapkan terjadinya perubahan harga bambu anyam bahan *finishing* produk gerabah *terracota*. Sebagai contoh, harga selempar bambu anyam dengan lebar 2x3m² mengalami perubahan dari Rp9000,- menjadi Rp23.000,-. Hal ini karena meningkatnya permintaan lokal terhadap bambu sebagai bahan bangunan untuk proses pemulihan kembali fisik. Pada kurun pembangunan kembali tersebut, permintaan terhadap sejumlah bahan bangunan meningkat dengan tajam.

Namun hal serupa tidak terjadi pada semen karena adanya subsidi dari pabrik semen selama tahap perbaikan fisik wilayah bencana. Semen cenderung mengalami penurunan harga 510%. Peningkatan harga sejumlah bahan bangunan pada gilirannya menyebabkan terjadinya peningkatan biaya pemulihan fisik, terutama untuk rumah, *brek*, dan tungku pembakaran gerabah. Sementara itu, terjadi penurunan persediaan bahan dasar tanah liat karena berkurangnya jumlah tenaga kerja yang mengambil tanah liat.

Terkait dengan omset, seorang pengrajin mengakui adanya penurunan pendapatan yang sampai 70%. Kecenderungan penurunan ini dirasakan dengan membandingkan omset rata-rata bulanan dengan omset pada bulan pertama pascabencana. Penurun-

an terutama dirasakan dari produk-produk berorientasi ekspor. Sejumlah produk yang sudah siap kirim hampir hancur total, sementara pada saat yang sama memproduksi gerabah hampir tidak mungkin dilakukan. Hal yang dapat dilakukan oleh pengrajin gerabah di dalam kondisi seperti ini adalah melakukan perbaikan ulang terhadap produk yang hanya mengalami sedikit kecacatan. Pada beberapa lokasi di Pundong, sejumlah pengrajin melakukan *finishing* terhadap bahan dasar gerabah yang tidak mengalami kerusakan.

Salah seorang pengrajin gerabah yang lain mengakui bahwa kepercayaan bank terhadap usahanya sempat mengalami penurunan. Pihak bank sempat tidak percaya bahwa unit usahanya dapat bangkit kembali mengingat kerusakan fisik yang dialami sangat parah. Di wilayah Pundong ini kita dapat mengamati betapa banyaknya bangunan hancur yang kemudian diratakan dengan tanah. Kepercayaan pihak bank agak sedikit pulih karena *track record* usahanya selama ini sangat baik dalam hal pengembalian pinjaman. Pihak bank juga akhirnya

mengucurkan pinjaman sebesar Rp17.000.000,- setelah melihat dan mempelajari surat-surat pemesanan dari pembeli yang harus segera dipenuhi. Sebagian dari pinjaman ini segera digulirkan untuk proses produksi meski dengan kondisi yang sangat minim. Sebagian dana pinjaman tersebut dipergunakan sebagai cadangan jika sewaktu-waktu dibutuhkan untuk situasi darurat. Namun demikian, tidak cukup banyak pengrajin gerabah yang mendapatkan kembali kepercayaan dari bank dengan cukup cepat.

Di dalam proses pemulihan kembali ini, sejumlah perkumpulan usaha seperti Forda UKM, Asmino, Kadin Daerah, dan Asephi di Yogyakarta membentuk konsorsium KP2Y (Komite Pemulihan Perekonomian Yogyakarta). Salah satu keberhasilan komite ini adalah membuka akses pinjaman lunak dari Bank Mandiri, Bank Rakyat Indonesia (BRI) dan Bank BTN. Skema pinjaman bank-bank ini cukup membantu pengrajin gerabah untuk memperbaiki sarana usaha dan memulai produksinya kembali.

Tabel 4 Skema Pinjaman Lunak 3 Bank di Bantul dalam Proses Pemulihan kembali

Nama Bank	Besar Pinjaman (Rp.)	Bunga	Lama Pinjaman	Peruntukan
BNI dan Bank Mandiri	Sampai 5 juta	6%/ tahun	1—5 tahun	Sarana usaha dan proses produksi
	5—10 juta	(tanpa agunan) 6%/ tahun		
	10—20 juta	8%/ tahun		
	20—30 juta	10%/ tahun		
Bank BTN	Sampai 42 juta	5,5%/ tahun	Sampai 10 tahun	Hanya untuk membangun sarana fisik usaha

Sumber: KP2Y Yogyakarta, 2006

Peran perkumpulan UKM sangat strategis di dalam kondisi pascabencana ini. Salah satu peran inovatif yang dilakukan oleh Forda UKM Jogja, misalnya, adalah keberhasilan menandai kebutuhan *pemulihan kembali* pengrajin gerabah yang menjadi anggotanya. Sebanyak 21 unit usaha gerabah di Pundong menjadi anggota Forda UKM Jogja ini. Hasil kajian itu ternyata sangat membantu Forda dalam menggalang dana. Ini terbukti dengan didapatkannya dana bantuan perbaikan tungku dan *brek* sebesar masing-masing Rp1.600.000,- untuk 13 unit pengrajin gerabah yang menjadi anggota Forda di Pundong. Dana hibah ini didapat dari dana CSR (*Corporate Social Responsibility*) salah satu perusahaan telekomunikasi asal

Jerman yang berkantor di Jakarta. Beberapa pelaku usaha mikro kecil gerabah ini juga mengakui bahwa selain memanfaatkan skema pinjaman lunak, mereka juga mendapatkan pinjaman lunak dari para pelanggan, terutama pelanggan dari luar negeri. Pinjaman ini kemudian akan diperhitungkan dengan transaksi pembelian produk berikutnya.

Perkumpulan-perkumpulan yang tergabung di dalam KP2Y ini juga berhasil mendapatkan akses mengikuti pameran yang diselenggarakan khusus bagi pelaku usaha mikro kecil korban bencana gempa. Akses ini didapatkan baik dari pemerintah, lembaga donor, maupun perusahaan swasta. Para pengrajin gerabah mengakui bahwa

peran perkumpulan tempat mereka bergabung memberikan manfaat yang cukup besar di dalam kondisi kritis usaha mereka pascabencana.

Pendekatan dari Dua Sisi

Bagaimanapun, unit usaha mikro kecil harus dipandang dari dua sisi sekaligus. Ia adalah sebuah unit keluarga yang, dalam kadar tertentu, tidak dapat dibedakan dengan masyarakat pada umumnya. Ia juga harus dipandang sebagai sebuah unit usaha yang memiliki ciri yang khas sebagaimana lazimnya sebuah unit usaha. Dengan demikian, pendekatan dalam penanganan pascabencana bagi unit usaha mikro kecil tak akan cukup jika hanya salah satu sisi saja yang ditangani. Skala usaha mikro kecil yang sebagian besar merupakan industri rumah tangga (*home industry*) menyebabkan fungsi rumah sebagai ruang *private* dan ruang bisnis tidak dapat dipisahkan.

Di Kecamatan Pundong, hancurnya bangunan rumah dan lingkungan sekitarnya—secara langsung, meskipun tidak total—telah menyebabkan ke-

hancuran industri mikro kecil itu sendiri. Rumah adalah tempat si pemilik industri bekerja untuk perencanaan produksi dan pembuatan desain. Rumah juga menjadi tempat penyimpanan aset-aset seperti uang tunai, surat-surat perbankan, *delivery order* (*DO*), surat perjanjian kerjasama dengan pihak pembeli (*buyer*), dan surat-surat berharga lainnya. Dalam beberapa kasus, contoh produk yang biasanya juga disimpan di rumah telah mengalami kerusakan yang parah dan tidak dapat dipergunakan lagi.

Dalam konteks usaha mikro kecil, lingkungan di sekitar rumah, seperti di bawah pohon rindang dan halaman rumah, adalah tempat para pekerja membuat bahan dasar kerajinan gerabah sebelum dibakar di tungku pembakaran dan dikeringkan untuk proses *finishing* di *brek*². Demikian pula, sumber air yang dipergunakan selama proses produksi didapatkan dari sumber air yang ada di sekitar tempat produksi. Oleh karena itu, pengrajin gerabah tidak dapat memisahkan diri dengan lingkungan sekitar. Keterbatasan infrastruktur produksi menyebabkan banyak hal yang telah tersedia secara alami di sekitar

2 Tempat untuk mengolah, menyimpan, dan mengeringkan gerabah. Rangka *brek* terbuat dari kayu yang ditutupi genting tanah sebagai atap. Keempat sisi *brek* terbuka tanpa dinding atau diberi dinding yang cukup rendah untuk sirkulasi udara. Ukuran rata-rata *brek* adalah 4 x 6 meter persegi.

tempat usaha dijadikan alat pendukung usaha, khususnya di dalam proses produksi. Kondisi ini menegaskan bahwa selain kerusakan langsung yang dialami sarana produksi yang dimiliki, kerusakan yang dialami lingkungan di sekitar tempat usahapun secara langsung turut menghambat proses produksi. Ini merupakan karakteristik khas yang melekat pada pelaku usaha mikro kecil sektor pengrajin gerabah.

Ketika rumah dengan fungsi utama sebagai tempat tinggal telah kehilangan fungsinya, maka secara langsung proses pengolahan gerabah telah kehilangan salah satu faktor produksinya yang sangat penting. Bahkan ketiadaan fungsi rumah dalam kondisi terburuk telah menyebabkan seluruh proses produksi terhenti.

Oleh karena itu, pendekatan bagi pemulihan kembali sektor-sektor yang digeluti oleh industri mikro kecil harus dilihat dari dua sisi. Pertama, pemulihan bangunan rumah sebagai fungsi rumah tangga dan sebagai sarana produksi. Jika fungsi rumah ini berhasil dipulihkan, maka baik sisi fungsi keluarga maupun fungsi produksi ikut terpulihkan. Pada tahap inilah dibutuhkan kajian dan penyusunan skala prioritas untuk mempercepat tahap pemulihan usaha.

Lumpuhnya Mata Rantai Produksi

Dari faktor asupan (*input*), proses maupun keluaran (*output*), dampak bencana sangat dirasakan oleh kelompok pengrajin mikro kecil rumah-rumahan ini. Bahan dasar tanah sebagai bahan pokok gerabah dan merupakan faktor asupan yang didapatkan dari lingkungan sekitar tempat pengolahan tidak mengalami kendala berarti. Masalah justru timbul dari ketiadaan tenaga kerja yang bisa terlibat untuk keseluruhan faktor produksi, termasuk pengadaan tanah sebagai bahan dasar gerabah. Dalam situasi ketika tanggap darurat masih berlangsung, para pemilik industri gerabah kehilangan banyak sekali tenaga kerja. Sebagian besar tenaga kerjanya tidak masuk kerja karena harus mengurus tempat tinggal mereka yang juga terkena bencana. Kondisi ini berlangsung selama satu minggu pertama pasca-bencana. Secara bertahap para pekerja mulai bekerja kembali meskipun belum dapat produktif kembali sepenuhnya.

Pengrajin gerabah di Pudong rata-rata memiliki tenaga kerja tetap sebanyak 14 orang dan tenaga kerja tidak tetap 4 orang. Pekerja tetap adalah mereka yang bekerja dalam kondisi normal yaitu bila terjadi permintaan yang tetap terhadap hasil gerabah. Pekerja ti-

dak tetap adalah pekerja yang direkrut sebagai pekerja tambahan apabila terjadi kelebihan permintaan (*over demand*) atau ada permintaan khusus dari *buyer* (pembeli). Mayoritas pekerja (90%) berasal dari daerah sekitar seperti Jetis, Watu, dan Nglorong yang memang sudah secara turun temurun mewarisi kepandaian mengolah gerabah, sementara selebihnya didatangkan dari luar daerah, terutama untuk mereka yang memiliki keahlian khusus memenuhi permintaan jenis gerabah tertentu.

Sebagian besar pekerja di subsektor ini masih tetap memiliki kegiatan tradisional seperti bercocok tanam dan beternak, di luar pekerjaannya sebagai pekerja industri gerabah. Para pekerja mendapatkan upah setiap satu minggu sekali yaitu pada hari Sabtu. Menurut pengakuan salah satu pemilik industri gerabah, pola pembayaran ini cukup bagus dan tidak mengganggu arus kas. Besarnya upah untuk setiap pekerja berbeda-beda tergantung keahlian yang dimiliki. Namun bila dirata-ratakan, masing-masing pekerja mendapatkan penghasilan bersih (*take home pay*) sebesar Rp150.000,- sampai Rp200.000,- per minggu.

Faktor tenaga kerja ini berpengaruh cukup besar terhadap kinerja peme-

nuhan pesanan pelanggan. Kurang terpenuhinya tenaga kerja bukan hanya dari sisi kuantitatif dan kehadiran fisik para pekerja. Beberapa pekerja yang juga menjadi korban gempa mengalami penurunan dari sisi kualitas kerja. Sebagian besar pekerja yang memaksakan kembali untuk segera bekerja masih mengalami trauma dan kehilangan konsentrasi. Di satu sisi mereka sangat membutuhkan pendapatan dari bekerja, namun di sisi lain mereka juga memikirkan perbaikan rumah tinggal dan keluarga yang menjadi korban serta masih dihantui rasa khawatir akan terjadinya gempa susulan.

Dari sisi pasar, rusaknya sarana kerja pascagempa bumi disertai dengan lunturnya kepercayaan pembeli perantara (*trader*) maupun pembeli langsung (*buyer*) terhadap berjalannya kembali usaha mikro kecil gerabah ini. Hal itu juga diperburuk oleh kondisi berjalan, ketika masih ada sejumlah utang pesanan yang dalam waktu tertentu harus sudah dipenuhi pengrajin. Kondisi ini dirasakan sangat berat oleh para pengrajin gerabah. Jalan keluar yang ditempuh adalah melakukan tawar-menawar dan penjadwalan ulang pemenuhan pesanan.

Persoalan lain yang dihadapi para pelaku usaha mikro kecil gerabah ini

adalah sulitnya melakukan penagihan piutang kerja dari para pemasok bahan baku. Kondisi ini dapat dipahami mengingat hampir seluruh bahan baku didapatkan dari daerah sekitar ya-

ng pada saat bersamaan menjadi korban bencana yang kurang lebih sama.

Ilustrasi Kalkulasi Unit Usaha Kecil Gerabah Pascagempa

Tabel 5 Ilustrasi Kalkulasi Kerugian pada Satu Unit Usaha Kecil Gerabah di Pundong

No.	Unit Analisis	Kondisi Awal	Kondisi Pascagempa (Perkiraan Nilai Kerugian Rp.)	Keterangan	
Kerugian Material Langsung , Dikuantifikasi dan Dikonversi					
1	Rumah	Permanen, ukuran 120 m2	Rusak total, kehilangan (60.000.000,-)	Tempat tinggal sekaligus faktor produksi	
2	Brak	Nonpermanen, 4x6 m2	Rusak total (3.000.000,-)		
3	Tungku pembakaran	Permenen, berlapis kaolin, 1x1x3m2	Rusak (1.700.000,-)		
4	Alat putar <i>kick wheel</i>	5 buah kondisi terpakai	Rusak (1.250.000,-)		Harga @Rp250.000,-
5	Alat putar <i>hand wheel</i>	10 buah kondisi terpakai	Rusak (1.500.000,-)		Harga @Rp150.000,-
6	Gerabah jadi dan setengah jadi	100 buah	90% Rusak (4.500.000,-)		Perkiraan rata-rata nilai jual per buah Rp50.000,-
7	Order	Order berjalan Rp100.000,-/ bulan	Menurun tajam 70% (70.000,-)		
Kerugian Nonmaterial Langsung , Dapat Dikuantifikasi dan Tidak Dikonversi					
1	Tenaga kerja	7 orang pekerja laki-laki dan 7 orang pekerja perempuan yang bekerja setiap hari, 4 orang pekerja tidak tetap berdasarkan kebutuhan	Sampai dengan proses pemulihan berjalan, baru 50% yang bekerja efektif terutama yang perempuan. Pekerja yang laki-laki lebih banyak terlibat dalam tradisi gotong	Selain kuantitas, kualitas pekerja juga menurun	

			royong membangun rumah dan fasilitas umum	
2	Bahan baku	Tanah, dibeli dari Godean Sleman, kapasitas 7 m3/ bulan dengan harga 600.000,-	Ada kenaikan biaya angkutan, namun tidak signifikan	Pembelian bahan baku dilakukan secara berkelompok
3	Bahan pendukung	Harga bilik bambu 2x3 m2 Rp9.000,-	Harga bilik bambu 2x3 m2 Rp23.000,-	Bilik bambu hanya sebagai salah satu contoh bahan pendukung yang cukup banyak dipergunakan
4	Sumber modal	Koperasi, Dana PKBL BUMN dan bank	Koperasi, Dana PKBL BUMN dan bank swasta, tidak berubah. Mengalami kendala untuk pengembalian pinjaman dan pengajuan pinjaman baru	
4	Akses pasar	Domestik ke Bali dan sekitar Jogja, ekspor dilakukan melalui trader di Bali, Jogja dan Jakarta.....	Tidak dapat memenuhi beberapa pesanan baru	
5	Kapasitas produksi	5000—10.000 buah/ bulan dengan 10—20 varian produk gerabah	Di bawah 5.000 buah/ bulan dengan varian produk yang lebih sedikit	Pasca gempa lebih memprioritaskan pesanan yang sudah diorder
5	Dokumen-dokumen penting	Sertifikat, surat-surat transaksi, dokumen dari bank dll.	Tidak mengalami kerusakan	Kerusakan dokumen dimungkinkan kalau terjadi bankir atau kebakaran

Ilustrasi di dalam tabel di atas disusun untuk memberikan gambaran tentang kondisi dan kerugian yang dialami oleh pelaku usaha kecil gerabah secara umum. Tabel disusun tidak mewakili satu unit usaha kecil gerabah tertentu, namun didasarkan pada hasil wawancara dengan pelaku usaha kecil gerabah.

Berdasarkan data yang dihimpun oleh Forda UKM Jogja terhadap 21 unit pengrajin gerabah di Pundong, rentang kerugian yang dialami oleh para pelaku usaha kecil gerabah pasca-gempa di Pundong berkisar antara Rp 19.000.000,- sampai dengan Rp 180.000.000,-. Rentang besaran kerugian ini tergantung dari besarnya unit usaha dan jumlah kerusakan yang dialami. Meskipun seluruh wilayah Pundong menjadi lokasi gempa yang kuat, namun tingkat kerusakan yang dialami oleh masing-masing unit usaha relatif berbeda.

Solusi Bagi Pemulihan Pengrajin Mikro Kecil Subsektor Gerabah

Dari uraian bagian sebelumnya muncul pertanyaan, apakah memang perlu ada perlakuan khusus dalam rangka pemulihan untuk sektor gerabah yang dikelola secara mikro-kecil ini? Jawabannya adalah "ya". Perlakuan khusus yang dimaksud sebenarnya mengarah kepada adanya satu program terpadu yang berbasis kebutuhan riil para pelaku industri mikro-kecil subsektor gerabah. Perlakuan khusus ini juga agar program pemulihan memiliki ketepatan metode, pendekatan, dan tepat sasaran bagi para *beneficiaries* (pelaku UKM) langsung.

Dari kunjungan langsung penulis ke Pundong, didapatkan keterangan bahwa prioritas kebutuhan riil pelaku usaha secara fisik adalah pembangunan kembali tungku pembakaran gerabah dan *brek*. Dalam kasus gempa bumi, tungku pembakaran tidak mengalami kehancuran total, dalam arti pondasi tungku rata-rata masih dapat digunakan. Sehingga kebutuhan riil yang muncul adalah perbaikan bagian atas tungku yang membutuhkan semen, batu-bata, dan kaolin (pelapis tahan panas bersuhu tinggi) serta upah tukang. Bila dihitung, kebutuhan rata-rata riil untuk perbaikan tungku berukuran sedang adalah Rp1.600.000,- sampai Rp2.000.000,- per tungku (tergantung ukuran). Sedangkan kebutuhan untuk perbaikan *brek* berukuran 4 x 6 meter persegi hanya membutuhkan Rp. 3.000.000,-, meliputi kebutuhan membersihkan sisa reruntuhan, pembelian bahan (batu bata, semen, pasir, kayu, bambu dan genting), dan upah tukang.

Bagi pelaku usaha gerabah, perbaikan dua sarana fisik yang vital tersebut dianggap perlu didahulukan agar usaha segera berjalan kembali. Perbaikan dua sarana vital itu sangat membutuhkan bantuan dari pihak luar baik dalam bentuk bantuan hibah maupun bantuan berbentuk investasi. Proses produksi tidak mungkin berjalan jika

tungku pembakaran dan *brek* masih dalam keadaan rusak.

Pada saat yang bersamaan, kebutuhan pemulihan lain yang muncul adalah pentingnya melakukan tawar-menawar dan penjadwalan ulang dengan berbagai pihak dalam mata rantai produksi yang secara garis besar dapat dipilah menjadi pemasok, perban-

kan, dan pembeli. Kajian kemungkinan pemulihan juga sangat penting untuk mendapatkan gambaran tentang langkah-langkah apa yang harus segera diambil dalam proses produksi berikutnya. Kegiatan ini juga tentu penting untuk mengembalikan kepercayaan dan meyakinkan bahwa proses produksi masih tetap akan berjalan.



Daftar Rujukan

Anonim. 2004. *Bantul Dalam Angka*.

Forda UKM Jogja. 2006. *Daftar Kerusakan Akibat Bencana Gempa Bumi Tanggal 27 Mei 2006 di Sentra Pundong*. Lembar Assessment. Jogja: Forda UKM Jogja.

Komite Percepatan Pemulihan Yogya UKM Centre. 2006. *The Potential of The SMEs After The Earthquake*. Bahan Presentasi.

www.bantulbiz.com

www.bantul.go.id

PEMULIHAN USAHA KECIL-MIKRO DAN PENGUATAN PEREMPUAN DI WILAYAH BENCANA

Yuni Pristiwati ¹

Abstract

This essay argues on the importance of gender aspect in recovery process of small enterprises in disaster-affected regions. Cases were drawn from the recovery efforts in Aceh after the tsunami and in Yogyakarta after the earthquake. The main problem in the recovery process in disaster-affected regions is the inexistence of gender aspect. Ignorance of the position of women, both in the daily lives or in economic activities, has caused the recovery program reached the wrong target. It is important to pay attention to women, since in many area women have a second-class position. However, the role of women for their family and business in the disaster-affected region is very important because they are in the position as the last resources in protecting the psychology and economic in the poor households.

Kisah Ketangguhan Perempuan Usaha Kecil Keluar dari Masalah

"...Bagaimana kami mau usaha lagi bu..., rumah kami memang tidak roboh atau hilang seperti yang lain, tetapi modal kami juga habis untuk makan dan kebutuhan keluarga selama sebulan ini..., belum bisa kerja apa-

apa, dagangan kami habis, pelanggan kami hilang—karena pindah dan mereka tidak mampu lagi untuk membeli...." (Maryani-Alue Campli, Shunudhun Aceh Utara).

"...Saya lebih baik kembali lagi ke rumah, meskipun sebagian besar rumah masih rusak, warung saya harus di-

¹ Sekretaris Nasional ASPPUK

perbaiki lagi, dagangan juga habis—di barak kami tidak melakukan apa-apa, apalagi masih ada barang-barang di rumah yang bisa dipergunakan. Sebagian tetangga memang kalau siang kembali—dan malam pulang ke barak...” (Sri Hayati, Ulerebik Barat, Shunudhun Aceh Utara)

“Semua rata dengan tanah—dapur tempat kami masak garam pun hilang, bibit yang kami miliki juga habis... tidak ada sedikitpun yang tersisa.... kami harus mulai lagi untuk memenuhi kebutuhan hidup, tapi kami tidak punya uang untuk modal..., sebenarnya masih ada pembeli dari luar daerah... pasti masih laku kalau kami buat garam lagi...” (Anggota Kelompok Darasira, Ulerebik Barat, Shunudhun Aceh utara)

Penuturan tiga perempuan di atas adalah sedikit gambaran dari para korban tsunami di Aceh yang sebelumnya memiliki usaha. Mereka adalah tiga dari ribuan pelaku usaha mikro yang mengalami nasib hampir sama yakni kehilangan aset usaha yang telah dirintis dan digeluti sebelum terjadi bencana. Usaha tersebut umumnya menjadi sumber pendapatan bagi keluarga, sebab penghasilan suami tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup yang terus meningkat. Para suami biasanya menjadi pendukung

dalam usaha yang mereka lakukan. Ibu Maryani, misalnya, menugaskan suaminya sebagai pengantar dan sekaligus pembawa dagangan kalau dia harus berkeliling menjajakan baju, sementara untuk belanja dan menarik uang baju ke pelanggan bisa dilakukannya sendiri.

“...Lha pripun maleh mbak-nek mboten nyuwun-nyuwun, ...tekne anake nggih betah maem, sakjane nggih isin lha terpaksa pripun malih...” (mau bagaimana lagi kalau tidak minta-minta, anaknya butuh makan, sebenarnya malu tapi terpaksa dilakukan...). Suwarni adalah korban gempa yang warungnya roboh dan peralatannya rusak. Dia tidak punya persediaan makanan ketika gempa terjadi, dagangannya tak bisa lagi diselamatkan. Ketika hari kedua gempa ketika daerahnya sudah mulai dikunjungi banyak orang, maka dia rela menadahkan tangan untuk meminta uluran tangan para dermawan yang lewat. Lain halnya dengan ibu Watiah yang menyatakan *“...lumayan mbak ... kulo nembe mawon kulakan pas gempa niko, lha sak niki sayur saget kagem piyambak, sebagian diparengke tonggo...”* (lumayan mbak, waktu gempa saya baru saja belanja, jadi sekarang sayur bisa digunakan sendiri dan sebagian diberikan kepada tetangga). Ibu Watiah, seorang peda-

gang sayur keliling, ketika gempa terjadi dagangannya masih aman di atas sepeda sehingga masih bisa diselamatkan dan digunakan untuk beberapa hari. Namun, itu pun tidak berarti aman untuk kelangsungan usahanya, karena modalnya tidak bisa berputar bahkan habis karena tidak ada penjualan.

Cerita perempuan korban gempa dari dua wilayah yang berbeda, yakni Aceh dan Klaten Jawa Tengah, memberikan gambaran kepada kita tentang karakter usaha mikro dan ketangguhan para perempuan. Usaha mikro yang selama ini rentan karena keterbatasannya di berbagai aspek, tetapi sekaligus mereka kuat dalam hal yang sama. Tidak membutuhkan waktu yang relatif lama, para perempuan usaha mikro mengatasi keadaan, mereka segera memulai kembali kegiatannya untuk mendapatkan hasil. Pada hari ketiga di Klaten, misalnya, sudah terlihat ibu-ibu dengan keranjang sayur di sepedanya pergi ke pasar. Pasar-pasar desa sudah mulai tampak aktivitasnya di antara reruntuhan. Begitu juga halnya dengan para perempuan di Aceh dalam cerita di atas. Mereka membutuhkan waktu kurang lebih tiga minggu untuk memulai lagi usahanya.

Aktivitas serupa terjadi pada kelompok ibu-ibu kepala keluarga yang diorganisasi oleh PEKA di Aceh. Mereka juga memulai aktivitasnya sesegera mungkin setelah minggu ketiga. Meskipun mereka lebih konsentrasi untuk membangun kembali rumahnya, tetapi bisnisnya juga tetap mendapatkan perhatian. Tidak hanya itu, keterampilan mereka berorganisasi membuat mereka lebih sigap mengatasi masalah dan melakukan pengorganisasian para korban.

Dalam situasi darurat, baik karena bencana alam maupun konflik, beberapa pengalaman menunjukkan bahwa perempuan cepat bangkit dan menjadi penyelamat bagi keluarga dan kelompok kecil di masyarakat. Pengalaman konflik di Ambon memberikan pelajaran tentang hal ini, para perempuan mencoba membuka jarak dan mengabaikan dua pihak yang bertikai dengan cara membangun kembali ekonomi, budaya, politik, dan sosial. Yang dilakukan para perempuan adalah membangun kembali pasar dengan menghidupkan perdagangan untuk melayani masyarakat sekitar. Dengan kembalinya aktivitas ekonomi, secara berangsur-angsur hubungan sosial kembali tumbuh dan antar-kelompok yang bertikai, khususnya para perempuan, secara alami mulai menjalin komunikasi kembali. Hal ini

sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Amartya Sen, "*perempuan bukanlah pihak penerima manfaat yang pasif dalam program-program mengembangkan kesejahteraan, tetapi mereka akan menjadi agen perubahan.., mereka akan menjadi pelopor untuk melakukan transformasi sosial.*" (Kompas 29/12/2004).

Perempuan terbukti memiliki peran yang sangat besar khususnya dalam hal ekonomi. Tidak hanya pada situasi aman, dalam situasi sulit atau darurat pun perempuan mampu membangkitkan perekonomian masyarakat di sekitarnya. Hal ini bisa terjadi salah satunya karena sektor usaha yang dikembangkannya berskala mikro. Meskipun di sisi lain karakter tersebut dianggap sebagai masalah, tetapi dalam kenyataannya usaha ini sangat lentur karena tidak membutuhkan dukungan modal yang besar. Selain itu, volume dan jangkauan pasarnya luas sehingga perempuan dapat mengelolanya di antara kesibukan domestik mereka. Oleh karenanya, George Samuel mengatakan bahwa pengembangan sosial melalui kelompok perempuan berarti membangun modal sosial yang sejati. Dalam kelompok kecil perempuan ada semangat *entrepreneurship* antara anggota kelompok.

Untuk memahami lebih lanjut kita bisa simak juga pengalaman perempuan yang lain dalam program pengembangan usaha kecil yang dilaksanakan oleh salah satu organisasi nonpemerintah (ornop) di Klaten. Program ini tidak hanya membantu mengembangkan usaha mikro yang dilakukan oleh perempuan, tetapi sekaligus memberikan penguatan untuk peningkatan posisi perempuan. Efektivitas program tersebut tercermin dalam perubahan yang terjadi pada Ibu Supriyani dan Katimah dalam pengalaman berikut:

Ibu Supriyani setiap minggu harus mengirimkan telur asin dari Klaten ke Yogyakarta untuk memenuhi permintaan pelanggan. Usaha ini merupakan salah satu sumber pendapatan keluarga dan sumber pembiayaan aktivitas sosial yang harus dipenuhi. Dia memulai usahanya 10 tahun yang lalu dengan modal yang dikumpulkan dan dipinjam dari kelompoknya. Keterampilan membuat telur diperolehnya dari pelatihan yang diselenggarakan sebuah ornop melalui program pembinaan wanita produktif. Tidak pernah terbayangkan sebelumnya bahwa ia mampu mengelola usaha ini, begitu juga halnya dengan usaha "warungan" yang semakin berkembang. Semua usaha tersebut dilakukan bersama suami dan dibantu anak-anaknya se-

bagai penjaga warung. Tidak hanya keterampilan berusaha, interaksinya dengan teman-teman di kelompok dalam dampungan ornop mampu mentransformasikan nilai-nilai baru yang membuat relasinya dengan suami dan masyarakat menjadi lebih setara. Sekarang, Supriyani tidak saja dikenal sebagai pemilik warung dan pembuat telur asin, tetapi dia juga menjadi *organizer* di lingkungannya. Bahkan, dia pula yang memimpin kawan-kawannya untuk bertemu anggota Dewan Perwakilan Rakyat di daerahnya menyampaikan aspirasi para perempuan usaha mikro. Kini, setelah lebih 10 tahun Supriyani menekuni usahanya, dia tetap Supriyani-perempuan usaha mikro, bukan pengusaha menengah ataupun besar, tetapi ia semakin hari semakin mengalami pencerahan dan memberikan layanan pemenuhan kebutuhan anak-anaknya dengan baik. (catatan harian TPL PERSEPSI-Klaten, pengamatan, dan wawancara).

"...sakjane kulo namung badhe ngampil Rp20.000, kalih Gapokwan malah diparingi Rp50.000, sedoyo kulo tumbawsne wulu kalih alat-alat kangge ngronce." (Awalnya saya ha-

nya mau pinjam Rp20.000 tetapi oleh Gapokwan (gabungan Kelompok Wanita) saya diberi pinjaman Rp50.000, semua saya belikan bulu ayam dan alat-untuk menyusun bulu ayam menjadi "sulak"/alat pembersih debu).

Dialog di atas adalah awal cerita usaha yang dirintis Katimah, ibu muda dengan satu anak dan suami yang memiliki kerja tidak menentu. Katimah berminat memulai usaha setelah mendapatkan pelatihan dan melihat usaha yang dikembangkan perempuan lain di luar desanya. Ia terdorong untuk hidup layak, punya rumah, bisa makan 3 kali sehari, dan mampu menyekolahkan anaknya. Setelah menyelesaikan produknya, dia menitipkan pemasarannya pada teman tempatnya berguru. Karena si teman ini juga mendorongnya memasarkan sendiri, maka Katimah mulai mencoba. Ia pun belajar naik sepeda dan menjajakan dagangan serta mengambil bahan sendiri hingga ke luar daerahnya (luar kabupaten). Pengalaman tersebut menjadi kenangan yang sangat berharga dalam hidupnya yang selama ini hampir tidak pernah keluar dari kampung tempat tinggalnya. Karena ketekunan dan keuletannya, Katimah mengalami kemajuan seiring

dengan hal tersebut ia pun mendapat tambahan kredit dari Rp50.000 menjadi Rp100.000, Rp200.000, hingga akhirnya lebih dari Rp1 juta. Kredit tersebut digunakan selain untuk menambah modal juga untuk membeli bahan bangunan, sampai akhirnya 3 tahun kemudian Katimah sudah bisa menempati rumahnya sendiri.

Kemajuan di dalam usahanya mendorong Katimah belajar menulis. Ia pun tidak malu belajar dari anaknya, di samping dorongan TPL (tenaga Pendamping lapang dari ornop). Katimah juga mulai merekrut tetangganya untuk menjadi pekerja lepas dan menampung produk-produk sulak dari tetangganya. Sampai suatu saat dia memutuskan untuk menjadi pemasar dan penyedia bahan. Empat tahun seiring dengan perjalanan program ornop pendampingnya, Katimah sudah bisa menunjukkan kepada evaluator gelang emas tiga buah yang dipakainya serta rumah yang diimpikannya. Dia pun telah biasa dan berani memakai lipstik dan pergi naik sepeda sampai keluar wilayah desanya (PERSEPSI 2002).

Problem Usaha Kecil-mikro dan Perempuan

Pengalaman para perempuan di atas memberikan keyakinan kepada kita betapa usaha mikro memiliki posisi yang strategis dalam perekonomian nasional. Keyakinan ini dikuatkan dengan data yang menunjukkan bahwa 44.621.823 unit usaha atau 99% adalah unit usaha kecil-mikro yang melibatkan rakyat banyak. Belum lagi dilihat dalam kontribusinya menciptakan tenaga kerja. Usaha kecil menyerap 71.187.153 orang atau hampir 99,6% dari total angkatan kerja.² Usaha mikro menjadi sarana pemerataan kesejahteraan rakyat karena jumlahnya besar, biasanya bersifat padat karya, serta meskipun ukuran unitnya kecil tetapi jumlahnya banyak sehingga memungkinkan orang lebih banyak terlibat dan menarik manfaat di dalamnya.

Lebih lanjut berdasarkan fakta jumlah pelaku usaha mikro kurang lebih sebanyak 43%-nya dikelola perempuan (Wawasan 21 Februari 2004). Angka ini diperkirakan lebih besar lagi dengan alasan bahwa yang masuk dalam pendataan statistik adalah usaha yang berstatus formal, sementara da-

3 Departemen koperasi dan UKM 2006 (<http://www.dep.kop.go.id>; diakses 5 Des 2006)

lam realitasnya usaha mikro yang dikelola perempuan tidak demikian. Ada hambatan mobilitas perempuan dalam usaha³ dan bahkan beberapa pengalaman ASPPUK menunjukkan bahwa usaha yang semula dirintis perempuan, setelah berkembang pengelolaan dan kepemilikan formalnya bergeser pada laki-laki karena kebutuhan mobilitas yang tinggi.

