



BUILDING INDONESIAN  
BUSINESS AND ENTREPRENEURIAL  
PLATFORM

# PROCEEDING

THE FIRST NATIONAL CONFERENCE ON BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP

*Growing Entrepreneurial  
Spirit in Private, Public,  
and Social Sectors*

JILID 1

— **18-19**  
**MEI 2017**

Universitas Ciputra  
UC Town Citraland  
Surabaya, East Java,  
Indonesia

**DAFTAR ISI**  
**PROCEEDING**  
**1<sup>st</sup> NATIONAL CONFERENCE ON BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP**

Tim Editorial.....i  
 Susunan Panitia 1<sup>st</sup> NCBE.....ii  
 Kata Pengantar.....v  
 Daftar Isi.....vi

No.	Judul	Penulis	Halaman
1	Strategi Keberlanjutan Kewirausahaan dan Daya Saing UMKM dalam Menghadapi MEA	Ernani Hadiyati	1 - 15
2	Memanfaatkan Tantangan Sosial: Menuju Inovasi Sosial dan Keunggulan Kompetitif	Andreas W. Djiwandono	16 - 22
3	<i>The Impact of Developing Sustainable Development of Firm's Performance Mediated by Dynamic Capability</i>	Jo Jhony	23 - 31
4	Kajian Potensi Pariwisata Terhadap Rencana Tata Ruang Wilayah (RT/RW) Kota Depok	Siti Marti'ah dan Berta Dian Theodora	32 - 38
5	Model Implementasi <i>Green Human Resource Management</i> dalam Praktik Manajemen Sumber Daya Manusia	Agus Sugiarto dan Lieli Suharti	39 - 56
6	<i>Effect of Service Quality on Customer Satisfaction PD. BPR Djoko Tingkir in District Sragen</i>	Martina Primardhani dan Istiatin	57 - 68
7	Implementasi <i>Knowledge Management</i> pada Divisi Pemasaran PT Bank XXX Tbk Cabang Pemuda Surabaya	Yugowati Praharsi, M. Akmal Bariklana dan M. Yazid Bustomi	69 - 75
8	Analisis Perbandingan Rantai Pasokan Komoditas Kontrasepsi Jalur Pemerintah dan Swasta di Jawa Barat	Sherlywati	76 - 90

# STRATEGI KEBERLANJUTAN KEWIRAUSAHAAN DAN DAYA SAING UMKM DALAM MENGHADAPI MEA.

**Ernani Hadiyati**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gajayana Malang  
[ernani\\_hadiyati@yahoo.com](mailto:ernani_hadiyati@yahoo.com)

**Abstract :** *The national economic growth is a manifestation of the contribution of SMEs in Indonesia. The government through various policies have done empowerment and guidance to minimize the problems that have been faced by SMEs. One of the challenges currently faced by the nation and the people in Indonesia are at Implement Presidential Instruction No. 6 of 2014 on Promoting Economic ASEAN (MEA) which is a highly competitive economic region that must be faced by MSMEs. To face the MEA should be able to change the mindset of the SME entrepreneurs of conditions threats into business opportunities. Change of mindset should be formed through entrepreneurial efforts towards sustainability and competitiveness of MSMEs. The method used is descriptive qualitative by analyzing secondary data as well as using the concept of thought that comes from books and reputable foreign journals and the latest so as to contribute new thinking. From the results of this study will contribute ideas to SMEs in determining the competitive strategy that focuses on entrepreneurial sustainability and competitiveness, while the government may be used in determining the policy considerations with respect to the empowerment of SMEs in the face of the Asian market.*

**Keywords:** *Sustainability Entrepreneurship, competitiveness, government, MSMEs, MEA.*

**Abstrak :** Pertumbuhan ekonomi nasional merupakan salah satu wujud kontribusi UMKM di Indonesia. Pemerintah dengan berbagai kebijakan telah melakukan pemberdayaan dan pembinaan untuk meminimumkan permasalahan yang telah dihadapi oleh UMKM. Salah satu tantangan saat ini yang dihadapi oleh bangsa dan masyarakat di Indonesia adalah di Implementasikan Instruksi Presiden RI No 6 Tahun 2014 tentang Memasyarakatkan Ekonomi ASEAN (MEA) yang merupakan kawasan ekonomi sangat kompetitif yang harus dihadapi pengusaha UMKM. Untuk menghadapi MEA harus mampu merubah pola pikir pengusaha UMKM dari kondisi ancaman menjadi peluang usaha. Perubahan pola pikir harus dibentuk melalui upaya terhadap keberlanjutan kewirausahaan dan daya saing pengusaha UMKM. Metode penelitian yang digunakan adalah diskriptif kualitatif dengan menganalisa data sekunder serta menggunakan konsep pemikiran yang bersumber dari buku dan jurnal asing bereputasi dan terbaru sehingga mampu memberikan kontribusi pemikiran yang baru. Dari Hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi pemikiran kepada UMKM dalam menentukan strategi bersaing yang memfokuskan pada kewirausahaan keberlanjutan dan daya saing sedangkan bagi Pemerintah dapat digunakan pertimbangan dalam menentukan kebijakan sehubungan dengan pemberdayaan UMKM dalam menghadapi pasar Asia.

**Kata Kunci :** Keberlanjutan kewirausahaan, daya saing, pemerintah, UMKM dan MEA.

## PENDAHULUAN

Sesuai Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tertanggal 1 September 2014 tentang Peningkatan Daya Saing Nasional Dalam Rangka Menghadapi Masyarakat Ekonomi *Association Of Southeast Asian Nations* (MEA), Presiden Republik Indonesia telah menugaskan pemerintah pusat dan daerah. Pelaksanaan kebijakan salah satunya mampu meningkatkan daya saing nasional dan persiapan pelaksanaan MEA.

Pembentukan Komunitas ASEAN 2015 berlandaskan pada 3 pilar, yaitu Komunitas Keamanan ASEAN (*ASEAN Security Community*), Komunitas Ekonomi ASEAN (*ASEAN Economic Community*), dan Komunitas Sosial Budaya ASEAN (*ASEAN Socio-Cultural Community*). Komunitas Ekonomi ASEAN 2015, akan diarahkan kepada pembentukan sebuah integrasi ekonomi kawasan dengan mengurangi biaya transaksi perdagangan, memperbaiki fasilitas perdagangan dan bisnis, serta meningkatkan daya saing sektor UMKM (Bustami, G. 2013).