Fakta lain menunjukkan bahwa usaha yang dijalankan perempuan memiliki ciri-ciri yang selanjutnya dikelompokkan sebagai usaha "subsisten", yakni usaha yang hasilnya lebih banyak habis untuk konsumsi sehari-hari. Perempuan melakukan jenis usaha sebagai "pilihan terakhir" di antara keterbatasan pilihan. Bahkan, juga bukan sebagai sarana untuk "mengeksplorasi" naluri "*entrepreneurship*" dalam dirinya, melainkan karena tidak ada pilihan lain bagi mereka. Bila mereka tidak bekerja atau menjalankan usaha, maka pemenuhan kebutuhan rumah tangganya terancam. Usaha

yang dijalani rakyat sebagaimana diuraikan tadi disebut Usha Jumani sebagai "*subsistence cum commercial economy*"⁴. Usaha ini dicirikan dengan skala usaha yang diperjualbelikan dalam skala mikro, relasinya dengan orang-orang yang sudah dikenal, perjanjian dan transaksi dilakukan langsung dengan orang yang dapat dipercaya/dipertanggungjawabkan, aturan main yang sangat spesifik sesuai kebutuhannya, dan, biasanya, barang-barang yang diperdagangkan adalah jenis kebutuhan pokok. Selanjutnya, ciri-ciri marginal dan subsisten ekonomi yang dijalankan perempuan dalam konteks ini biasanya sektor yang dekat dengan fenomena kemiskinan di pedesaan, karena dalam proses modernisasi perempuan seringkali kehilangan bidang kegiatan. Pekerjaannya dianggap berproduktivitas rendah serta tidak termodernisasi, dengan indikasi upah rendah dan struktur hulu hilir yang cenderung eksploitatif.⁵

- 3 Hambatan mobilitas usaha ini terkait erat dengan masalah-masalah gender, misalnya ketika perempuan ingin memperluas daerah pemasaran, belum tentu suaminya mengizinkan ia banyak meninggalkan waktu atau sering pergi ke luar daerah karena alasan anaknya tidak ada yang mengawasi atau kekhawatiran terhadap keselamatannya. Begitu pula dengan urusan usaha, tidak jarang permintaan pelanggan bisa terabaikan kalau urusan anak-anak dan rumah tangga belum beres. Bagi perempuan hal tersebut akan lebih "aman", sementara hal ini berdampak dalam pengembangan usahanya.
- 4 Usha Jumani dalam tulisan Firdaus; "**Memperkuat Usaha dengan Jejaring**" *memetik pengalaman jejaring Perempuan Usaha Kecil-mikro*; makalah yang disampaikan dalam seminar tentang "**Peran Lembaga Non Pemerintah dalam upaya Pemberdayaan Perempuan di bidang Ekonomi**" yang diselenggarakan oleh Kementerian Koordinator Bidang kesejahteraan rakyat, Juli 2004.
- 5 Lebih lanjut lihat Grijs at all. 1994. *Different women, different work: gender and Industrialisation in Indonesia*. Hans and Vermont: Avebury.

Usaha kecil (didalamnya termasuk mikro) memiliki berbagai masalah yang oleh Tambunan⁶ dilihat dari keterbatasan modal, bahan baku, penguasaan teknologi, kualitas sumber daya manusia, informasi, dan pemasaran. Lebih khusus menyangkut masalah SDM usaha kecil-mikro bercirikan produktivitas rendah, etos kerja dan disiplin rendah, penggunaan tenaga kerja yang eksploitatif, mengandalkan keluarga sebagai tenaga yang tidak dibayar, serta sulit mengakumulasikan modal karena nilai tambah rendah dan pengelolaan keuangan yang buruk. Secara eksternal masalah yang dihadapi oleh usaha kecil-mikro berkaitan dengan relasi mereka terhadap lembaga di luar mereka. Masalah lingkungan dan berbagai kebijakan pemerintah dalam bentuk peraturan perundang-undangan serta pemberian fasilitas, dukungan, pelayanan, dan perlindungan berujung pada sulitnya usaha kecil mengakses berbagai pelayanan yang ada, termasuk layanan pinjaman.

Dari sisi internal, permasalahan modal menjadi masalah yang sangat me-

nonjol. Terkait dengan permasalahan sulitnya akses modal, ASPPUK dalam survei yang dilakukan pada tahun 2003 terhadap 2177 orang perempuan usaha kecil yang tersebar di wilayah Jawa, Sumatra, dan Nusa Tenggara Barat menunjukkan bahwa 86,6% usaha kecil-mikro belum pernah mendapatkan akses modal karena alasan prosedur rumit dan tidak memiliki aset untuk agunan. Begitu halnya akses terhadap program pada umumnya seperti pelatihan keterampilan, informasi, maupun pengembangan pasar. Keadaan ini terkait dengan permasalahan khas usaha kecil seperti tidak dimilikinya agunan dan catatan keuangan. Bagi perempuan lebih spesifik lagi agunan tersebut berhubungan dengan hak kepemilikan dan pola relasi suami istri yang patriarkis.⁷ Tidak hanya dalam aspek modal, permasalahan yang dihadapi oleh perempuan pelaku usaha kecil-mikro lebih kompleks.

Kompleksitas permasalahan perempuan usaha kecil-mikro bersumber pada permasalahan pembedaan gender, yang berdampak pada masalah

6 Tambunan Tulus T.H. 2002. *Usaha kecil dan menengah Indonesia; beberapa isu penting*. Jakarta, Salemba empat.

7 Dalam tatanan relasi yang patriarkis, dalam suatu rumah tangga biasanya kepemilikan dan pengambilan keputusan didominasi oleh laki-laki, sehingga perempuan sebagai pelaku usahapun tidak memiliki otoritas, bahkan tidak jarang perempuan juga menempatkan dirinya pada posisi submisif sehingga dia tidak berani mengambil keputusan secara mandiri.

ketidakadilan gender⁹ sebagaimana diterangkan Fakih yakni adanya marginalisasi, subordinasi, eksploitasi, stereotip, dan kekerasan. Stereotip perempuan sebagai makhluk domestik berpengaruh terhadap motivasi dan upayanya dalam pengelolaan usaha. Perempuan umumnya menganggap kegiatan usaha yang ditekuni sebagai "pekerjaan sampingan". Selain itu, dengan kegiatan usaha berarti akan menambah beban perempuan, membuatnya tereksplorasi, dan tidak jarang pula mengalami kekerasan.

Beberapa pengalaman lapangan menggambarkan beragam permasalahan gender yang dihadapi oleh perempuan usaha kecil. Misalnya sering diungkapkan "...saya jadi sebel, setiap saya pergi belanja, pedagang kelapa itu saya lihat suka menggoda pembelinya, kadang mencolek-colek, hingga suatu hari saya lawan dia... dan sejak itu tidak berani lagi menggoda saya, dia bilang eh... "galak banget....". Begitu penuturan Umbar Sihani, pedagang sayur keliling yang mengalami pelecehan oleh pedagang besar tempatnya belanja. Tidak hanya di pasar, mereka yang berdagang di rumah pun tak luput dari upaya pelecehan sekaligus penipuan seperti

yang dialami oleh Sri Mulyani yang menjadi pengecer minyak. Tuturnya "...awalnya saya tidak menyangka mbak... saya kira biasa, setiap datang untuk mengirim minyak mereka berdua, satu orang melayani dan yang satu selalu ngajak saya ngobrol, lama-lama yang satu ini suka pegang-pegang dan nggodain saya... hingga suatu hari berani meraba-raba paha saya, akhirnya saya beranikan diri untuk menegurnya... eh setelah saya cek... ternyata takaran minyaknya tidak penuh-kurang 5 liter...." Lebih lanjut, "Saya baru sadar kalau selama ini telah ditipu". (PERSEPSI Klaten 1996, tidak diterbitkan).

Handayani mengalami permasalahan yang lebih kompleks. Selain eksploitasi tenaga, ia juga mengalami kekerasan ekonomi dan seksual. Handayani mendapatkan modal dagang dari pinjaman koperasi. Semenjak usahanya berkembang, Handayani semakin berat pekerjaannya, dia masih harus mengurus rumah dan mengelola usahanya. Anak-anaknya tidak semua mau membantu. Pada saat yang sama, suaminya terkena PHK yang untuk menutupi rasa malu sang suami tiap hari masih saja keluar rumah seolah-olah bekerja dengan biaya trans-

8 Lebih lanjut baca dalam buku Mansour Fakih. 2000. *Analisa Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Insist Press.

port dari istri. Karena terlalu lelah, Handayani malas untuk melakukan hubungan dengan suami. Sebagai dampaknya, si suami marah, *ngambek*, dan bahkan mengganggu dagangannya.⁹

Hertin Muryono semakin terlilit utang. Usahanya selalu gagal karena modalnya selalu habis untuk biaya makan dan biaya sekolah anaknya. Apalagi sejak suaminya kawin lagi dan dia mengadakan hal ini ke kantor suaminya. Suaminya mendapat sanksi di-PHK. Karena itu, Ibu Hertin harus menanggung biaya hidup anaknya dari kemampuannya menjahit dan membuka warung. Awalnya, usaha warung cukup berkembang, tetapi lama-lama modalnya habis karena harus digunakan untuk membiayai anaknya yang bersekolah di luar kota. Semakin hari kehidupan ekonomi Ibu Hertin semakin sulit. Tidak hanya itu, karena lilitan utang dia pun tidak berani pergi ke pertemuan kelompok. Sementara itu, suami menyalahkan tindakannya yang telah mengakibatkan dirinya di-

PHK. Masalah ibu Hertin adalah cermin proses pemiskinan terhadap perempuan, sekaligus masalah lain yang saling berkait menimpa dirinya.¹⁰

Dari berbagai pengalaman perempuan usaha kecil, khususnya yang difasilitasi oleh ASPPUK, Murniati¹¹ menyebutkan bahwa permasalahan Perempuan Usaha Kecil (PUK) berkaitan dengan berbagai hal yakni:

- Watak konsumtif yang didesakkan oleh budaya global telah menggeser peran perempuan pada sektor produksi dan distribusi menjadi konsumen;
- kegiatan ekonomi perempuan belum berkaitan dengan pemberdayaan perempuan yang mengakui penghargaan ekonomi dari sudut pandang perempuan;
- politik pembangunan telah menghasilkan pandangan yang hanya mengakui bentuk usaha ekonomi besar, sementara usaha kecil-mikro masuk dalam sektor nonformal;

9 Kisah-kisah problem perempuan usaha mikro sebagaimana dituliskan dalam catatan harian para pendamping lapang; penulisan catatan harian ini menjadi salah satu kewajiban para pendamping yang bergabung dalam program "Penguatan usaha Kecil-mikro dengan perspektif gender" yang dikelola oleh PERSEPSI sejak 1994—2002". Catatan harian merupakan sumber informasi yang digunakan untuk merancang serta menjadi alat monitoring dan evaluasi terhadap capaian program pemberdayaan.

10 Problem-problem lain banyak ditulis dalam catatan harian pendamping lapang dan telah diterbitkan oleh PERSEPSI dalam 3 buah buku lebih lanjut bisa dibaca dalam *Menggapai Dunia*, Winarni dkk, tahun 2002.

11 Murniati dkk. *Gerakan Ekonomi Perempuan sebagai Basis Ekonomi Rakyat* (sebuah refleksi pengalaman lapang). PT Binarena Pariwara, ASPPUK, CUSO, PPSW: Jakarta, 2001.

- paham yang menyebutkan bahwa perempuan hanya berfungsi sebagai ibu dalam masyarakat telah menjauhkan perempuan dari dunia usaha,
- budaya yang menempatkan perempuan dalam posisi subordinat dan stereotip dan berakibat pada pembatasan akses terhadap sumberdaya dan informasi,
- peran ganda dinilai sebagai hambatan menjalankan usaha. Beban ini membuat perempuan tidak leluasa melakukan pekerjaan yang sifatnya publik, khususnya fungsi ekonomi.

Pengembangan Usaha Kecil-mikro dan Penguatan Perempuan

Membahas masalah usaha kecil-mikro sangat erat dengan membahas permasalahan yang dihadapi perempuan sebagai pelaku mayoritas. Dalam pengembangan usaha kecil-mikro telah banyak dilakukan upaya, baik oleh pemerintah maupun organisasi nonpemerintah. Bahkan dalam

dokumen rencana pembangunan disebutkan bahwa usaha kecil menjadi salah satu prioritas pembangunan. Meskipun secara umum kebijakan pemerintah tentang usaha kecil telah ada, tetapi belum benar-benar dilaksanakan secara efektif sebagaimana ditemukan dalam penelitian AKATIGA bahwa “berbagai program pengembangan usaha kecil yang disalurkan pemerintah hampir tidak dapat dirasakan efektivitasnya”. Tidak efektifnya program ini karena hanya terbatas pada dukungan kredit dan adanya praktik-praktik penyimpangan dalam penyaluran program.¹² Dalam program pengembangan usaha kecil yang dikelola perempuan, tampaknya tidak semua pihak jeli melihat kompleksitas permasalahan. Belum dilihatnya permasalahan praktis dan strategis usaha kecil-mikro dan perempuan berpotensi pada ketidakefektifan program. Tidak saja kegagalan, hal itu bahkan bisa menjadi “pukulan balik” bagi perempuan. Penguatan ekonomi usaha kecil-mikro diasumsikan bisa secara otomatis meningkatkan posisi perempuan, namun tidak selalu demikian

12 Yuni Pristiwati “Strategi Pengembangan Usaha Kecil-Mikro untuk Penguatan Perempuan” makalah yang disampaikan untuk pengantar diskusi dalam rapat koordinasi Peningkatan Partisipasi Perempuan dalam Kegiatan Ekonomi Keluarga di Kawasan Timur Indonesia, Kantor Kementerian Koordinasi Kesejahteraan Rakyat, Jakarta, 9 Mei 2005. Lebih lanjut tentang program-program pemerintah untuk pengembangan usaha kecil-mikro bisa dilihat dalam tulisan Fajar Nursaid “*Membangun Kesempatan Berusaha bagi rakyat Miskin*”, kertas kerja yang disampaikan untuk konsultasi nasional Commission on Legal empowerment of the Poor (CLEP), sektor Dunia Usaha, diselenggarakan oleh YLBHI, Jakarta 23—24 November 2006.

dalam realitanya. Dalam pengalaman anggota ASPPUK bahkan bisa berdampak pada eksploitasi perempuan.

Pengalaman di atas salah satunya ditemukan dalam program PERSEPSI (Perhimpunan Untuk Studi dan Pengembangan Ekonomi dan Sosial) yang memulai kegiatannya sejak 1984—2002, dengan program awal “Pembinaan Wanita Produktif”. Dalam waktu 6 tahun program dievaluasi. Studi evaluasi yang dilakukan tahun 1990 menunjukkan bahwa program ini mampu meningkatkan pendapatan atau perekonomian perempuan, tetapi belum mampu mempengaruhi perubahan posisi perempuan baik dalam rumah tangga maupun masyarakat. Bahkan ditemukan adanya eksploitasi terhadap perempuan.¹³ Sebagai gambaran, dari beberapa anggota kelompok dampingan ditemukan ada 14 aktivitas sosial yang dilakukan perempuan, sementara mereka masih harus menjalankan peran domestiknya. Untuk bisa melakukan aktivitas sosial tersebut para perempuan harus pandai-pandai mengatur waktu, sehingga ketika mereka pergi pekerjaan rumah tangga harus sudah diselesai-

kan, jika tidak ingin mendapati para suaminya marah, atau bahkan akan dilarang ikut kegiatan di luar rumah.

Dalam situasi aman keadaan di atas bisa terjadi, apalagi dalam situasi pascabencana ketika bangunan ekonomi dan sosial keluarga dalam kondisi rentan. Keadaan ini tidak memungkinkan perempuan mengalami masalah yang lebih sulit. Mereka harus berperan sebagai “konselor” bagi anak-anaknya, sekaligus untuk dirinya sendiri dan keluarga besarnya. Begitupula dalam aspek ekonomi, sebagaimana dilakukan seorang ibu dalam cerita di atas yang rela “meminta-minta” agar anaknya tidak kelaparan.

Strategi Pengembangan Usaha Kecil-Mikro dan Penguatan Perempuan dalam Keadaan “Normal” Maupun Pascabencana

Sebagaimana dipahami bahwa permasalahan gender bisa terjadi pada perempuan dalam kelas dan waktu yang berbeda, begitu halnya pada perempuan dalam usaha kecil-mikro. Apabila tetap meyakini bahwa keter-

¹³ Program ini dilakukan dengan asumsi masyarakat miskin perlu peningkatan ekonomi, perempuan dianggap masih memiliki waktu luang sehingga perlu di-“produktif”-kan. Dengan membekalinya keterampilan ekonomi rumah tangga mendorong perempuan untuk memiliki usaha, tetapi tetap menjalankan fungsi domestiknya. Lebih lanjut lihat tulisan Studi Perempuan Pedesaan di Klaten, Adrani dkk, 1990, Laporan Penelitian untuk LP3ES, tidak diterbitkan.

batasan akses ekonomi merupakan salah satu alasan ketimpangan posisi perempuan, maka pengembangan ekonomi bisa menjadi salah satu strategi untuk penguatan perempuan. Tetapi, seperti pengalaman para anggota ASPPUK, peningkatan ekonomi tersebut ternyata tidak semata-mata dan secara otomatis menjadi jaminan untuk mencapai kekuatan bagi perempuan, karena masalah relasi gender tidak hanya bersumber dari faktor keterbatasan ekonomi. Untuk itulah, dalam pengembangan program dibutuhkan pendekatan yang terintegrasi dan holistik dalam beberapa aspek. Setidaknya pengalaman PERSEPSI menjadi rujukan disamping pengalaman anggota ASPPUK lain seperti PPSW, LP2SD, Sada Ahmo, maupun LP3M. Pengalaman tersebut didokumentasikan dalam buku pengalaman lembaga masing-masing dan tampak pula dari hasil penelitian yang dilakukan oleh ASPPUK bersama AKATIGA, serta dalam refleksi pengalaman para pendamping lapang anggota ASPPUK di wilayah Jawa, Sumatra, Kalimantan, Sulawesi, dan Nusa Tenggara.

Dari pengalaman-pengalaman di atas diyakini bahwa penguatan ekonomi dengan perspektif gender menjadi

strategi penguatan perempuan, baik dalam situasi normal maupun pada wilayah bencana. Dr. Hesti Wijaya dalam laporan evaluasi program PERSEPSI menyatakan bahwa pendekatan pengembangan pada aspek ekonomi dengan perspektif gender menggunakan pendekatan kelompok dan mengembangkan model pelatihan yang dirancang secara partisipatif dengan menggunakan media kreatif terbukti efektif dalam peningkatan pengetahuan dan kesadaran bagi perempuan.¹⁴ Lebih lanjut, pendekatan dimaksud dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Pengorganisasian, yakni mengembangkan kekuatan perempuan, khususnya PUK, dalam wadah organisasi kelompok. Pada kelompok yang aktif terjadi proses pembelajaran yang memungkinkan terbangunnya kesadaran kritis. Untuk membangun kekuatan kolektif maka perlu dilakukan pendampingan melalui kelompok maupun pendekatan secara individual agar terjadi proses transfer informasi. Transfer informasi perlu pula dilakukan melalui pelatihan-pelatihan informal dan terstruktur.

¹⁴ Hesti Wijaya dan BW. Widada. 1996 Laporan evaluasi Program Peningkatan Usaha Kecil Perempuan yang Berperspektif Gender. Laporan untuk PERSEPSI. Tidak diterbitkan.

Pelatihan dirancang atas hasil penilaian kebutuhan. Selanjutnya, dalam prosesnya mengedepankan pengembangan metode belajar orang desa yang partisipatif, jenis pelatihan bisa dikelompokkan ke dalam jenis pelatihan motivasional, pengembangan kesadaran, dan keterampilan. Misalnya untuk pelatihan keterampilan usaha diberikan pelatihan perencanaan usaha, manajemen usaha, peningkatan mutu produk, dan penganekaragaman produk. Untuk pelatihan penyadaran diberikan pelatihan pengenalan konsep gender, hak-hak perempuan, dan pendidikan politik. Sedangkan pelatihan yang bersifat motivasional contohnya adalah pelatihan pengembangan sikap-sikap kewirausahaan.

Dalam situasi pascabencana, kelompok ini juga difungsikan sebagai *trauma healing* dan wahana membangun kembali modal sosial yang pernah dimiliki komuniti. Tidak jarang terjadi ketegangan dalam hal pembagian bantuan. Oleh karena itu kelompok menjadi alternatif wahana komunikasi untuk mengelola distribusi bantuan dan upaya pemulihan lainnya.

b. Pelayanan modal adalah tindakan alternatif untuk menjawab kebutuhan akan keterbatasan akses terhadap modal. Dalam program pengem-

banan usaha sekaligus untuk penguatan modal, layanan modal juga harus diarahkan pada pencapaian kebutuhan praktis dan strategis perempuan. Di ASPPUK dikembangkan skema kredit untuk usaha dan untuk kebutuhan khusus perempuan agar mendukung usaha. Pada wilayah bencana, skema kredit juga hendaknya mengakomodasi kebutuhan nyata lain. Saat ini sedang dikembangkan layanan modal untuk pemulihan kembali perkakas dan sarana usaha. Ada yang bersifat hibah, tetapi ada pula yang sifatnya pinjaman dengan bunga subsidi. Perbedaan perlakuan ini menjadi kebijakan di kelompok.

Sebagaimana dilakukan oleh Koperasi SETARA di Klaten, modal usaha diberikan kepada anggota yang usahanya hancur dan modalnya habis untuk pembangunan kembali rumahnya. Dengan modal baru, anggota yang bersangkutan bisa memulai lagi usahanya dalam waktu 2 bulan pascagempa. Layanan kredit memang dikhususkan untuk modal usaha, sedangkan untuk kepentingan bahan makan, peralatan rumah, dan perkakas serta sarana usaha juga mendapatkan bantuan. Koperasi SETARA yang juga mendistribusikan bantuan untuk kepentingan tersebut. Dengan kata lain, layanan modal untuk pemulihan usaha pascabencana tidak bisa

menjadi satu-satunya upaya pemulihan kembali usaha.

Pelayanan modal dalam kepentingan strategis dilakukan dengan cara mendorong perempuan menghimpun kekuatan modal sendiri. Proses pengorganisasian dalam mengelola layanan modal terbukti efektif pula. Tidak hanya kepentingan modal, tetapi juga organisasi layanan modal/lembaga keuangan bagi perempuan merupakan media yang efektif pula dalam peningkatan kesadaran kritis, solidaritas, dan kepercayaan diri perempuan. Sebagaimana penuturan beberapa anggota LKP (Lembaga Keuangan Perempuan) yang diinisiasi ASPPUK dalam pendiriannya, diakui efektif untuk pemberdayaan di atas.¹⁵

Pembentukan LKP, sebagai media pemberdayaan ekonomi perempuan, bermanfaat untuk menyediakan pinjaman dengan mudah, baik untuk usaha maupun bukan usaha, yang sebelumnya sangat sulit bagi mereka untuk mendapatkannya dari pihak lembaga keuangan formal. Kasus di Lombok memperlihatkan bahwa LKP ternyata dapat menghindarkan seba-

gian besar anggotanya dari jerat rentenir.¹⁶ Selain itu, LKP pun bermanfaat bagi perempuan sebagai ibu rumah tangga. Setelah menjadi anggota LKP, mereka dapat meminjam uang untuk modal usaha dan bertindak sebagai pengambil keputusan yang bertanggung jawab terhadap hasil keputusannya tersebut. Mereka bebas mengajukan permohonan pinjaman, baik dengan statusnya sebagai perempuan yang belum menikah, janda, atau pun bersuami.

c. Pengembangan layanan Pasar.

Pasar dalam pengertian ini memiliki arti yang luas, bisa berupa tempat pemasaran, berupa kesempatan untuk anggota memasarkan barang-barang produknya, maupun berupa layanan informasi pasar. Pendekatan ini dimaksudkan untuk memberi alternatif pemecahan masalah keterbatasan akses pasar bagi perempuan karena berbagai alasan yang dihadapi perempuan. Layanan pasar diberikan dengan membentuk lembaga atau unit kerja pemasaran yang dibutuhkan untuk jenis produk dan kapasitas tertentu. Bisa juga sebagai lembaga perantara antara kelompok sebagai produ-

¹⁵ Baca *Best Practice LKP (Lembaga Keuangan Perempuan) ASPPUK*, ASPPUK, 2005.

¹⁶ Sebelum bergabung dengan JarpuK dan bisa mengakses LKPUK, PUK-mikro di Lombok cenderung meminjam dari rentenir dengan bunga rata-rata 30% per seratus hari. Meski memberatkan, mereka sering kali terpaksa karena tidak memiliki pilihan lain akibat tidak memiliki tabungan dan tidak bisa pula meminjam ke bank. Bahkan tak jarang meminjam kepada kerabat pun dikenakan bunga meski tidak sebesar rentenir.

sen dan pihak lain dalam tujuan pengembangan wilayah dengan volume pemasaran tertentu. Dalam pilihan model ini, yang perlu dijaga adalah kepemilikan lembaga ini berbasis pada anggota.

Layanan pengembangan pasar bisa juga berupa pemberian informasi terkait dengan lokasi baru, perkembangan harga jual dan bahan baku, maupun informasi tentang rekanan untuk pengembangan relasi. Proses perluasan pasar terbukti bisa menjadi media membangun kepercayaan diri.

d. Pelayanan Informasi. Strategi ini dimaksudkan sebagai unit pendukung dalam pengembangan usaha maupun untuk keutuhan pemberdayaan dan bahkan advokasi. Unit ini memiliki tugas menyediakan, mengolah, dan menyebarkan informasi agar sampai kepada pengguna dengan baik dan tepat. Misalnya, agar produsen makanan bisa memproduksi makanan yang sehat, maka perlu ada informasi tentang bahaya bahan pewarna dan pengawet. Dalam konteks kebutuhan khusus perempuan, informasi kesehatan yang berhubungan dengan masalah mereka sangat berharga sebab masalah kesehatan berkaitan erat dengan kegiatan usaha perempuan.

Dalam lingkup kondisi pascabencana, informasi yang disediakan terkait dengan cara mengatasi ataupun antisipasi masalah bencana, informasi bantuan, maupun posko-posko kesehatan merupakan produk informasi khusus dan praktis yang sangat berharga bagi masyarakat.

e. Advokasi. Pemahaman advokasi dalam hal ini adalah upaya mengubah agar masalah-masalah strategis dan struktural terkait dengan perempuan usaha kecil-mikro bisa diatasi. Setidaknya ada perubahan ke kondisi yang lebih baik. Dalam lingkup strategi ini yang dilakukan adalah membangun kekuatan jaringan dengan pihak-pihak terkait atau *stakeholder* yang relevan. Seperti yang dilakukan beberapa jaringan Perempuan Usaha Kecil (Jarpuk) yang melakukan desakan kepada pihak pemerintah daerah dalam hal proses perencanaan APBD dan pengalokasian anggaran. Ada beberapa kegiatan yang berdampak pada perubahan anggaran untuk kepentingan modal usaha Jarpuk. Dalam hal ini yang mereka perjuangkan adalah peningkatan akses modal bagi perempuan.

Pada situasi bencana, para anggota koperasi mengalami kesulitan dalam pengembalian kredit. Mereka melakukan lobi untuk pembebasan kredit se-

bagaimana janji pemerintah, meskipun tidak semua permintaan dikabulkan, setidaknya dari kesepakatan akan ada keringanan dalam pengembalian kredit. Pemilihan strategi ini sangat terkait dengan strategi lain, utamanya adalah dalam pengorganisasian. Kualitas pengorganisasian menjadi kunci, karena di situlah awal dibangunnya kesadaran kritis dan media memperkuat solidaritas. Akan halnya jaringan, jaringan merupakan faktor lain yang tak kalah pentingnya, sebab jaringan tersebut yang kemudian bisa memperluas isu dan kekuatan, misalnya jaringan dengan media ataupun orang-orang kunci.

Dalam pengalaman ASPPUK kelima strategi di atas harus dilaksanakan secara konsisten disertai prasyarat kelembagaan serta staf yang memiliki komitmen dan konsisten dalam perjuangannya. Mereka harus memiliki empati, perspektif, dan keberpihakan gender yang jelas.¹⁷ Strategi di atas adalah alternatif, setidaknya seperti yang diyakini dan diterapkan oleh sebagian anggota ASPPUK dan selanjutnya menjadi strategi ASPPUK dalam penguatan perempuan usaha kecil.



Daftar Rujukan

Fakih, Mansour. 2000. *Analisa Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Insist Press.

Firdaus. 2004. Memperkuat Usaha dengan Jejaring: memetik pengalaman jejaring perempuan usaha kecil-mikro. Makalah yang disampaikan dalam seminar "Peningkatan Peran Lembaga Nonpemerintah dalam Upaya Pemberdayaan Perempuan di Bidang Ekonomi". Diselenggarakan oleh Kementerian Koordinator Bidang kesejahteraan rakyat, Juli.

¹⁷ Tentang prasyarat lembaga dan orang-orang yang bekerja untuk aktivitas pengembangan usaha kecil-mikro dan pemberdayaan perempuan-lebih lanjut bisa disimak dalam serial buku pengembangan usaha kecil "Memotong Jerat Tradisi", Adriani dkk, Swiss Contact, Jakarta, 2002.

- Fernandez, Joe. 2005. "ASPPUK Best Practices". *Pengalaman Pendampingan Perempuan Usaha Kecil*. Jakarta: ASPPUK-TDH.
- Grijns, at all. 1994. *Different women, different work: gender and Industrialisation in Indonesia* Hans and Vermont: Avebury.
- Murniati, dkk. 2001. *Gerakan Ekonomi Perempuan sebagai Basis Ekonomi Rakyat* (sebuah refleksi pengalaman lapang). Jakarta: PT Binarena Pariwara, ASPPUK, CUSO, PPSW.
- Nursaid, Fajar. 2006. Membangun Kesempatan Berusaha bagi rakyat Miskin. Kertas kerja yang disampaikan untuk konsultasi nasional Commission on Legal empowerment of the Poor (CLEP), sektor Dunia Usaha, diselenggarakan oleh YLBHI, Jakarta 23—24 November.
- Pristiwati, Yuni. 2005. Strategi Pengembangan Usaha Kecil-Mikro untuk Penguatan Perempuan. Makalah yang disampaikan untuk pengantar diskusi dalam rapat koordinasi Peningkatan Partisipasi Perempuan dalam Kegiatan Ekonomi Keluarga di Kawasan Timur Indonesia, Kantor Kementerian Koordinasi Kesejahteraan Rakyat, Jakarta, 9 Mei 2005.
- Sumantri, Adriani, dkk. 2002. *Memotong Jerat Tradisi*. Serial buku pengembangan usaha kecil. Jakarta: Swiss Contact.
- Tambunan, Tulus T.H. 2002. *Usaha kecil dan menengah Indonesia; beberapa isu penting*. Jakarta: Salemba empat.
- Wijaya, Hesti dan BW. Widada. 1996. Laporan evaluasi Program Peningkatan Usaha Kecil Perempuan yang berperspektif Gender. PERSEPSI. Tidak diterbitkan.
- Departemen koperasi dan UKM. 2006. <<http://www.dep.kop.go.id>> diakses 5 Desember 2006.

DENYUT USAHA KECIL DI PASAR TRADISIONAL DALAM HIMPITAN HIPERMARKET

Deni Mukbar¹

Abstract

This essay discusses the development and competition of modern markets, especially retail businesses such as hypermarkets, versus the traders in traditional markets. Hypermarkets start the competition by offering cheaper prices compared with the price of the same product in the traditional markets. As a result, society's consuming patterns changed from the traditional markets to the hypermarkets. This condition benefits the government because hypermarkets can provide income for the local government's budget. But on the other side, this business of hypermarkets could end the lives of the traditional markets.

The existence of traditional markets as a simple place to shop is still needed to accommodate the middle and lower income groups, who are the majority of the society. It is this very important role of traditional market that should encourage us to ask the government on what side they are taking. Instead of building the city's economic based on informal sector and poor people, city government acts as brokers for hypermarket investors. The government should take a role as a regulator so that small retailers, including retailers in traditional markets, could keep operating their business and not losing their consumers to the hypermarkets.

Keywords: traditional markets, hypermarkets, consumers, business competition

1 Peneliti di Yayasan AKATIGA Pusat Analisis Sosial.

Pendahuluan

Maraknya kemunculan pasar modern (minimarket, supermarket, dan hipermarket) sering dianggap sebagai ancaman serius oleh pedagang pasar tradisional (selain warung, kios, dan lainnya). Secara faktual ancaman ini mungkin terjadi karena bisnis pasar tradisional dan pasar modern adalah sama, yaitu perdagangan ritel. Artinya setiap pendirian pasar modern akan memunculkan persaingan dan berhadapan langsung dengan kepentingan pedagang di pasar tradisional.

Masalah utama yang dapat terjadi adalah bentuk persaingan yang tidak sehat. Besarnya modal yang dimiliki pasar modern memungkinkan mereka berbuat apa saja untuk menguasai pasar. Sehebat apa pun pedagang pasar tradisional, mereka tetap akan kalah bersaing. Contohnya dalam hal promosi, pengusaha pasar modern bisa memasang iklan besar-besar di koran untuk menarik pengunjung, sementara pedagang tradisional tidak mampu melakukannya. Belum lagi dalam hal harga. Akibat membeli dalam jumlah terbatas, barang yang didapat pedagang tradisional harganya relatif tinggi karena harus melalui tahapan-tahapan distribusi. Sementara, dengan modal besar yang dimiliki pasar modern, mereka bisa mendapatkan harga yang jauh lebih murah.

Karena mampu membeli dalam jumlah besar, mereka bisa membeli langsung dari pabrik dengan harga pabrik plus diskon. Dari sisi ini saja sudah jelas bahwa pedagang tradisional tak mungkin bisa menang bersaing.

Masalah persaingan antara pasar tradisional dengan pasar modern menjadi salah satu faktor yang menarik untuk dibahas. Selain itu, pembahasan menjadi penting karena sektor perdagangan, khususnya pedagang eceran skala kecil dan menengah, diasumsikan memiliki posisi kunci sebagai mata rantai terakhir yang menghubungkan produsen dengan konsumen. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa seluruh bentuk upaya pendistribusian barang dan jasa harus melalui pedagang eceran. Jika sektor perdagangan eceran skala kecil dan menengah terganggu kinerjanya, maka distribusi barang dan jasa akan terganggu pula. Oleh karena itu, mekanisme pengaturan dipandang menjadi satu hal yang perlu dijalankan pemerintah dengan tepat sebagai mekanisme menjaga harmonisasi usaha ritel perlu. Asumsinya, peritel besar dapat berkembang. Di sisi lain, peritel kecil, termasuk pedagang pasar tradisional, dapat mempertahankan usaha dan tidak kehilangan pangsa pasarnya. Untuk mempersempit pembahasan, tulisan ini akan berfokus pada usaha ri-

tel jenis hipermarket karena hipermarket diindikasikan mulai bersaing dengan harga produk yang lebih murah daripada di pasar tradisional. Akibatnya segmentasi pengunjung pasar tradisional yang merupakan pencari harga sejati bergerak membanjiri hipermarket.

Pasar (Tradisional) dan Ritmenya

Studi antropologi mengenai pasar tradisional di Indonesia pernah dilakukan oleh Clifford Geertz dengan penelitian di Mojokuto, Jawa Timur. Dalam penelitiannya, Geertz (1977:31) menyatakan bahwa pasar² dapat dilihat dalam tiga sudut pandang, yaitu: (a) pasar sebagai arus barang dan jasa menurut pola tertentu; (b) pasar sebagai rangkaian mekanisme ekonomi untuk memelihara dan mengatur arus barang dan jasa tersebut; dan (c) pasar sebagai sistem sosial dan kebudayaan tempat mekanisme itu tertanam.

Intinya, pasar merupakan suatu prana ekonomi dan sekaligus cara hidup dan gaya umum kegiatan ekonomi yang mencapai segala aspek dalam masyarakat. Pasar sebagai tempat memperjualbelikan berbagai barang sandang, pangan, dan barang kecil-kecil lainnya berfungsi menjadi pengatur arus barang dan jasa sekaligus pengatur penetapan harga. Selain itu, pasar pun dapat menjadi penentu terbentuknya sistem sosial bagi pelakunya.