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan salah satu penyumbang terbesar dalam perekonomian Indonesia, oleh karena itu UMKM memiliki harus melakukan persiapan yang cukup baik dalam menghadapi MEA sehingga perekonomian Indonesia dapat tumbuh dengan cepat seiring berjalannya MEA yang dimulai sejak tahun 2015. Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memegang peranan penting dalam memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap upaya-upaya penanggulangan masalah ekonomi dan sosial di Indonesia. Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan UKM memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menimbulkan pemerataan ekonomi bagi masyarakat Indonesia (Prayogo, 2016). Sampai saat ini, pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) telah memberikan kontribusi bagi penyerapan tenaga kerja sebanyak 114.144.082 orang atau 96,99%, PDB sebesar Rp 1.536.918.900 atau 57,56%, ekspor non-migas sebesar Rp 182.112.700 atau 15,68% dan investasi sebesar Rp 341.341.600 atau 56,15%.

Peranan UMKM terhadap perekonomian harus didukung suatu konsep keberlanjutan kewirausahaan yang menunjukkan keberlanjutan pengusaha berpotensi menjadi kekuatan masa depan. Kewirausahaan yang berkelanjutan merupakan suatu konsep melakukan bisnis yang berkomitmen untuk standar etika dan perilaku, memberikan kontribusi untuk pembangunan ekonomi, sambil mempertahankan pemeliharaan progresif kesejahteraan masyarakat - termasuk angkatan kerja dan keluarganya, komunitas dan dunia secara keseluruhan pada situasi sekarang dan yang akan datang. John Elkington (1998) dengan teori Triple Bottom Line (TBL) yang merupakan perspektif baru berhasil menjelaskan komponen utama penilaian keberlanjutan, yaitu, orang, planet dan profit. Tiga unsur ini di model integratif, TBL tentang korelasi antara ekonomi kemakmuran, keadilan sosial dan perlindungan lingkungan dan mengemukakan pentingnya untuk mencapai tujuan jangka panjang. Progresif, kebutuhan untuk pendekatan keseluruhan dengan mempertimbangkan sosial, ekologi dan ekonomi merupakan pergeseran paradigma baru dalam dunia bisnis. Pengembangan organisasi dilakukan dengan lebih terbuka dengan isu-isu sosial dan lingkungan dengan memperhatikan pertumbuhan masyarakat, hak asasi manusia pada umumnya dan tenaga kerja kondisi tertentu. Disisi lain pengusaha mulai memperhatikan tentang isu-isu ekologi, mulai dari perlindungan lingkungan, teknologi berkelanjutan dan pengembangan produk bersih untuk penerapan prinsip-prinsip etika yang kuat dalam keputusan kewirausahaan. Acosta et-al (2016). Hal ini menyebabkan munculnya perspektif baru profitabilitas bisnis, sekarang disebut sebagai kinerja perusahaan dengan memasukkan nilai-nilai sosial dan lingkungan (Bell, J.F.; Stellingwerf, J.J (2012), Muñoz, P, 2013). Pendekatan kewirausahaan berkelanjutan akan mendukung perusahaan UMKM untuk memiliki daya saing dalam menghadapi MEA.

. Daya saing adalah sebuah konsep yang melibatkan berbagai disiplin ilmu seperti keunggulan komparatif atau perspektif daya saing harga, strategi, dan perspektif manajemen, juga perspektif sebagai sejarah dan sosial budaya (Nelson, 1992; Waheeduzzaman & Ryans, 1996). dipahami sebagai kemampuan untuk meningkatkan pangsa pasar, laba, pertumbuhan, nilai

tambah dan untuk tetap kompetitif untuk jangka panjang (Ramasamy, 1995). UMKM harus mampu meningkatkan daya saing, serta meningkatkan efisiensi bisnis, sehingga kualitas maupun kuantitas proses bisnis dapat lebih baik dan lebih berdaya saing, mengingat UMKM memiliki peranan penting terhadap perekonomian nasional (Hadiyati, E, 2017)

Menyadari peran UMKM sebagai kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan cukup dominan dalam perekonomian, maka pencapaian kesuksesan MEA 2015 mendatang juga akan dipengaruhi oleh kesiapan UMKM. Di Indonesia, UMKM hingga saat ini masih menghadapi berbagai permasalahan baik yang bersifat klasik atau *intermediate* atau *advanced*. Permasalahan tersebut bisa berbeda di satu daerah dengan daerah lain atau antar sektor atau perusahaan pada sektor yang sama. Namun ada sejumlah permasalahan yang umum dihadapi oleh semua UMKM. Walaupun perkembangan UMKM yang meningkat dari segi kuantitas tersebut belum diimbangi oleh meratanya peningkatan kualitas UMKM. Permasalahan klasik yang dihadapi yaitu rendahnya produktivitas. Keadaan ini disebabkan oleh masalah internal yang dihadapi UMKM yaitu: rendahnya kualitas SDM UMKM dalam manajemen, organisasi, penguasaan teknologi, dan pemasaran, lemahnya kewirausahaan dari para pelaku UMKM, dan terbatasnya akses UMKM terhadap permodalan, informasi, teknologi dan pasar, serta faktor produksi lainnya. Permasalahan ini dipecahkan dengan upaya yang tidak terlepas dari peran pemerintah melalui arah dan kebijakan strategi pembangunan yang dijabarkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2015-2019. Untuk mencapai strategi pembangunan tersebut, maka keberlanjutan kewirausahaan dan daya saing untuk UMKM merupakan suatu konsep yang tepat dalam menghadapi MEA. Tujuan studi ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi keberlanjutan kewirausahaan dan daya saing pada UMKM dalam menghadapi MEA.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Dasar Hukum.

#### **Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Dalam Menghadapi MEA**

1. UU No 20 Tahun 2008 tentang UMKM Prinsip Pemberdayaan Pasal 4  
Prinsip pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah: a. penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk berkarya dengan prakarsa sendiri; b. perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan; c. pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; d. peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; dan e. penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.
2. Instruksi Presiden Republik Indonesia No 6 Tahun 2014 tertanggal tanggal 01 September 2014 tentang Peningkatan Daya Saing Nasional Dalam menghadapi MEA. Pelaksanaan peningkatan daya saing nasional dan persiapan pelaksanaan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) berpedoman pada strategi pemberdayaan UMKM :
  1. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang fokus pada: a. Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dari Sisi Pembiayaan; b. Pengembangan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Rangka Peningkatan Eligibilitas dan Kapabilitas Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; c. Mendorong Pemberdayaan Sektor Riil dan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;

2. Pengembangan Tenaga Kerja, yang fokus pada: a. Peningkatan Daya Saing Tenaga Kerja; b. Peningkatan kompetensi dan produktivitas tenaga kerja;
3. Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2015-2019. Strategi Peningkatan Daya Saing dan Produktivitas dijelaskan melalui peningkatan pembaharuan keterampilan tenaga kerja dan peningkatan penguasaan iptek/inovasi melalui penumbuhan *entrepreneur* berbasis inovasi teknologi (teknopreneur).