Sementara itu, Tambunan, dkk. (1998:3.4) membahas pasar tradisional dan modern berdasarkan tipologi pasar. Menurutnya, pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi barang dan jasa. Tambunan pun membedakan tipologi pasar dalam proses jual beli secara umum menjadi dua, yaitu menurut kelas mutu pelayanan, yang terbagi menjadi pasar tradisional³ dan pasar modern⁴, dan menurut

2 Pasar dianggap berasal dari kata Parsi, "bazar" melalui bahasa Arab (Geertz 1977:30).

3 Pasar yang bentuk bangunannya relatif sederhana dengan suasana yang relatif kurang menyenangkan (ruang tempat usaha sempit, sarana parkir yang kurang memadai, kebersihan pasar kurang terjaga, dan penerangan yang kurang baik). Barang-barang yang diperdagangkan adalah barang kebutuhan sehari-hari dengan mutu barang yang kurang diperhatikan, harga barang relatif murah, dan cara pembeliannya dengan sistem tawar-menawar. Para pedagangnya sebagian besar adalah golongan ekonomi lemah dengan cara berdagang yang kurang profesional. Contoh pasar tradisional: Pasar Inpres, pasar lingkungan dan sebagainya (Kamus Kementerian KUKM, dalam http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_glossary&func=display&letter=P&Itemid=73&catid=43&page=1).

4 Pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, atau koperasi yang dalam bentuknya berupa mal, supermarket, *department store*, dan *shopping centre* di mana pengelolaannya dilaksanakan secara

sifat pendistribusiannya, yang terbagi menjadi pasar eceran⁵ dan pasar perkulakan (grosir).⁶

Penelitian lain dilakukan Wertheim yang berkesimpulan bahwa keberadaan pasar cenderung berdekatan dengan pusat pemerintah (alun-alun kota) karena perannya sebagai penunjang perekonomian daerah⁷ (Baskara 2006).

Berdasarkan beberapa konsep diatas, keberadaan pasar dapat memberi gambaran perjalanan ekonomi dalam suatu kebudayaan. Pasar menjadi awal terjadinya proses tukar-menukar (barter) produk yang dihasilkan, baik dengan uang atau pun dengan barang lainnya. Transaksi yang terjadi dalam perkembangan pasar tidak hanya melibatkan uang dan barang, tetapi juga pertukaran informasi tentang banyak hal, termasuk politik. Dengan demikian pasar menjadi ruang publik yang penting dalam perkembangan kota.

Pandangan mengenai pasar dan tipologinya menjadi penting dibahas diawal, karena keseluruhan tulisan ini erat kaitannya dengan pemahaman konsep tersebut. Saat berbicara mengenai pasar menurut mutu pelayanannya, pemahaman kita merambah dan berkaitan pula dengan pasar menurut proses pendistribusiannya. Pembicaraan mengenai pasar tradisional, kecenderungan proses pendistribusian yang dilakukan secara eceran. Sedangkan pasar modern diidentikkan dengan pasar perkulakan (grosir).

Namun, pernyataan tersebut tidak mutlak seperti itu adanya. Saat ini, tidak sedikit pula usaha-usaha ritel yang berada di pasar modern, *notabene* umumnya sebagai pasar grosir, nyatanya melakukan kegiatan penjualan secara eceran. Persinggungan antara perdagangan eceran dan grosir tampaknya sulit dipisahkan dengan jelas. Tak jarang pula di satu tempat

modern dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi label harga yang pasti (Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI Nomor: 107/MPP/Kep/2/1998).

- 5 Pasar eceran terdiri dari para pedagang yang melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen akhir dalam partai kecil (Sumber: Kepmenperindag No. 23/MPP/Kep/1/1998).
- 6 Grosir adalah pelaku usaha yang membeli berbagai macam barang dalam partai besar dari berbagai pihak dan menjual barang tersebut dalam partai besar sampai kepada subdistributor dan/atau pedagang eceran (Sumber: Kepmenperindag No. 23/MPP/Kep/1/1998).
- 7 Wertheim menunjukkan kesamaan konsep zonasi kota-kota di Jawa sejak sebelum tahun 1600, secara umum terdiri dari keraton, alun-alun, dan pasar. Secara nyata, pasar terletak di dekat alun-alun, sekaligus dekat dengan permukiman kaum bangsawan. Semakin jauh jaraknya dari keraton, semakin rendah kelas sosial para pemukimnya. Sejak masa kejayaan Mataram hingga masa pemerintahan Sultan Hamengku Buwono (HB) I, keberadaan pasar tradisional selalu dekat dengan keraton. Hingga 250 tahun kemudian, kawasan itu masih bertahan, bahkan menjadi ikon kota Yogyakarta, yaitu Malioboro dan Pasar Beringharjo.

kedua proses pendistribusian ini dilakukakan oleh pelaku yang sama.

Pasar bersifat dinamis mengikuti perkembangan zaman. Arus urbanisasi dan modernitas penduduk mendorong pada pertumbuhan ekonomi. Zona lama tidak bisa dipertahankan ketika uang semakin berperan. Tata kota berubah drastis sehingga konflik memperebutkan ruang kota antara kepentingan bisnis dan sosial akhirnya dimenangi kepentingan komersial, terlebih setelah masuk dalam arus besar liberalisasi perdagangan dunia. Tak pelak lagi, perubahan zaman ini memunculkan konotasi negatif terhadap pasar tradisional dan mendorong pergeseran pasar tradisional, tergantikan oleh pasar modern yang semakin banyak muncul.⁸

Perubahan sikap konsumen selaku pembeli dan pelanggan pasar ini yang ditanggapi secara cerdas oleh para pengelola pasar modern. Sementara, para pedagang dan pengelola pasar tradisional masih saja berkuat pada pemikiran bahwa konsumenlah yang lebih membutuhkan jasa mereka.

Pertanyaan menarik yang perlu diperhatikan adalah, "Dapatkah pasar tradisional, sebagai basis usaha perdagangan eceran domestik, bertahan di tengah gempuran arus modernisasi dan kepongkongan pasar modern, termasuk hipermarket?"

Keberadaan pasar tradisional, terutama di daerah pedesaan dan di luar stigma negatifnya, masih menyimpan esensi sebagai gambaran khas kearifannya. Pasar tradisional dapat menyuguhkan suasana lalu lalang pengunjung mencari barang lebih murah harganya dibanding pedagang lain. Pembeli pun dapat duduk membaur di antara pedagang tanpa ada batas, sehingga semuanya serba hidup. Seperti yang dikemukakan Aryanti dan Ernandayati (2003:3), pasar tradisional merupakan sebuah tempat transaksi yang khas. Proses jual beli yang terjadi di dalamnya terjadi secara interaktif. Harga bukanlah suatu yang pasti, melainkan menjadi hasil kesepakatan melalui tawar menawar antara pedagang dan pembeli.⁹ Hal ini terjadi karena pemilik modal umumnya adalah penjual langsung dagangannya.

⁸ Kondisi yang serba kumuh, suasana berdesakan, dan hiruk-pikuk tidak bisa lepas dari sebuah pasar tradisional. Ciri khas lain tertangkap pada keberadaan pasar tradisional; saat musim penghujan, yaitu becek yang tampak tergambar di sana, sedangkan pada musim kemarau debu dan pengap udara menyertai kesehariannya. Pusat-pusat pasar bergeser mengikuti perkembangan baru dari kawasan-kawasan bisnis baru (KOMPAS, Minggu 4 Juli 2004, suplemen Kehidupan hal 13).

⁹ Tidak dapat dipungkiri, proses ini terkait dengan motif keuntungan pada kedua belah pihak. Di satu sisi pembeli ingin mendapatkan suatu barang dengan harga yang murah, namun di sisi lain penjual pun ingin mendapatkan keuntungan lebih besar dari barang yang dijualnya.

Aroma komunikasi dan interaksi sosial terjalin, menancapkan suasana keakraban antara penjual dengan pembeli.¹⁰

Liberalisasi Perdagangan dan Menjamurnya Investor Ritel Asing

Proses liberalisasi perekonomian di Indonesia diperkuat dengan adanya kesepakatan 50 butir paket reformasi ekonomi dari IMF¹¹ untuk mengatasi krisis ekonomi di Indonesia. Namun demikian, Tambunan dkk (1998:1.4) menyatakan bahwa munculnya kesepakatan tersebut berindikasi pada: (a) di satu pihak arus globalisasi¹² memunculkan masalah persiapan dalam tingkatan efisiensi dan kompetisi ekonomi dalam negeri; dan (b) penanggulangan krisis ekonomi melalui paket IMF tampaknya didesain untuk mempersiapkan kerangka ekonomi menghadapi globalisasi dan mengatasi krisis ekonomi. Dengan kata lain, pasar

dibuat menjadi lebih kompetitif, arus barang dan jasa antar daerah menjadi lebih mudah, dan pembentukan harga dilepaskan dari berbagai bentuk pengurangan harga.

Gelombang liberalisasi yang merasuk ke dalam negara-negara berkembang, termasuk Indonesia, mendorong munculnya wacana sistem ekonomi global yang dikendalikan oleh sistem ekonomi kapitalis. Kondisi ini memunculkan arena perlombaan kecepatan, persaingan, dan pencarian keuntungan untuk penumpukan modal.

Hal menarik yang perlu diperbincangkan dalam tulisan ini adalah kemunculan pasar-pasar modern sebagai bagian dari perdagangan eceran (ritel). Usaha ritel dapat dianggap sebagai salah satu industri paling dinamis, karena perkembangannya terpengaruh oleh banyak faktor yang menyebabkan pergeserannya. Faktor terse-

10 Kegiatan di pasar tradisional pun, menilik sejarahnya, memperlihatkan hubungan antara kebudayaan dan ekonomi. Pasar bukanlah tempat suci, tetapi solidaritas dan kepercayaan terbangun di tempat itu. Kesenian tradisional dapat menjadi salah satu sasaran, terkait dengan keberadaan pasar. Contohnya semasa puncak kejayaannya di tahun 1930-an, di Pasar Srowulan, Yogyakarta selalu digelar pertunjukan. Di beberapa pasar tradisional di Yogyakarta, sampai sekarang masih bisa ditemui pertunjukan kesenian, meskipun skala dan frekuensinya semakin terpinggirkan (<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0610/10/jogja/29672.htm>).

11 Kesepakatan ini ditandatangani 25 Agustus 1998, terdiri dari reformasi di bidang fiskal dan moneter, keuangan dan perbankan, investasi dan perdagangan, restrukturisasi sektor riil, *safety net*, dan bidang lingkungan (Tambunan, dkk 1998:1.4).

12 Globalisasi adalah model neoliberal yang ditetapkan oleh negara-negara kaya dan organisasi internasional (IMF, WTO, OECD, dan lainnya), berdasarkan kondisi negaranya dan keuntungan dari perusahaan-perusahaan yang berasal dari negara-negara kaya tersebut (Oberhänsli 2003:12).

but antara lain kondisi sosial, ekonomi, demografi, dan perubahan gaya hidup. Oleh karena itu, seiring dengan perubahan keadaan ekonomi, berbagai macam pusat perbelanjaan telah bermunculan di Indonesia (http://bulletin.melsa.net.id/nop/1022/bandung_evolution.html).

Gelombang invasi pasar modern muncul di Indonesia pada era tahun 1990-an. Pada masa itu, di kota-kota besar mulai muncul sarana pusat perbelanjaan yang didominasi oleh peritel lokal.¹³ DKI Jakarta, sebagai daerah awal tempat munculnya pasar modern (terutama hipermarket) memiliki Peraturan Daerah No. 2 Tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta di Provinsi DKI Jakarta. Hipermarket, menurut perda tersebut, dipandang sebagai sarana usaha untuk menjual barang-

barang kebutuhan rumah tangga, termasuk kebutuhan sembilan bahan pokok secara eceran dan langsung kepada konsumen akhir.

Keberadaan hipermarket selain pasar tradisional dapat disimpulkan bahwa hipermarket dihuni oleh para pedagang yang tergolong sebagai pengusaha menengah-atas, sementara pasar tradisional diisi oleh pedagang usaha mikro dan menengah-bawah. Keduanya memperebutkan pangsa pasar¹⁴ sektor perdagangan eceran yang relatif sama karena menjual barang-barang yang sama pula, meski dengan tingkat harga yang berbeda. Secara ringkas, perbedaan karakteristik pasar tradisional dengan pasar modern dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

13 Asosiasi Pengusaha Pusat Belanja Indonesia (APPBI) mencatat pada tahun 1990-an di Jakarta terdapat 40 pusat perbelanjaan yang menjadi anggota APPBI, termasuk mal, plaza, dan *international trade center* seperti Plaza Indonesia (1990) dan Plaza Senayan (1995). Pusat perbelanjaan ini bersifat regional, bercirikan umumnya seluas lebih dari 40.000 meter persegi, terdiri atas satu atau dua toko serba ada (*department store*) yang menunjang berbagai jenis toko dan jasa ritel lainnya. (http://bulletin.melsa.net.id/nop/1022/bandung_evolution.html).

14 Persentase nilai jual atau beli barang atau jasa tertentu yang dikuasai oleh pelaku usaha pada pasar bersangkutan dalam tahun kalender tertentu (Kamus Kementerian KUKM, dalam http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_glossary&func=display&letter=P&Itemid=73&catid=43&page=1).

Tabel 1
Perbedaan Karakteristik Pasar Tradisional dengan Pasar Modern

No.	Aspek	Pasar Tradisional	Pasar Modern
1	Historis	Evolusi panjang	Fenomena baru
2	Fisik	Kurang baik, sebagian baik	Baik dan mewah
3	Pemilikan/kelembagaan	Milik masyarakat/desa, Pemda, sedikit swasta	Umumnya perorangan/swasta
4	Modal	Modal lemah/subsidi/swadaya masyarakat/inpres/dan lain-lain	Modal kuat, digerakkan oleh swasta
5	Konsumen	Umumnya golongan menengah ke bawah	Umumnya golongan menengah ke atas
6	Metode pelayanan	Ciri dilayani, tawar-menawar	Ada cara swalayan, pasti
7	Status tanah	Tanah negara, sedikit sekali swasta	Tanah swasta/perorangan
8	Pembiayaan	Kadang-kadang ada subsidi	Tidak ada subsidi
9	Pembangunan	Pembangunan fisik umumnya oleh pemda/desa/masyarakat	Pembangunan fisik umumnya oleh swasta
10	Pedagang yang masuk	Beragam, massal, dari sektor informal sampai pedagang menengah dan besar	Pemilik modal juga pedagangnya (tunggal) atau beberapa pedagang formal menengah dan besar
11	Peluang masuk/partisipasi	Bersifat massal (pedagang kecil, menengah, bahkan besar)	Terbatas, umumnya pedagang tunggal, atau menengah ke atas
12	Jaringan	Pasar regional, pasar kota, pasar kawasan	Sistem rantai korporasi nasional atau bahkan terkait dengan modal luar negeri (manajemen tersentralisasi)

Sumber: Anonymous, dikutip dalam Tambunan, dkk 1998:3.4

Dilema Perkembangan Usaha Ritel: Hipermarket Datang, Pasar Tradisional Hilang

Perkembangan hipermarket¹⁵ berindikasi pada runtuhnya dinding segmentasi antara kenyamanan pasar modern dan harga murah pasar tradisional. Hipermarket mulai bersaing de-

ngan harga produk yang lebih murah daripada di pasar tradisional. Akibatnya segmentasi pengunjung pasar tradisional, sebagai mayoritas pencari harga paling murah mulai bergerak membanjiri hipermarket. Berdasarkan data, peluang usaha ritel di Indonesia terlihat dalam tabel 1 tentang 10 Besar Usaha Ritel di Indonesia.

Tabel 2
10 Besar Usaha Ritel di Indonesia

Ranking	Nama Grup	Nama Usaha	Bentuk Usaha	Jumlah Unit Usaha	Penjualan 2003 (dalam milyaran)
1	Matahari Putra Prima	Matahari	<i>Department Store</i>	123	5, 980
2	Makro Indonesia	Makro	Hipermarket	13	5, 396
3	Alfa Retailindo	Alfa	Hipermarket + Peralatan Rumah tangga	36	3, 769
4	Ramayana Lestari Sentosa	Ramayana/ Robinson	<i>Department Store</i>	85	3, 650
5	Carrefour	Carrefour	Hipermarket	11	3, 504
6	Hero Supermarket	Hero Pasar Swalayan	Supermarket	113	2, 948
7	Indomarco Pristama	Indomaret	Peralatan Rumah tangga	800	2, 263
8	Inticakrawala Corporation	Indo Grosir	Supermarket	6	2, 033
9	Goro Bhatara Sakti	Goro 33	Hipermarket	5	1, 170
10	Lion Super Indo	Super Indo	Supermarket	38	985

Sumber: Peluang Usaha Ritel modern di Indonesia, dalam 2004/2005 Global Retail & Consumer Study from Beijing to Budapest

¹⁵ Hipermarket yang pertama muncul di Indonesia adalah Walmart dan Mega M. Sebelum berkem-

Survei AC Nielsen tahun 2004 menunjukkan meski jumlah pasar tradisional di Indonesia mencapai 1,7 juta unit atau mengambil porsi 73 persen dari keseluruhan pasar yang ada, namun laju pertumbuhan pasar modern ternyata jauh lebih tinggi dibandingkan dengan pasar tradisional. Pertumbuhan pasar tradisional hanya mencapai 5 persen per tahun, sementara pasar modern mencapai 16 persen. Tingkat pertumbuhan pasar modern di Indonesia dicatat MasterCard Worldwide, melalui rilis MasterCard Worldwide (tm) of Retail, sebagai angka tertinggi di antara negara-negara di Asia-Afrika (<http://www.pks-jakarta.or.id/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=337>; Silitonga, L.T & Moh. Fatkhul Maskur, 1 September 2006).

Data tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan pasar modern di Indonesia memang berkembang pesat. Khusus untuk hipermarket, fenomena ini sudah bukan dalam jumlah sedikit lagi. Buahian harga murah, kemasan rapi, lengkap, lingkungan bersih dan kenyamanan bagi konsumen saat melakukan transaksi belanjanya. Hiper-

market, sebagai pusat perbelanjaan modern, bisa dipandang sebagai surga perbelanjaan karena benar-benar memperlakukan pembeli sebagai tamu yang harus dipuaskan segalauntutannya. Di sisi lain, penawaran hipermarket pun tak lepas dari misi mengeruk keuntungan sebesar-besarnya sebagai asas bisnis modern. Kondisi seperti itu menyebabkan munculnya kompetisi di antara pasar modern dan tradisional, namun cenderung tidak seimbang dan tidak adil. Hal ini menurut Chomsky (1999 dalam Cahyono 2006) karena sistem pasar bebas mempercayai mitos bahwa roda ekonomi pasar bergerak dalam haluan spirit yang bersifat kompetitif, rasional, efisien, dan fair. Memenangkan persaingan menjadi kunci utama untuk meraih keberhasilan.

Survei AC Nielsen Indonesia lainnya menunjukkan bahwa pangsa penjualan pasar tradisional masih lebih tinggi bila dibandingkan dengan pasar modern. Secara singkat, pangsa penjualan pasar modern dan pasar tradisional dapat dilihat pada tabel berikut.

bangnya ritel hipermarket, di Indonesia sudah dikenal konsep supermarket dan minimarket. Supermarket adalah pilihan bagi mereka yang ingin berbelanja dalam kenyamanan dan menentukan pilihan produk berdasarkan keinginan anda sendiri. Tapi, harga sebuah produk yang sama pasti lebih mahal apabila dibeli di supermarket daripada di pasar tradisional (<http://www.rsi.sg/indonesian/ruangbisnis/view/20060622201700/1.html>).

Tabel 3
Pangsa Penjualan Barang Pasar Modern dan Tradisional
di Indonesia

Pangsa penjualan barang kebutuhan sehari-hari		
Tahun	Pasar modern	Pasar Tradisional
2001	24,8%	75,2%
2002	25,1%	74,8%
2003	26,3%	73,7%
2004	30,4%	69,6%
2005	32,4%	67,6%

Sumber: AC Nielsen, 2006 (dikutip dalam http://www.bisnis.com/servlet/page?_pageid=267&_dad=portal30&_schema=PORTAL).

Data tersebut dapat memperlihatkan bahwa pangsa penjualan kebutuhan sehari-hari (*consumer goods*) pada pasar tradisional yang lebih tinggi dibandingkan pasar modern tidak bisa terlalu dibanggakan. Selama rentang 5 tahunan tersebut ternyata pangsa pasar tradisional terus menunjukkan angka menurun. Sebaliknya, pasar modern menunjukkan angka penjualan yang makin tinggi. Kenyataan ini tidak dapat dipungkiri, pada akhirnya diperkirakan pangsa kedua pasar itu akan seimbang dan pada akhirnya pangsa pasar modern semakin mengalahkan pasar tradisional. Hal sama pun dikemukakan Gunaryo, Direktur Bina Pasar dan Distribusi Departemen

Perdagangan (dikutip dalam Ariyanto dkk T.th.), bahwa menjamurnya hipermarket dan berbagai jenis pasar modern dituding sebagai salah satu biang kian memburuknya nasib belasan juta pengusaha kecil di bidang ritel.

Kondisi yang terjadi kemudian, perkembangan pasar tradisional kembang kempis dalam menjalankan usaha. Di luar tembok mal-mal yang megah, pedagang-pedagang kecil mengerit. Mereka harus berjuang mati-matian menghadapi persaingan tidak sehat di tengah himpitan minimarket, supermarket, dan hipermarket agar tetap bertahan.¹⁶

¹⁶ Keberlangsungan usaha pedagang pasar tradisional menjadi semakin berat dengan adanya persaingan dengan hipermarket. Padahal, di sisi lain, pedagang pasar tradisional pun dihadapkan pada

Persaingan tidak sehat di kalangan pasar tradisional dan modern pun disinyalir dapat memunculkan kegiatan monopoli. UU No. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, menjelaskan monopoli sebagai penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha. Sementara itu, praktik monopoli dalam kegiatan usaha disinyalir sebagai pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasanya produksi dan/atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.

Praktik monopoli perlu diatur untuk menghindari penguasaan sektor pemasaran oleh beberapa pihak yang memiliki akses dan kepemilikan mo-

dal yang besar, sehingga akan mematikan usaha-usaha bidang yang sama yang berskala lebih kecil karena terjadinya persaingan yang tidak sehat.

Konsumen Memilih, Konsumen Menentukan

Sebuah pasar, tradisional maupun modern, pada hakikatnya merupakan arena bertemunya penjual dan pembeli dengan dukungan manajemen pasar itu sendiri. Dalam kondisi yang semakin ketat, maka pembeli semakin bebas memilih pasar atau pusat perbelanjaan yang mereka sukai (Gupta 2006).

Terbukanya pasar ritel di Indonesia menyebabkan banyak hipermarket menjamur di berbagai wilayah Indonesia. Hal ini pun diindikasikan bisa menjadi potensi yang mengancam keberlangsungan pasar tradisional dan pasar ritel dalam negeri lainnya.¹⁷

persaingan dengan para pedagang kaki lima (PKL), dengan jenis barang dagangan relatif sama, yang banyak melakukan kegiatan usaha di sekitar lokasi pasar tradisional. Namun, persaingan dengan hipermarket dipandang lebih terasa menghantam usaha pedagang pasar tradisional karena hipermarket memiliki aset modal lebih besar, sehingga dapat menjual barang-barang lebih murah dibandingkan di pasar tradisional. Jenis barang yang dijual pun serba ada, mulai bumbu dapur—yang dulu hanya ditemukan di pasar tradisional—beras, sayuran, pasta gigi, hingga pakaian. Selain itu, konsumen hipermarket pun disuguhkan pada kenyamanan lokasi perbelanjaan (Anonim. 2005, dalam <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0503/18/metro/1627429.html>; <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0503/15/metro/1618574.html>).

¹⁷ Kehadiran peritel asing ini awalnya bermain di segmen pasar atas. Namun, mereka pun ternyata tidak puas bermain di kelas atas dan mulai mengembangkan usahanya untuk menjangkau masyarakat lapisan bawah. Contohnya, PT Mitra Adi Perkasa, pemilik gerai 99,99% saham gerai Sogo di Indonesia, yang sukses bermain di segmen pasar atas, kemudian membuka gerai Debenhams untuk segmen kelas menengah dan menggerakkan gerai Java yang dulu dikenal sebagai Lotus De-

Kondisi persaingan yang terbuka telah mendorong konsumen untuk berbelanja di pasar yang dapat memenuhi segala kebutuhannya. Tuntutan konsumen memang sudah berubah. Tidak saja hanya membutuhkan produk, tetapi juga menuntut kenyamanan pada saat berbelanja, apalagi didukung oleh harga yang relatif lebih murah. Kondisi inilah sebenarnya yang menyebabkan konsumen secara berangsur mulai beralih dari pasar tradisional ke pusat perbelanjaan modern yang menawarkan suasana belanja lebih representatif. Saat ini, pasar tradisional yang relatif masih bisa bertahan adalah pasar tradisional di pedesaan, jika dibandingkan dengan pasar tradisional yang letaknya berdekatan dengan pusat perbelanjaan swasta modern (Gupta 2006).

Fenomena maraknya konsumen yang berbelanja ke hipermarket dan menggeser gaya hidup berbelanja di pasar tradisional salah satunya dipengaruhi oleh indikasi harga barang-barang yang dijual di hipermarket dibandingkan harga di pasar tradisional.

Alasannya antara lain karena hipermarket menjual barang dengan sistem konsinyasi. Selain itu hipermarket pun diindikasikan menekan harga dari pemasok lokal. Untuk memasok barang ke hipermarket pemasok dikenakan berbagai biaya, seperti *listing fee* dan minus margin harga.¹⁸ Sementara itu, harga di pasar tradisional lebih mahal karena tidak mempunyai akses untuk memotong jalur distribusi. Mereka memperoleh pasokan tidak dari distributor langsung, tetapi umumnya berasal dari pemasok tangan kedua (Mukbar 2005; Ariyani 2006; http://www.media-indonesia.com/news_print.asp?Id=2005082123521317&Jenis=c&cat_name=Ekonomi+%26+Bisnis).

Sikap hipermarket, dan peritel modern lainnya, menekan harga terhadap pemasok lokal sebenarnya memberikan indikator bahwa hipermarket melakukan pelanggaran terhadap Surat keputusan bersama (SKB) Menteri Perindustrian dan Perdagangan serta Menteri Dalam Negeri No. 145/MPT/Kep/5/1997 tentang Penataan dan

partment Store. Java tampaknya dipersiapkan MAP untuk membendung persaingan di segmen menengah-bawah (Atmoyuwono 2005; Susanto 2006).

18 Proses pemasok memasukkan barang ke hipermarket diawali dengan adanya kontrak perjanjian tertulis. Dalam perjanjian itu, tertuang beberapa syarat perdagangan untuk memperhitungkan margin untung yang diinginkan peritel modern dari pemasoknya. Di satu sisi ritel modern sudah dapat keuntungan dari bentuk *fix rebate*, *conditional rebate*, *cost ratio promotion fund* (yang dijabarkan dalam kontrak perjanjian syarat perdagangan) (http://www.bisnis.com/servlet/page?_pageid=127&_dad=portal30&_schema=PORTAL30&vnm_lang_id=2&ptopik=A24&cdate=15-NOV-2006&inw_id=485384).

Pembinaan Pasar Modern akan diubah menjadi Peraturan Presiden. Dalam SKB tersebut termuat bahwa hipermarket wajib bermitra dengan usaha kecil, koperasi, pasar tradisional, dan pemasok. Kondisi seperti itu sebenarnya merugikan pemasok. Karena itu, pemasok menuntut perbaikan hubungan pemasok dan peritel. Tuntutan pemasok itu antara lain:

- Peritel besar jangan menaikkan biaya syarat perdagangan.
- Depdag menaungi pemasok hingga tidak ada ancaman atau upaya mendepak produk dari rak pajang oleh peritel, selama negosiasi syarat perdagangan berlangsung.
- Pemerintah dan DPR membuat aturan main terkait syarat perdagangan. Sumber: Perkosmi, Nampa, Gapmmi, AP3MI, 2006, dikutip Silitonga 2006; dalam http://www.bisnis.com/servlet/page?_pageid=483&dad=portal30&schema=PORTAL30&pared_id=425519

Namun demikian, harapan para pemasok itu dibayang-bayangi sikap pemerintah. Departemen Perdagangan menyatakan tidak memiliki perangkat peraturan untuk menyelesaikan keluhan pemasok atas syarat perdagangan hipermarket yang dirasa membebankan dan menyerahkan penyelesaian masalah terkait syarat perdagangan kepada kedua belah pihak (*busi-*

ness to business/b-2-b).

Pesatnya perkembangan dan pertumbuhan hipermarket, dan berbagai jenis pasar modern lainnya, pun dipengaruhi oleh tingginya peningkatan permintaan konsumen. Saat ini, masyarakat ingin berbelanja di tempat yang representatif, baik dalam hal kebersihannya maupun lokasinya. Konsumen pun bersedia mengunjungi pasar yang disenanginya karena kondisi sarana mobilitas yang semakin modern dan mudah. Sehingga, meskipun pasar modern letaknya relatif jauh jika dibandingkan lokasi pasar tradisional, bagi konsumen hal itu tidak menjadi persoalan besar. Bagi konsumen, yang penting mereka mendapatkan kenyamanan dan kepuasan berbelanja sebagaimana yang diinginkannya.

Di sisi lain, persaingan antara pasar tradisional dengan hipermarket dan ritel modern lainnya ternyata bisa menjadi keuntungan tersendiri bagi konsumen. Penelitian AC Nielsen menunjukkan konsumen Indonesia menggunakan 4–5 saluran belanja tiap bulan. Konsumen Indonesia berbelanja ke hipermarket dan supermarket sebulan sekali, minimarket seminggu sekali, dan pasar tradisional setiap dua hari sekali, khususnya untuk makanan segar. Jadi, persaingan—sehat—antar peritel sebenarnya justru menguntungkan konsumen

(<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0405/28/metro/1049069.htm>; Iswa-ra, Padjar & Ari Eko 2005; Anonim. 2005 dalam http://www.media_indo.co.id/newsprint.asp?Id=2005062600512618&Jenis=c&cat_name=Lintas+Bisnis).

Data tersebut memberi gambaran bahwa pola konsumen di Indonesia, terutama di kalangan ekonomi menengah yang jumlahnya makin meningkat, ternyata masih menggunakan pasar-pasar tradisional dan modern dengan waktu yang bergantian.

Perilaku konsumen memilih pasar secara bergantian ini dapat dilihat sebagai bagian dari proses pergeseran masyarakat, yang awalnya menggunakan pasar tradisional sebagai satu-satunya sarana untuk mendapatkan barang-barang kebutuhannya, bergeser dengan memanfaatkan pasar modern.

Persaingan antara hipermarket dengan pasar tradisional, atau pun dengan sesama ritel modern, memang memberikan keuntungan bagi konsumen karena dapat mencari barang dengan harga murah. Namun, di sisi lain, yang perlu diperhatikan adalah kekhawatiran hipermarket memarginalkan, bahkan membunuh, usaha para pedagang pasar tradisional yang *notabene* berasal dari kalangan menengah ke bawah.

Keberadaan pasar modern idealnya dapat menjadi mitra dengan pasar tradisional. Dengan kata lain, antara pasar modern dan pasar tradisional harus tumbuh dan berkembang secara bersama-sama.

Peraturan Perpasaran: Modern Tumbuh, Jangan Matikan yang Tradisional

Pertumbuhan cepat diperlihatkan jaringan hipermarket. Upaya antisipasi pun perlu dilakukan agar pedagang pasar tradisional yang lebih dulu ada tidak lantasi gulung tikar. Perlu diakui, tidak semua orang senang berbelanja di pasar modern karena ingin dilayani. Orang-orang berusia lanjut masih suka berbelanja di pasar tradisional karena ada kepuasan bisa menawar, bisa saling tegur sapa. Kemudian konsumen pun diberitahu oleh pedagang kalau ada barang baru. Namun demikian, polemik antara pelaku ritel tradisional dengan hipermarket, dan pelaku ritel modern lain, tampaknya tak berujung.

Perkembangan hipermarket, dan berbagai ritel modern lainnya, dipandang sebagai pemanfaatan kelemahan hukum di Indonesia yang relatif kurang memberikan perlindungan kepada peritel lokal dan pasar tradisional. Perusahaan ritel asing dengan mudah memilih kota-kota besar sebagai basis

usahanya. Padahal seharusnya tidak diperuntukkan bagi pendirian toko karena tidak terlaksananya penerapan UU Gangguan (*Hinder Ordonantie/HO*)¹⁹ (Silitonga dalam Bisnis Indonesia 7 Agustus 2006; <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0301/31/utama/107530.htm>).

Berdasarkan pernyataan itu, pelanggaran terhadap UU Gangguan menjadi salah satu penyebab pertumbuhan pasar modern tidak seimbang dengan pertumbuhan pasar tradisional. Hal ini dapat dipahami, alih-alih memberi pengaturan agar keberadaan pasar modern tidak mengganggu keberadaan pasar tradisional yang sudah ada sebelumnya, yang terjadi sebenarnya hanya keuntungan sebagian pihak yang memiliki modal dan peluang pasar yang lebih besar.

Permasalahan lain yang terjadi dalam usaha ritel ini adalah adanya indikasi bahwa kegiatan yang dijalankan oleh banyak pasar modern itu tidak memiliki izin usaha yang dikeluarkan oleh pemerintah.

Data survei AC Nielsen sampai akhir tahun 2005 mencatat sedikitnya 1.248 pasar modern skala menengah dan besar terdapat di Indonesia, dengan rincian 1.141 supermarket, 83 hipermarket, dan 24 pusat perkulakan. Sementara itu, Departemen Perdagangan mengakui sampai tahun itu baru mengeluarkan IUPM (Izin Usaha Pasar Modern)²⁰ bagi 100-an gerai ritel modern yang memiliki luas areal belanja lebih dari 2.000 m²²¹ (Bisnis Indonesia Kamis, 10 Agustus 2006). Artinya, sekurangnya 1.148 gerai ritel modern belum memiliki IUPM.

Selama ini, ketentuan hipermarket dan pasar tradisional hanya diatur dengan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Perindustrian dan Perdagangan dengan Menteri Dalam Negeri No 145/MPP/Kep/5/1997 mengenai Penataan dan Pembinaan Pasar dan Per tokoan. Dalam Pasal 4 SKB itu disebutkan, lokasi pasar modern berada di ibu kota provinsi daerah tingkat I ditetapkan berdasarkan rencana tata ruang wilayah kota. Penetapan lokasi pasar modern di daerah tingkat II yang perkembangan kota dan tingkat ekonominya sangat pesat dan berlokasi di luar ibu kota provinsi daerah

19 Salah satu pasal dalam UU Gangguan, dibentuk oleh pemerintah Belanda, menyatakan bahwa pasar modern jaraknya minimal 2,5 km dari pasar tradisional yang hidup dan tidak boleh berdekatan dengan peribadatan (Bisnis Indonesia, Senin, 07 Agustus 2006).

20 Salah satu persyaratan mendapatkan IUPM ini adalah pengajuan keterangan lulus Analisis Dampak Lingkungan (Amdal) bagi seluruh gerai seperti tertuang dalam draf Perpres Penataan Toko Modern dan Pasar Modern.

21 Aturan IUPM ini tertuang dalam aturan SKB Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri No. 57 dan 154/MPP/Kep/5/1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Modern.

tingkat I harus memperoleh izin secara khusus dari menteri. Namun, dengan adanya UU Otonomi Daerah, provinsi enggan terlalu ikut campur atau melakukan intervensi kepada daerah. Pemerintah daerah terlalu terlena dengan wewenang otonomi, sehingga terus mengeluarkan izin pendirian pasar modern dengan mudah untuk mengejar pendapatan anggaran daerah yang tinggi, tanpa memperhatikan lagi ketentuan SKB itu. Bahkan, perda-perda dan ketentuan daerah pun menjadi lebih diutamakan dibanding SK menteri (Anonim 2005, dalam <http://www.suaramerdeka.com/harian/0507/03/nas12.htm>; Ritonga 2005).

Banyaknya usaha ritel modern yang tidak memiliki izin usaha ini seharusnya mendorong pemerintah untuk segera melakukan pembenahan masalah perizinan ritel modern skala menengah dan besar dengan berkoordinasi dengan pemda. Upaya ini dilakukan agar pemda bersikap selektif dan tidak asal memberikan izin kepada ritel modern tanpa memperhatikan dampak sosial dan ekonomi terhadap kondisi lingkungan sekitar dan kepentingan rakyat kecil.

Selain itu, penentuan wilayah-wilayah yang boleh didirikan hipermarket (zo-

nas) ²² pun menjadi permasalahan yang pelik untuk mengatur persaingan pangsa pasar peritel lokal maupun peritel pasar tradisional dari ancaman raksasa tersebut. Pengaturan yang dilakukan di Jerman atau di negara-negara Eropa pada umumnya, menempatkan lokasi hipermarket-hipermarket besar di luar kota. Sementara di tengah kota justru harus ditempati para peritel lokal yang memang tidak memiliki konsep hipermarket (<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0301/31/utama/107530.htm>).

Upaya zonasi hipermarket di luar kota memberi pemahaman bahwa konsumen yang datang ke tempat itu memang sengaja untuk berbelanja untuk kebutuhan tertentu, sementara kebutuhan sehari-hari bisa dipenuhi di pasar tradisional. Hal ini berbeda dengan yang terjadi di Indonesia. Fenomena yang terjadi menggambarkan orang-orang pasar atau pedagang pasar justru membeli barang di hipermarket karena mereka pun tidak mampu untuk bersaing.

Munculnya berbagai fenomena persaingan yang tidak sepadan antara pedagang pasar tradisional, sebagai bagian dari peritel lokal, dengan peritel modern mendorong Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) untuk

²² Saat ini mengenai tata ruang di daerah diatur oleh pemerintah daerah sesuai dengan undang-undang otonomi daerah. Jika peraturan daerah lemah, tentu dengan sendirinya tidak bisa membatasi perkembangan ritel modern.

memfasilitasi terciptanya iklim yang kondusif antara usaha peritel²³ (Silitonga dalam Bisnis Indonesia, Rabu, 09 Agustus 2006). Iklim usaha tanpa benturan persaingan yang tidak sehat di antara peritel yang berskala besar, menengah, dan kecil dianggap dapat tercipta melalui mekanisme pengaturan usaha ritel.

Tercapainya kesepakatan dapat digambarkan sebagai bentuk antisipasi para pengusaha ritel terhadap kondisi persaingan yang menjurus pada bentuk yang tidak sehat. Dengan demikian, kesepakatan itu diharapkan bisa menjembatani kepentingan peritel di saat belum ada aturan yang tegas dan jelas, sehingga dapat ikut mendorong pertumbuhan peritel yang lebih lemah, tanpa menghambat pertumbuhan usaha besar, termasuk peritel asing

Sampai saat ini, pemerintah masih berupaya mengesahkan peraturan presiden mengenai pasar modern.²⁴ Departemen Perdagangan berencana segera menerbitkan rancangan per-

aturan presiden tentang pasar modern terbagi menjadi dua perpres terpisah, yaitu tentang zonasi serta tata laksana, serta kemitraan dan sistem perdagangan²⁵ (Zaenudin & Silitonga dalam Bisnis Indonesia Jumat, 22 September 2006). Terbentuknya peraturan presiden mengenai pengaturan keberadaan pasar moder dan tradisional ini diharapkan banyak pihak sebagai jaring pengaman dan dasar hukum sebagai pedoman tata laksana perpasaran di Indonesia.

Kesimpulan

Romantisme keberadaan pasar tradisional, kalau memang masih ada, tampak hanya tinggal sisanya saja. Kejayaannya semakin pudar seiring dengan perkembangan zaman.

Tidak dapat dipungkiri, proses ramainya transaksi dan tawar-menawar langsung antara penjual dan pembeli menjadi sesuatu yang lumrah dilakukan antara penjual dan pembeli. Hal ini terkait dengan motif keuntungan

23 Kesepakatan tersebut merupakan salah satu butir rekomendasi rapat kerja nasional tertutup Ap-rindo di Jakarta 24 Juli 2006.

24 Pembahasan rancangan peraturan presiden ini dilakukan dalam rapat kerja Departemen Perdagangan Komisi VI DPR RI. Salah satu kesimpulan yang muncul adalah keinginan DPR RI agar Departemen Perdagangan bisa memberdayakan dan melindungi pasar tradisional dari kemungkinan persaingan tidak sehat akibat kehadiran pasar modern. Didik Rachbini, Ketua Komisi VI DPR RI menjelaskan bahwa masalah antara pasar modern dan pasar tradisional kian 'panas' dipicu ketidakberdayaan pasar tradisional memenangkan persaingan di satu sisi dan di sisi lain jumlah pelanggan peraturan yang dilakukan pasar modern juga makin tinggi.

25 Mendag mengatakan bagian tersulit penyelesaian perpres tentang pasar modern adalah di bagian kedua yang mengatur a.l. tata laksana, kemitraan, dan sistem perdagangan, sedangkan pengaturan zonasi bisa menggunakan aturan sebelumnya.

pada kedua belah pihak. Di satu sisi pembeli ingin mendapatkan suatu barang dengan harga yang murah, namun di sisi lain penjual pun ingin mendapatkan keuntungan lebih besar dari barang yang dijualnya. Aroma komunikasi dan interaksi sosial pun terjalin, menancapkan suasana keakraban antara penjual dengan pembeli. Situasi seperti itu dapat dipandang sebagai esensi yang tersimpan dalam dinamika pasar tradisional. Sesuatu yang sulit ditemui di era globalisasi yang mengedepankan individualitas.

Namun, seiring perkembangan zaman dan mengalirnya arus liberalisasi, sektor perdagangan pun terkena imbasnya. Perkembangan sarana-sarana perbelanjaan yang menawarkan efisiensi, kenyamanan, dan "keuntungan" bagi konsumennya marak bermunculan. Hipermarket berkembang bukan hanya sebagai lalu lintas barang dan jasa. Hipermarket muncul sebagai penyedia sarana penyaluran hasrat segala aspek kehidupan kapital seperti politik, olah raga, pendidikan, kebugaran tubuh, ataupun keamanan. Demokrasi atau kebebasan memilih citra, tanda, dan gaya ditentukan oleh elite, menjerat manusia dalam kekuasaan pasar, menstimulasi kebutuhan yang semakin beragam, digiring dalam dunia efisien dan kenyamanan. Munculnya kebiasaan masyarakat berbelanja di hipermarket ini, di satu sisi menguntungkan

masyarakat konsumen, akan tetapi, di sisi lain, usaha hipermarket ini telah membunuh usaha kecil-kecilan yang dikelola masyarakat setempat.

Perlu dicermati pula, bukan hanya produsen yang berlomba-lomba mencari mangsa pasar baru untuk mengembangkan usahanya, para konsumen pun tampaknya diarahkan untuk memperbesar pola konsumsinya sampai pada titik maksimal. Konsumen tidak hanya dihadapkan pada pemenuhan kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier, tetapi mereka tampaknya melampaui kebutuhan alami yang lebih mirip hasrat mencapai kepuasan dan tidak jelas batasnya. Pemenuhan kebutuhan ini pun seringkali diciptakan melalui keterkaitan terhadap kebutuhan yang lain. Pola konsumerisme ini tampak terjangkiti di beberapa kalangan memaksa untuk terpenuhi karena, bila tidak, akan menimbulkan kepanikan akan ketinggalan zaman, ketinggalan tren mode, kerugian, dan sebagainya.

Perubahan paradigma konsumen inilah yang harus diantisipasi para pedagang dan pengelola pasar tradisional agar tetap eksis di tengah persaingan yang semakin gencar. Perubahan fisik pasar saja belumlah cukup. Harus ada perubahan layanan yang lebih baik kepada para konsumen selaku pembeli dan pelanggan pasar tradisional.

Pada kenyataannya, banyak faktor yang menyebabkan pasar tradisional mengalami pergeseran, antara lain: proses liberalisasi, yang menyebabkan pertumbuhan pasar modern; munculnya kebijakan otonomi daerah dan tidak terlaksananya berbagai peraturan mengenai tata laksana pasar modern dan tradisional, yang mendorong pemerintah semakin gencar memberi izin hipermarket untuk mengejar pendapatan anggaran daerah (PAD); dan perubahan pola belanja konsumen.

Menempatkan pasar-pasar tradisional terkepung di jajaran plaza-plaza megah, perkantoran eksklusif, dan kompleks pertokoan yang serba teratur pada suatu saat nanti akan menyebabkan pasar tradisional mungkin akan menghilang dari pemandangan kota. Mungkin inilah yang membuat pasar tradisional suatu saat menghilang: persepsi bahwa modernisasi tidak ada di pasar tradisional yang becek, tidak pula oleh jalinan sosial dan solidaritas. Kematian orang-orang tua pedagang pasar tradisional yang menghidupkan nafas pasar tradisional selama ini akan ikut mendorong hilangnya pasar tradisional, karena anak-anak muda cenderung lebih memilih bekerja di pabrik atau menjadi pelayan toko daripada harus berjualan sendiri di pasar

Pasar tradisional sebagai tempat belanja sederhana sebenarnya masih sangat diperlukan untuk menampung golongan menengah ke bawah yang masih mayoritas di negara kita ini, sebab tak semua masyarakat bisa menerima kehadiran mal, plaza atau jenis pertokoan modern lainnya. Pusat perbelanjaan semacam itu tak bisa dijangkau sebagian besar masyarakat. Bagi mereka, tempat itu paling hanya dijadikan arena "*windows shopping*" yang menarik. Melestarikan pasar tradisional bisa menghadirkan kenangan tradisional yang tidak bisa didapati lagi di tempat perbelanjaan modern. Sosok pasar rakyat ini semakin kentara dan nuansa tradisionalnya semakin kuat mencerminkan ciri khas kota. Di balik ketradisionalannya itu pulalah tersimpan potensi yang besar. Potensi sebagai pasar tradisional yang bisa dijadikan aset wisata kota.

Mengingat pentingnya esensi dalam pasar tradisional ini. Secara nyata kita pantas mempertanyakan keberpihakan pemerintah terhadap ekonomi kota yang berbasis masyarakat kecil dan sektor informal. Jika persoalannya terletak pada kekumuhan pasar tradisional, pemerintah daerah harusnya memfasilitasi penataannya, bukan menjadi *broker* tanah bagi para investor yang ingin mendirikan hipermarket.



Daftar Pustaka

- Aryanti, Tutin dan Ira Ernandayati. 2003. *Perempuan Pedagang di Pasar Ciwalengke, Majalaya*. Working Paper No. 13. Bandung: AKATIGA.
- Geertz, Clifford. 1977. *Penjaja dan Raja*. Jakarta: Penerbit Gramedia.
- Tambunan, M., Edi Priyono dkk. 1998. *Dampak Krisis Ekonomi dan Liberalisasi Perdagangan terhadap Strategi dan Arah Pengembangan Pedagang Eceran Skala Kecil-Menengah di Indonesia*. Jakarta: Center for Economic and Social Studies (CESS).
- Website**
- Anonim. t.th. "Pusat Perbelanjaan: Evolusi dan Perkembangannya". [Online] <http://buletin.melsa.net.id/nop/1022/bandung_evolution.html>
- Anonim. t.t. "Hipermarket Manfaatkan Kelemahan Hukum". [Online] <<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0301/31/utama/107530.htm>>
- Anonim. 2003. "Hipermarket Manfaatkan Kelemahan Hukum". [Online] <<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0301/31/utama/107530.htm>>
- Anonim. 2004. "Indonesia", dalam 2004/2005 Global Retail & Consumer Study from Beijing to Budapest [Online].
- Anonim. 2005. "Ketika Pedagang Sama-sama Berteriak: Di Manakah Keadilan?" [Online]. <<https://www.kompas.com/kompas-cetak/0503/18/metro/1627429.html>> (18 Maret 2005).
- Anonim. 2005. "Pasar Tradisional Terjepit antara Hipermarket dan PKL" [Online]. <<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0503/15/metro/1618574.html>> (15 Maret 2005).
- Anonim. 2005. "Perdagangan: Kelangsungan Pedagang Kecil Terancam" [Online]. <http://www.media-indonesia.com/newsprint.asp?Id=2005082123521317&Jenis=c&cat_name=Ekonomi+%26+Bisnis>

- Anonim. 2005. "Ritel Modern vs Ritel Tradisional" [Online].
<http://www.media.indo.co.id/newsprint.asp?Id=2005062600512618&Jenis=c&cat_name=Lintas+Bisnis>
- Anonim. 2005. "Tegal Menangkap Peluang di Persimpangan" [Online].
<<http://www.suaramerdeka.com/harian/0507/03/nas12.htm>>
- Anonim. 2005. "Pasar Tradisional Terjepit antara Hipermarket dan PKL" [Online]. <<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0503/15/metro/1618574.htm>>
- Anonim. 2005. "Tegal Menangkap Peluang di Persimpangan" [Online]. <<http://www.suaramerdeka.com/harian/0507/03/nas12.htm>> (03 Juli 2005)
- Anonim. 2006. "Pergeseran Preferensi Konsumen, Siapkah Kita?" [Online].
<<http://www.rsi.sg/indonesian/ruangbisnis/view/20060622201700/1.html>>
- Anonim. 2006. "Mal dan Hypermart Gusur Pasar Tradisional" [Online].
<<http://www.uplink.or.id/content/view/346/lang,id/>>
- Ariyani. 2006. "Enam Pasar Tradisional Terancam Bangkrut" [Online].
<<http://www.tempointeraktif.com/hg/ekbis/2006/10/03/brk,20061003-85234,id.html>>
- Ariyanto, A. Pahingguan, W.A Subari, dan P. Sanyoto. t.t. "Demi Pedagang Kecil atau Pemodal Besar?" [Online]. <<http://www.majalahtrust.com/hukum/hukum/919.php>>
- Astuti, K.D. dan Ririn N.F. 2006. "'Gulat' Pasar Tradisional vs Pasar Modern", dalam Pikiran Rakyat [Online]. (12 Juni 2006).
- Atmoyuwono, Siswadi. 2005. "Kondisi Persaingan Bisnis Ritel Modern di Indonesia (Hypermarket, Department Store, Supermarket, dan Mini-market)" [Online]. <http://www.visdatin.com/htm/ritel_ind.htm>
- Baskara, Bima. 2006. "Ikon Ekonomi Kota yang Terabaikan" [Online].
<<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0610/10/jogja/29672.htm>>

- Cahyono, Imam. 2006. "Pasar Tradisional: Ruang Sosial Itu Segera Jadi Masa Lalu" [Online]. <<http://kompas.com/kompas-cetak/0608/04/humaniora/2857155.htm>>
- Gupta, Dharma. 2006. "Keliling Kota, Mal dan Pasar Tradisional" [Online]. <<http://www.kompas.co.id/kompas-cetak/0603/08/jogja/21814.htm>>
- Iswara, Padjar & Ari Eko. 2005. "Ritel Modern vs Ritel Tradisional" [Online]. <http://www.mediaindo.co.id/newsprint.asp?Id=2005062600512618&Jenis=c&cat_name=Lintas+Bisnis>
- Lubis, Nurmansyah. 2005. "Keberadaan Hipermarket Menghambat Perkembangan Pasar Tradisional" [Online]. <<http://www.pks-jakarta.or.id/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=337>>
- Mukbar, D. 2005. "Asosiasi Pedagang Tolak Hipermarket Dekat Pasar Tradisional" [Online]. <<http://www.tempointeraktif.com/hg/jakarta/2005/04/20/brk,20050420-08,id.html>>
- Ritonga, E. 2005. "Pasar Modern Sebagian Besar Disinyalir Tak Berizin" [Online]. <<http://www.tempointeraktif.com/hg/ekbis/2005/03/03/brk,20050303-07,id.html>> (03 Maret 2005).
- Silitonga, L.T. 2006. "*Menggalang keluhan di bisnis eceran*" [Online]. <http://www.bisnis.com/servlet/page?_pageid=483&_dad=portal30&_schema=PORTAL30&pared_id=425519>
- Silitonga, L. T. 2006. "Soal UU HO Picu Pelanggaran Ritel Modern", Bisnis Indonesia edisi 7 Agustus 2006 [Online].
- Silitonga, L.T. 2006. "Aprindo Siapkan kesepakatan Antarperitel", Bisnis Indonesia, Rabu 9 Agustus 2006 [Online].
- Silitonga, L.T. 2006. "1.148 Pasar modern tak kantong izin usaha", Bisnis Indonesia Kamis, 10 Agustus 2006 [Online].
- Silitonga, L.T & Moh. Fatkhul Maskur. 2006. "Indonesia pimpin pertumbuhan pasar ritel Asia-Pasifik", Bisnis Indonesia Jumat, 01 September 2006 [Online].

- Susanto, Heri. 2006. "Jakarta, Kota Mal Jaya Raya" [Online]. <<http://www.tempointeraktif.com/hg/mbmtempo/free/ekbis.htm>> Edisi. 36/ XXXV/ 30 Oktober—5 November 2006
- Triyatna, S.O., Pingkan Elita D. & Suprihadi. 2004. "Pasar Modern Dibangun, Pasar Tradisional Ditutup" [Online]. <<https://www.kompas.com/kompas-cetak/0405/28/metro/1049069.htm>>
- Zaenudin, Lutfi dan Linda T. Silitonga. 2006. "Pemerintah akan terbitkan 2 per-pres terkait pasar modern", Bisnis Indonesia Jumat, 22 September 2006 [Online].
- Kamus Kementerian KUKM [Online]. <http://www.dekop.go.id/index.php?option=com_glossary&func=display&letter=P&Itemid=73&catid=43&page=1>

Lain-lain

Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Perindustrian dan Perdagangan serta Menteri Dalam Negeri No. 145/MPT/Kep/5/1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Modern

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI Nomor: 107/MPP/Kep/2/1998 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pasar Mo-dern Menteri Perindustrian dan Perdagangan R.I.

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23/MPP/Kep/1/1998 tentang Lembaga-lembaga Usaha Perdagangan

Undang-Undang RI Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 127 tahun 2001 Tentang Bidang/jenis Usaha yang dicadangkan Untuk usaha kecil dan bidang/Jenis Usaha yang Terbuka untuk Usaha Menengah atau Besar dengan Syarat Kemitraan

Peraturan Daerah No. 2 Tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta di Provinsi DKI Jakarta

KEBIJAKAN EKONOMI DAN KETAHANAN USAHA KECIL-MENENGAH DI INDONESIA

Thee Kian Wie¹

Abstract

This essay describes the impact of policy implementation on the sustainability of small medium enterprises. As a contributor of 50% of Indonesia's domestic income, Small Medium Enterprises (SMEs) have an important role in the national economy. SMEs also exist in almost every sector in this region. Before reformation era in Indonesia, the government's policies on SMEs were largely based on the assumption that SMEs are not a part of the dynamic economy. Thus SME's policies emphasize on the 'assistance' aspect based on the consideration of prosperity and even distribution. For example, SMEs are excluded from the Anti Monopoly Act. As a result, SME has become a very vulnerable sector in the competition since they are not trained face competition.

Pendahuluan

Usaha kecil dan menengah (UKM) adalah pelaku penting dalam ekonomi negara-negara berkembang, termasuk Indonesia. Mereka bergerak di berbagai sektor produksi, distribusi, dan jasa. Oleh karena itu mereka dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja.

Karena UKM sering menghadapi kondisi pasar yang sering berubah, mereka pada umumnya mampu memberikan tanggapan yang cepat terhadap perubahan tersebut. Hal ini disebabkan UKM pada umumnya mempunyai organisasi yang lebih luwes dan mampu mengambil keputusan yang lebih cepat ketimbang usaha-usaha besar seperti tergambar dari tanggapan

¹ Peneliti ekonomi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.

mereka setelah ekonomi Indonesia dilanda krisis ekonomi Asia (Urata 2000:3—9).

UKM tersebar di seluruh Indonesia, dan sebagian besar berlokasi di daerah pedesaan. Oleh karena itu UKM berpotensi untuk mendorong pembangunan pedesaan dan pembangunan daerah, dan dengan demikian juga mendorong pembagian pendapatan yang lebih merata seperti yang terjadi di Taiwan. UKM Indonesia, khususnya UKM modern yang dinamis, juga merupakan tempat latihan yang baik bagi pengembangan keterampilan manajerial dan berorganisasi bagi pengusaha kecil serta keterampilan teknis para pekerja di UKM. Dengan menghasilkan barang-barang untuk pasaran ekspor, UKM juga dapat membantu memperkuat neraca pembayaran Indonesia (Urata 2000:3—9). Sebagai produsen komponen dan suku cadang bagi usaha-usaha perakitan, UKM, khususnya industri kecil dan menengah (IKM), juga dapat berperan sebagai subkontraktor bagi usaha-usaha besar.

Kegiatan kebanyakan usaha kecil di Indonesia terdapat di sektor perdagangan, pangan, olahan pangan, tekstil dan garmen, kayu dan produk kayu, serta produksi barang mineral non-logam seperti genting. Usaha-usaha ini beroperasi dalam kondisi pasar yang amat kompetitif, penuh ketidak-

pastian, dan amat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi makro, seperti inflasi. Lingkungan usaha yang buruk juga lebih banyak merugikan UKM ketimbang usaha besar (World Bank 2005:1).

Sektor UKM secara keseluruhan diperkirakan menyumbang sekitar lebih dari 50 persen pada Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Kebanyakan UKM bergerak di sektor pertanian dan perdagangan. Sekitar 10 persen, yaitu industri kecil dan menengah (IKM), memproduksi untuk ekspor.

Meskipun tidak ada data yang sempurna, diperkirakan bahwa jumlah pekerja pada industri manufaktur berskala menengah telah menurun dari sekitar 10 persen dari jumlah pekerja di sektor industri manufaktur pada pertengahan 1980-an menjadi sekitar 5 persen pada akhir 1990-an (World Bank 2005:1). Dibandingkan dengan negara-negara industri maju dan negara-negara industri baru, struktur industri manufaktur Indonesia dicirikan oleh kekosongan dalam industri skala menengah (*hollow middle*). Artinya, di satu sisi terdapat sejumlah kecil usaha-usaha besar, sedangkan di sisi lain terdapat jumlah usaha rumah tangga (*micro enterprises*) yang sangat besar dan sejumlah usaha kecil yang lebih kecil (Tabel 1).

Tabel 1
Usaha Kecil, Menengah, dan Besar di Indonesia, 2005

Pangsa penjualan barang kebutuhan sehari-hari		
Skala Usaha	% Jumlah Usaha	% Jumlah Pekerja
Usaha rumah tangga (4 pekerja atau kurang)	90.85	38.10
Usaha kecil (5—19 pekerja)	8.32	17.86
Usaha menengah dan besar (20 pekerja dan lebih)	0.83	44.04
Total	100.0	100.0

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2005

Angka-angka dalam tabel 1 juga memperlihatkan bahwa jumlah usaha-usaha besar dan menengah yang relatif kecil mempekerjakan jumlah pekerja yang paling banyak. Di sisi lain jumlah pekerja yang besar di sekian banyak usaha rumah tangga menunjukkan bahwa produktivitas pekerja di usaha-usaha rumah tangga ini rendah sekali.

Karena tulisan ini membahas UKM yang beroperasi di sektor-sektor non-pertanian di Indonesia, ada baiknya disajikan juga data tentang jumlah absolut pekerja (termasuk pemilik) di usaha-usaha mikro, kecil, dan menengah (tabel 2).

Tabel 2
Distribusi Jumlah Pekerja di Usaha-Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Sektor-Sektor Nonpertanian di Indonesia, 2001

Kategori usaha	Jumlah pekerja
Mikro (1—4 pekerja)	14, 174,236
Kecil (5—19 pekerja)	658,336
Menengah (20—99 pekerja)	67,481
Total	14,900,053

Sumber: PPTA & The Asia Foundation: *Provincial SME Development — Draft Final Report*, Part I: Provincial SME Development in Indonesia, Jakarta, August 2005, tabel 1, hal. 25.

Angka-angka dalam tabel 2 menunjukkan dengan jelas bahwa jumlah pekerja (termasuk pemilik dan anggota keluarga yang tidak dibayar) di usaha mikro jauh lebih banyak dibanding jumlah pekerja di UKM.

Sejak krisis ekonomi Asia, Indonesia telah menarik banyak perhatian karena ternyata banyak UKM lebih mampu menghadapi dampak negatif dari krisis ini ketimbang konglomerat-konglomerat besar yang dililit utang besar. Di sisi lain, banyak UKM yang kurang tangguh dan terpaksa gulung tikar. UKM yang dapat tetap beroperasi adalah UKM yang tergantung pada masukan (bahan baku) domestik ketimbang masukan impor yang telah menjadi mahal karena depresiasi rupiah. Bahkan di antara UKM ini banyak yang mulai mengekspor hasil-hasil produksi mereka karena dapat memanfaatkan peluang baik yang terbuka dari depresiasi rupiah yang tajam. Oleh karenanya tidak mengherankan jika UKM dipandang sebagai usaha yang lebih tangguh ketimbang konglomerat-konglomerat besar yang selama Orde Baru hanya dapat berkembang pesat berkat berbagai fasilitas dan proteksi yang mereka peroleh dari pemerintah.

Beberapa Masalah dalam Program-program Pengembangan UKM

Pengembangan UKM sejak lama mendapat prioritas dalam program-program pemerintah Indonesia. Sektor UKM ini juga dipandang sebagai kekuatan tandingan yang dapat mengimbangi dominasi usaha besar asing (proyek PMA) dan usaha besar nonpribumi. Pengembangan sektor UKM juga dianggap penting untuk mewujudkan pembagian hasil-hasil pembangunan yang lebih merata (Bird & Hill 2006:353).

Meskipun di masa lampau pernyataan resmi pemerintah selalu menekankan betapa penting pengembangan UKM, namun selama Orde Baru UKM pada dasarnya tidak dianggap sebagai unsur yang penting dalam ekonomi yang dinamis. Malahan banyak pejabat pemerintah yang menangani pengembangan UKM memandang sektor ini sebagai suatu kelompok usaha yang memerlukan bantuan yang lebih banyak didasarkan atas pertimbangan *kesejahteraan* atau *pemerataan* ketimbang pertimbangan *efisiensi* (Hill 1997:266; PPTA & The Asia Foundation 2005:32). Pada gilirannya, pertimbangan ini didasarkan atas persepsi bahwa UKM, khususnya usaha mikro dan usaha kecil, dimiliki dan di-

kelola oleh pengusaha dari golongan ekonomi lemah.

Karena pertimbangan di atas, kebijaksanaan pemerintah mengenai UKM didasarkan atas asumsi bahwa UKM, khususnya usaha kecil, perlu dilindungi terhadap persaingan. Hal itu, misalnya, tercermin dalam pasal 50 h Undang-undang Larangan Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat yang mengecualikan usaha-usaha kecil dari peraturan-peraturan dalam undang-undang di atas. Rupanya para perancang undang-undang tersebut berpendapat bahwa usaha-usaha kecil perlu bantuan tambahan dan bahwa mengecualikan usaha-usaha kecil dari peraturan-peraturan undang-undang tersebut dapat membantu perkembangan ini (Thee 2002:339). Akan tetapi, pengalaman menunjukkan bahwa usaha kecil pun bisa melakukan perilaku antikompetitif terhadap usaha kecil lainnya. Dengan mengamati tindakan yang tegas dan konsisten terhadap perilaku antikompetitif dari usaha besar atau usaha kecil, undang-undang ini dapat melindungi UKM, khususnya usaha kecil, terhadap setiap tindakan penyalahgunaan kekuatan pasar yang merugikan mereka. Dengan demikian, mengecualikan UKM dari peraturan-peraturan Undang-undang Antimonopoli tidak akan memperkuat keunggulan kom-

petitif UKM terhadap usaha besar (Thee 2002:33—9). Bahkan dengan pengecualian ini, UKM yang mempunyai hubungan dekat (koneksi) dengan pejabat dapat melakukan tindakan antikompetitif terhadap UKM lain yang tidak mempunyai koneksi tersebut.

Suatu skema lain untuk membantu atau melindungi UKM, khususnya usaha kecil, adalah *reservation scheme*. Dalam skema ini beberapa sektor atau subsektor tertentu hanya terbuka atau tersedia bagi usaha kecil. Dengan *reservation scheme* seperti itu, yang mirip dengan skema serupa di India, maka usaha-usaha besar tidak boleh memasuki sektor-sektor atau subsektor-subsektor yang hanya terbuka bagi usaha kecil, kecuali jika mereka membentuk usaha patungan dengan usaha kecil.

Kelemahan lain dari *reservation scheme* ini adalah bahwa skema ini tidak memberdayakan UKM, khususnya usaha kecil, karena tidak mengandung insentif untuk berkembang, tetapi, sebaliknya, mempertahankan mereka dalam keadaan lemah sehingga perlu dilindungi terus. Dengan demikian kebijaksanaan *reservation scheme* memang didasarkan atas pertimbangan kesejahteraan, bukan pertimbangan untuk mendorong pe-

ningkatan pertumbuhan dan efisiensi usaha kecil. Di samping itu *reservation scheme* ini juga bisa merugikan usaha kecil yang dinamis dan berdaya saing tinggi karena usaha kecil yang skala usahanya bertambah besar melebihi batasan usaha kecil berkat pertumbuhannya yang pesat dan dinamis akan digolongkan dalam kategori 'bukan usaha kecil', melainkan mungkin usaha menengah, bahkan besar, sehingga tidak bisa menikmati lagi perlindungan yang diperoleh dari *reservation scheme* ini. Oleh karena ini skema membekukan (*freeze*) *status quo* karena tidak mengandung insentif bagi usaha kecil untuk berkembang secara dinamis, meskipun kenyataan empiris mengungkapkan bahwa berbagai usaha kecil dan menengah (UKM) mampu bertumbuh pesat, sehingga setelah beberapa waktu digolongkan sebagai usaha besar.

Suatu masalah penting dengan program-program pengembangan UK adalah bahwa berbagai program tersebut tidak mengadakan perbedaan yang tegas dan jelas antara, di satu sisi, usaha mikro yang kebanyakan tidak mempunyai potensi ekonomi yang besar karena lebih merupakan suatu usaha untuk melengkapi pendapatan rumah tangga yang kurang mencukupi dan, di sisi lain, usaha kecil dan menengah (UKM) yang mem-

punyai potensi pertumbuhan yang baik. Oleh karena itu kebanyakan program pengembangan UKM pemerintah ditujukan secara kurang kritis kepada kelompok sasaran (*target group*) yang terlampau besar yang sulit dikelola dan dipantau dengan baik, karena meliputi lebih dari 95 persen (lihat tabel 1) dari semua usaha yang beroperasi di Indonesia (PPTA & The Asia Foundation 2005:32).

Meskipun para pejabat yang menangani program pengembangan UKM menyadari masalah ini namun mereka tidak bertindak untuk memecahkan masalah ini dengan mengadakan perbedaan yang jelas antara jumlah usaha mikro yang sangat banyak di satu sisi dan jumlah UKM yang lebih kecil dan sudah mempunyai potensi untuk menjadi usaha dinamis dengan prospek pertumbuhan yang baik di sisi lain. Program pengembangan UKM Indonesia hendaknya ditujukan untuk mengembangkan mereka menjadi UKM yang dinamis dengan daya saing internasional tinggi, seperti halnya dengan UKM Taiwan yang menjadi ujung tombak ekonomi Taiwan dan menghasilkan jumlah penghasilan ekspor yang terbanyak bagi Taiwan. Dengan ini maka 'kekosongan di lapisan tengah' (*hollow middle*) yang terdapat dalam struktur industri Indonesia dapat diisi dengan baik oleh lapis-

an UKM yang tangguh, efisien, dan dinamis.

Berbeda dengan negara-negara Asia Tenggara lainnya yang mengelompokkan usaha kecil dan menengah (UKM), di Indonesia perbedaan diadakan antara usaha kecil (yang sering dikelompokkan dengan usaha mikro) di satu sisi serta usaha menengah dan besar di sisi lain. Oleh karena itu sering timbul salah pengertian atau kekaburan dalam penyusunan program pengembangan UKM yang pada dasarnya hanya ditujukan kepada usaha kecil (plus kadang-kadang usaha mikro). Oleh karena itu program pengembangan UKM yang lebih efektif bisa disusun dengan terlebih dahulu mengelompokkan usaha kecil dengan usaha menengah dalam satu kategori dengan batasan (definisi) yang jelas, seperti yang dilakukan di negara-negara Asia Tenggara lainnya.

Karena banyaknya batasan-batasan yang berbeda satu sama lain yang digunakan berbagai instansi pemerintah untuk melaksanakan program-program pengembangan UKM, maka secara praktis tidak mungkin diadakan evaluasi yang baik tentang dampak riil dari berbagai program pengembangan UKM. Suatu batasan yang terlampaui luas mengenai UKM (apalagi jika batasan ini secara impli-

dit juga meliputi usaha mikro) tidak berguna untuk tujuan kebijaksanaan, karena tidak membedakan antara berbagai subkelompok UKM yang sangat mungkin mempunyai ciri-ciri yang berbeda, sehingga memerlukan kebijaksanaan dan/atau program pengembangan yang sangat berbeda. Tanpa batasan yang sama dan konsisten mengenai UKM, koordinasi sekian banyak program pengembangan UKM antara berbagai instansi pemerintah tentu sangat sulit. Lagipula, dengan batasan UKM yang terlampaui luas akan sulit sekali untuk mengadakan evaluasi apakah suatu program pengembangan UKM tertentu efektif atau tidak (PPTA & The Asia Foundation 2005:25).

Bukan saja di antara berbagai instansi pemerintah tidak terdapat batasan seragam dan konsisten tentang UKM, tetapi instansi bantuan internasional, termasuk Bank Dunia dan Bank Pembangunan Asia (ADB), juga tidak menggunakan batasan seragam dan konsisten dalam berbagai program pengembangan UKM mereka. Misalnya, dalam Program Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah dari Bank Dunia diakui bahwa tidak ada batasan seragam, dan oleh karena itu Bank Dunia juga tidak berusaha untuk membuat batasan yang jelas. Badan-bantuan internasional lainnya

juga tidak berusaha membuat batasan yang sama, namun badan-badan ini memberikan batasan tertentu mengenai UKM untuk tujuan program mereka untuk menetapkan dengan jelas ruang lingkup program bantuan mereka. Hal ini juga penting untuk menetapkan kriteria (persyaratan) yang perlu dipenuhi UKM untuk memperoleh bantuan dari badan-badan ini. Untuk tujuan ini, badan-badan bantuan asing sering mengacu pada batasan UKM tertentu yang digunakan instansi pemerintah tertentu dalam program pengembangan UKM mereka (Asian Development Bank 2004:5).

Pengalaman Indonesia dengan perkembangan UKM menunjukkan bahwa pertumbuhan UKM yang pesat lebih banyak disebabkan oleh kebijaksanaan ekonomi umum pemerintah yang telah mempermudah pertumbuhan UKM ketimbang campur tangan mikro (Bird & Hill 2006:353). Contohnya adalah industri garmen Bali yang berorientasi ekspor yang selama tiga dasawarsa tumbuh dengan pesat untuk sebagian besar terdiri atas UKM pribumi Bali. Pertumbuhan industri garmen Bali yang pesat sebenarnya terjadi secara kebetulan, sewaktu turis-turis Australia yang kemudian diikuti turis-turis dari Ameri-

ka, Eropa Barat, dan Jepang datang ke Bali dan menjalin hubungan dengan pengusaha-pengusaha lokal, kebanyakan pemilik UKM, untuk membuat garmen, khususnya pakaian pantai (*beach wear*) dan pakaian mode yang dapat diekspor, karena mereka melihat bahwa penduduk Bali mempunyai rasa artistik yang tinggi. Dengan bantuan konsultasi dari para turis asing yang sekaligus bertindak sebagai konsultan bisnis dan teknis berupa alih informasi yang penting tentang desain garmen yang diminati di pasaran ekspor, '*plant lay-out*', dan pengendalian mutu produk, UKM Bali mampu menghasilkan garmen bermutu tinggi yang sangat diminati di pasaran ekspor di Australia, Amerika Serikat, Eropa, dan Jepang. Bantuan dan informasi penting yang diberikan oleh turis/konsultan asing diberikan atas dasar bisnis murni, yaitu secara khusus dikaitkan dengan produk garmen yang memenuhi standar mutu yang telah ditetapkan para pembeli asing (Cole 1998:275).