### **Definisi Dan Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).**

Batasan umum dalam artikel ini mendefinisikan UMKM untuk industri pengolahan dan non industri. Untuk definisi UMKM untuk industri pengolahan mengikuti definisi BPS berdasarkan jumlah tenaga kerja sebagai berikut :

1. Usaha mikro adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan baik oleh perorangan atau rumah tangga maupun suatu badan yang mempunyai pekerja antar 1-4 orang.
2. Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan baik oleh perorangan atau rumah tangga maupun suatu badan yang mempunyai pekerja antar 5-19 orang.
3. Usaha menengah adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan baik oleh perorangan atau rumah tangga maupun suatu badan yang mempunyai pekerja antar 20-99 orang

Sedangkan definisi UMKM mengikuti definisi non industri, menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM adalah sebagai berikut :

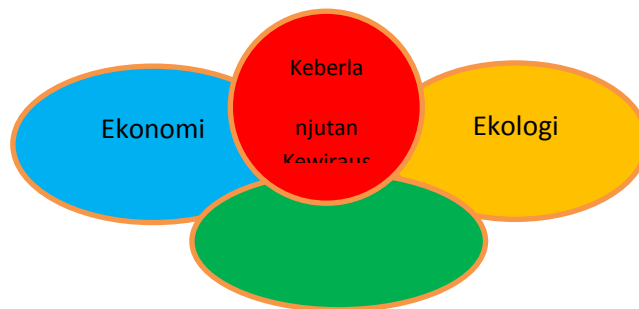
1. Usaha mikro adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan bik oleh perorangan atau rumah tangga maupun suatu badan yang memiliki aset bersih sampai dengan Rp.50 juta dan bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersial dan mempunyai omzet penjualan tahunan sampai dengan Rp300 Juta
2. Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan bik oleh perorangan atau rumah tangga maupun suatu badan yang memiliki aset bersih sampai dengan Rp.50 juta sampai dengan Rp.500 Juta dan bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersial dan mempunyai omzet penjualan tahunan sampai dengan Rp. 300 Juta sampai dengan Rp. 2,5 miliar.
3. Usaha menengah adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan bik oleh perorangan atau rumah tangga maupun suatu badan yang memiliki aset bersih sampai dengan Rp.500 juta sampai dengan Rp.10 Juta miliar dan bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersial dan mempunyai omzet penjualan tahunan sampai dengan Rp.2,5 miliar sampai dengan Rp. 50 miliar.

Sebagai kelengkapan definisi UMKM ditambahkan pendapat dari Baswir, R (2010:134) mengatakan tentang ciri-ciri umum usaha kecil adalah sebagai berikut: (1). Kegiatan cenderung tidak formal dan jarang memiliki rencana usaha, (2). Struktur organisasi bersifat sederhana, (3). Jumlah tenaga kerja terbatas dengan pembagian kerja yang longgar, (4). Kebanyakan tidak melakukan pemisahan antara kekayaan pribadi dengan kekayaan perusahaan, (5). Sistem akuntansi kurang baik, bahkan kadang-kadang tidak memilikinya sama sekali, (6). Skala ekonomi terlalu kecil sehingga sukar menekan biaya, (7). Kemampuan pemasaran serta diversifikasi pasar cenderung terbatas; dan (8). Marjin keuntungan sangat tipis.

### **Keberlanjutan Kewirausahaan (*Sustanibility Entrepreneurship*) pada UMKM. Konsep Keberlanjutan Usaha.**

Konsep keberlanjutan kewirausahaan yang menunjukkan keberlanjutan pengusaha berpotensi menjadi kekuatan masa depan. Rey Leonaris (2011) menyatakan kewirausahaan telah dikaitkan dengan penciptaan kekayaan dan pertumbuhan ekonomi dan akibatnya dipromosikan dan didorong dalam masyarakat modern. Kewirausahaan yang berkelanjutan di berbagai makalah, semua menyampaikan definisi yang sama: melakukan bisnis yang berkomitmen untuk standar etika dan perilaku, memberikan kontribusi untuk pembangunan ekonomi, sambil mempertahankan pemeliharaan progresif kesejahteraan masyarakat - termasuk angkatan kerja dan keluarganya, komunitas dan dunia secara keseluruhan, penduduk sekarang dan masa depan.

Corporate Social Responsibility (CSR) sering dibandingkan dengan kewirausahaan yang berkelanjutan, namun masih ada perbedaan yang mencolok antara keduanya. CSR berfokus terutama pada perusahaan dan tanggung jawab korporasi untuk masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Terminologi kewirausahaan yang berkelanjutan, yang berkaitan dengan aspek-aspek sosial, ekologi dan ekonomi baik secara internal maupun eksternal, bukan tanggung jawab sosial perusahaan. Kewirausahaan berkelanjutan, di sisi lain, berusaha untuk mengatur pola pikir yang universal untuk berlatih metode berkelanjutan di seluruh organisasi, dari personil internal untuk barang yang dibeli dari mitra, dari atas ke bawah. Untuk lebih jelasnya keberlanjutan kewirausahaan dari pendapat John Elkington (1998) dapat dilihat pada gambar 3. John Elkington (1998) dengan teori Triple Bottom Line (TBL) yang merupakan perspektif baru berhasil menjelaskan komponen utama penilaian keberlanjutan, yaitu, orang, planet dan profit. Tiga unsur ini di model integratif, TBL tentang korelasi antara kemakmuran ekonomi, keadilan sosial dan perlindungan lingkungan dan mengemukakan pentingnya untuk mencapai tujuan jangka panjang. Progresif, kebutuhan untuk pendekatan keseluruhan dengan mempertimbangkan sosial, ekologi dan ekonomi merupakan pergeseran paradigma baru dalam dunia bisnis (Acosta et-al, 2016). Hal ini menyebabkan munculnya perspektif baru profitabilitas bisnis yang disebut kinerja perusahaan dengan memasukkan nilai-nilai sosial dan lingkungan (Bell, J.F.; Stellingwerf, J.J (2012), Muñoz, P, 2013). Kewirausahaan berkelanjutan akan membentuk norma dapat menghasilkan standar kualitas hidup yang lebih tinggi dan untuk sektor sosial, ekologi dan ekonomi dapat terus meningkat. Untuk perbandingan ilustrasi dari gambar 3, keberlanjutan kewirausahaan dapat dilihat sebagai reaksi terhadap mendeteksi permintaan suatu produk yang berkelanjutan untuk memperoleh keuntungan.