Kinerja ekspor garmen Bali dan industri-industri kerajinan rakyat Bali lainnya yang berorientasi ekspor dapat dipertahankan bahkan sesudah krisis ekonomi Asia, karena para turis/konsultan asing, berbeda dengan para investor asing, tetap berminat untuk

mengunjungi Bali untuk membeli garmen dan barang-barang kerajinan rakyat lainnya yang dapat diekspor. Arus turis/konsultan asing baru berkurang secara tajam setelah serangan bom di Bali pada 12 Oktober 2002 yang kemudian diikuti lagi oleh serangan bom di Bali yang kedua pada akhir 2005.

Pengalaman industri garmen Bali agak unik dan tidak mudah untuk ditiru di daerah-daerah lainnya. Namun pengalaman industri garmen Bali menarik sekali karena keberhasilannya sama sekali tidak tergantung dari bantuan atau program pengembangan UKM pemerintah tertentu, tetapi dimungkinkan karena hubungan yang terjalin antara pengusaha lokal Bali, khususnya UKM, dan turis-turis asing yang kemudian bertindak selaku konsultan bisnis bagi UKM tersebut. Keberhasilan industri garmen Bali dan industri-industri kerajinan rakyat Bali lainnya dalam mengeksport produk-produk mereka juga dimungkinkan berkat kebijaksanaan imigrasi pemerintah daerah Bali yang cukup toleran terhadap kehadiran turis asing yang sebenarnya menyalahi ketentuan imigrasi karena mereka bukan turis murni, melainkan terlibat dalam bisnis dengan pengusaha-pengusaha lokal (Cole 1998). Di samping itu pemerintah daerah Bali pada umumnya juga

tidak menerapkan prosedur ekspor yang rumit. Sikap pemerintah daerah Bali di atas tentu bukan merupakan 'sumbangan' positif, kecuali dalam arti negatif bahwa pemerintah tidak menerapkan kebijaksanaan yang sangat restriktif terhadap pertumbuhan industri garmen dan industri-industri kerajinan rakyat Bali lainnya (Bird & Hill 2006:354).

Sekilas Program Pengembangan UKM Selama Orde Baru dan Setelah Krisis Ekonomi Asia

Selama Orde Baru hampir semua program pengembangan UKM hanya ditujukan kepada usaha kecil (termasuk usaha mikro), dan bukan kepada kelompok UKM sebagai kelompok sasaran (*target group*). Kebanyakan dari program bantuan langsung kepada usaha kecil (dan mikro) tersebut bertujuan untuk menanggulangi berbagai kendala utama yang dihadapi usaha kecil yaitu kekurangan modal, lemahnya keterampilan manajerial dan pemasaran, serta rendahnya tingkat teknologi yang rendah. Program pengembangan usaha kecil yang terpenting adalah program bantuan kredit (baik yang suku bunganya disubsidi maupun yang menetapkan suku bunga pasar) dan program jasa bisnis yang nonfinansial (*non-financial busi-*

ness development services), termasuk jasa-jasa penyuluhan industri dan pelatihan teknis serta skema penyediaan (*reservation scheme*) beberapa sektor atau subsektor melalui bagi usaha kecil (Asian Development Bank 2000:14).

1. Program kredit untuk UKM selama Orde Baru dan sesudah krisis

Pemerintah Orde Baru telah meluncurkan berbagai program kredit bagi

UKM, khususnya usaha kecil (dan usaha mikro). Di antara sekian banyak program kredit pemerintah, program Kredit Investasi Kecil dan Kredit Modal Kerja Permanen (KIK/KMKP) serta program Kredit Usaha Kecil (KUK) adalah program kredit pemerintah yang terpenting bagi usaha kecil selama Orde Baru. Tabel 3 di bawah menyajikan ciri-ciri utama kedua program kredit itu.

Tabel 3
Program Kredit untuk Usaha Kecil Selama Orde Baru

Program Kredit	Suku Bunga	Jenis Kredit	Bank Pelaksana
KIK/KMKP (1973—1990)	Disubsidi	Kredit investasi dan modal kerja	Lima bank BUMN, Bapindo, dan semua bank pembangunan daerah dan 14 bank swasta
Kredit usaha kecil	Suku bunga pasar	Alokasi paling sedikit 20 persen dari portepel pinjaman bank niaga untuk usaha kecil, termasuk kredit untuk investasi dan kredit untuk modal kerja	

Program Kredit Investasi Kecil dan Kredit Modal Kerja Permanen (KIK/KMKP) yang diperkenalkan Bank Indonesia pada tahun 1973 ditujukan khusus kepada golongan ekonomi lemah. Program ini dilancarkan agar kegiatan investasi yang dirangsang dengan kebijaksanaan 1969 dapat pula dilakukan oleh para pengusaha kecil/golongan ekonomi lemah yang memerlukan perhatian dan syarat-syarat khusus agar dapat berhubungan dengan perbankan. Pola KIK/KMKP adalah suatu skema kredit yang didukung Kredit Likuiditas Bank Indonesia (KLBI) sebesar 80 persen, suku bunga KLBI 3 persen, dan pagu (plafon) masing-masing sebesar Rp5 juta dengan prosedur yang relatif mudah, seperti prosedur permohonan yang relatif mudah, suku bunga rendah (12 persen setahun untuk KIK dan 15 persen setahun untuk KMKP, jangka waktu relatif panjang yaitu lima tahun untuk KIK dan 3 tahun untuk KMKP, penilaian kredit yang lebih menekankan kelayakan usaha, dan, untuk mengurangi risiko bank, pengasuransian kredit kepada PT Askrindo dengan tarif premi yang relatif ringan (Bank Indonesia 2001:24—5).

Meskipun program KIK/KMKP ditujukan untuk memberikan kredit investasi maupun kredit modal kerja, bagian terbesar dari kredit ini dipergu-

nakan usaha kecil untuk modal kerja, yaitu untuk kelanjutan operasi usaha kecil ini. Tidak banyak kredit digunakan untuk tujuan investasi, seperti pembelian barang modal baru atau untuk membiayai perluasan (ekspansi) usaha. Akan tetapi, berbeda dengan kebanyakan usaha kecil yang bergerak di bidang nonindustri manufaktur, 13 persen dari kredit yang diterima usaha industri kecil (IK) digunakan untuk tujuan investasi sementara 11 persen digunakan untuk modal kerja (Poot, Kuyvenhoven, & Jansen 1990). Angka-angka ini menunjukkan bahwa usaha industri kecil (IK) menggunakan persentase kredit yang sedikit lebih tinggi untuk tujuan investasi ketimbang untuk tujuan modal kerja

Pada akhir 1980-an, keberlanjutan program KIK/KMKP mulai diragukan karena tingkat kredit macet makin tinggi sampai melebihi 27 persen. Tingkat kredit macet yang tinggi serta masalah dalam menagih pembayaran kembali kredit yang telah dikeluarkan disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk pelatihan staf perbankan yang kurang memadai, sogokan kepada staf perbankan yang korup, pengelolaan dana bank yang salah, dan insentif yang kurang memadai bagi staf perbankan untuk tekun dalam menagih pembayaran kembali kredit yang telah diberikan kepada usaha kecil (Grizzell 1988).

Karena tingkat kredit macet yang tinggi, maka program KIK/KMKP dihentikan pada Januari 1990. Dihentikannya program KIK/KMKP juga erat berkaitan dengan upaya pemerintah untuk mengurangi peran KLBI dalam membiayai program KIK/KMKP, karena semakin besar disalurkanannya KLBI oleh Bank Indonesia, semakin sulit bagi pemerintah untuk melaksanakan kebijakan moneter yang efektif untuk mengendalikan inflasi (Bank Indonesia 2001: 76—7).

Dalam rangka mengurangi peran KLBI, pada Januari 1990 pemerintah mengeluarkan Paket Januari 1990 (Pakjan 90) yang pada dasarnya meliputi perubahan yang mendasar dalam kebijaksanaan kredit untuk usaha kecil dan koperasi dari kebijaksanaan kredit selektif yang disubsidi (*subsidised selective credit policy*) menjadi kebijaksanaan kredit yang berorientasi pasar (*market-oriented credit policy*) (Bank Indonesia 2001: 76—7). Berdasarkan pertimbangan ini, maka pemerintah pada Januari 1990 memperkenalkan kebijaksanaan kredit baru bagi usaha kecil dan koperasi, yaitu Kredit Usaha Kecil (KUK).

Dalam hubungan ini usaha kecil diartikan sebagai usaha yang mempunyai total aset maksimal Rp600 juta ter-

masuk rumah dan tanah yang ditempati. Dalam pemberian KUK, pemerintah menentukan bahwa setiap bank komersial harus menyediakan sekurang-kurangnya 20 persen dari kredit yang diberikan kepada usaha kecil. Ketentuan ini berlaku bagi semua bank, termasuk Bank Perkreditan Rakyat (BPR), kecuali bagi bank-bank asing dan bank campuran yang sudah terkena kewajiban memberikan 50 persen dari kreditnya untuk ekspor (Bank Indonesia 2001:88).

Implementasi program KUK tidak berjalan lancar karena bank-bank mengalami kesulitan atau ternyata enggan untuk menyalurkan 20 persen dari kredit mereka untuk usaha kecil. Namun, karena mereka bisa dikenakan denda jika tidak memberikan paling sedikit 20 persen dari kredit mereka kepada usaha kecil, bank-bank sering memberikan kredit kepada pemilik usaha kecil yang digunakan untuk tujuan konsumsi ketimbang untuk tujuan bisnis. Karena batasan mengenai usaha kecil juga luas, yaitu usaha dengan aset total maksimal sebesar Rp600 juta, maka usaha yang lebih menikmati fasilitas kredit ini adalah UKM ketimbang usaha-usaha yang benar-benar kecil.

Akibat krisis ekonomi Asia, sebagian besar perbankan tidak dapat memenuhi kewajiban pemberian KUK. Oleh karena itu sejak 1 Januari 1998 sanksi untuk bank-bank yang tidak dapat memenuhi kewajiban pemberian KUK tidak diberlakukan. Karena krisis perbankan, tidak mengherankan jika pemberian KUK menurun dari Rp67,2 triliun pada September 1997 turun drastis menjadi Rp37,4 triliun pada Oktober 1999. Suatu faktor lain yang menyebabkan turunnya pemberian KUK adalah penutupan 48 bank swasta setelah krisis, yang kemudian dijadikan Bank Beku Operasi (BBO) dan Bank Beku Kegiatan Usaha (BBKU), sehingga bank-bank ini tidak lagi memberikan KUK (Bank Indonesia 2001:184—5).

Setelah diberlakukannya Undang-Undang no. 23/1998 tentang Independensi Bank Indonesia, Bank Indonesia tidak lagi dapat berperan aktif dalam pengembangan usaha kecil. Bank Indonesia kemudian mengeluarkan Peraturan Bank Indonesia (PBI no. 3/2/PBI/2001 pada 14 Januari 2001 yang menetapkan bahwa Bank Indonesia tidak lagi menetapkan kewajiban KUK kepada bank, namun tetap menganjurkan bank untuk menyalurkan KUK yang besarnya diserahkan kepada kebijaksanaan dan kemampuan masing-masing bank, dengan

ketentuan bahwa bank wajib mencantumkan rencana pemberian KUK dalam '*business plan*' bank tersebut. Di samping ini pagu (plafon) KUK yang semula berjumlah maksimum Rp350 juta per nasabah dinaikkan menjadi maksimum Rp500 juta per nasabah. Lagipula, sanksi maupun insentif bertalian dengan pemberian KUK dihapuskan (Bank Indonesia 2001:197—8).

2. Program bantuan teknis

Di antara sekian banyak program bantuan teknis untuk UKM, khususnya usaha kecil, Program Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil (BIPIK) yang dimulai pada 1980 adalah program yang terpenting. Program ini memberikan pelatihan dan jasa-jasa penyuluhan bagi UKM, khususnya usaha kecil, dan dikelola oleh Direktorat Jendral Industri Kecil, Departemen Perindustrian (Thee 1994:108).

Program BIPIK adalah program terkoordinasi yang menyediakan berbagai masukan untuk usaha industri kecil (IK). Bantuan teknis diberikan kepada kelompok (*cluster*) usaha-usaha IK. Konsep '*cluster*' adalah unsur pokok dalam program BIPIK, yang sebenarnya sudah dimulai pada 1950-an sewaktu pemerintah Indonesia mendirikan Induk Industri untuk memberikan bantuan teknis kepada usaha-usaha

kecil, khususnya yang bergerak di industri pertenunan. Akan tetapi kekurangan dana dan keengganan kebanyakan usaha kecil untuk memanfaatkan fasilitas dari induk industri menyebabkan bahwa bantuan teknis awal ini kurang berhasil (Grizzell 1988).

Sewaktu program BIPIK dilanjutkan lagi sejak 1970-an, program ini sekali lagi memusatkan perhatian pada pengembangan kelompok industri kecil (*industrial clusters*). Kelompok industri kecil ini pada umumnya terdiri atas 50 sampai 100 usaha industri kecil yang didukung oleh Unit Pelayanan Teknis (UPT) yang memberikan jasa-jasa penyuluhan dan teknis dan kadang-kadang bahan-bahan baku kepada usaha-usaha industri kecil ini. Di samping itu, pada akhir 1970-an didirikan Lingkungan Industri Kecil (LIK) di beberapa daerah di mana terdapat konsentrasi usaha-usaha industri kecil yang relatif besar. Kedua fasilitas utama yang terdapat di LIK ini adalah fasilitas untuk pendidikan dan latihan dan fasilitas untuk memperbaiki mutu produk usaha-usaha industri kecil ini (Departemen Perindustrian 1982).

LIK dan UPT pada umumnya kurang berhasil dalam membina industri-industri kecil yang tangguh karena fasilitas-fasilitas yang tersedia kurang di-

manfaatkan usaha-usaha kecil, karena pengalaman dan pengetahuan teknis dan bisnis dari tenaga penyuluh lapangan (TPL) pada umumnya kurang memadai. Lagipula, pelatihan dan masukan-masukan yang disubsidi pada umumnya ditentukan oleh pejabat-pejabat di pusat ketimbang ditentukan oleh kebutuhan riil dari pengusaha-pengusaha kecil (Grizzell 1988).

Karena berbagai kelemahan di atas, program BIPIK tidak membawa hasil-hasil yang diharapkan. Hal ini ternyata dari temuan-temuan dari suatu studi penilaian dampak yang beberapa waktu telah diselenggarakan oleh ILO. Studi ILO mewancarai 200 usaha-usaha kecil, 100 di antaranya yang telah ikut serta dalam program BIPIK dan 100 lainnya tidak. Studi ini mengungkapkan bahwa tidak ada perbedaan yang berarti antara kinerja usaha-usaha kecil yang ikut serta dalam program BIPIK badan kinerja usaha-usaha kecil yang tidak ikut serta dalam program ini. Studi ini juga mengungkapkan bahwa usaha-usaha kecil yang telah menarik manfaat dari fasilitas-fasilitas dalam unit pelayanan teknis (UPT) tidak merasa perlu untuk memelihara fasilitas-fasilitas ini, sehingga akhirnya mutu fasilitas-fasilitas ini merosot (PPTA & The Asia Foundation 2005:35).

Suatu temuan lain dari studi ILO adalah bahwa usaha-usaha kecil yang mengalami pertumbuhan pesat lebih cenderung untuk mencari bantuan di UPT. Hal ini menunjukkan bahwa mereka mencari bantuan dari UPT karena mereka mengalami pertumbuhan, tetapi bukan bahwa mereka bertumbuh karena mendapat bantuan dari UPT. Oleh karena itu studi ILO menyimpulkan bahwa pada umumnya program BIPIK kurang berhasil mendorong pertumbuhan usaha-usaha industri kecil (PPTA & The Asia Foundation 2005:35).

Dari program pengembangan UKM yang ditentukan 'dari atas' ke program yang ditentukan oleh kebutuhan riil UKM

Program-program pemerintah untuk pengembangan UKM kurang berhasil karena berbagai faktor, termasuk kurangnya koordinasi antara instansi-instansi pemerintah yang bertanggung jawab atas program-program UKM, disain program yang kurang baik, dan pemantauan dan evaluasi yang kurang memadai (World Bank 2001: 2.16). Di samping ini sesudah krisis ekonomi Asia diintrodusasi berbagai program pengembangan UKM, khususnya program-program kredit yang disubsidi yang sering tumpang-tindih,

sehingga menghamburkan banyak dana yang sebenarnya bisa digunakan secara lebih efektif jika berbagai program tersebut terkoordinasi dengan lebih baik. Penghamburan dana dan salah sasaran dana-dana ini sesudah krisis ekonomi Asia merupakan masalah yang lebih serius karena kendala anggaran yang dihadapi pemerintah setelah krisis. Oleh karena itu program kredit subsidi besar-besaran kepada usaha kecil pada masa kini agak sulit dibiayai pemerintah.

Di sisi lain, data statistik tentang produksi hasil-hasil industri manufaktur mengungkapkan bahwa produksi hasil-hasil industri usaha-usaha yang besar merosot sesudah krisis ekonomi Asia, sedangkan produksi hasil-hasil industri UKM justru tetap bertumbuh. Perbedaan dalam kecenderungan hasil-hasil produksi kedua kategori ini dikonfirmasi oleh data statistik tentang penyaluran kredit yang menunjukkan bahwa kredit untuk UKM terus meningkat sampai triwulan pertama, meskipun sesudah itu kecenderungannya agak datar (World Bank 2003: 4).

Kinerja UKM yang lebih baik, khususnya UKM yang berorientasi ekspor, memperkuat anggapan umum bahwa UKM, berbeda dengan konglomerat-konglomerat yang dililit banyak utang,

lebih mampu mengatasi dampak negatif dari krisis ketimbang konglomerat-konglomerat besar. Akan tetapi kenyataan menunjukkan bahwa krisis ekonomi Asia membawa dampak yang berbeda atas berbagai UKM, tergantung pada sektor tempat mereka beroperasi. Kinerja UKM di sektor industri manufaktur yang berorientasi ekspor atau yang berorientasi pasar domestik tetapi tidak banyak tergantung pada impor barang-barang modal atau bahan-bahan baku ternyata lebih baik ketimbang UKM yang berorientasi pasar domestik dan juga banyak tergantung pada impor barang-barang modal dan bahan baku (Berry, Rodriguez, & Sandee 1999: 12). UKM ini dan banyak UKM di beberapa sektor lain menghadapi banyak kesulitan sesudah krisis.

Karena dukungan yang luas sesudah krisis untuk lebih memperdayakan UKM, maka pemerintah menegaskan komitmennya untuk mendorong pertumbuhan UKM yang lebih pesat. Akan tetapi karena program-program pengembangan UKM di masa lampau yang lebih banyak didasarkan atas '*pertimbangan kesejahteraan*' ternyata kurang efektif dalam memberdayakan UKM, maka berbagai pihak, termasuk beberapa pejabat yang menangani pengembangan UKM, mengemukakan bahwa program-pro-

gram UKM yang didasarkan atas '*pertimbangan kesejahteraan*' dan yang lebih banyak ditentukan '*dari atas*', artinya disusun oleh pejabat-pejabat pemerintah tanpa banyak konsultasi dengan UKM (*supply-driven promotion programs*), perlu diganti dengan program-program pengembangan UKM yang didasarkan atas '*pertimbangan efisiensi*', artinya program-program pengembangan UKM yang berorientasi pasar dan yang didasarkan atas kebutuhan riil dan keinginan UKM sendiri (*market-oriented, demand-driven SME programs*). Hal ini berarti bahwa pengembangan UKM yang sehat perlu tercermin pada kenaikan dalam produktivitas mereka. Oleh karena hal itu sangat tergantung pada lingkungan usaha, maka program-program UKM yang baru perlu diarahkan kepada pertumbuhan UKM yang tangguh, efisien, dan berkelanjutan (Asian Development Bank 2000: 14).

Program pengembangan UKM yang didasarkan atas kebutuhan riil UKM hendaknya terdiri atas empat unsur pokok, yaitu:

1. Memperbaiki lingkungan usaha bagi UKM
2. Memperlancar akses UKM ke lembaga-lembaga keuangan (bank dan lembaga finansial nonbank) yang bisa menyalurkan dana kepada UKM dengan akses yang mudah

3. Menyediakan jasa-jasa pengembangan UKM yang nonfinansial yang lebih efektif (misalnya, bantuan dalam peningkatan kemampuan pemasaran, teknologi, akses yang lebih mudah ke pasar domestik (ketimbang pasar lokal yang lebih kecil))
4. Memfasilitasi pembentukan aliansi strategis antara UKM atau antara UKM dengan mitra nasional (usaha domestik yang besar) atau mitra asing.

Akan tetapi sampai seberapa jauh pemerintah Indonesia mampu dan ber tekad untuk melaksanakan program pengembangan UKM, yang terutama ditentukan oleh kebutuhan riil UKM yang tercermin pada permintaan pasar UKM (*demand-driven SME promotion programs*), akan banyak tergantung pada hasil pembahasan yang kini masih berlangsung di antara kalangan pemerintah sendiri, elite politik, peneliti-peneliti yang peduli pada perkembangan UKM yang pesat, dan, tentu saja, pengusaha kecil dan menengah sendiri.

Di antara keempat unsur pokok di atas, perbaikan lingkungan usaha bagi UKM perlu mendapat prioritas yang tinggi karena hingga kini kurang diperhatikan oleh pihak yang peduli pada pemberdayaan UKM, meskipun

lingkungan usaha yang kurang kondusif merupakan kendala yang penting bagi pertumbuhan UKM yang sehat. Hal ini tercermin pada konperensi Forum Daerah (FORDA) yang diselenggarakan para pemilik UKM beberapa waktu yang lalu, yang mengungkapkan bahwa salah satu kendala pokok bagi kegiatan UKM (seperti yang juga dihadapi usaha besar) adalah banyaknya peraturan pemerintah pusat maupun daerah serta prosedur perizinan yang berbelit-belit, tidak transparan, memakan waktu yang lama, dan mahal.

Kendala ini tercermin dari temuan-temuan suatu survei di antara usaha-usaha besar dan UKM yang dilakukan oleh Bank Dunia pada 2003. Survei ini mengungkapkan bahwa UKM menghadapi berbagai kendala yang berkaitan dengan lingkungan usaha yang kurang kondusif yang menyebabkan bahwa UKM menghadapi biaya yang relatif lebih tinggi ketimbang usaha besar. Biaya yang relatif lebih tinggi ini disebabkan oleh berbagai peraturan daerah dan pajak pemerintah daerah yang diberlakukan setelah otonomi daerah 2001, biaya untuk listrik yang harus disediakan sendiri oleh UKM jika lokasi UKM ini tidak tersambung dengan jaringan listrik PLN, dan biaya untuk menyogok pejabat korup untuk memperlancar prosedur perizinan. Di

samping itu banyak UKM juga menghadapi kesulitan atau rintangan dalam mengakses lembaga-lembaga keuangan untuk memperoleh kredit (World Bank 2004:48—9).

Berhubung dengan hal di atas, maka perbaikan lingkungan usaha Indonesia akan sangat membantu kegiatan serta pertumbuhan UKM yang sehat. Pengalaman telah menunjukkan bahwa kebijaksanaan dan lembaga-lembaga yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat, terutama melalui perbaikan lingkungan usaha, sangat membantu pertumbuhan UKM yang sehat. Di samping itu pengalaman juga menunjukkan bahwa program kredit yang memberikan kredit dengan suku bunga pasar ternyata tidak merugikan UKM, karena kendala utama bagi UKM terutama terletak pada akses ke sumber kredit, dan bukan pada suku bunga pasar. Oleh karena itu program kredit bersubsidi sebaiknya digantikan dengan program kredit dengan suku bunga pasar (World Bank 2004: 49), dengan ketentuan bahwa akses UKM ke sumber-sumber pendanaan ini perlu dipermudah.

Dalam kaitan dengan pemberian kredit kepada UKM, maka perbaikan dalam sertifikasi tanah akan sangat membantu UKM, khususnya usaha

kecil, untuk membentuk agunan yang diperlukan untuk memperoleh kredit bank. Di samping itu perbaikan dalam administrasi perpajakan, khususnya dalam restitusi pajak impor yang telah lebih dulu dibayar, akan sangat membantu kegiatan UKM. Satu hal lainnya yang dapat membantu UKM adalah perbaikan dalam peraturan dan perundangan perburuhan berupa peluang bagi UKM untuk bertindak sebagai subkontraktor bagi usaha-usaha besar, seperti banyak dijumpai di Jepang dan Korea Selatan (World Bank 2004:50). Di kedua negara ini, '*sub-contracting*' telah memegang peran penting dalam mengintegrasikan UKM secara berhasil dalam sektor industri manufaktur yang dinamis dan berorientasi ekspor.

Kesimpulan

Uraian di atas mengemukakan bahwa pertumbuhan UKM yang sehat dan dinamis sangat penting untuk memperkuat struktur ekonomi Indonesia, khususnya sektor industri manufaktur, yang kini masih dicirikan oleh 'kekosongan pada tingkat menengah' (*hollow middle*) antara usaha besar di satu sisi dan usaha mikro di sisi lain. Untuk mencapai tujuan itu maka program pengembangan UKM hendaknya diperbaiki dengan mengubah fokus

program UKM ini dari program 'yang terutama ditentukan dari atas', yaitu yang terutama disusun oleh para pejabat, menjadi program yang terutama ditentukan oleh keinginan dan kebutuhan riil UKM sendiri.

Penyusunan program pengembangan UKM yang lebih ditentukan oleh keinginan dan kebutuhan riil UKM sendiri hendaknya berfokus pada dua unsur, yaitu:

1. Menciptakan atau memperbaiki lingkungan usaha secara berarti bagi UKM, karena hingga kini kegiatan dan efisiensi UKM sering menghadapi kendala oleh berbagai peraturan dan prosedur administrasi yang berbelit-belit dan memakan waktu;
2. Menyediakan jasa-jasa finansial dan nonfinansial (jasa-jasa konsultasi dalam hal pemasaran, perbaikan teknologi, dan manajemen) yang efisien dan yang ditentukan oleh keinginan dan kebutuhan riil UKM sendiri. Jasa-jasa ini sebaiknya disediakan oleh pihak

nonpemerintah (LSM, badan-badan bantuan internasional yang berpengalaman dalam membantu UKM seperti UNIDO, atau usaha-usaha perakitan besar yang berkepentingan dengan pertumbuhan UKM yang sehat dan dinamis yang dapat bertindak sebagai subkontraktor mereka). Pengalaman di negara-negara berkembang lainnya, khususnya di negara-negara industri baru (NIB) Asia Timur, telah menunjukkan bahwa bantuan dari pihak nonpemerintah, khususnya sektor swasta, ternyata lebih efektif dalam meningkatkan kemampuan manajerial, teknologi dan pemasaran UKM, jika bantuan ini diberikan atas dasar saling membutuhkan dan saling menguntungkan. Instansi-instansi pemerintah tentu bisa dan perlu berperan dalam pengembangan UKM yang sehat, misalnya dengan melengkapi bantuan usaha swasta besar, namun sebaiknya tidak mendominasi program pengembangan UKM yang baru.



Daftar Pustaka

- Asian Development Bank. 2000. *Poverty Assessment in Indonesia* (mimeo) Manila, 14 Februari.
- _____. 2004. *Special Evaluation Study of Small and Medium Enterprise Policies and Operations*. Manila, 14 Februari.
- Bank Indonesia. 2001. *Sejarah Peranan Bank Indonesia Dalam Pengembangan Usaha Kecil*. Biro Kredit. Jakarta.
- Berry, Albert, Edgar Rodriguez & Henry Sandee. 1999. Firm and Group Dynamics in the Role of the SME Sector in Indonesia. Makalah yang ditulis untuk Proyek World Bank tentang 'The Role of Small and Medium Enterprises in Development'. Final draft, 1 November.
- Bird, Kelly & Hal Hill. 2006. *Indonesian Industrial Policies: Before and After the Crisis*. Chu & Hill (editors). hal. 335—75.
- Chu, Yun-Peng & Hal Hill (editors). 2006. *The East Asian High-Tech Drive*. Cheltenham. UK: Edward Elgar.
- Cole, William. 1998. Bali's garment industry. Hill & Thee (editors). hal. 255—78.
- Departemen Perindustrian. 1982. *Pembinaan Industri Kecil*. Jakarta: Departemen Perindustrian.
- Grizzell, Steve. 1988. *Promoting Small-Scale Manufacturing in Indonesia: What works?*. Development Studies Project II, Development Studies Project Research Memo no. 17. Jakarta.
- Hill, Hal. 1997a. *Small-Medium Enterprise and Rapid Industrialisation: The ASEAN Experience*. hal. 266—94.
- Hill, Hal. 1997b. *Indonesia's Industrial Transformation*, Institute of Southeast Asian Studies, Singapore.
- Hill, Hal & Thee Kian Wie (editors). 1998. *Indonesia's Technological Challenge*, Institute of Southeast Asian Studies, Singapore.

- Meyanathan, Saha Dhevan (editor). 1994. *Industrial Structures and the Development of Small and Medium Enterprise Linkages — Examples from East Asia*. Washington, D.C.: The World Bank.
- Poot, Huib; Arie Kuyvenhoven & Jaap Jansen. 1990. *Industrialisation and Trade in Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- PPTA & The Asia Foundation. 2005. *Provincial SME Development — Draft Final Report, Part I: Provincial SME Development in Indonesia*, ADB PPTA 4281 INO. Project Preparatory Technical Assistance Team. August. Jakarta: Departemen Perindustrian.
- Thee, Kian Wie. 1994. Indonesia, Meyanathan (editor 1994). hal. 95—122.
- _____. 2002. "Competition Policy and the New Anti-Monopoly and Fair Competition Law". *Bulletin of Indonesian Economic Studies* 38(3) (Desember):331—42.
- Urata, Shujiro. 2000. *Policy Recommendations for SME Promotion in the Republic of Indonesia*. Report of the JICA Senior Advisor to the Coordinating Minister of the Economy, Finance and Industry, Republic of Indonesia. Tokyo: Japan International Cooperation Agency.
- World Bank. 2001. *Indonesia — The Imperative for Reform*. Report no. 23093-IND. Washington, D.C. 2 November.
- _____. 2003. *Indonesia — Maintaining Stability, Deepening Reforms*, Report 25330- IND. Washington, D.C. January.
- _____. 2004. *Raising Investment in Indonesia — A Second Generation of Reforms*, East Asia PREM. Jakarta, 24 Februari.
- _____. 2005. "Mendukung Usaha Kecil dan Menengah". Indonesia Policy Briefs, no. 6. Jakarta.

MELIHAT KE NEGERI TETANGGA: USAHA KECIL DI VIETNAM

Nurul Widyaningrum¹

Abstract

The big economic reform conducted by the government of Vietnam in the 1980s, known as Doi Moi, transformed Vietnam from a socialist nation with a centralized economic system into a nation that implements free trade and reduce the state's control in the economy. From various literatures on economy development and small enterprises in Vietnam, this article attempts to look at the relation between Doi Moi with the development of small enterprises in Vietnam, the positions of small enterprises in the economic sector of Vietnam, several problems that are faced by small enterprises in Vietnam, and lessons that can be learned from our neighbor.

Pengantar: Mengapa Vietnam?

Pada dekade 1980, pemerintahan komunis Vietnam meluncurkan program reformasi ekonomi yang dikenal dengan nama *Doi Moi*, atau Kebijakan Renovasi. Reformasi ekonomi ini bertujuan mengurangi sebanyak mungkin kontrol pemerintah di dalam perekonomian, dan memberikan hak ba-

gi individu-individu di Vietnam untuk berpartisipasi di dalam kegiatan industri ringan.

Eksperimen Vietnam dengan ekonomi pasar bebas ini mendorong pertumbuhan ekonomi Vietnam. Pada periode 1990-an Vietnam mencapai tingkat pertumbuhan tertinggi, yaitu sekitar 8,1% per tahun, dan angka pertum-

¹ Peneliti Senior Yayasan AKATIGA Pusat Analisis Sosial.

buhan ekspor tertinggi, yaitu 27,7%, melebihi angka pertumbuhan Cina pada masa yang sama (Thoburn 2004). Kebijakan *Doi Moi*, bersama-sama dengan kebijakan lain seperti *land reform*, dipandang berhasil menumbuhkan usaha kecil lokal di Vietnam. Saat ini sekitar 90% usaha yang bukan dikelola oleh negara termasuk di dalam usaha kecil koperasi. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha kecil memberikan kontribusi yang cukup penting bagi perekonomian dalam masa transisi seperti Vietnam.

Kasus Vietnam menarik untuk dilihat karena kasus ini menunjukkan perubahan yang drastis dari sistem ekonomi terpusat dari pemerintah komunis ke arah sistem ekonomi yang berorientasi pasar, dan perubahan ini dinilai telah mendorong pertumbuhan ekonomi Vietnam. Selain itu, reformasi ekonomi itu juga dicirikan dengan tumbuhnya usaha-usaha kecil dan menengah, yang menjadi gambaran hidupnya perekonomian Vietnam. Sejumlah tulisan berargumen bahwa maraknya sektor usaha kecil ini merupakan dampak dari kebijakan *Doi Moi* (yang membuka peluang kesempatan berusaha bagi penduduk Vietnam), sedangkan tulisan-tulisan yang lain melihat bahwa kebijakan *Doi Moi* ini lebih merupakan pengakuan pemerintah Vietnam akan keberadaan eko-

nomi pasar yang bertahan di bawah tekanan pemerintahan komunis dalam bentuk ekonomi informal.

Sejumlah tulisan juga menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi yang tinggi tersebut belum diimbangi dengan tingginya penyerapan tenaga kerja. Menjamurnya usaha di Vietnam juga masih dibayangi oleh berbagai persoalan yang dihadapi para pelaku usaha, termasuk yang dihadapi oleh pengusaha kecil Vietnam.

Dirangkum dari berbagai sumber, tulisan ini mencoba menguraikan kondisi usaha kecil di Vietnam, faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangannya, peran dan upaya pemerintah Vietnam, serta pelajaran yang dapat diambil untuk Indonesia dari kasus Vietnam.

Strategi Pembangunan Vietnam

Sebelum bersatu menjadi Republik Sosialis Vietnam, negara ini menjadi Vietnam Utara yang berhaluan sosialis-komunis dan Vietnam Selatan yang berorientasi pada pasar. Penduduk Vietnam Selatan yang berpusat di Saigon (kemudian menjadi Ho Chi Minh) telah mengalami pertumbuhan ekonomi dan perdagangan ekspor yang lebih tinggi dibandingkan Viet-

nam Utara. Pada masa perang Vietnam, ekonomi di Vietnam Selatan masih dapat bertahan cukup kuat dengan kehadiran militer Amerika Serikat yang ingin mencegah meluasnya paham komunis dari arah utara. Kontras dengan Vietnam Selatan, penduduk Vietnam Utara telah mengalami masa ekonomi terpusat sejak dua dekade sebelumnya, ditandai dengan pembatasan yang ketat terhadap usaha-usaha individu/swasta. Dana (1994) menunjukkan bahwa ketatnya larangan untuk berusaha bagi individu di Vietnam Utara telah memunculkan pasar gelap. Harga barang pasar gelap di sini jauh lebih tinggi dibandingkan harga resmi akibat kelangkaan komoditi.