**Gambar 3 Keberlanjutan Kewirausahaan (*Sustainability Entrepreneurship*) Triple Bottom Line (TBL) John Elkington (1998).**

Keberlanjutan Kewirausahaan melibatkan pernyataan bahwa setiap langkah dan setiap faktor mematuhi tiga aspek mendasar bagi masyarakat dan sumber daya yang terlibat, terlepas dari

produk. kewirausahaan berkelanjutan melihat fokus pada proses internal dan segala sesuatu di sekitarnya sesuai output dari bisnis, sementara keberlanjutan kewirausahaan berfokus pada pemenuhan peluang di pasar. Bell dan Stellingwerf (2012) menjelaskan bahwa keberlanjutan kewirausahaan melibatkan pengusaha yang berusaha dan sangat termotivasi untuk memecahkan masalah sosial, memperhatikan untuk manajemen sumber daya manusia dalam hal perekrutan, pembangunan berkelanjutan (dengan membangun pembelajaran lingkungan dan budaya) dan pelatihan orang yang tepat dalam bisnis. Pengusaha-bisnis yang berkelanjutan perlu memberikan rasa tanggung jawab dan akuntabilitas dan memastikan bahwa tidak terjadi eksploitasi (yang melibatkan pemangku kepentingan, seperti pekerja, mitra, masyarakat). Dalam kerangka TBL, laba memiliki kemanfaatan masyarakat umum dan khusus yang terlibat dari entitas praktek dari bisnis yang berkelanjutan. Cohen dan Winn (2007) mendefinisikan kewirausahaan yang berkelanjutan yang mengedepankan pentingnya "masa depan" barang dan jasa yang ditemukan, diciptakan, dan dieksploitasi, oleh siapa, dan dengan bagaimana konsekuensi ekonomi, psikologis, sosial, dan lingkungan. Sistem yang berkelanjutan dapat dicirikan "kompleks, tersebar, global, tidak pasti, saling bergantung dan memiliki cakrawala jangka panjang".

Orientasi perusahaan terhadap keberlanjutan dinilai dengan menganalisis ekonomi Tujuan pengukuran kesejahteraan untuk melihat "peluang bisnis untuk membawa keberadaan produk masa depan, proses dan jasa, dengan kontribusi untuk mempertahankan perkembangan masyarakat, ekonomi dan lingkungan dan akibatnya untuk meningkatkan kesejahteraan generasi mendatang" (Muñoz, P, 2013.). Margolis, Elfenbein dan Walsh (2016) menetapkan bahwa kinerja keuangan perusahaan berkinerja baik dengan melibatkan kinerja sosial, yang mengacu pada reputasi perusahaan yang baik. Schaltegger dan Wagner (2011) menjelaskan bahwa peran kunci dari pemangku kepentingan yang memiliki harapan dan tuntutan, memberikan masukan yang relevan untuk peluang bisnis dan kinerja. Dari hasil penelitian Acosta (2016) menjelaskan bahwa sikap kewirausahaan positif terhadap orang dan keuntungan (dalam logika TBL) yang mungkin dilihat sebagai prasyarat perilaku dari bisnis masa depan yang digambarkan dalam kewirausahaan yang berkelanjutan.

### **Kemanfaatan Keberlanjutan kewirausahaan Dalam Kinerja Perekonomian .**

Kewirausahaan Berkelanjutan selain menguntungkan UMKM juga untuk kemajuan perekonomian suatu negara secara keseluruhan. Crals dan Vereeck (2004) menyatakan bahwa keberlanjutan kewirausahaan UKM berpengaruh signifikan terhadap perekonomian negara dalam hal pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja. Hal ini diperkuat oleh pendapat Shapeer (2002) menyatakan bahwa 95% dari UKM telah memiliki tanggung jawab terhadap kinerja perekonomian negaranya. Kegiatan ekspor dari UKM juga akan memperkuat perekonomiannya (Bremen, 2002). Pernyataan Bos (2002) bahwa UKM akan mendapatkan keuntungan apabila semua perusahaan mematuhi gaya hidup yang berkelanjutan dan tidak melakukan kegiatan yang mengakibatkan kesan negatif terhadap reputasi perusahaan. Perusahaan harus menunjukkan kemampuan yang menonjol dengan UKM yang lain misalnya mampu dalam mengembalikan dana pinjaman serta memiliki cash flow yang dapat dipertanggung jawabkan untuk operasional perusahaan.

Krueger (2005) berpendapat tentang kewirausahaan yang berkelanjutan, yang merupakan kombinasi pengertian antara keberlanjutan dan kewirausahaan sehingga menjadi pengertian yang menarik yang mengambil unsur kesempatan kewirausahaan dan "memperluas" pengertian bukan hanya mengubah peluang ekonomi, tetapi juga membuka batas sosial dan lingkungan.



Bidang keberlanjutan kewirausahaan secara aktif mencari peluang untuk menyusun perencanaan strategis yang didukung oleh potensi yang menguntungkan. Krueger (2005) mendefinisikan bagaimana peluang berbasis lingkungan ini dapat ditemukan dalam lima pernyataan sebagai berikut : Pertama, bahwa anggota organisasi memiliki kesetiaan yang kuat dalam mencari peluang potensial. Kedua, untuk menciptakan beberapa peluang, dan kemudian membandingkan satu sama lain untuk membuat keputusan (s) untuk pilihan terbaik dalam hal kelangsungan hidup perusahaan. Ketiga, menyatakan bahwa mengenali peluang adalah refleksi dari proses yang disengaja. Artinya, sebagai niat didorong oleh keinginan yang bertekad untuk menjadi layak, pengusaha berkelanjutan adalah tipe orang yang memiliki pemikir untuk dapat memecahkan masalah ekonomi. Pengusaha yang memiliki pandangan tentang ekonomi solusinya selain kecenderungan kewirausahaan, akan memulai tren ekonomi dan sosial tumbuh yang sosial dan juga ramah lingkungan. Keempat, pengusaha menunjukkan mental sebagai inovator yang menunjukkan kepercayaan pada gagasan bahwa pengusaha memiliki mental dengan pendekatan yang baik dan berbasis kesempatan-atau ancaman, tergantung pada persepsi lingkungan. Kelima, pengusaha membawa banyak sumber literatur tentang kewirausahaan dan inovasi tentang konsep intensionalitas (yang fokus terhadap subjek atau tujuan) dan *self-efficacy* (keyakinan dengan menetapkan pada pikiran untuk dapat mencapai sesuatu).