Republik Sosialis Vietnam terbentuk pada tahun 1975, setahun setelah militer Amerika Serikat meninggalkan Vietnam Utara dan ditandai dengan jatuhnya Saigon. Perang Vietnam telah menghancurkan menghancurkan infrastruktur ekonomi, sosial, dan politik Vietnam, dan jutaan pengungsi meninggalkan negeri tersebut. Berdirinya Republik Sosialis Vietnam menandai perubahan sistem ekonomi di Vietnam Selatan yang tadinya merupakan ekonomi pasar ke arah sistem ekonomi terpusat yang didorong oleh pemerintah Vietnam Utara. Perubahan ini berdampak pada jatuhnya har-

ga produksi ternak dan beras di Vietnam Selatan (Dana 1994).

Pemerintah Vietnam kemudian meluncurkan kebijakan sosialis garis keras yang tertuang di dalam Rencana Pembangunan Lima Tahun. Dalam rencana ini, seluruh kegiatan ekonomi Vietnam dipusatkan di tangan negara, termasuk "*collectivized*" unit-unit pertanian. Sektor perbankan dan perdagangan luar negeri dimonopoli oleh negara dan mekanisme pasar hanya boleh dijalankan di tingkat rumah tangga dan sektor usaha mikro (*petty-enterprises sector*) (Freeman 1996). Meskipun menghadapi berbagai persoalan yang menyebabkan rencana tersebut tidak berjalan (antara lain karena rusaknya berbagai infrastruktur komunikasi dan transportasi akibat perang), pemerintah Vietnam terus menjalankan kebijakan ini. Program nasionalisasi berbagai perusahaan swasta, penyitaan aset lahan milik usaha swasta, peluncuran mata uang nasional, pembatasan jumlah uang yang bisa dimiliki oleh individu, dan pengubahan lahan-lahan pertanian individu menjadi lahan kolektif merupakan kebijakan-kebijakan yang dilancarkan sejalan dengan Rencana Pembangunan Lima Tahun (Freeman 1996). Di tengah-tengah strategi yang bertujuan mematikan kegiatan ekonomi swasta ini, beberapa kelom-

pok ekonomi seperti sektor informal di Ho Chi Minh, para petani kecil di delta Mekong, daerah pertanian di luar Ho Chi Minh sebelumnya telah berhasil mengklaim hak kepemilikan mereka terhadap aset-aset yang mereka miliki, dan kelompok inilah yang mendorong tumbuhnya sektor usaha mikro ketika pemerintah meluncurkan *Doi Moi* (Freeman 1996).

Akan tetapi pada dekade 1980-an pemerintah Vietnam kemudian mulai meluncurkan berbagai program liberalisasi ekonomi. Dana (Dana 1999; 1994) menyebutkan bahwa liberalisasi ekonomi di Vietnam dimulai pada tahun 1981, dengan peluncuran Rencana Lima Tahun Ketiga (*Third Five-Year Plan*). Rencana pembangunan ini bertujuan untuk mendorong sektor industri, yang diwujudkan dalam *Three System Plan*:

- **Plan A:** Dalam skema ini perusahaan diharuskan untuk menggunakan *input* bahan baku yang disediakan oleh negara, dan menjual *output* mereka kepada negara dengan harga yang ditetapkan;
- **Plan B:** Dalam skema ini perusahaan dapat membeli bahan baku di tempat lain dan menjual produk mereka secara independen, dengan syarat bahwa keuntungan yang diperoleh

dari penjualan ini digunakan untuk pembelian bahan baku tambahan;

- **Plan C:** Dalam skema ini pengusaha diizinkan untuk melakukan diversifikasi produk mereka dan menjual produk-produk "minor" mereka tanpa kontrol dari pemerintah.

(Dana 1994)

Pada tahun 1982, pemerintah Vietnam meluncurkan program orientasi ekonomi baru, yaitu mengalihkan fokus dari industri berat ke industri ringan, mengalihkan sumber daya ke sektor pertanian, serta mempromosikan ekspor.

Perubahan yang paling drastis terjadi ketika pemerintah Vietnam meluncurkan *Doi Moi*, atau *Renovation Policy*, pada tahun 1986. *Doi Moi* adalah reformasi ekonomi yang bertujuan untuk sebanyak mungkin mengurangi kontrol negara di dalam kegiatan ekonomi. Warga Vietnam secara individu dapat mendirikan perusahaan di sektor industri ringan. *Doi Moi* diproyeksikan akan menggantikan paham komunisme dengan paham ekonomi pasar secara bertahap. Di dalam pendekatan ini, sektor swasta berfungsi sebagai *pelengkap* dari sektor milik negara, dan bukan sebagai *pengganti* (Dana 1999; Dana 1994).

Selanjutnya pada tahun 1989 pemerintah Vietnam mengeluarkan kebijakan yang memberikan hak bagi penduduk pedesaan untuk mengakses dan memiliki lahan serta hak untuk menjual produk mereka dengan harga pasar. Selanjutnya, hak atas lahan tersebut dapat diwariskan kepada keluarga mereka. Kebijakan ini mendorong generasi muda Vietnam untuk memasuki ekonomi pasar. Para generasi muda tersebut menyadari bahwa ekonomi pasar, melalui kewirausahaan serta sektor usaha swasta, merupakan cara tercepat untuk memperoleh manfaat yang ditawarkan oleh paham sosialisme (Dana 1994).

Pada tahun 1987 pemerintah Vietnam mengurangi hambatan perdagangan internal secara drastis dengan kebijakan yang memformalkan komersialisasi dan liberalisasi. Pemerintah tidak lagi terlibat di dalam kegiatan produksi dan distribusi, dan akses ke pasar luar negeri dibuka bagi perusahaan besar.

Periode tahun 1990-an ditandai dengan masuknya Vietnam ke pasar global. Pada periode ini, pemerintah Vietnam melonggarkan berbagai peraturan mengenai masuknya modal asing ke Vietnam. Negara ini mendapatkan manfaat dari adanya gelombang investasi asing yang masuk ke negara-

negara berkembang dan, selanjutnya, pada pertengahan periode 1990-an, diuntungkan dengan investasi langsung dari negara-negara Asia Tenggara yang lebih maju seperti Malaysia, Thailand, dan Singapura (Freeman 2004).

Kecenderungan ini menurun pada paruh kedua 1990-an. Pada paruh ini, kecenderungan investor adalah mencari mitra lokal melalui akuisisi dan merger. Untuk itu investor asing mencari tempat-tempat dengan keunggulan pada *skill* di tingkat lokal, prasarana dan sarana, servis, jaringan *supply*, institusi yang kuat, serta hak atas kekayaan intelektual. Sementara hal ini masih kurang di Vietnam, karena dalam program *Doi Moi* ini ternyata Vietnam lebih mementingkan investasi asing dibandingkan mengembangkan kewirausahaan lokal (Freeman 2004).

FDI Vietnam berasal dari Asia, lebih dari 70% berasal dari Asia Timur (Jepang, Korea Selatan, Taiwan, Hong Kong, Cina), dan ASEAN (20%). Alasan masuknya investasi ke Vietnam adalah faktor yang berkaitan dengan tenaga kerja (biaya, kualitas, kapabilitas, dan kemampuan bahasa) (Freeman 2004).

Bentuk kelonggaran-kelonggaran tersebut antara lain adalah sebagai berikut (Dana 1999):

- Pengusaha asing diperbolehkan memiliki 100% saham sebuah perusahaan di Vietnam.
- Diluncurkannya *Law of Foreign Investment* yang bertujuan untuk melindungi aset para pengusaha asing tersebut dari nasionalisasi.
- Perusahaan-perusahaan yang memakai modal asing dibebaskan dari pajak pada tahun pertama mereka beroperasi. Selain itu, perusahaan-perusahaan asing tersebut diperbolehkan mengirimkan keuntungan perusahaan mereka ke luar Vietnam, serta mengirimkan pembayaran ke luar negeri untuk keperluan pengembangan teknologi, jasa pelayanan, serta pembayaran pinjaman.

Berbagai kemudahan untuk modal asing tersebut kemudian diperkuat dengan peraturan perburuhan yang juga bertujuan untuk mendorong masuknya modal asing ke Vietnam. Pada tahun 1992, Kementerian Tenaga Kerja Vietnam meluncurkan kebijakan yang antara lain berisi penurunan batas upah minimum serta privatisasi perusahaan-perusahaan milik negara (Dana 1999; Dana 1994).

Vietnam dan Pasar Global

Sampai tahun 1990 Vietnam menghadapi embargo dari US, sehingga tidak dapat mengekspor ke US. Pada saat itu, untuk produk garmen banyak pengusaha Korea yang mengimpor dari Vietnam kemudian di Korea Selatan labelnya diganti dengan label Korea. Dihapuskannya embargo dari US pada tahun 2000, juga dibukanya pasar Uni Eropa, membuka peluang bagi ekspor Vietnam ke negara-negara tersebut (Dana 1999; Dana 1994; Nadvi and Thoburn 2004; Thoburn 2004). Pasar ekspor terbesar adalah Amerika Utara, Eropa, dan Jepang. Sedangkan negara-negara ASEAN adalah tujuan impor bahan baku Vietnam (Mirza and Giroud 2004)

Khusus untuk sektor garmen dan tekstil, yang merupakan salah satu sektor penting di Vietnam, ada empat tantangan yang akan dihadapi: dihapuskannya sistem kuota di dalam sistem perdagangan tekstil tingkat dunia, persaingan dari Cina, tuntutan untuk memenuhi standar perburuhan dan lingkungan, serta tuntutan dari pasar global akan produk yang murah, berkualitas tinggi, dan cepat. Kebanyakan produser di Vietnam, terutama perusahaan negara yang besar, diperkirakan mampu menghadapi tantangan tersebut, tetapi tidak bagi

perusahaan kecil (Nadvi and Thoburn 2004).

Berbagai strategi tersebut dinilai berhasil mendorong pertumbuhan ekonomi di Vietnam. Pada periode 1990-an, Vietnam mencapai tingkat pertumbuhan tertinggi, yaitu sekitar 8,1% per tahun, dan angka pertumbuhan ekspor tertinggi, yaitu 27,7%, melebihi angka pertumbuhan ekonomi Cina (Thoburn 2004).

***Doi Moi* dan Usaha Kecil Vietnam**

Doi Moi dianggap secara drastis mengubah struktur perekonomian Vietnam. Dana (1999) menyebutkan bahwa program ini kemudian mendorong tumbuhnya usaha-usaha kecil di Vietnam, meliputi koperasi (yang kurang lebih berjumlah 1,500 unit), usaha milik keluarga, dan berbagai usaha milik swasta yang lepas dari kontrol negara. Selain itu, terdapat pula *joint-venture* antara perusahaan milik negara dan swasta.

Setelah *Doi Moi* diperkenalkan, di sektor pertanian unit rumah tanggalah yang kemudian menjadi basis ekonomi pertanian Vietnam, dan bukan koperasi. Pemberian hak pada penduduk pedesaan untuk memiliki aset tanah juga mendorong Vietnam yang sebe-

lumnya merupakan negara pengimpor beras menjadi negara pengekspor beras ketiga di dunia (Hang 2003; Dana 1999).

Selain itu, penerapan *Doi Moi* juga mengubah posisi kalangan pengusaha di dalam struktur sosial masyarakat Vietnam. Sebelumnya, pengusaha menempati kedudukan yang rendah di dalam masyarakat Vietnam, di bawah golongan petani, kaum terpelajar, dan pekerja. Hal ini sebagian dikarenakan adanya anggapan bahwa kesuksesan di dunia usaha biasanya datang dari aktivitas ilegal. Akan tetapi kondisi itu telah berubah sejak diterapkannya *Doi Moi* (Hang 2003).

Akan tetapi berbeda dengan kedua penulis di atas, Freeman (1996) berpendapat bahwa menjamurnya UK Vietnam tidak diakibatkan oleh *Doi Moi*. UK di Vietnam, terutama sektor informal di kota Ho Chi Minh, merupakan sektor yang tumbuh dari besarnya kegiatan ekonomi yang beroperasi di luar kontrol pemerintah komunis. Sektor inilah yang menyediakan produk barang dan jasa utama yang dibutuhkan oleh penduduk Vietnam dan membuat Vietnam mampu bertahan. *Doi Moi* bertindak sebagai sinyal bahwa pemerintah Vietnam kemudian menerima kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh swasta dan menjadikan

para pelaku ekonomi kecil itu sebagai model dan stimulus bagi para pelaku baru yang masuk setelah *Doi Moi* diterapkan.

Evolusi Sektor Informal Menuju Usaha Kecil: Ho Chi Minh

Dana (1994) dan Freeman (1996) memberikan uraian yang hidup tentang semangat kewirausahaan dan ramainya kegiatan ekonomi skala kecil di Ho Chi Minh City. Dari kedua penulis tersebut kita dapat membayangkan bahwa kegiatan sektor informal dan usaha kecil di Ho Chi Minh, kota terbesar di Vietnam, mirip dengan keuletan pedagang asongan dan pedagang kaki lima di kota-kota besar di Indonesia dan, seperti di Jakarta atau Bandung, para pedagang-pedagang itu memenuhi jalan, trotoar, atau taman-taman kota (Freeman 1996). Berbagai produk tersedia di pasar-pasar dan kaki lima Ho Chi Minh. Pasar-pasar di Ho Chi Minh tersebut merupakan pasar permanen, yang beberapa di antaranya mengkhususkan diri untuk menjual produk-produk tertentu seperti pasar onderdil bekas atau pasar kerajinan kayu (Freeman 1996).

Di Ho Chi Minh City, jauh sebelum Vietnam dijajah Perancis, usaha kecil

dan pasar tradisional telah menjadi komponen penting dalam ekonomi regional Vietnam. Perdagangan secara ekstensif terjadi antara Vietnam dengan negara tetangga Cina dan negara-negara Asia Tenggara lainnya. Pemerintah kolonial Perancis berusaha menekan aktivitas sektor informal ini untuk dapat memasarkan produk-produk Perancis, akan tetapi, sebagaimana halnya semua kegiatan sektor informal di seluruh dunia, sektor informal di Vietnam juga berhasil menghindari tekanan pemerintah Perancis (Freeman 1996).

Ketika Ho Chi Minh jatuh ke tangan militer Vietnam Utara yang komunis, terjadi pengungsian besar-besaran dari kalangan bisnis dan pemimpin politik dan militer di Saigon. Pengungsian besar-besaran ini menyebabkan terjadinya *capital flight*, dan berbagai usaha skala menengah dan besar kemudian tidak beroperasi lagi. Hal ini menyebabkan penduduk Ho Chi Minh kemudian lebih mengandalkan kebutuhan sehari-hari mereka dari sektor informal.

Di bawah pemerintah komunis Vietnam Utara, kegiatan sektor informal di Ho Chi Minh City tetap berjalan—ditambah dengan pelaku-pelaku baru dari kalangan tentara Vietkong dan kader-kader partai komunis Vietnam

utara. Setelah reunifikasi Vietnam Utara dan Selatan yang kemudian dilanjutkan dengan kegiatan ekonomi yang terpusat di tangan negara, sektor informal di Ho Chi Minh terus berjalan.

Seperti yang telah disebutkan di atas, banyak kalangan akademisi yang mengaitkan tumbuhnya 'kapitalisme jalanan' ini sebagai dampak dari *Doi Moi*. Dana, misalnya, berpendapat bahwa keberhasilan reformasi ekonomi ala *Doi Moi* ini adalah karena *Doi Moi* menempatkan kewirausahaan (*entrepreneurship*) dan usaha swasta sebagai pelengkap, bukan sebagai pengganti dari ekonomi yang dijalankan oleh negara (Dana 1999; Dana 1994; Freeman 2004).

Akan tetapi Freeman berpendapat bahwa tumbuhnya sektor informal dan usaha kecil di Vietnam di Ho Chi Minh, berbeda dengan Hanoi, bukan merupakan dampak dari *Doi Moi*. Di Ho Chi Minh, di bawah pemerintahan komunis, usaha kecil tumbuh di bawah bayang-bayang sistem ekonomi yang terpusat. Ketika Ho Ci Minh berada di bawah pendudukan militer, sektor informal merupakan penyelamat ekonomi kota ini, antara lain melalui perdagangan barang-barang selundupan, melalui berbagai jaringan kredit informal.

Kegiatan sektor informal ini juga mendorong ekonomi Vietnam dalam periode ekonomi terpusat melalui hubungan timbal balik dengan sektor pertanian. Kegiatan perdagangan sektor informal menyebabkan stabilnya daya beli masyarakat perkotaan, yang pada gilirannya mendorong permintaan terhadap produk-produk pertanian dan nonpertanian dari pedesaan. Hal ini kemudian menyebabkan penduduk pedesaan mempunyai alternatif pendapatan di luar kegiatan pertanian (Freeman 1996).

Freeman juga menyebutkan bahwa kegiatan ekonomi informal ini mempertahankan jiwa wiraswasta penduduk Vietnam Selatan dan menjaga infrastruktur yang dibutuhkan untuk mendorong kembali usaha-usaha skala menengah dan besar ketika *Doi Moi* diluncurkan. Ketika modal asing mulai memasuki Vietnam, kelompok inilah yang kemudian berhasil menjalin kerjasama dengan modal asing.

Doi Moi kemudian menjadi pengakuan pemerintah Vietnam akan keberadaan sektor informal, yang pada akhirnya mengizinkan industri dan pedagang kecil beroperasi tanpa campur tangan pemerintah. Freeman (1996) berargumen bahwa tanpa ada akar yang kuat dari kelompok pelaku sektor informal, *Doi Moi* tidak akan ber-

hasil mendorong *boom* ekonomi Vietnam, dan bahkan mungkin akan menghasilkan *economic chaos* seperti yang terjadi di bekas negara Uni Soviet.

Kontribusi UK Sekarang

Kontribusi dalam GDP

Sakai dan Takada (2000) menyebutkan bahwa Ministry of Planning and Investment memperkirakan usaha nonnegara berkontribusi sebesar 24%, sementara statistik dari Departemen Statistik memperkirakan hanya 2% dari GDP.

Usaha kecil dan kesempatan kerja

Angka pertumbuhan ekonomi di Vietnam yang tinggi ternyata tidak dibarengi dengan tumbuhnya angka penyerapan tenaga kerja. Bahkan pada periode 1990-an, percepatan pertumbuhan GDP dibarengi dengan penurunan tingkat pertumbuhan penyerapan tenaga kerja (Jenkins 2004). Penyerapan tenaga kerja tertinggi di periode ini terjadi pada sektor perdagangan dan jasa, dan terbesar pada jenis pekerjaan yang bergaji rendah atau pada sektor informal *self-employment* (ibid). Tingginya penyerapan tenaga kerja di sektor ini tidaklah mengherankan karena sektor ini merupakan sektor yang relatif mudah

untuk dimasuki. Sementara itu, sektor industri manufaktur merupakan sektor yang paling rendah pertumbuhan penyerapan tenaga kerjanya. Distorsi kebijakan (di dalam perdagangan, peranan usaha milik negara, dan kebijakan pasar tenaga kerja) dianggap sebagai faktor penyebab rendahnya penyerapan tenaga kerja di sektor industri ini (Jenkins 2004). Implikasi dari pandangan ini adalah usulan agar Vietnam meningkatkan liberalisasi ekonominya untuk meningkatkan penyerapan tenaga kerja di sektor industri manufaktur. Akan tetapi Jenkins berpendapat bahwa penurunan penyerapan tenaga kerja ini bukan sebagai akibat dari distorsi kebijakan, melainkan merupakan akibat dari meningkatnya efisiensi perusahaan-perusahaan industri manufaktur.

Hal ini didukung oleh studi yang dilakukan oleh Christensen dan Goedhuys (2004). Studi mereka tentang usaha kecil dan penyerapan tenaga kerja di 10 negara menunjukkan bahwa usaha mikro cenderung tinggi penyerapan tenaga kerjanya, akan tetapi penyerapan ini menurun ketika perusahaan-perusahaan tersebut membesar. Pada perusahaan-perusahaan dengan jumlah pekerja mencapai 10 orang, angka pertumbuhannya menjadi negatif (Christensen and Goedhuys

2004). Meskipun demikian, dibandingkan dengan sembilan negara lain, tingkat pertumbuhan penyerapan tenaga kerja di usaha-usaha kecil Vietnam relatif stabil, meskipun usaha-usaha tersebut telah memiliki jumlah pekerja lebih dari 10 orang (ibid).

Kendala yang Masih Dihadapi Usaha Kecil di Vietnam

Permodalan

Keberhasilan sektor informal untuk mendapatkan modal, di tengah hambatan yang sangat kuat dari bank-bank pemerintah untuk mendapatkan kredit, dimungkinkan dengan beroperasinya mekanisme kredit di dalam sektor informal itu sendiri (Freeman 1996). Terdapat tiga mekanisme perolehan modal:

- *Hui*, mirip dengan kelompok arisan di Indonesia
- "*Mattress banks*" (Freeman 1996)
- *Remittance* atau pengiriman uang dari kerabat yang tinggal di luar negeri

Pada tahun 1990, pemerintah Vietnam memberikan izin bagi pendirian bank-bank komersial, dan pada tahun 1992 jalan bagi perbankan asing untuk beroperasi di Vietnam terbuka. Dua bank asing pertama yang beroperasi di Vietnam adalah Banque In-

dosuez of France dan Bangkok Bank of Thailand yang membuka kantor mereka di Ho Chi Minh (Dana 1994). Sebelumnya, sektor perbankan milik negara hanya meminjamkan dana pada sektor-sektor usaha milik negara. Kondisi ini, ditambah dengan pengurangan subsidi pada badan usaha milik negara, menurunkan efisiensi perusahaan-perusahaan tersebut.

Meskipun bank-bank swasta telah berdiri, kondisi ini tidak dengan sendirinya meningkatkan kemudahan usaha kecil untuk memperoleh tambahan modal. Hambatan dari sisi penyediaan jaminan kredit, ditambah dengan kurangnya pengetahuan dan pengalaman pegawai-pegawai bank, menghambat akses usaha kecil terhadap kredit. Hal ini menyebabkan transaksi dalam bentuk uang tunai, meskipun dalam jumlah yang sangat besar, masih umum dijumpai di Vietnam (Dana 1999). Selain itu, batasan usaha kecil yang belum memadai menyebabkan banyak perusahaan besar mendapatkan kredit yang ditujukan bagi pengusaha kecil.

Infrastruktur fisik dan organisasi

Perang saudara telah menyebabkan kerusakan infrastruktur yang parah di Vietnam. Hal itu menghambat proses komunikasi dan transportasi di Vietnam.

Dari sisi institusi, Vietnam masih membutuhkan institusi yang menjadi penengah di dalam konflik (Dana 1999).

Korupsi

Dalam sebuah survei, sekitar 80% responden menyatakan bahwa birokrasi yang berbelit dan korupsi menjadi persoalan utama bagi dunia usaha di Vietnam (Tan dan Lim 1983, dalam Dana 1999). Hambatan ini muncul dalam bentuk kolusi dan nepotisme (pemerintah memprioritaskan kelompok tertentu), desentralisasi yang menyebabkan pemerintah di tingkat lokal lebih berkuasa dan lebih sulit untuk dikontrol, rendahnya gaji pegawai pemerintah yang menyebabkan mereka cenderung untuk melakukan korupsi, serta masih belum jelasnya regulasi yang mengatur transaksi perdagangan (Venard 1998 dalam Dana 1999).

Perpajakan, regulasi, dan kebijakan

Pengusaha di Vietnam mengeluhkan pajak yang dianggap berat, dan kontras dengan berbagai kemudahan pajak yang diberikan pada pengusaha dari luar Vietnam (Dana 1999). Usaha rumah tangga yang mendaftarkan usaha mereka secara formal wajib membayar pajak.

Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah Vietnam untuk mengurangi birokrasi adalah melalui penerapan *the Enterprise Law*, yang diluncurkan pada tahun 2000. Undang-undang ini bertujuan mengurangi proses yang harus dilalui pengusaha untuk mendaftarkan usahanya, dari 13 langkah menjadi tujuh langkah, dan dari 99 hari yang diperlukan untuk mengurus izin usaha menjadi 17 hari. Upaya ini juga diklaim menurunkan biaya pengurusan perijinan, dari US\$660 menjadi US\$30 (Christensen and Goedhuys 2004).

Enterpreneurship

Hambatan internal yang dialami oleh pengusaha kecil di Vietnam meliputi kurangnya pengetahuan tentang detail-detail menjalankan usaha seperti pengetahuan tentang perbankan, asuransi, detail tentang pengiriman barang untuk ekspor, dan lain-lain (Hang 2003). Selain itu terdapat pula kendala di dalam pengembangan riset dan teknologi (Dana 1999). Sebagai misal, ketika Amerika Serikat masih menerapkan embargo terhadap produk tekstil dari Vietnam, pengusaha-pengusaha dari Korea Selatan menjadi "perantara" antara industri tekstil Vietnam dan pasar Amerika Serikat. Pengusaha Korea Selatan mengimpor tekstil dari Hanoi dan mengganti labelnya di Korea Selatan sebelum

mengeksportnya ke Amerika Serikat se-bagai produk "made in South Korea." Ketika Amerika Serikat menghapus embargonya, pengusaha Vietnam dapat mengekspor langsung ke Amerika Serikat tetapi menghadapi kendala akibat kurangnya pengetahuan tentang ekspor impor.

Pasar

Kebanyakan usaha kecil menjual produknya di pasar domestik. Kualitas produk yang dihasilkan pengusaha kecil pada umumnya rendah. Biaya produksi yang tinggi merupakan alasan rendahnya kompetisi perusahaan-perusahaan Vietnam. Selain itu, pasar lokal juga dipenuhi oleh barang-barang selundupan dari luar negeri, sehingga sulit untuk membangun pasar dalam skala nasional untuk produk-produk pengusaha kecil Vietnam (Hang 2003).

Penutup: Apa yang dapat Kita Pelajari dari Vietnam?

Kasus Vietnam menunjukkan adanya peranan penting dari usaha kecil-mikro dalam sistem ekonomi yang mengalami transisi dari sistem ekonomi terpusat pada negara kepada sistem ekonomi pasar. Meskipun terdapat perdebatan tentang peran *Doi Moi* di

dalam pertumbuhan sektor swasta ini (yaitu, apakah *Doi Moi* mendorong tumbuhnya usaha-usaha kecil atau, sebaliknya, *Doi Moi* merupakan titik balik pengakuan pemerintah Vietnam akan adanya usaha-usaha pribadi yang beroperasi secara informal), sektor informal di Vietnam menjadi basis tumbuhnya usaha-usaha kecil dan menengah di Vietnam, dan berperan penting di dalam mendorong ekonomi Vietnam menjadi salah satu negara dengan pertumbuhan ekonomi yang tercepat di wilayah Asia. Meskipun demikian, pengamatan yang lebih dalam terhadap kondisi usaha kecil menunjukkan masih adanya kendala dan hambatan yang dialami usaha kecil, yang mungkin dapat mempengaruhi perkembangan mereka. Di samping kendala-kendala "klasik" seperti akses terhadap sumber modal, hambatan juga muncul dari pendekatan pemerintah Vietnam terhadap usaha kecil. Dalam sistem ekonomi sosialis yang terpusat, usaha milik negara memonopoli kegiatan ekonomi, dan dengan demikian menghambat tumbuhnya sektor usaha kecil. Dalam sistem ekonomi pasar yang diterapkan sekarang, pemerintah Vietnam dinilai lebih memberikan kemudahan terhadap pengusaha asing dibandingkan dengan pengusaha lokal.



REFERENSI

- Christensen, Jens Dyring, and Micheline Goedhuys. 2004. "Impact of National Policy and Legal Environments on Employment Growth and Investment in Micro and Small Enterprises." In *Series on Conducive Policy Environment for Small Enterprise Employment*, 64 pages, ix. Geneva: International Labour Office.
- Dana, Leo Paul. 1999. *Entrepreneurship in Pacific Asia: Past, Present & Future*. Singapore; River Edge, N.J.: World Scientific.
- . 1994. "A Marxist Mini-Dragon? Entrepreneurship in Today's Vietnam." *Journal of Small Business Management* 32(2):95–102.
- Freeman, Donald B. 1996. "Doi Moi Policy and the Small-Enterprise Boom in Ho Chi Minh City, Vietnam." *Geographical Review* 86(2):178–97.
- Freeman, Nick J. 2004. "Harnessing Foreign Direct Investment for Economic Development and Poverty Reduction: Lessons from Vietnam." *Journal of the Asia Pacific Economy* 9(2):209–22.
- Hang, Pham Thi Thu. 2003. "Creating a Conducive Policy Environment for Employment Creation in Small Enterprises in Viet Nam." In *Series on Conducive Policy Environment for Small Enterprise Employment*. Geneva: International Labour Office.
- Jenkins, Rhys. 2004. "Why Has Employment Not Grown More Quickly in Vietnam?" *Journal of the Asia Pacific Economy* 9(2):191–208.
- Mirza, Hafiz, and Axele Giroud. 2004. "Regionalization, Foreign Direct Investment, and Poverty Reduction." *Journal of the Asia Pacific Economy* 9(2):223–48.

- Nadvi, Khalid, and John Thoburn. 2004. "Challenges to Vietnamese Firms in the World Garment and Textile Value Chain, and the Implications for Alleviating Poverty." *Journal of the Asia Pacific Economy* 9(2):249–67.
- Sakai, Hitoshi, and Nobuaki Takada. 2000. "Developing Small and Medium-Scale Enterprises in Vietnam." In *NRI Papers No. 13*: Nomura Research Institute.
- Thoburn, John. 2004. "Globalization and Poverty in Vietnam." *Journal of the Asia Pacific Economy* 9(2):127–44.

JARINGAN PEREMPUAN USAHA KECIL DAN KETAHANAN EKONOMI RUMAH TANGGA: SEBUAH KASUS DARI LOMBOK TIMUR¹

Dyan Widhyaningsih²

Abstract

Any form of networking is an effort an individual goes through to survive. This essay attempts to describe the role of Jaringan Perempuan Usaha Kecil (Network of Small Enterprises for Women — Jarpuk) Titian in Lombok Timur regency. The evident role of Jarpuk Titian in sustaining and developing business activities and the household economy of Perempuan Usaha Kecil (PUK) or the Small Enterprises for Women could not be separated from the existence of Lembaga Keuangan PUK (LKPUK) or the Financial Institution of Small Enterprises for Women, whose role is to actively provide credits (loans) for PUK, especially to pay debts from loan sharks. Jarpuk Titian also has the potential to increase the skills of PUK which, ultimately, has a positive role in increasing the household economy. This background is a description of Titian's success as a network of small enterprises for women, who—relatively—have the ability to reduce the economic vulnerability of its members.

Dalam kehidupan sosial, PUK rentan terhadap beragam risiko yang memungkinkannya mengalami kondisi sosial ekonomi yang lebih buruk lagi. Karenanya PUK harus memiliki seti-

daknya kemampuan bertahan, kalau memang tidak bisa berkembang. Untuk dapat bertahan, baik sebagai pelaku usaha, individu, ataupun manajer keuangan rumah tangga, PUK ha-

¹ Tulisan ini didasarkan pada hasil penelitian AKATIGA di kabupaten Lombok Timur (Maret—April 2005), dan merupakan bagian dari rangkaian penelitian mengenai “Pemberdayaan Perempuan Usaha Kecil” yang telah dilakukan AKATIGA dan ASPPUK di Klaten, Purwokerto, Lombok, dan Padang.

² Peneliti di Yayasan AKATIGA Pusat Analisis Sosial.

rus mempunyai modal yang ditabung dalam bentuk jaringan sosial berupa hubungan-hubungan pertemanan, pertetanggaannya, atau kekerabatan yang bisa diaktifkan suatu waktu ketika guncangan menimpa. Tabungan tersebut penting bagi mereka sebagai tameng di saat menghadapi persoalan, terlepas dari apakah terkait langsung dengan kegiatan usahanya atau tidak. Dan jaringan sosial yang dimaksud dalam tulisan ini adalah JarpuK³Titian, yang merupakan kumpulan kelompok perempuan-perempuan pengusaha kecil di Lombok Timur dengan didampingi LP2SD sebagai orop anggota ASPPUK di kabupaten tersebut.⁴

Keaktifan PUK dalam LKPUK ataupun JarpuK melalui arisan, pertemuan bulanan, atau kegiatan rutin lainnya dianggap sebagai salah satu bentuk ta-

nggangan sosial untuk membangun jaringan hubungan bantuan. Di JarpuK Titian misalnya, jaringan hubungan bantuan tersebut mencakup kemampuan PUK menjangkau sumberdaya yang terkait dengan persoalan materil (kredit dan tabungan) maupun non-materil (peningkatan keterampilan dan perluasan pasar). Bantuan-bantuan tersebut secara spesifik, langsung atau tidak, mengarah pada upaya peningkatan ekonomi PUK.⁵

Titian dan Ekonomi PUK: Pengaruh Dominan Sebuah Jaringan Perempuan Usaha Kecil

Sebagai jaringan yang terdiri dari beragam karakteristik PUK, mulai dari keragaman jenis dan "kasta"⁶ usaha yang digeluti hingga kondisi ekonomi keluarga PUK, Titian bukanlah organisasi kelompok yang homogen. Berda-

-
- 3 Firdaus (2005) mendefinisikan JarpuK sebagai jaringan yang terdiri dari KPUK-KPUK (kelompok PUK) yang ada dalam satu wilayah kabupaten. Pendirian JarpuK difasilitasi oleh LSM-LSM pendamping dari anggota ASPPUK (Asosiasi Pendamping PUK) yang ada dalam satu kabupaten, yang membentuk konsorsium untuk menjadi "pendamping" JarpuK di satu kabupaten.
 - 4 Sebelum dibentuk menjadi JarpuK, kelompok perempuan pengusaha kecil Titian sudah tergabung dalam kelompok usaha bersama (KUB) di tingkat desa di bawah dampingan LP2SD. Tahun 2001 mereka bergabung membentuk JarpuK Titian di tingkat kabupaten.
 - 5 Dalam anggaran dasar JarpuK Titian dinyatakan bahwa tujuan JarpuK Titian adalah membangun komunikasi dan koordinasi antarpengusaha, memberikan pelayanan konsultasi atas berbagai persoalan PUK, dan memberikan dukungan modal usaha kepada anggotanya agar mampu memperbaiki kondisi sosial ekonominya melalui LKPUK. Pernyataan tersebut setidaknya menunjukkan bahwa keberadaan JarpuK (Titian khususnya) pada awalnya memang ditujukan untuk membantu PUK mempertahankan dan atau memperbaiki kondisi perekonomiannya dan rumah tangganya.
 - 6 Penggunaan istilah kasta di sini lebih merujuk pada besar modal awal, modal harian, dan jumlah pekerja yang dimiliki PUK dalam melakukan kegiatan produksinya. Rujukan-rujukan tersebut nantinya menempatkan apakah usaha PUK tersebut berada pada kategori usaha mikro yang subsisten, ataukah usaha kecil yang berpotensi berkembang; pengkategorian usaha mikro dengan usaha kecil kecil inilah yang kami istilahkan dengan kasta.

sarkan tingkat keaktifan dan posisi PUK di Jarpuk Titian, kami membagi anggota Jarpuk tersebut ke dalam tiga tingkatan atau level: (1) pengurus dan mantan pengurus Jarpuk di tingkat kabupaten ataupun kecamatan; (2) anggota aktif; dan (3) anggota tidak aktif. Pengaruh dominan keterli-

batan PUK di Jarpuk Titian, dari ketiga level tersebut, tampak pada keberuntungan dan peningkatan ekonomi PUK maupun rumah tangganya. Berikut akan digambarkan matriks pengaruh keikutsertaan PUK dalam Titian terhadap perekonomian rumah tangganya.