## **Daya Saing Dalam Pemberdayaan UMKM**

### **Konsep Daya Saing Pada UMKM**

Pentingnya peran UKM dalam mendorong perekonomian Indonesia tentunya harus diiringi dengan kesadaran untuk memperkuat UKM dengan meningkatkan daya saing melalui peningkatan produktivitas dan efisiensi. Daya saing adalah sebuah konsep populer di berbagai tingkat studi dan melibatkan berbagai disiplin ilmu seperti keunggulan komparatif atau perspektif daya saing harga, strategi, dan perspektif manajemen, juga perspektif sebagai sejarah dan sosial budaya (Nelson, 1992; Waheeduzzaman & Ryans, 1996). Konsep ini juga dipahami sebagai kemampuan untuk meningkatkan pangsa pasar, laba, pertumbuhan, nilai tambah dan untuk tetap kompetitif untuk jangka panjang (Ramasamy, 1995). Mohammad dan Khar (2010) mengatakan bahwa daya saing dicirikan dengan 3 (tiga) hal meliputi : orientasi jangka panjang, kontrolabilitas, relativitas, dan dinamika. Studi dikembangkan untuk penelitian O'Farrell, Hitchens, dan Moffat (1992) menunjukkan hubungan antara sumber daya saing dan kinerja perusahaan, harga, kualitas, desain, pemasaran, dan pengelolaan. Selain itu, Slevin dan Covin (1995) mengukur "total daya saing" UKM, menghadiri beberapa faktor, seperti, struktur perusahaan, budaya, sumber daya manusia, dan pengembangan produk / layanan. Pendekatan teoretis (Stoner, 1987; Pratten, 1991) disorot sejumlah faktor spesifik perusahaan masing-masing, keuangan, sumber daya manusia dan teknologi, organisasi struktur dan sistem, produktivitas, inovasi, kualitas, produktivitas, citra dan reputasi, budaya, layanan produk / berbagai layanan, fleksibilitas, dan pelanggan. Juga sumber internal saing yang lain, khususnya faktor manusia, yaitu, peran yang dimainkan oleh pemilik / manager dan keterampilan mereka dan Pengalaman (Stoner, 1987). Salavou, Baltas, dan Lioukas (2004) menunjukkan beberapa keuntungan dari UKM lebih dari perusahaan besar karena ukuran dan fleksibilitas dalam beradaptasi dengan perubahan seperti, pasar dan pembelajaran berorientasi dan ketika menghadapi persaingan kuat, UKM cenderung lebih inovatif dan tangguh. Faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing UKM dapat dibagi menjadi dua kelompok, eksternal dan faktor internal (Carvalho, L, 2014). Gambar 1 menyajikan beberapa faktor yang mempengaruhi daya saing UKM. Hal ini didukung oleh pendapat Jahanshahi, Nawaser, Khaksar, Kamalian (2011)

menjelaskan bahwa aspek yang mempengaruhi daya saing UMKM meliputi : (1) faktor-faktor internal perusahaan; (2) lingkungan eksternal; dan (3) pengaruh dari pengusaha/pemilik usaha.

### **Pengukuran Daya Saing**

Untuk mengukur daya saing adalah tugas yang sulit, karena beberapa nilai-nilai, indikator, atau fitur dapat diukur dan diakses. Secara umum dari UMKM tidak dihitung atau diakses dan harus diidentifikasi pada tingkat perusahaan. Jorgensen dan Knudsen (2006) merujuk faktor lain yang relevan dengan daya saing UKM, seperti kemampuan UKM untuk bertindak di pasar global. Untuk bersaing di pasar global, UKM harus meningkatkan daya saing masing-masing (Fassoula, 2006) serta memperoleh keuntungan dan mengeksplorasi efek sinergi dengan hubungan kerja sama dengan UKM lain dan lembaga mitra terkait. Man dkk. (2002) membuat suatu model konseptual untuk menghubungkan karakteristik-karakteristik dari manager atau pemilik UKM dan kinerja perusahaan jangka panjang. Model konseptual untuk daya saing UKM tersebut terdiri dari empat (4) elemen: skop daya saing perusahaan, kapabilitas organisasi dari perusahaan, kompetensi pengusaha/pemilik usaha, dan kinerja. Hubungan antara kompetensi dan tiga elemen lainnya itu merupakan inti dari model tersebut, dan hubungan itu dapat dihipotesiskan akan kedalam tiga (3) tugas prinsip pengusaha: (a) membentuk skop daya saing; (b) menciptakan kapabilitas organisasi; (c) menetapkan tujuan-tujuan dan mencapainya.



**Gambar 2. Daya Saing UMKM (Carvalho Luisha, 2014)**

. Garg, Deshmukh (2008) menjelaskan bahwa berbagai bidang pengembangan strategi oleh UMKM untuk daya saing. Bidang utama dipertimbangkan dalam rangka untuk studi ini dengan kondisi pasar, pengembangan strategi, prioritas kompetitif, proses, kinerja dan benchmarking.

Untuk perbaikan terus-menerus dari berbagai proses dan ukuran kinerja, organisasi perlu patokan dengan standar yang tersedia. Persaingan suatu perusahaan sebagian besar tergantung pada kemampuannya untuk melakukan dengan baik dalam dimensi seperti biaya, kualitas, pengiriman, kehandalan dan kecepatan, inovasi dan fleksibilitas untuk menyesuaikan diri dengan variasi dalam permintaan (Carpinetti et al., 2000).

Peran yang sangat penting dalam upaya daya saing dalam jangka panjang. Empat prioritas kompetitif diterima secara luas adalah biaya, pengiriman, kualitas dan fleksibilitas. Prioritas daya saing dapat digunakan sebagai ukuran daya saing (eksternal) dan kompetensi (internal).

Menurut Fleury (2003), organisasi harus mengoptimalkan kualitas / rasio harga untuk keunggulan operasional. Dangayach dan Deshmukh (2005) telah mengamati bahwa UMKM memberikan prioritas tertinggi untuk kualitas dan yang paling prioritas fleksibilitas. Lagace dan Bourgault (2003) telah menganjurkan untuk menghubungkan dari manufaktur program perbaikan dan praktek dengan prioritas daya saing UMKM. Oleh karena itu, prioritas daya saing harus diputuskan sangat hati-hati. Daya saing suatu perusahaan tercermin dari daya saing produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Daya saing perusahaan ditentukan oleh banyak faktor, meliputi : keahlian pekerja, keahlian pengusaha, ketersediaan modal, sistem organisasi dan manajemen yang baik (sesuai kebutuhan bisnis), ketersediaan teknologi, ketersediaan informasi, dan ketersediaan input-input lainnya seperti energi, bahan baku. Keahlian pekerja dan pengusaha adalah aspek sumber daya manusia (SDM). Keahlian pekerja memiliki keahlian meliputi bidang produksi, pemasaran, penelitian dan pengembangan. Keahlian pengusaha memiliki keahlian tentang wawasan bisnis meliputi lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan serta keahlian berinovasi untuk menciptakan daya saing. Shahid (2007) menyatakan bahwa kemampuan UMKM dalam melakukan inovasi diantaranya adalah kreativitas dan wawasan bisnis yang ditekuninya. UMKM yang memiliki daya saing yang tinggi memiliki ciri oleh sejumlah aspek internal yang terkait dengan 7 (tujuh) faktor tersebut dan faktor eksternal yang terkait dengan kinerja (Tambunan, 2010). Pendapat tersebut didukung oleh Septiani, Sarma, Limbong (2012) menjelaskan bahwa daya saing menggunakan sub peubah : (1). pangsa pasar dalam negeri yang didefinisikan komitmen terhadap persaingan pasar dalam konteks daya saing UMKM, terkait pangsa pasar yang dimiliki. (2). Diversifikasi pasar domestik didefinisikan komitmen terhadap persaingan pasar dalam konteks daya saing IK, terkait diversifikasi pasar domestik. (3). Nilai produk didefinisikan komitmen terhadap persaingan pasar dalam konteks daya saing produk, terkait nilai jual produk. (4). Kepuasan konsumen terhadap produk didefinisikan komitmen terhadap persaingan pasar dalam konteks daya saing produk, dalam memberikan kepuasan bagi konsumen. Dari uraian tersebut menjelaskan bahwa daya saing dari UMKM akan menentukan kinerja dari perusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan eksploratif deskriptif dengan mengimplementasikan konsep keberlanjutan kewirausahaan dan daya saing sektor UMKM dalam menghadapi *MEA*. Dan dikembangkan dengan menggunakan pendekatan kajian literatur atau studi pustaka. Pendekatan teori/konsep dilakukan dengan merujuk dari beberapa sumber, seperti buku, jurnal ilmiah, dan internet. Semua uraian gagasan yang ada digabungkan dalam satu susunan kerangka pemikiran.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Peranan dan Kontribusi UMKM terhadap Perekonomian Nasional.**

Peluang pasar UKM Indonesia baik secara domestik, regional maupun global sangat besar. Hal ini disebabkan peran pelaku UMKM yang mayoritas menguasai sektor-sektor usaha strategis dan sehingga kinerjanya mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian yang cukup signifikan. pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Peranan dan kontribusi UMKM dalam perekonomian nasional sesuai data BPS tahun 2010-2013 yang menunjukkan

persentase pertumbuhan : jumlah UMKM, jumlah tenaga kerja, kontribusi PDB, Nilai eksport. Untuk lebih jelasnya data dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1 Kontribusi UMKM Terhadap Perekonomian Nasional Tahun 2010-2013**

Indikator	Pertumbuhan Dalam (%)			
	Tahun 2010	Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013
Jumlah UMKM	2,01	2,57	2,41	2,41
Jumlah Tenaga Kerja	3,32	2,33	5,83	6,03
Kontribusi PDB	5,77	6,76	6,00	5,89
Jumlah Nilai Eksport	8,41	6,56	11,10	9,29

Sumber : BPS, 2017. <https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1322>.

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa persentase jumlah UMKM tahun 2010-2011 meningkat (0,56%), tahun 2011-2012 mengalami penurunan (0,16%), dan tahun 2012-2013 tidak ada peningkatan. Jumlah tenaga kerja dari tahun 2010-2011 menurun (0,99%), tahun 2011-2012 meningkat (3,5%), tahun 2012-2013 meningkat (0,2 %). Kontribusi PDB tahun 2010-2011 meningkat (0,99%), tahun 2011-2012 menurun (0,76%), tahun 2012-2013 menurun (1,1 %). Jumlah nilai eksport tahun 2010-2011 menurun (1,85%), tahun 2011-2012 meningkat (4,54%), tahun 2012-2013 menurun (1,81%).

Sesuai kondisi data menunjukkan bahwa kinerja UMKM terhadap kontribusi perekonomian secara umum menunjukkan berfluktuasi. Jumlah unit usaha UMKM 2 tahun terakhir pertumbuhan tidak meningkat. Demikian juga untuk jumlah tenaga kerja. Kontribusi UMKM terhadap PDB 2 periode terakhir mengalami penurunan dan untuk nilai eksport tahun 2013 pertumbuhannya mengalami penurunan.

### **Kewirausahaan Berkelanjutan (Suistanability Entrepreneurship) dan UMKM**

Terminologi kewirausahaan berkelanjutan, yang berkaitan dengan aspek-aspek sosial, ekologi dan ekonomi baik secara internal maupun eksternal merupakan suatu paradigma baru yang tepat diimplementasikan UMKM dalam menghadapi pasar ASIA.