Tabel 1
Kontribusi Produk Gerabah Bantul

Peran Jarpuk Titian Terhadap Perekonomian PUK		
Level I	Level II	Level III
1. Pinjaman dari LKPUK untuk kegiatan usaha dan nonusaha → akses di luar bank dan rentenir	1. Pinjaman dari LKPUK untuk kegiatan usaha dan nonusaha → akses di luar bank dan rentenir	1. Pinjaman dari LKPUK terutama untuk kegiatan nonusaha → akses di luar bank dan rentenir
2. Terlepas dari jeratan rentenir → memiliki tabungan, membeli aset perlengkapan usaha, dimanfaatkan untuk konsumsi keluarga	2. Terlepas dari jeratan rentenir → memiliki tabungan, membeli aset perlengkapan usaha, dimanfaatkan untuk konsumsi keluarga	2. Terlepas dari jeratan rentenir → memiliki tabungan, dimanfaatkan untuk konsumsi keluarga
3. Menambah jaringan → memperluas pasar	3. Menambah jaringan → memperluas pasar, mengikuti kursus jahit (penggunaan sendiri untuk memperkecil pengeluaran, menerima order untuk menambah penghasilan), melebarkan sayap usaha	3. Menambah jaringan → secara tidak langsung memperluas pasar

Tampak dari matriks di atas bahwa PUK dari ketiga level relatif menuai hasil yang positif secara ekonomi dari keterlibatan mereka di Jarpuk Titian. Matriks tersebut memperlihatkan peran LKPUK sebagai lembaga keuangan perempuan yang bisa diakses oleh semua PUK, tidak seperti bank yang cenderung hanya bisa dijangkau oleh lebih sedikit kalangan. Sebelum bergabung dengan Jarpuk, akses keuangan PUK cenderung hanya rentenir yang merupakan alternatif terakhir setelah keluarga dan kerabat. Saat itu bisa dikatakan sulit bagi mereka untuk mengembangkan usaha dan ekonomi rumah tangga. Penghasilan sepeertinya lebih ditekankan untuk konsumsi keluarga setiap hari dan mencicil pelunasan hutang di rentenir, atau paling tidak untuk sekedar membayar bunga pinjamannya.

LKPUK: "Kunci" Jarpuk Mengurangi Kerentanan Ekonomi PUK

Peran Jarpuk Titian sebagai *support system* dalam upaya mengurangi kerentanan ekonomi PUK tak bisa lepas dari kehadiran LKPUK (dulu LKP Titian) yang secara bertahap mampu membuat PUK mengurangi hingga mencoret nama rentenir dari "daftar pilihan" pemberi pinjaman, termasuk di saat-saat mendesak.⁷ LKPUK memang memberlakukan sistem bunga untuk tiap pinjaman. Tetapi besaran bunga LKPUK hanya berkisar 1,5—2,5% per bulan, jauh lebih kecil dibandingkan beban bunga dari rentenir di lokasi Jarpuk Titian yang antara lain memberlakukan 20—30% per bulan.⁸

Kemunculan LKPUK sebagai penyedia kredit mikro untuk perempuan bisa dikatakan merupakan respons atas kondisi skema kredit saat itu yang cenderung tidak mampu dijangkau kalangan miskin, terutama kaum perempuan.⁹ Karenanya fasilitas pin-

7 Empat bulan setelah Jarpuk Titian dibentuk, para PUK mendirikan lembaga keuangan perempuan (LKP) secara swadaya. Saat itu maksimal pinjaman yang bisa diberikan adalah Rp500.000,00. Tahun 2004 kas LKP terkumpul sekitar Rp11.000.000,00, dan batas pinjaman dinaikkan menjadi Rp1.000.000,00. Di tahun tersebut ASPPUK (melalui program Lembaga Keuangan Mikro-nya) memberikan Rp50.000.000,00 untuk digulirkan, dengan ketentuan antara lain: dikembalikan dalam waktu lima tahun, bunga 0,5% per bulan atau sama dengan 6% per tahun, dan setoran awal (setoran pokok) setelah tiga tahun pertama sebesar Rp10.000.000,00 sementara sisanya dicicil setiap bulan. Nama LKP Titian pun berubah menjadi LKPUK. Total aset yang dimiliki LKPUK Titian hingga September 2006 mencapai lebih dari Rp80.000.000,00.

8 Bahkan di saat yang sangat mendesak ada rentenir yang membebaskan bunga pinjaman hingga tujuh persen per hari!

9 Peran lembaga keuangan mikro pada umumnya adalah membantu keberlangsungan usaha. Wid-

jaman yang disediakan LKPUK Titian tidak sebatas pada kebutuhan usaha. Sebagai lembaga keuangan perempuan, LKPUK Titian memahami kebutuhan PUK secara lebih menyeluruh, yaitu melingkupi peran dan kebutuhan PUK sebagai pengusaha, ibu rumah tangga, dan individu. Untuk fasilitas tersebut mereka mengistilahkan-nya sebagai pinjaman kebutuhan perempuan. Bunga yang dibebankan atas pinjaman untuk kebutuhan usaha adalah 2,5% per bulan, sementara untuk kebutuhan perempuan hanya 1,5% per bulan. Pinjaman dengan skema kebutuhan perempuan awalnya dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan dan keberlangsungan hidup PUK maupun rumah tangganya yang sifatnya primer dan subsisten seperti pendidikan dan kesehatan anak atau memperbaiki atap rumah yang bocor. Tetapi pada kenyataannya pinjaman kebutuhan perempuan, oleh beberapa PUK, digunakan pula untuk kebutuhan yang sifatnya cende-

rung konsumtif dan bersifat investasi (misalnya membeli barang-barang elektronik, tanah, rumah, dan perhiasan).

Mekanisme pinjaman ke LKPUK biasanya diajukan langsung oleh anggota atau melalui koordinator kawasan yang kemudian akan menyampaikannya kepada pengelola LKPUK. Rentang waktu pengajuan hingga pencairan kredit memakan waktu satu minggu hingga satu bulan.¹⁰ Tetapi di luar mekanisme tersebut PUK sendiri baru bisa mengajukan pinjaman setidaknya setelah tiga bulan menjadi anggota Titian. Jumlah maksimal pinjaman yang bisa diberikan LKPUK adalah Rp5.000.000,00. Tetapi nominal tersebut baru bisa diperoleh PUK setelah melunasi dua kali (putaran) peminjaman. Waktu pengembalian pinjaman ditentukan sendiri oleh PUK berdasarkan kemampuannya. Biasanya rentang waktu pengembalian pinjaman yang dipilih PUK adalah lima

yaningrum (2002) berdasarkan hasil penelitiannya pada tiga BMT (*Baitul Maal wat Tamwil*) dampingan Yayasan Peramu Bogor mengemukakan tiga peran BMT sebagai LKM: membuka akses terhadap sumber modal, membantu menjaga keberlangsungan usaha (terutama pada saat harus digunakan untuk kebutuhan keluarga), dan menjadi sumber modal untuk investasi atau diversifikasi usaha. Peran serupa juga ditemukan pada LKPUK Titian. Pemanfaatan LKPUK justru didominasi untuk kebutuhan di luar usaha; baik sifatnya mendesak maupun direncanakan, baik sifatnya sebagai kebutuhan primer (memperbaiki atap rumah), konsumtif (membeli barang-barang elektronik), maupun investasi (membeli perhiasan emas, tanah, rumah). Pada dasarnya keberadaan LKPUK memang telah memberikan akses kepada PUK untuk mendapatkan pinjaman dengan mudah, baik untuk usaha maupun bukan usaha, yang sebelumnya mereka sangat sulit mendapatkannya dari pihak lembaga keuangan formal.

¹⁰ Biasanya setelah pengajuan pinjaman diterima pengelola LKPUK, bagian pemasaran LKPUK akan melakukan analisis usaha atau analisis pinjaman langsung ke PUK. Dari hasil analisis tersebut ditentukanlah jumlah pinjaman yang bisa diterima PUK dan waktu pencairan pinjaman.

hingga sepuluh bulan (batas maksimal). Tetapi pihak pengelola LKPUK memberikan toleransi satu bulan di luar batas pengembalian pinjaman yang telah disepakati PUK sebelumnya. LKPUK Titian juga memiliki "pos dana" untuk kebutuhan mendadak dan sifatnya mendesak, yang umumnya termasuk ke dalam kategori kebutuhan perempuan.

LKPUK Datang, Rentenir (Di)hilang(kan)

Berkurangnya pengeluaran rumah tangga karena sebelumnya digunakan untuk membayar bunga dan melunasi pinjaman kepada rentenir memberi kesempatan kepada PUK

dan suaminya memanfaatkan anggaran tersebut untuk konsumsi rumah tangga sehari-hari, ditabung untuk menambah modal usaha, atau sebagai tabungan untuk menghadapi kebutuhan tak terduga. PUK yang kondisi ekonominya lebih berkecukupan relatif bisa menabungkan lebih besar untuk kemudian dibelikan perlengkapan usaha, misalnya. Biasanya dua putaran pinjaman pertama dari LKPUK dimanfaatkan PUK untuk melunasi utang pinjaman ke rentenir. Putaran pinjaman berikutnya barulah dimanfaatkan PUK untuk kebutuhan usaha maupun rumah tangganya.

Utang Rentenir Lunas, PUK dan Suami Bisa Beternak Ayam

Bu A, PUK level kedua yang membuka warung di rumah, mengaku senang sewaktu mengetahui ia bisa meminjam uang dari Jarpuk. Ia sangat terkejut dengan bunga 2,5% per bulan yang menurutnya sangat kecil. Reaksi yang cukup wajar, mengingat Bu A membandingkannya dengan bunga rentenir sebesar 7% per hari yang saat itu sangat membebani. Bu A terpaksa meminjam Rp200.000,00 ke rentenir B untuk biaya persalinannya. Biasanya Bu A dan suaminya meminjam ke rentenir C yang hanya memberikan bunga 20% per bulan. Dan mereka juga sudah mengajukan pinjaman untuk persalinan. Tetapi karena Bu A melahirkan prematur, dan saat itu rentenir C tidak bisa dihubungi, mereka tidak memiliki pilihan selain menggunakan "jasa" pinjaman dari rentenir B. Hingga dua bulan berlalu sejak waktu peminjaman, Bu A dan suaminya hanya mampu membayar bunga Rp14.000,00 per hari kepada rentenir B.

Setelah bergabung dengan Jarpuk dan diinformasikan perihal LKPUK, Bu A dan suaminya tertarik untuk meminjam. Untuk putaran pertamanya tersebut Bu A mengajukan pinjaman Rp300.000,00; Rp200.000,00 untuk melunasi hutang ke rentenir B dan sisanya digunakan untuk menambah modal usaha warungnya. Bu A melunasi pinjaman pertamanya di LKPUK selama sepuluh bulan dengan cicilan Rp37.500,00 per bulan. Setiap hari Bu A menyisihkan penghasilannya Rp1.250,00 untuk membayar cicilan ke LKPUK.

Sewaktu masih berhutang ke rentenir B, Bu A dan suaminya harus menganggarkan Rp14.000,00 per hari, hanya untuk membayar bunga hariannya. Setelah bergabung dengan Jarpuk dan bisa meminjam dari LKPUK, Bu A tidak hanya mampu melunasi hutangnya di rentenir, tetapi ia juga memiliki kelebihan Rp12.750,00 per hari dari jumlah anggaran yang sama. *Surplus* tersebut selain digunakan untuk jajan anak-anaknya, juga ditabung untuk menambah modal usaha antara lain dimanfaatkan suaminya untuk biaya membeli dan beternak ayam di rumah.

Sumber: wawancara lapangan, 2005.

Setelah bergabung dengan Jarpuk Titian, bisa dikatakan PUK nyaris menganggarkan kebutuhan keuangan mereka pada lembaga tersebut. Lepas dari rentenir, banyak dari mereka

yang kemudian memanfaatkan pinjaman dari LKPUK untuk meningkatkan usahanya, antara lain untuk membeli perkakas kerja sebagai aset usaha.

Pembelian Aset Usaha dari Pinjaman LKPUK

Akhir 2004 Bu D, dari level kedua, meminjam ke LKPUK sebesar Rp2.000.000,00 yang digunakannya untuk membeli mesin penggilingan bumbu Rp1.350.000,00 (beli baru), mesin penggilingan kopi dan beras (bekas) Rp700.000,00, dan mesin penggilingan kelapa (bekas) Rp300.000,00. Bu D mengajukan pinjaman tersebut sekitar tiga bulan sebelumnya. Selain meminjam ke LKPUK, dana pembelian aset usaha Bu D

dan suaminya tersebut diperoleh dari tabungan yang mereka simpan di bawah kasur.

Pembelian ketiga mesin tersebut tidak hanya menghemat pengeluaran Bu D yang sebelumnya selalu menggunakan jasa penggilingan bumbu dan kelapa di pasar untuk kebutuhan dagangannya dengan biaya sekitar Rp20.000,00 per hari. Bu D juga membuka jasa penggilingan bumbu, kopi, beras, dan kelapa dengan kisaran biaya Rp1.500,00/kg untuk bumbu, Rp1.000,00/kg untuk kopi dan beras, dan Rp200,00/butir untuk kelapa. Dari usaha jasa penggilingannya tersebut Bu D dan suaminya memperoleh setidaknya Rp15.000,00 di hari biasa. Jumlah tersebut akan lebih besar pada saat musim haji, hajatan, dan acara-acara keagamaan seperti maulid nabi atau lebaran. Dari keuntungannya tersebut Bu D dapat melunasi pinjaman pertamanya ke LKPUK dalam tempo sepuluh bulan.

Sumber: wawancara lapangan, 2005.

Peran Ganda LKPUK: Akses Pinjaman dan Tabungan

Menarik untuk disorot adalah fungsi lain LKPUK yang tidak hanya sebagai pemberi pinjaman tetapi juga sebagai penerima simpanan alias tempat menabung. Sebagai lembaga keuangan JarpuK, LKPUK memang menyediakan fasilitas pinjaman bagi semua anggotanya dengan sistem tanggung renteng. Tetapi LKPUK Titian juga menyediakan fasilitas simpanan (menabung) bagi anggotanya. Sebagian besar PUK mengikuti fasilitas tersebut. Nominalnya tidak ditentukan, tergantung pada kemampuan PUK. Hitungan waktu menabung pun bisa kapanpun:

per hari, per minggu, per bulan, atau tidak berperiodik. Untuk fasilitas simpanan tersebut LKPUK memang bisa dikatakan tidak memberlakukan aturan yang rumit, mengingat maksud dari fasilitas tersebut adalah untuk membiasakan budaya menabung di kalangan PUK. Bukan berarti PUK tidak pernah menabung sebelumnya. Sebagai manajer rumah tangga secara naluriah mereka merasa perlu menabung, terutama untuk dimanfaatkan pada saat menghadapi masa-masa sulit. Biasanya tempat penyimpanan "favorit" yang dipilih adalah lemari pakaian, di bawah bantal, di bawah kasur, atau celengan. Sayangnya karena tempat penyimpanan tersebut

masih berada di sekitar mereka, kontrol terhadap tempat penyimpanan tersebut dan tabungannya pun cenderung lemah. Disadari atau tidak, sedikit demi sedikit, PUK dan atau suaminya kerap menggunakan tabungan mereka untuk kebutuhan "mendesak" seperti jajan anak di sore hari. Karena selalu diambil dan diambil, tak jarang pada saat benar-benar mendesak seperti anak sakit, uang tabungan pun tidak mencukupi. Berbeda dengan menabung di LKPUK. Sifatnya tabungannya yang sukarela memudahkan PUK mengambil tabungan, yang memang haknya, kapanpun diinginkan.

Uniknya, yang terjadi adalah PUK relatif lebih jarang mengambil tabungannya di LKPUK, kecuali saat mendesak. Mengapa? PUK cenderung merasa malu dengan PUK yang lain apabila ia terlalu sering mengambil tabungan, walaupun itu memang uangnya. Tetapi biasanya pengurus LKPUK tetap memberikan uang tersebut kepada semua PUK yang menabung di akhir tahun. Bila PUK yang bersangkutan tidak berkeinginan mengambilnya, ia langsung bisa menabungkannya kembali. Karena jarang diambil, jumlah tabungan PUK pun relatif lebih banyak dibandingkan disimpan di tempat "penyimpanan pribadi" mereka. Dan yang terpenting pula, peran tabungan sebagai dana cadangan di saat men-

desak, atau memang dibutuhkan dan sudah terencana, bisa berfungsi lebih efektif. Seperti yang dialami Bu E dari level ketiga. Sebelum bergabung dengan Jarpuk, tabungannya disimpan di bawah baju di dalam lemari pakainya. Tanpa sadar, uang tabungannya tersebut digunakan sedikit demi sedikit. Hingga suatu waktu Bu E tidak punya tabungan untuk membelikan anaknya baju sekolah. Atas saran tangganya, Bu E bergabung dengan Jarpuk dan memindahkan tabungannya ke LKPUK. Karena mengaku malu untuk mengambil, Bu E pun membiarkan tabungannya "tenang" di LKPUK dan ia tinggal memetikanya di akhir tahun, atau pada saat dibutuhkan (seperti lebaran misalnya).

Pertukaran Komoditas dan Meningkatkan Keterampilan PUK: Peran Lain Berjaringan

Peran Jarpuk Titian terhadap perekonomian PUK tidak melulu disebabkan oleh keberadaan LKPUK. Pertemuan bulanan, arisan, dan kegiatan kelompok lainnya, disadari atau tidak, merupakan ajang pemasaran dan pertukaran komoditi usaha antar-PUK. Berkelompok juga memungkinkan PUK mendapat pengetahuan dan keterampilan baru. Karena pada dasarnya banyak hal yang bisa perempuan per-

leh dari kegiatan berkelompok. Selain bisa mendapat bantuan keuangan di saat membutuhkan melalui pinjaman atau arisan, kelompok juga menjadi wadah pertukaran informasi dan keterampilan (*Nicky May and The Networkers* 1993). Begitupun dengan ibu-ibu PUK yang berjaringan dalam Jarpuk Titian, terlepas di level mana mereka berada.

Titian tidak hanya membantu PUK dalam hal mendapat pinjaman dari LKPUK, tetapi juga meningkatkan peluang PUK memperoleh keterampilan, yang bisa jadi pada akhirnya berdampak positif pada ekonomi rumah tangganya. Peluang tersebut tidak tertutup hanya pada PUK dari level kesatu dan kedua yang notabene lebih aktif di jaringan (Jarpuk dan LKPUK) dibandingkan PUK dari level ketiga.¹¹

Pengurus Jarpuk Titian selalu berusaha mengakomodasi kebutuhan anggotanya dengan memberikan pelatihan gratis yang cenderung diutamakan pada kegiatan produktif (jahit, bordir, atau membuat kue dan masakan).

Biasanya mereka bekerja sama dengan PUK yang memiliki keterampilan sesuai dengan pelatihan yang akan diadakan. Ibu F dan G dari level kesatu misalnya, tanpa pamrih memberikan pelatihan jahit dan bordir kepada anggota Jarpuk. Padahal jika berbicara dengan persoalan untung rugi secara ekonomi, mereka akan kekurangan pelanggan karena saingan pelaku usaha sejenis bertambah. Tetapi tanggapan dari kedua PUK tersebut menarik untuk disorot "...*Ya memang kalau dipikir-pikir nanti kita yang rugi ya kalau mereka sudah bisa sendiri. Tapi kan memang kita ini sudah seperti satu keluarga, jadi ya sudah sewajarnya saling bantu begitu...*"¹² Alhasil pelatihan yang dilakukan secara cuma-cuma tersebut nantinya bisa dimanfaatkan PUK sebagai celah untuk memperoleh tambahan penghasilan. Walaupun tidak memiliki pelanggan, setidaknya PUK tidak perlu mengeluarkan biaya untuk membeli baju lebaran dan seragam sekolah anak, misalnya, karena mereka sudah bisa membuatnya sendiri. Dana pembelian aset usaha seperti mesin jahit dan

11 Secara umum kondisi ekonomi rumah tangga PUK dari level kesatu dan kedua relatif lebih baik dari level ketiga. Terutama sekali dilihat dari kondisi fisik bangunan tempat tinggal dan kegiatan usaha; entah dari segi besarnya skala usaha, kepemilikan alat, ataupun jumlah pekerja yang diupah. Kondisi ekonomi yang demikian merupakan salah satu faktor yang menyebabkan keterlibatan PUK dari dua level pertama dalam kegiatan kelompok cukup tinggi. Berbeda dengan PUK dari level ketiga yang sebagian besar waktunya dimanfaatkan untuk melakukan kegiatan usaha. Karenanya intensitas mereka dalam kegiatan kelompok pun relatif lebih sedikit.

12 Kasus tersebut, bisa dibilang, menuju pada harapan ASPPUK yaitu PUK dengan kesadaran kolektifnya bisa saling berbagi kemakmuran antarPUK dan maju bersama-sama secara ekonomi.

perlengkapan membuat kue biasanya diper-oleh PUK dari pinjaman LKPUK.

Pengalaman dari Titian: Jarpuk dan Peningkatan Keterampilan PUK

Bu H dari level kedua, yang sehari-hari membuka warung nasi di rumahnya, pada awal tahun 2004 mengikuti kursus jahit gratis di rumah salah satu PUK. Ketertarikannya tersebut dilatari pada "kebiasaan"nya membelikan baju baru buat kedua anaknya menjelang lebaran. Setelah beberapa bulan mengikuti kursus ia mengajukan pinjaman ke Jarpuk Titian untuk membeli mesin jahit.

Sudah hampir setahun terakhir ini Bu H memiliki mesin jahit. Ia giat berlatih, terutama dengan membuatkan baju untuk anak-anaknya. Alhasil saat lebaran tahun lalu, Bu H tidak melakukan "kebiasaan"nya yang cukup menguras keuangan rumah tangganya itu. Ia menjahit sendiri semua baju untuk keluarganya.

Kini Bu H tidak hanya membuat baju lebaran, tetapi ia juga membuatkan pakaian seragam ketiga anaknya sehingga pengeluaran rumah tangga pun bisa semakin berkurang.

Sumber: wawancara lapangan, 2005.

Kasus di atas menggambarkan bahwa terlepas dari sejalan atau tidaknya keterampilan baru yang diperoleh PUK dengan kegiatan usaha yang dijalankannya, peningkatan keterampilan PUK pada akhirnya tidak hanya berpotensi pada pengurangan pengeluaran rumah tangganya, tetapi juga membuka kemungkinan untuk dijadikan peluang usaha baru yang bisa dite-

kuni PUK tanpa mengganggu kegiatan usaha sebelumnya. Tidak jarang PUK anggota Titian memiliki beberapa pos penghasilan meski sifatnya tidak rutin.

Peran kelompok terhadap perekonomian PUK maupun keluarganya juga ditunjukkan oleh pengalaman Dian Mandiri (Diman), salah satu yayasan

pendamping perempuan pengusaha kecil di Jakarta. Di samping memberikan bantuan kredit, Diman juga memberikan beragam pelatihan mulai dari membuat aneka macam kue, menjahit, membuat sabun atau deterjen, hingga membuat susu kedelai.¹³ Pelatihan-pelatihan seperti yang dilakukan Jarpuk Titian maupun Diman berpotensi membuka lebar peluang produktif baru bagi PUK dan, bila dimanfaatkan, bisa menjadi salah satu alternatif sumber pemasukan keuangan bagi PUK dan keluarganya.

Manfaat lain yang bisa dipetik dari keberadaan Jarpuk Titian terhadap kondisi perekonomian PUK adalah Jarpuk sebagai sarana menambah jaringan yang berarti pula memperluas pasar usaha PUK. Jarpuk Titian relatif berhasil mengembangkan jaringan tradisional anggotanya, terutama yang berkaitan dengan komoditi usaha. Terbukti dengan adanya pertukaran

komoditi antar PUK pada saat pertemuan kelompok atau arisan. Mayoritas PUK yang mendapat pelanggan baru memang berasal dari level kesatu dan kedua, mengingat merekalah yang lebih aktif di kelompok sehingga peluang memasarkan produk usahanya secara langsung pun lebih besar. Tetapi beberapa PUK di level ketiga juga mendapat tambahan pelanggan, atau setidaknya pesanan, dari sesama PUK. Biasanya produk mereka dipasarkan secara tidak langsung oleh PUK yang sudah pernah menggunakan produk atau jasa usaha mereka. Konsumen PUK pun semakin meluas karena bukan hanya penduduk sekitar tempat tinggalnya melainkan juga mencakup anggota Jarpuk lainnya. Tetangga dari anggota Jarpuk pun terkadang turut pula memesan. Produk usaha PUK yang bisa dipasarkan atau dipertukarkan cenderung seputar makanan dan jasa (menjahit atau katering misalnya).

¹³ *Micro Economic Development*, <http://www.dianmandiri.com/programs.html>.

Jarpuk Memperlebar Gerbang Pasar Usaha PUK

Sejak bergabung dengan Jarpuk Titian, Bu I dari level kedua mengaku memanfaatkan jasa jahit dan bordirnya bertambah, tidak hanya meliputi keluarga dan tetangga. "Alhamdulillah kalau order tidak pernah sepi. Ada saja yang pesan... Ibu-ibu Jarpuk juga suka pesan. Biasanya mereka pesan itu kalau mau punya hajatan atau sebelum lebaran", ungkap Bu I. Menurutnya memang banyak anggota Jarpuk Titian yang mengetahui perihal kegiatan usahanya, terutama yang berada di satu kawasan (kecamatan). Ia juga pernah memasarkan hasil usahanya di sekretariat Jarpuk kabupaten.

Sumber: wawancara lapangan, 2005.

Bagi beberapa anggota Jarpuk Titian, keaktifan mereka di Jarpuk tidak hanya memberikan jaminan pinjaman dan bantuan di saat kritis, tetapi juga telah membuka ruang pemasaran baru bagi usaha mereka. Kasus seperti Bu H dan I terutama terjadi pada PUK dari level kesatu dan kedua. Keaktifan anggota Jarpuk dari kedua level tersebut memungkinkan mereka mengalami pertukaran informasi tentang produk usaha antar-PUK, dan kemudian masing-masing dari mereka bisa memanfaatkan sesuai kebutuhannya. Tetapi terkadang kasus Bu H dan I bisa juga dialami oleh PUK level ketiga, seperti Bu J, yang berdagang bubur candil. Meski tidak aktif di jaringan, Bu J tetap bisa memasarkan dagangannya melalui Bu K, tetangganya yang berada di level kesatu. Bu K lah yang awalnya secara tidak langsung memasarkan dagangan Bu J di Jar-

puk, yaitu dengan menggunakan bubur candil Bu J untuk konsumsi arisan Jarpuk. Dan selanjutnya beberapa PUK pun turut memesan bubur candil Bu J kepada Bu K. Ada yang untuk dikonsumsi di rumahnya, ada pula yang sediakan untuk acara serupa (arisan) di tempat tinggalnya.

Titian dan Ketahanan Ekonomi PUK

Dapat dikatakan keputusan PUK untuk bergabung dengan Jarpuk Titian merupakan langkah bijak. Tak bisa dipungkiri bahwa peran LKPUK sebagai lembaga keuangan Jarpuk sangat nyata bagi kehidupan PUK, baik dalam peran mereka sebagai pengusaha kecil (mikro) maupun ibu rumah tangga. Setelah bergabung dengan Jarpuk, PUK dapat meminjam uang untuk modal usaha ataupun kebutuhan di luar

kegiatan usaha, terlepas dari status sebagai perempuan yang belum menikah, janda, ataupun memiliki bersuami. Seperti kebanyakan usaha kecil (mikro) dan usaha rumah tangga, sulit bagi pelakunya untuk memisahkan antara keuangan rumah tangga dengan keuangan usaha. Begitupun yang kerap dialami anggota Titian. Tetapi dengan keberadaan LKPUK, kondisi tersebut setidaknya bisa diminimalisasi. Kalaupun tidak digunakan untuk usaha, pinjaman dari LKPUK bisa dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga sehingga keuangan usaha PUK sebisa mungkin tidak lagi diutak-atik untuk kebutuhan rumah tangga.

Keberadaan LKPUK turut pula berperan dalam upaya terbebasnya PUK dari ketergantungannya terhadap rentenir, sehingga mereka bisa lebih memfokuskan penghasilannya pada pengembangan usaha. Semakin berkembang usaha PUK maka semakin banyak keuntungan yang diperoleh. Dan diharapkan dana yang bisa dianggarkan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga pun akan bertambah, seperti memperbaiki gizi dan nutrisi anak, atau untuk biaya pendidikan anak.¹⁴

Jarpuk Titian tidak hanya memberikan keuntungan bagi PUK dari segi kemudahan memperoleh pinjaman atau kredit melalui LKPUK, tetapi juga membantu PUK menambah konsumennya. Sosialisasi anggota melalui arisan bulanan dan pertemuan rutin di kawasan telah membuka kesempatan bagi PUK untuk memperluas jaringan. Arena tersebut memungkinkan terjadinya interaksi dan pertukaran informasi mengenai usaha yang dijalankan oleh masing-masing PUK. Penambahan jaringan tersebut terutama dialami oleh PUK yang menjual makanan (panganan, masakan, atau bubur candil). Meski pemasaran usaha masih bersifat lokal setidaknya konsumen PUK bertambah, yang tentunya akan menambah pula pundi-pundi pemasukan usahanya.

Terkait dengan ketahanan usaha PUK, tak bisa dipungkiri, modal ekonomi dalam bentuk kekayaan memang memegang peranan penting dalam mempengaruhi ketahanan usaha dan rumah tangga PUK. Tetapi tidak semua PUK mampu menjadikan modal ekonomi sebagai tiang penyangga ketahanan usaha dan rumah tangganya. Karena itu salah satu alternatifnya adalah dengan mengaktifkan modal sosial yang dimiliki dalam bentuk Jaringan PUK atau Jarpuk. Keikutsertaan

¹⁴ Pengalaman serupa juga dialami oleh Yayasan Diman, yang sasarannya antara lain perempuan miskin di perkotaan. Mereka mengungkapkan bahwa memang pengaruh dampingan mereka yang utama adalah terbebaskannya anggota dampingan mereka dari rentenir (*Micro Economic Development*, <http://www.dianmandiri.com/programs.html>).

PUK di Jarpuk Titian, disadari atau tidak, dan langsung atau tidak langsung, berperan penting dalam keberlanjutan dan eksistensi kehidupan sosial ekonomi mereka. Di samping itu modal sosial, dalam beberapa kasus PUK, juga bisa berperan dalam penimbunan modal ekonomi dalam bentuk pembelian perhiasan, tanah, atau rumah. Terlebih lagi dengan keberadaan LKPUK dan keterlibatan PUK di dalamnya, secara nyata peranannya amat besar bagi ketahanan usaha PUK, yang tentunya akan berimbas pula pada ketahanan ekonomi rumah tangganya.

Peran nyata Jarpuk Titian dengan LKPUK-nya terhadap ketahanan usaha dan ekonomi rumah tangga PUK memang tidak terbantahkan. Tingkat ketergantungan PUK terhadap jaringan dan lembaga keuangan tersebut pun relatif kian meningkat. Tetapi bagaimana apabila LKPUK, sebagai kunci Jarpuk mengatasi kerentanan ekonomi PUK, tidak mampu lagi memenuhi perannya sebagai lembaga keuangan mikro perempuan? Bisa jadi hal tersebut justru akan menimbulkan kerentanan baru bagi para PUK!



KERANGKA SOSIOLOGIS MEMAHAMI DAMPAK BENCANA ALAM TERHADAP USAHA KECIL

Dede Mulyanto ¹

Abstract

This essay is on the methodological aspect in understanding the impact of natural disasters on small enterprises from the viewpoint of sociology. As a preliminary exploration, this essay attempts to map the socio-culture aspects of disaster and how this aspect influences our way in observing the impact of disaster on small enterprises. In general, it can be said that there are four social aspects in examining disaster: the historical aspect; pattern of social adaptation; the norms, value, and behavior framework; and the practical aspect of policy in responding to natural disaster. Related to the concept of small enterprise's vulnerability, disaster could be placed in the 'shock' factor column which must be seen along with the level of sustainability of small enterprises.

I

Bencana alam adalah bagian dari kenyataan geologis Indonesia. Titik-titik pertemuan antarlempeng geologis menjadikan Indonesia sebagai laboratorium asli gempa bumi dan letusan gunung berapi. Kedudukan di sekitar garis katulistiwa memang tidak begitu menarik secara luar biasa angin-angin

berkekuatan besar, tetapi curah hujan yang tinggi pada bulan-bulan tertentu ditambah dengan penggundulan hutan oleh para pemegang HPH tidak akan luput mengirim banjir rutin ke beberapa daerah permukiman. Sebaliknya, pada bulan-bulan kering, tidak jarang api begitu mudah memunculkan titik-titik yang membakar ribuan hektar lahan. Di perkotaan, tempat

¹ Staf pengajar Jurusan Antropologi UNPAD.

bermacam usaha kecil-mikro berjuang untuk tetap bertahan hidup, bencana-bencana buatan manusia seperti kebakaran dan pembumi-hangusan demi pembangunan bukanlah sesuatu yang aneh terjadi.

Manusia memahami diri dan lingkungannya melalui berbagai konsep dan jalinan yang diperoleh selama interaksi dengan lingkungannya tersebut, baik lingkungan fisik maupun lingkungan sosial. Kemampuan manusia merekam kesan dan gagasannya dari generasi ke generasi melalui lembaga-lembaga sosialisasi menjadikan aspek budaya dalam melihat bencana begitu penting. Kiranya sedikit sekali tindakan manusia yang tidak mendasarkan diri pada berbagai kesan dan gagasan yang terlembagakan. Setiap masyarakat mempunyai kerangka nilai, norma, dan pemahaman yang seringkali tidak sama satu dengan lainnya. Kerangka sosial-budaya ini bukan pula sesuatu yang ajeg dan sudah seperti itu wujudnya. Kerangka ini merupakan hasil pergulatan panjang suatu masyarakat menghadapi lingkungannya yang terus-menerus berubah. Oleh karena itu, selain dilihat sisi kealamannya, sebagai suatu peristiwa yang mengguncang kehidupan manusia, bencana alam harus juga dilihat sisi sosial-budayanya.

Tantangan dalam meneliti usaha kecil di daerah bencana tidaklah sedikit. Perubahan mendadak yang disebabkan semua bencana membuat peneliti harus merancang suatu metode tersendiri untuk memperoleh gambaran secara tepat dalam waktu cepat di daerah-daerah yang berubah mendadak tersebut. Pertama-tama, perlu ditegaskan bahwa dalam memahami dampak bencana-bencana ini perlu menilik sudut pandang usaha kecil. Karena, bagaimana pun, merekalah yang pertama mengalami dampaknya. Tulisan ini mencoba menelusuri beberapa variabel sosiologis yang mungkin ditempatkan dalam upaya memahami dampak bencana terhadap usaha kecil.

Di dalam kajian-kajian sosial atas bencana, paling tidak ada empat pendekatan yang mempunyai kekhususan perhatian dan cakupan masalah berbeda, yaitu pendekatan sejarah, ekologi-politik, terapan atau praktis, dan sosial-budaya atau pendekatan perilaku (Anderskov 2004). Pendekatan sejarah berkaitan dengan masalah pengumpulan pengetahuan tentang proses perubahan fisik dan sosial yang memunculkan bencana dan proses penyesuaian setelahnya. Kajian-kajian dalam pendekatan ini berkutat dengan masalah penelusuran faktor-faktor adaptif masyarakat

dan kebudayaan, baik yang berkaitan dengan keberlanjutan maupun kehancuran kultural.

Pendekatan ekologi-politik merupakan suatu perpaduan ekologi kultural dan ekonomi politik. Dari ekologi kultural, pendekatan ini mewarisi pandangan bahwa kebudayaan adalah hasil adaptasi manusia, khususnya terhadap lingkungan. Berbagai lembaga sosial, nilai, ataupun gagasan tentang bencana tiada lain merupakan hasil penumpukan pengalaman masyarakat menghadapi bencana dari generasi ke generasi. Pendekatan teoretis ini memperhatikan berbagai pola pemanfaatan alam oleh masyarakat yang dikaitkan dengan atau dipengaruhi oleh bencana serta bagaimana manusia menyesuaikan diri terhadap lingkungan fisik mereka. Meskipun pendekatan ini mengerucutkan perhatian pada hubungan manusia dengan alam fisiknya, dengan bantuan ekonomi politik pendekatan ini juga memperhatikan tatanan ekonomi masyarakat, kebijakan, kekuatan-kekuatan politik, dan berbagai ideologi yang mempengaruhi dan membentuk pola hubungan manusia dengan alamnya.

Berbeda dengan dua pendekatan di atas, pendekatan praktis atau terapan

mementingkan masalah prakiraan, penilaian, dan pencegahan bencana. Kajian-kajian dalam pendekatan ini biasanya berpusat pada pembangunan sistem peringatan dini, penguatan kembali pengetahuan tradisional menghadapi bencana, pengetahuan-teknis menghadapi bencana, pola pelayanan bantuan pasca-bencana, serta dampak politis dan praktis dari berbagai program bantuan.

Pendekatan perilaku berkaitan dengan kajian-kajian terhadap persoalan-persoalan sosial-budaya yang tidak secara langsung terkait dengan lingkungan alam. Umumnya penelitian perilaku menyoroti perilaku-perilaku sosial yang terkait dengan peristiwa bencana, penafsiran budaya terhadap risiko dan bencana, serta perubahan sosial pascabencana.

Dari keempat pendekatan tersebut di atas, dapat dikatakan bahwa pengkajian bencana harus memperhatikan empat aspek sosial dari bencana, yaitu aspek sejarah, aspek berbagai strategi adaptasi masyarakat, aspek kerangka norma, nilai, dan perilaku, serta aspek praktis untuk kebijakan menanggapi bencana.

II

Bencana terkait dengan sifat, jenis, dan besaran sumber bencana serta derajat ketahanan atau kerentanan mereka yang tertimpa (Hoffman & Oliver-Smith 2002). Sebagai daerah tropis yang berada di antara dua lempeng tektonik yang saling bertumbukan, jenis bencana alam yang biasanya dialami penduduk Indonesia antara lain gempa bumi, tsunami, badai, dan kekeringan. Untuk bencana yang tidak sepenuhnya alamiah, mungkin kebakaran dan banjir menempati urutan yang tinggi pula. Berbagai jenis bencana tersebut mempunyai sifat berbeda. Setiap bencana juga tidak terjadi seragam. Besaran kekuatan bencana alam berbeda-beda. Perbedaan-perbedaan sifat, jenis, dan besaran tentu saja mempunyai dampak yang berbeda pula terhadap kerusakan dan daya menghadapinya. Keragaman tersebut memang perlu diperhatikan bila hendak mengkaji dampak bencana, tetapi dalam tulisan ini aspek kealaman bencana bukan perhatian utama.

Perhatian utama diberikan pada 'sisi sosial' bencana yang menyoroti aspek-aspek dari sisi korban, terutama pelaku usaha kecil. Bila kerentanan usaha terkait dengan persoalan kemampuan usaha dalam menghadapi

dan menanggulangi berbagai guncangan yang menimpa dan risiko yang harus dialami pada suatu waktu tertentu, maka bencana alam merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhitungkan. Dalam analisis kerentanan usaha, bencana berdiri di sisi guncangan (*shock*). Bencana bisa secara langsung mengguncang usaha, bisa pula secara tidak langsung dengan mengguncang titik-titik penting dalam rantai asupan dan keluaran usaha dari hulu hingga hilir. Sebagai contoh, industri kecil pengolahan rotan yang bergantung pada asupan rotan mentah dari Kalimantan, mungkin bisa mengalami guncangan ketika daerah sumber bahan baku tersebut mengalami bencana seperti kebakaran hutan, misalnya. Pengaruhnya terasa dalam ketidakseimbangan pasokan dan permintaan. Mungkin daerah-daerah pemasok bahan bakunya sendiri tidak mengalami permasalahan, tetapi bencana di sekitarnya bisa mengganggu jumlah aliran bahan baku ke daerah peminta. Dengan demikian, industri kecil harus lebih keras bersaing memperoleh pasokan yang memadai untuk tetap melanjutkan usahanya. Dampak bencana dalam kasus ini bersifat tidak langsung.

Bencana Tsunami yang menimpa daerah Pangandaran, misalnya, secara tidak langsung mematisurikan beberapa

pa industri kecil yang memasok barang-barang kerajinan ke daerah tersebut. Sebut saja industri kecil pernak-pernik dan pakaian. Sebagai salah satu tempat wisata ternama, Pangandaran merupakan satu pasar permintaan untuk barang-barang tersebut. Tsunami tidak hanya menghentikan permintaan atas barang, tapi juga mematikan beberapa usaha yang dijalankan di daerah sekitar. Beberapa industri rumahan yang bergantung pada bahan baku setempat, seperti kerajinan pernak-pernik kerang-kerangan atau anyaman pandan, mau tidak mau harus berhenti berjalan.

Gempa bumi yang terjadi di daerah Yogyakarta telah mematikan beberapa industri kecil dan menghentikan sementara sebagian besar lainnya. Beberapa sentra industri kecil, seperti sentra industri gerabah di Kasongan dan Pundong, secara langsung menghadapi guncangan usaha karena gempa ini. Gempa tidak hanya meluluhlantakkan kediaman mereka, tapi juga tempat usaha dan daerah bahan baku yang mengakibatkan pasokan beberapa bahan baku menjadi kecil untuk kegiatan usaha karena dibutuhkan juga untuk pembangunan kembali tempat kediaman. Selain itu, pasokan tenaga kerja setempat juga sepenuhnya terhenti beberapa waktu ka-

rena pekerja-pekerja setempat juga menjadi korban bencana yang menghadapi banyak masalah dan harus secepatnya memulihkan diri. Tenaga-tenaga kerja yang ada pertama-tama dimanfaatkan untuk memulihkan infrastruktur setempat seperti rumah-rumah, jalan, tempat ibadah, dan sekolah sebelum akhirnya bisa dimanfaatkan dalam kegiatan produksi (lihat: Hamdan dalam Jurnal ini).

Jadi, sekali lagi, pertama-tama bencana harus dilihat sebagai guncangan. Tetapi, berbeda dengan guncangan-guncangan yang biasanya menimpa usaha kecil lainnya seperti kenaikan harga bahan baku, kenaikan listrik dan bahan bakar minyak, atau perubahan dalam skema kredit perbankan, bencana alam menimpa juga orang-orang yang tidak secara langsung terkait dengan kegiatan usaha. Bencana alam tidak hanya berdampak pada usaha itu sendiri tapi juga pada lingkungan setempat. Artinya, bencana bukan jenis guncangan yang menimpa pengusaha sebagai pengusaha semata, tetapi mengguncang pengusaha sebagai warga; sebagai anggota rumah tangga, keluarga, atau komunitas. Bencana alam tidak hanya mengguncang usahanya, tapi juga rumah tangga, keluarga, dan komunitasnya.

Bila dampak bencana dikaitkan dengan derajat kerentanan usaha, maka perhatian berikutnya bisa diberikan pada kemampuan usaha memulihkan kembali usahanya setelah guncaangan. Beberapa faktor yang terkait adalah: 1) ada tidaknya cadangan modal, baik berupa cadangan keuangan, jaringan sosial yang bisa mendukung upaya pemulihan; maupun berupa 2) kemampuan usaha meyakinkan simpul-simpul yang bisa membantu untuk memberikan bantuannya. Sebagai contoh, tidak semua pengusaha kecil gerabah di Yogyakarta yang tertimpa bencana bisa memperoleh pinjaman lunak dari perbankan. Persoalannya berujung pada dua sebab, yaitu 1) karena tidak mempunyai jaringan sosial dalam rupa organisasi pengusaha yang bisa menyediakan saluran dan 2) karena tidak mempunyai rekaman berkelakuan baik (*track record*) dari sudut pandang perbankan.

Ciri umum usaha kecil adalah tidak adanya pengaturan keuangan yang benar-benar terpisah antara keuangan usaha dan keuangan rumah tangga pelakunya. Tidak sedikit pula yang menjadikan rumah tangga sebagai landasan penting usaha. Cadangan keuangan usaha hampir selalu juga adalah cadangan keuangan rumah tangga sehingga, ketika bencana me-

nimpa, cadangan keuangan tersebut terpecah untuk memulihkan keadaan ekonomi rumah tangga sekaligus untuk memulihkan keadaan usaha. Kebutuhan-kebutuhan nonusaha seperti pemenuhan sandang, pangan, papan, layanan kesehatan, layanan pendidikan, dan sebagainya tentu tidak bisa diabaikan begitu saja demi memulihkan usaha semata. Oleh karena itu, memahami dampak bencana terhadap usaha kecil tidak bisa abai terhadap kenyataan ini. Dalam mengkaji dampak bencana, jumlah dan komposisi rumah tangga juga sama pentingnya dengan jumlah dan komposisi pekerja. Semakin besar jumlah anggota rumah tangga yang bergantung, maka semakin kecil pula sisa cadangan keuangan yang bisa digunakan untuk pemulihan usaha. Pemulihan usaha ini pun tidak hanya berkaitan dengan perbaikan atau pembaruan sarana usaha. Pekerja-pekerja yang umumnya berasal dari daerah yang sama dengan pengusaha tidak bisa diabaikan begitu saja mengurus permasalahannya sendiri-sendiri. Hubungan ketergantungan timbal-balik (*clientisation*) antara pengusaha dan pekerja yang biasanya terbentuk dalam usaha-usaha kecil tentu membutuhkan perhatian juga. Di sini, telaah terhadap berbagai jalinan hubungan-hubungan sosial yang sepiantas lalu tidak

berkaitan langsung dengan kegiatan usaha perlu diperhatikan.

Bencana tidak hanya berdampak pada perubahan lingkungan fisik, tapi juga pada tatanan sosial. Bencana alam seperti Tsunami atau gempa bumi memakan banyak korban jiwa. Tidak sedikit keluarga, kelompok kekerabatan, atau kesatuan ketetanggaaan kehilangan anggota-anggotanya. Hubungan kekerabatan tidak hanya menyediakan jalinan hubungan pribadi yang berguna dalam pemulihan dampak psikologis, tapi juga penting dalam banyak hal di dalam kegiatan produksi. Di Aceh, misalnya, persoalan yang muncul berkaitan dengan seberapa banyak jumlah lahan produktif yang harus ditinggalkan dan seberapa banyak lahan produktif harus dibuka untuk memenuhi kebutuhan hidup pascabencana. Hal ini tidak sederhana. Berbagai lembaga sosial setempat seperti hubungan kekerabatan, sistem pewarisan, dan lembaga kepemilikan penting dalam mempengaruhi tindakan terkait dengan alokasi dan relokasi sumber daya. Jatuhnya korban dari kalangan keluarga, kerabat, atau tetangga selain menyulitkan mobilisasi tenaga kerja gratis (gotong royong), juga sangat mungkin merombak tidak sedikit lembaga-lembaga sosial yang ada. Hal ini berujung pada lambatnya upaya pemulihan sa-

rana dan prasarana dasar yang berguna dalam melanjutkan bertahan hidup sebelum memulai kembali usaha serta memutus beberapa rantai dalam jaringan sosial yang terkait dengan kegiatan usaha.

Pelaku-pelaku usaha menanggapi bencana, baik secara pribadi maupun kolektif, melalui suatu kerangka yang kurang lebih dipahami bersama. Tindakan kolektif mencakup perilaku yang melaluinya orang bergabung menjalankan lembaga sosial baru serta menciptakan norma-norma baru, tatanan baru, atau bahkan suatu tatanan sosial baru. Tindakan kolektif umumnya ekstra-institusional. Artinya, tindakan-tindakan tersebut berada di luar semua norma-norma atau tatanan yang berlaku dalam keadaan normal. Meski tidak menutup kemungkinan berakar dari norma-norma pabcena.

Bencana besar seperti tsunami Aceh menyebabkan kehancuran fisik infrastruktur. Ribuan orang meninggal dunia. Sisa penduduk yang tetap hidup tidak hanya kehilangan rumah, harta, atau tempat usaha, tetapi juga anggota keluarga, kerabat, atau tetangga. Pengorganisasian ulang komunitas melalui pemukiman kembali di tempat baru dengan organisasi baru yang dirancang oleh pihak luar mengharus-

kan orang-orang untuk menata ulang norma-norma kehidupan bersama dalam suasana yang baru pula. Tidak sedikit orang kehilangan jaringan sosial yang sebelumnya dimiliki. Dari korban-korban bencana itu, tidak sedikit adalah pemasok bahan baku, pekerja, bandar penampung, atau sumber dana tunai. Pelaku usaha, mau-tidak-mau harus membangun ulang, dari titik nol, semua jaringan usahanya. Dalam membangun kembali jaringan usaha ini, titik berangkat yang mungkin dimasuki adalah keluarga, kerabat, atau tetangga yang masih hidup. Dalam perkembangan selanjutnya, kehadiran LSM atau organisasi pemerintah memang menyediakan saluran baru membangun jaringan usaha.

Bagi komunitas yang sumber daya ekonominya berlandaskan pada sumber daya setempat seperti pada sentra-sentra industri kecil di Yogyakarta, kesulitan bertambah karena sumber daya alam dan manusia menyusut dengan mendadak. Tidak semua komunitas mempunyai mekanisme yang terlembagakan dalam menghadapi keadaan seperti ini. Dalam hal tenaga kerja, tentu bukan hal mudah untuk memperoleh kembali pekerja. Usaha kecil biasanya merekrut pekerja melalui saluran hubungan-hubungan sosial setempat yang justru sedang ter-

ganggu. Ciri ini berbeda dengan usaha-usaha besar yang bisa merekrut pekerja tak-dikenal dari daerah mana pun dengan sistem kontrak yang tegas. Pelaku usaha kecil umumnya merupakan bagian dari komunitas. Hubungan-hubungan kerja ditata melalui hubungan-hubungan sosial setempat yang cenderung memasukkan faktor-faktor ikatan pribadi seperti keluarga, kekerabatan, atau ketetanggaaan. Untuk bencana-bencana yang tidak banyak memakan korban jiwa, mungkin pengusaha kecil bisa melanjutkan usahanya dengan sumber daya manusia yang ada. Tetapi untuk bencana besar seperti yang menimpa Aceh, kemungkinan itu menjadi sulit karena perekrutan kembali pekerja terhalang oleh hilangnya penduduk di lingkungan sekitar. Inilah salah satu titik rentan usaha kecil.

III

Bencana bukanlah faktor yang netral dalam masyarakat. Pemahaman dan pemaknaan terhadap keadaan bencana dan pascabencana tidak bisa dielakkan dari kepentingan perseorangan maupun kelompok. Bencana bisa sebagai variabel independen sekaligus dependen dalam perjuangan untuk kontrol dan kekuasaan atas pengaturan sosial atas dominasi atas

orang dan atas kekayaan pascabencana. Bencana menyediakan kesempatan seseorang dengan kekuasaan terbatas untuk menata sesuai dengan kepentingannya sehingga memungkinkan memasukkan kekuasaannya sendiri dalam keadaan baru pascaguncangan oleh bencana. Dalam kaitannya dengan usaha, bencana alam adalah variabel dalam perubahan sosial yang dihadapi pelaku.

Kerentanan usaha dikaitkan juga dengan kemampuan suatu usaha menanggapi risiko. Berlainan dengan guncangan yang berasal dari luar dan tidak diperkirakan, risiko dianggap bersumber dari luar tapi suatu keadaan yang sudah diperkirakan sebelumnya. Risiko mengandaikan adanya pengetahuan tentang kemungkinan-kemungkinan yang harus dihadapi ketika pelaku usaha memasuki suatu arena usaha. Bagi sebagian pelaku, lingkungan pascabencana dilihat sebagai arena baru yang menawarkan kemungkinan keuntungan-keuntungan baru sekaligus juga mengandung risiko. Ketika pasokan dan permintaan barang di daerah pascabencana tidak seimbang, maka memasuki arena usaha di sana bisa menghasilkan keuntungan yang besar. Di saat usaha-usaha lainnya hancur, pelaku yang berani mengambil risiko bisa meraup keberhasilan di sana. Oleh karena itu,

penelusuran berbagai kekuatan politik dan ekonomi pra dan pasca-bencana perlu dilakukan.

Pemahaman mengenai tatanan politik dan ekonomi dilandasi praanggapan bahwa di dalam setiap masyarakat pasti ada perbedaan akses terhadap sumber daya ekonomi dan politik. Perbedaan akses yang berujung pada adanya ketimpangan ini tentu bukan sesuatu yang muncul dalam sehari karena mukjizat yang dialami seseorang. Kesenjangan ini muncul sebagai hasil dari pelembagaan penguasaan atas sumber-sumber daya dan penumpukannya di antara beberapa orang. Bencana bisa saja meruntuhkan susunan masyarakat dan memunculkan kelompok sosial yang 'komunal' karena semua penduduk mengalami kehilangan harta benda. Tetapi, lambat laun, ketimpangan yang terlembagakan puluhan tahun akan muncul kembali seiring dengan upaya pemulihan. Keruntuhan sejenak dari pelapisan sosial ini mungkin merupakan peluang bagi sebagian orang. Dengan memasuki celah yang ada, sebagian orang bisa saja mengambil risiko dan memperoleh keuntungan dari keadaan yang berubah radikal dalam waktu singkat ini.

Perubahan oleh bencana dan tanggapannya juga tidak bisa lepas dari

konsep adaptasi. Adaptasi adalah kemampuan untuk menyesuaikan perubahan lingkungan tempat orang tinggal. Adaptasi tidak hanya terhadap lingkungan fisik yang berubah, tapi juga perubahan lingkungan sosial dan kultural (nilai-nilai dan norma-norma) pascabencana. Adaptasi kultural ini termasuk inovasi dan keberterimaan dalam ingatan kolektif, sejarah kultural, pandangan dunia, simbolisme, kelenturan tatanan sosial, agama, dan penjelasan sebab-akibat di alam dalam *folklore* atau cerita rakyat. Bencana meninggalkan trauma psikologis dan kehilangan-kehilangan yang mengganggu fungsi-fungsi psikologis. Fungsi adaptasi kultural ini terkait dengan pemulihan gangguan psikologis kolektif karena bencana ini.

Selain itu, adaptasi kultural juga terkait dengan penataan kembali konsep ruang dan waktu dalam masyarakat karena bencana merupakan arena perjumpaan gagasan kolektif dan kondisi material, termasuk pandangan tentang supernatural, nasib, dan keselamatan. Perumusan kenyataan tentang bencana dan apa yang harus dilakukan setelahnya sampai ke masyarakat melalui cerita, mitologi, dan penjelasan-pejelasan agama yang umumnya berujung pada upacara dan ritual. Oleh karena itu, ritual-ritual seperti peringatan rutin atau doa bersa-

ma juga penting dalam pemulihan pascabencana. Di tingkat komunitas kecil tempat pelaku-pelaku usaha kecil berada perlu diperhatikan aspek kultural ini yang pengaruhnya tidak sekecil anggapan orang karena, bagaimana pun, manusia memahami diri dan tindakannya melalui konsep-konsep yang dipahami bersama. Mungkin, bagi seorang ilmuwan geologi atau kaum terpelajar umumnya, bencana bisa dijelaskan secara ilmiah dengan sumber-sumber teoretis keilmuan. Tetapi, bagi penduduk awam, sumber-sumber penjelas mengapa terjadi bencana dan harus bagaimana menghadapinya lebih sering diambil dari kepercayaan, mitologi, atau agama.

Dari uraian di atas dapat dikatakan bahwa memahami dampak bencana terhadap usaha kecil harus melihat beragam sisi. *Petama*, sisi derajat kerentanan usaha yang terkait dengan ada tidaknya tameng di tingkat pelaku usaha menghadapi guncangan tiba-tiba. Sisi ini terkait dengan persoalan cadangan modal, baik keuangan, jaringan pendukung, maupun modal sosial pelaku usaha yang berguna dalam pemulihan kembali usahanya.

Kedua, sisi lingkungan sosial dan adaptasi kolektif terhadap bencana. Bagaimana pun juga pelaku usaha ke-

cil adalah bagian dari kehidupan kolektif. Pertama-tama perlu diperhatikan kondisi rumah tangga dan hubungannya dengan kondisi usaha. Kemudian, bagaimana kondisi lingkungan setempat pra dan pascabencana serta pengaruhnya terhadap kemungkinan upaya pemulihan. Hubungan-hubungan setempatan seperti hubungan keluarga, kekerabatan, dan ketetangaan perlu ditelusuri keadaannya karena melalui hubungan-

hubungan inilah pelaku usaha bisa menggapai bantuan dalam upaya pemulihan.

Ketiga, sisi adaptasi kultural kolektif. Sisi ini terkait dengan berbagai gagasan tentang bencana, tindakan yang perlu menghadapinya, dan kemungkinan saluran pemulihan kondisi psikologis kolektif melalui lembaga-lembaga lokal.

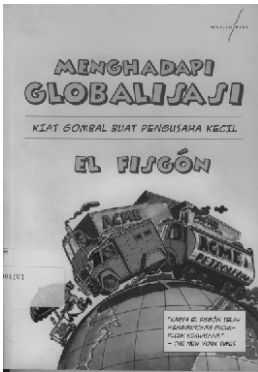


Kepustakaan

- Anderskov, Christina. 2004. *Anthropology and Disaster*. Tesis pada Departemen Etnografi dan Antropologi Sosial, Aarhus University. Tidak diterbitkan.
- Hamdan, Dani. 2007. "Kondisi Usaha Kecil dan Mikro di Daerah Bencana". *Jurnal Analisis Sosial* 12(1).
- Hoffman, Susana M. & Anthony Oliver-Smith. 2002. *Catastrophe and culture*. Santa Fe: School of American Research Press.

USAHA KECIL DAN TSUNAMI KAPITALISME GLOBAL

Muhammad Kholikul Alim¹



Judul Buku : **Menghadapi Globalisasi: Kiat Gombal buat Pengusaha Kecil**
 Penulis : El Figsón
 Penerbit : Marjin Kiri
 Tahun : 2005
 Tebal : xi+200

Buku ini sebenarnya membahas tentang globalisasi yang didefinisikan penulis sebagai penjajahan ekonomi dengan skala yang menjangkau semua sudut dunia, dari Wall Street hingga Ciliwung, dari Nikkei hingga pedalaman Chiapas, dengan tingkat kecepatan dan besaran badainya yang luar biasa. Gagasan yang hendak disampaikan penulis berkisar masalah ruh dan perwujudan kapitalisme dalam bentuknya yang paling brutal, yaitu neolibe-

ralisme, dan dampaknya yang nyata bagi usaha-usaha kecil di seluruh dunia. Lewat media kartun, penulis menggunakan tokoh seorang pengusaha kecil Mexico yang bertanya jawab dengan seorang peramal. Anak judulnya '*Kiat Gombal buat Pengusaha Kecil*', mencerminkan pandangan penulis bahwa di dalam kapitalisme usaha-usaha kecil hanya hiasan belaka.

¹ Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran

Pertama-tama, penulis membahas asal mula kapitalisme sebagai suatu tatanan ekonomi baru yang menggantikan feodalisme. Sebagai suatu ragam produksi yang bertumpu pada akumulasi dan perluasan kapital terus-menerus, ciri mendasar kapitalisme adalah kekuatan kapital atas orang dan persaingan habis-habisan. Persaingan menjadi semacam batu penjuror yang menyangga gerak kapitalisme. Namun kenyataannya kapitalisme berkembang ke arah monopoli. Mengapa? Karena pasar bebas yang merupakan ideologi terpenting kapitalisme lama-lama akan menyingkirkan usaha-usaha kecil. Mengapa? Karena untuk mempertahankan akumulasi dan ekspansi kapital, maka kapitalis harus merevolusionerkan terus-menerus kekuatan produktifnya, yaitu teknologi produksi yang dengannya kapitalis bisa merampas nilai lebih dari kerja lebih besar lagi. Tidak semua usaha produktif bisa meningkatkan kekuatan produktifnya terus-menerus. Teknologi baru yang lebih canggih membutuhkan curahan kapital lebih besar sekaligus menyingkirkan sebagian besar orang yang bekerja. Hasilnya, usaha-usaha kecil akan terlindas, bangkrut, atau dikuasai oleh kapitalis besar dan pengangguran menjadi potret tak terhindarkan dari kapitalisasi. Itulah sebabnya industri-industri kecil kerajin-

an tangan barang-barang rumah tangga di Tasikmalaya banyak yang bangkrut karena produk mereka bersaing dengan produk-produk plastik yang jauh lebih murah dan awet ketimbang produk mereka. Pandai-pandai besi menjadi makhluk langka bukan karena pisau mereka tidak tajam, tapi mereka tidak bisa menghasilkan pisau secara massal yang bisa mempermurah produknya. Pisau-pisau pandai besi tradisional disingkirkan pisau-pisau dari pabrik kapitalis besar yang mengisi pasar kebutuhan pisau dari kota hingga desa.

Untuk bisa bersaing, kapitalis harus juga terus-menerus memperluas cakupan usahanya. Kolonialisme dan imperialisme merupakan anak kandung kapitalisme tempat para kapitalis dari negeri-negeri Eropa seperti Inggris, Belanda, Perancis, atau Belgia saling berebut memilah-milah dunia ke dalam peta perluasan usahanya. Perang penaklukan, pembantaian atau pengusiran penduduk pribumi dan perang-perang antarnegeri kapitalis merupakan konsekuensi hukum besi kapitalisme, yaitu persaingan. Dalam proses ini tidak hanya lingkungan alam yang tercabik-cabik oleh industri kapitalis, tapi juga derajat kemanusiaan yang menempatkan orang berdasarkan kepemilikannya. Pada masa feodal Anda mungkin miskin, tapi te-

tap ada penghargaan terhadap anda sebagai manusia. Tetapi dalam kapitalisme anda tidak ada artinya bila miskin. Lihat saja kelakuan orang-orang di dunia ketiga bila bertemu dengan orang kulit putih dari Eropa atau Amerika yang mengunjungi negerinya: minder.

Secara ekonomi, ada tiga hal yang dikeruk kapitalis dari wilayah-wilayah jajahannya, yaitu bahan baku murah, tenaga kerja yang mau-tidak-mau dibayar murah, dan pasar produk. Proses ini menjadi landasan dari ketimpangan sosial ekonomi, baik antara para kapitalis lokal dengan lapisan pekerjanya maupun antara negeri-negeri terhisap (Dunia Ketiga) dengan negeri-negeri kapitalis kaya yang terpampang saat ini. Hingga saat ini, untuk mengeruk keuntungan dari tiga hal tersebut kapitalis-kapitalis besar terus menggunakan perang dan pemaksaan. Perang-perang Dunia merupakan hasil persaingan negeri-negeri kapitalis. Pendudukan Afganistan tidak lain adalah demi minyak. Begitu pula dengan Irak. Omong-kosong besar tentang masalah demokrasi. Buktiinya Amerika sebagai kekuatan kapitalis terbesar dunia akan membubarkan pemerintahan demokratis bila memang merugikan kepentingan pebisnis besar, atau sebaliknya Amerika dengan semua energi perangnya akan

mempertahankan pemerintahan-pemerintahan diktator kejam bila menguntungkan kedudukan pebisnis besarnya di sana. Idi Amin Dada, Pinochet, Soeharto, dan rekan-rekan diktatornya dipelihara dan dilindungi dengan cara apa pun hingga tidak lagi diperlukan atau bikin repot Amerika.

Pasar bebas yang katanya menawarkan kebebasan orang untuk berusaha produktif nyatanya justru semakin hari semakin memperkuat monopoli produksi di tangan segelintir kapitalis besar dan meruntuhkan usaha-usaha kecil. Proses globalisasi yang menjajalkan gagasan dan praktik pasar bebas ala neoliberal tidaklah sebebaskan seperti yang dipropagandakan oleh antek-antek kapitalisme. Proses yang digambarkan dalam buku ini seolah menggambarkan pada para pengusaha kecil untuk tidak terlalu banyak berharap atas kemuliaan hati globalisasi. Kebijakan pangkas subsidi untuk usaha produktif kecil-kecilan dan kebijakan perlindungan dan bantuan pemasaran bagi usaha kecil dengan alasan persaingan bebas merupakan peluit dimulainya Darwinisme Ekonomi di mana yang besar memakan yang kecil, usaha besar menelan mentah-mentah usaha-usaha kecil, atau mengunyahnya lebih dulu dengan pembelian. Menurut penulis sungguh merupakan kebohongan belaka apa yang selama ini

dikhotbahkan para pendukung neoliberalisme. Apalagi mereka yang berkhotbah di hadapan para pengusaha kecil tentang arti penting pasar bebas dan persaingan untuk memajukan ekonomi mereka. Bohong besar. Stagnansi dan ketidakmungkinan usaha-usaha kecil mandiri untuk bisa berkembang atau tetap bertahan dihadapan globalisasi bukan persoalan manajemen atau teknologi atau kemalasan pengusaha kecil, melainkan karena memang tidak ada ruang berlindung bagi mereka di bawah terjangan kapital besar. Pengusaha kecil yang akan tetap bertahan adalah mereka yang komoditinya tidak begitu menarik kapitalis seperti usaha pengolahan makanan kecil-kecil. Tetapi sekali saja usaha tersebut melangkah ke pasar yang lebih luas, dan tentu dengan tingkat laba yang cukup tinggi, maka kapitalis besar akan mengincarnya.

Akhirnya penulis menyimpulkan ulasan di akhir buku. Menurutnya globalisasi cenderung mengaburkan semua batas ekonomi, geografi, dan budaya serta membuat teknologi canggih hidup berdampingan dengan bentuk-bentuk eksploitasi primitif: Taiwan malah menjual arloji ke Swiss; Brasil

mengekspor teknologi ke Jerman; dan semua bukti menyatakan bahwa gaya pemerintahan George Bush menjiplak politikus kuno Meksiko, yaitu bos-bos politik mewarisi kekuasaan dari sang ayah serta centeng politik gandrung akan senjata api dan suka main keras serta kejam, benci aturan hukum dan aktivitas intelektual, punya riwayat mabuk-mabukan dan foya-foya, berbohong secara sistematis, dan menyatakan diri sebagai abdi Tuhan yang setia. Usaha kecil dibiarkan bertarung tanpa perlindungan sedikit pun dari pemerintah. Pemerintah-pemerintah neoliberal membuka pintu selebar-lebarnya bagi kapitalis raksasa masuk dan mengobok-obok pasar-pasar usaha kecil.

Meski berfokus dengan kaca mata Meksiko, tulisan ini sangat berguna juga dibaca di tempat lain. Toh kejadian yang menimpa Meksiko juga menimpa semua negeri miskin seperti Indonesia. Selain itu, cara pandang penulis sepenuhnya Marxis dalam arti untuk menganalisis pergerakan kapitalisme sebagai suatu formasi sosial, pemikiran-pemikiran Karl Marx yang tajam dan kritis dijadikan pedoman.



JURNAL ANALISIS SOSIAL YANG TELAH TERBIT

Vol. 11 No. 1 April 2006

Tantangan Masa Depan Pertanian Indonesia
(Harga Rp. 20.000,-)

Vol. 10 No. 2 Oktober 2005

Menjelajah Gagasan tentang Rakyat Pekerja
(Harga Rp. 20.000,-)

Vol. 10 No. 1 Juni 2005

Perdebatan Konseptual tentang Kaum Marginal
(Harga Rp. 20.000,-)

Vol. 9 No. 3 Desember 2004

Demokratisasi Akar Rumpit: Gagasan dan Praktik
(Harga Rp. 20.000,-)

Vol. 9 No. 2 Agustus 2004

Usaha Kecil dan Masa Depan Perekonomian Indonesia
(Harga Rp. 20.000,-)

Vol. 9 No. 1 April 2004

Pembaruan Agraria: Antara Negara dan Pasar
(Harga Rp. 20.000,-)

Vol. 8 No. 3 Desember 2003

Antara Informalisasi, Jaminan Sosial, dan Pengorganisasian Buruh
(Harga Rp. 20.000,-)

Vol. 8 No. 2 Oktober 2003

Perempuan, Kemiskinan, dan Pengambilan Keputusan
(Harga Rp. 20.000,-)

Vol. 8 No. 1 Februari 2003

Pasar yang Adil bagi Usaha Kecil
(Harga Rp. 20.000,-)

Vol. 7 No. 3 Desember 2002

Menegaskan Kembali Konteks Pembaruan Agraria
(Harga Rp. 15.000,-)

Vol. 7 No. 2 Juni 2002

Demokrasi dan Kemiskinan: Kesempatan atau Kesempatan?
(Harga Rp. 15.000,-)

Vol. 7 No. 1 Februari 2002

Upah Minimum dan Kesejahteraan Buruh: Peluang dan Tantangan bagi Serikat Buruh
(Harga Rp. 15.000,-)

Vol. 6 No. 3 Desember 2001

Lembaga Keuangan Mikro dalam Wacana dan Fakta: Perlukah Pengaturan?
(Harga Rp. 15.000,-)

Vol. 6 No. 2 Juli 2001

Sumber Daya Agraria: Dimensi Pengelolaan dan Tantangan Kelembagaan
(Harga Rp. 15.000,-)

Vol. 6 No. 1 Februari 2001

Perempuan: Dalam Transisi Demokrasi dan Globalisasi
(Harga Rp. 15.000,-)

Vol. 5 No. 1 Januari 2000

Lampu Kuning Desentralisasi
(Harga Rp. 10.000,-)

Vol. 4 No. 2 Mei 1999

Situasi Krisis: Titik Balik Kekuatan Buruh?
(Harga Rp. 10.000,-)

Vol. 4 No. 1 Januari 1999

Usaha Kecil pada Masa Krisis Mampukah Bangkit?
(Habis, fotokopi dapat dipesan di Perpustakaan AKATIGA)

Ed-6 (1997)

Pungutan dan Usaha Kecil
(Harga Rp. 4.000,-)

Ed-5 (1997)

Pekerja Anak dan Anak Jalanan Versus Konvensi Hak Anak
(Habis, fotokopi dapat dipesan di Perpustakaan AKATIGA)

Ed-4 (1996)

Analisis Gender dalam Memahami Persoalan Perempuan
(Habis, fotokopi dapat dipesan di Perpustakaan AKATIGA)

Ed-3 (1996)

Tanah: Komoditas Strategis
(Habis, fotokopi dapat dipesan di Perpustakaan AKATIGA)

Ed-2 (1996)

Tantangan Globalisasi: Mampukah Usaha Rakyat Menjadi Aktor Utama dalam Perekonomian Nasional
(Habis, fotokopi dapat dipesan di Perpustakaan AKATIGA)

Ed-1 (1995)

Buruh dan Krisis Hubungan Industrial
(Habis, fotokopi dapat dipesan di Perpustakaan AKATIGA)



AKATIGA pusat Analisis Sosial adalah lembaga penelitian nirlaba yang melakukan berbagai kegiatan penelitian, pelatihan, penerbitan, pengembangan jaringan kerjasama yang saling menguntungkan, dan advokasi kebijakan pembangunan.

Dalam menjalankan aktivitasnya, AKATIGA mengembangkan prinsip independen, multidisiplin, partisipatif, dan berorientasi pada upaya penguatan posisi masyarakat sipil, khususnya mereka yang lemah dan tertinggal dalam proses pembangunan. Upaya penguatan tersebut dilakukan melalui kajian kritis terhadap proses dan kebijakan pembangunan yang berdampak pada rakyat kecil. Ada empat topik besar yang menjadi fokus analisis kritis AKATIGA. *Pertama*, masalah perburuhan dan hubungan kerja/hubungan industrial dengan isu sentral seputar kebijakan pengupahan, pengorganisasian buruh, dan pola-pola sengketa perburuhan. *Kedua*, masalah dinamika usaha kecil dalam konteks pengembangan ekonomi rakyat dengan fokus kepada persoalan struktural yang dihadapi usaha kecil dalam rangka meningkatkan kemampuan mereka untuk mengakumulasi modal. *Ketiga*, masalah ketimpangan distribusi sumber daya utama rakyat yang difokuskan kepada isu struktur relasi agraria. *Keempat*, isu demokratisasi lokal yang bertujuan untuk memberikan pandangan kritis terhadap berbagai inisiatif dikalangan 'civil society' maupun pemerintah. Keempat topik kajian AKATIGA tersebut dilakukan dalam upaya membuka peluang kelompok miskin untuk membangkitkan kemandiriannya dan dapat berpartisipasi dalam proses pembangunan.

YAYASAN AKATIGA

Pusat Analisis Sosial
Jl. Tubagus Ismail II / 2,
Bandung 40134, Indonesia
Telp. 022-2502302, Fax. 022-2535824
E-mail: akatiga@akatiga.org
Homepage: www.akatiga.org

ISSN: 1411-0024