John Elkington (1998) dengan teori Triple Bottom Line (TBL) yang merupakan perspektif baru berhasil menjelaskan komponen utama penilaian keberlanjutan, yaitu, orang, planet dan profit. Tiga unsur ini di model integratif, TBL tentang korelasi antara kemakmuran ekonomi, keadilan sosial dan perlindungan lingkungan dan mengemukakan pentingnya untuk mencapai tujuan jangka panjang. Pergeseran paradigma dalam dunia bisnis melakukan pendekatan sosial, ekologi dan ekonomi. Semakin luasnya pasar yang dihadapi UMKM pengusaha dalam pengembangan organisasi telah menjadi lebih terbuka untuk isu-isu sosial dan lingkungan dengan memperhatikan pertumbuhan masyarakat, hak asasi manusia pada umumnya dan tenaga kerja. untuk penerapan prinsip-prinsip etika yang kuat dalam keputusan kewirausahaan. Hasil penelitian Acosta, et-al (2016) menjelaskan adanya hubungan positif antara kewirausahaan berkelanjutan dan kinerja bisnis dalam kasus UKM Rumania. Kewirausahaan berkelanjutan ditujukan, dengan mempertimbangkan aspek sosial (perhatian diberikan kepada para pemangku kepentingan, seperti masyarakat, mitra, pekerja, dll), aspek lingkungan (mengacu perlindungan jangka panjang dan pengurangan efek negatif), dan aspek ekonomi (fokus pada pertumbuhan ekonomi).

Indonesia mempunyai kekuatan ekonomi dengan pertumbuhan ekonomi mencapai (4,5%) setelah Republik Rakyat Tiongkok (RRT) dan India. Ini akan menjadi modal yang penting untuk mempersiapkan masyarakat Indonesia menuju AEC tahun 2015. Sebagai salah satu dari tiga pilar utama ASEAN Community 2015, ASEAN Economic Community yang dibentuk dengan misi menjadikan perekonomian di ASEAN menjadi lebih baik serta mampu bersaing dengan Negara-negara yang perekonomiannya lebih maju dibandingkan dengan kondisi negara ASEAN saat ini. Selain itu juga dengan terwujudnya ASEAN Community yang di dalamnya terdapat AEC, dapat menjadikan posisi ASEAN menjadi lebih strategis di kancah Internasional, dan diharapkan dengan terwujudnya komunitas masyarakat ekonomi ASEAN ini dapat membuka mata semua pihak, sehingga terjadi suatu dialog antar sektor yang nantinya akan saling melengkapi diantara para *stakeholder* sektor ekonomi di negara negara ASEAN. Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk ke-4 terbesar di dunia dengan jumlah penduduk 242 juta jiwa lebih, Indonesia memiliki potensi SDM yang sangat besar dari segi kuantitas. Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai lebih dari 242,3 juta jiwa atau setara dengan dua perlima penduduk total ASEAN pada tahun 2011, membuat posisi Indonesia harus menjadi perhatian bagi Negara-negara ASEAN. Peluang Indonesia untuk dapat bersaing dalam MEA 2015 sebenarnya cukup besar, saat ini Indonesia merupakan peringkat 16 di dunia untuk besarnya skala ekonomi. Besarnya skala ekonomi juga didukung oleh proporsi penduduk usia produktif dan pertumbuhan kelas menengah yang besar. Prospek ekonomi Indonesia yang positif juga didukung oleh perbaikan peringkat investasi Indonesia oleh lembaga pemeringkat dunia serta masuknya Indonesia sebagai peringkat empat *prospective destinations* berdasarkan *UNCTAD World Investment report*. Makin kuatnya fundamental perekonomian Indonesia dapat dilihat dengan banyak negara yang “tumbang” dalam kancah perekonomian global dan perekonomian Indonesia masih dapat terjaga untuk tumbuh positif. UMKM pada umumnya berbasis pada sumber daya ekonomi lokal dan tidak bergantung pada impor, serta hasilnya mampu diekspor karena keunikannya, sehingga pembangunan UMKM diyakini akan memperkuat fondasi perekonomian nasional. Pertumbuhan UMKM akan menjadi pelaku utama yang produktif dan berdaya saing dalam perekonomian nasional.

### **Daya Saing Globalisasi dan Keunggulan Kompetitif UMKM Di Indonesia**

Tambunan, (2001), menyatakan bahwa tingkat daya saing suatu negara di kancah perdagangan internasional, pada dasarnya amat ditentukan oleh dua faktor, yaitu faktor keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dan faktor keunggulan kompetitif (*Competitive advantage*). Lebih lanjut, faktor keunggulan komparatif dapat dianggap sebagai faktor yang bersifat *acquired* atau dapat dikembangkan/ diciptakan. Selain dua faktor tersebut, tingkat daya saing suatu negara sesungguhnya juga dipengaruhi oleh apa yang disebut *Sustainable Competitive Advantage (SCA)* atau keunggulan daya saing berkelanjutan. Ini terutama dalam kerangka menghadapi tingkat persaingan global yang semakin lama menjadi sedemikian ketat / keras atau *hyper competitive*. Meningkatnya daya saing Indonesia tercermin dari laporan Forum Ekonomi Dunia atau *World Economic Forum (WEF)*, yang merilis Indeks Daya Saing Global 2014-2015. Dalam rilis itu dikemukakan, daya saing Indonesia naik 4 tingkat menjadi peringkat 34 dari 144 negara di dunia. Peringkat Indonesia mengungguli Spanyol (35), Portugal (36), Filipina (52), Rusia (53), Brasil (57), India (71), Yunani (81), Mesir (119) dan Pakistan (129). Pada tahun 2012 daya saing Indonesia ada pada peringkat 50, tahun 2013 urutan ke-38 dan tahun ini menempati urutan ke-34

Membaiknya daya saing Indonesia antara lain ditopang oleh pertumbuhan ekonomi nasional di atas 5% per tahun sejak 2005. Di tengah melambatnya perekonomian global. Peningkatan daya saing Indonesia juga banyak didorong oleh kemajuan pembangunan infrastruktur. Meskipun infrastruktur masih banyak masalah, namun dalam kurun waktu 5 tahun terakhir progresnya cepat, terutama infrastruktur konektivitas.

Pengertian daya saing tidak hanya relevan untuk perdagangan internasional tetapi juga untuk investasi. Negara dengan indeks daya saing global (*global competitiveness index*, CGI) yang tinggi akan lebih menarik bagi investor asing dibandingkan Negara dengan GCI yang lebih rendah. Laporan tahun WEF dan laporan Bank Dunia yaitu Doing Business, termasuk sumber informasi yang digunakan oleh calon investor asing mengenai Negara-negara tujuan investasi mereka. Menurut Tambunan (2008), UMKM yang berdaya saing tinggi dicirikan oleh: (1) kecenderungan yang meningkat dari laju pertumbuhan volume produksi, (2) pangsa pasar domestik dan atau pasar ekspor yang selalu meningkat, (3) untuk pasar domestik, tidak hanya melayani pasar lokal saja tetapi juga nasional, dan (4) untuk pasar ekspor, tidak hanya melayani di satu Negara tetapi juga banyak Negara. Dalam mengukur daya saing UMKM harus dibedakan antara daya saing produk dan daya saing perusahaan. Daya saing produk terkait erat dengan daya saing perusahaan yang menghasilkan produk tersebut. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur daya saing sebuah produk diantaranya adalah: (1) pangsa ekspor per tahun (% dari jumlah ekspor), (2) pangsa pasar luar negeri per tahun (%), (3) laju pertumbuhan ekspor per tahun (%), (6) nilai atau harga produk, (7) diversifikasi pasar domestik, (8) diversifikasi pasar ekspor, dan (9) kepuasan konsumen. Dewasa ini hampir semua pemerintah daerah telah mengembangkan produk atau komoditas unggulan daerah. Penetapan produk unggulan tentunya harus didasarkan pada keunggulan bersaing produk tersebut dibandingkan dengan produk sejenis di luar daerah atau produk sejenis di pasar internasional. Jika upaya mengembangkan komoditas unggulan tersebut dikerjakan dengan sungguh-sungguh maka nantinya akan muncul komoditas daerah yang mempunyai daya saing di pasar internasional.

Selanjutnya hasil kajian dari Pusat Inovasi MKM APEC melakukan studi daya saing global UMKM di 13 negara, termasuk Indonesia (Tambunan, 2008). Hasil studi tersebut menunjukkan bahwa Indonesia termasuk Negara yang UMKM-nya berdaya saing rendah (skor 3,5 dari nilai skor 1,0–10,0), sedangkan daya saing UMKM Hongkong-China, Amerika Serikat, dan Australia tergolong tinggi. Sedangkan peringkat daya saing Negara ASEAN lainnya, seperti Singapura, Malaysia, Thailand, dan Filipina, di atas peringkat Indonesia. Peringkat China juga sedikit di atas peringkat daya saing global UMKM Indonesia.

Untuk itu, eksistensi UKM dalam menembus pangsa pasar baik skala domestik, regional, maupun global terbuka sangat lebar. Saat ini dengan berlakunya MEA, ASEAN-China Free Trade Area (CAFTA) dan Free Trade Area (FTA) menjadi salah satu faktor eksternal yang dapat memberikan dorongan serta kesempatan untuk mengakses pasar dan memasarkan produk UKM yang semakin luas. Jumlah UKM di Indonesia sudah lebih dari 57 juta maka sudah sepatutnya pemerintah memetakan potensi UKM. Dari hasil penelitian United States Agency for International Development (USAID) dengan pertumbuhan UMKM sebanyak 2,01 % pertahun.

Berkaitan dengan pengembangan UMKM di Indonesia, terutama untuk meningkatkan daya saing di pasar global, maka Tim Peneliti ISEI (2010) merekomendasikan beberapa hal sebagai berikut: (1) uang tidak tepat sasaran, berpotensi *overlapping* dan menimbulkan moral hazard. Untuk itu perlu dilakukan adalah koordinasi bantuan kepada UMKM sehingga tepat sasaran. Hal lain adalah bantuan pelatihan teknis produksi, keuangan, pemasaran, dan kewirausahaan perlu ditingkatkan kuantitas dan kualitasnya. Keikutsertaan UMKM dalam promosi untuk menembus

pasar internasional perlu ditingkatkan frekuesinya. (2) Diperlukan insentif untuk diversifikasi produk, pengkayaan desain, dan hak paten untuk produk UMKM. Untuk itu diperlukan kebijakan insentif fiskal dan non-fiskal bagi pengembangan industri kreatif dan pengusaha pioneer. Di samping itu juga perlu dilakukan perlindungan dan sosialisasi mengenai hak paten. (3) Mendorong penggunaan teknologi informasi untuk kegiatan usaha UMKM. Untuk itu diperlukan alokasi APBN kementerian/lembaga bagi UMKM dalam bentuk akses internet yang memadai dan biaya langganan yang terjangkau. Dengan jaringan internet yang tersedia akan memudahkan UMKM untuk memperoleh bahan baku dan memasarkan produknya. (4) Pemberian suku bunga khusus dan skema pembiayaan yang lebih baik khususnya untuk UMKM yang menghasilkan produk yang prospek tinggi di pasar internasional. Di samping itu juga perlu dilakukan penyederhanaan prosedur penyaluran kredit. Peran pemerintah diharapkan sebagai komplementer untuk mendorong berbagai upaya yang telah dilakukan UMKM dalam meningkatkan daya saingnya. Dengan iklim usaha yang kondusif yang diciptakan oleh pemerintah, maka akan memudahkan UMKM untuk meningkatkan daya saing, baik daya saing perusahaan maupun daya saing dari produk yang dihasilkan. Dalam UMKM, pengusaha atau pemilik merupakan penggerak utama perusahaan. Untuk itu kreativitas, jiwa kewirausahaan, jiwa inovatif dari pengusaha yang didukung oleh keterampilan para pekerja merupakan sumber utama dalam peningkatan daya saing UMKM. (Iriyani, Dwi, 2015).

Menurut Tambunan (2008) ada lima prasyarat utama agar pengusaha dan pekerja UMKM dapat berperan dengan optimal, yaitu: (1) pendidikan, (2) modal, (3) teknologi, (4) informasi, dan (5) input krusial lainnya. Pemenuhan kelima prasyarat tersebut sifatnya harus dinamis, dalam arti harus mengikuti: (1) perubahan pasar yaitu selera konsumen dan tekanan persaingan, (2) perubahan ekonomi nasional dan global, (3) kemajuan teknologi, dan (4) penemuan material baru untuk produksi. Tidak mudah bagi UMKM untuk memenuhi kelima prasyarat tersebut. Perlu di garis bawahi bahwa pemenuhan kelima prasyarat utama tersebut adalah tanggung jawab UMKM sepenuhnya. Bagaimana cara memenuhi adalah bagian strategi yang harus dilakukan oleh UMKM. Strategi yang harus dilakukan oleh UMKM untuk meningkatkan daya saingnya terdiri dari dua komponen. Komponen pertama adalah strategi untuk memenuhi kelima prasyarat utama tersebut. Pertanyaannya adalah bagaimanakah pengadaan pendidikan, modal, teknologi, informasi, dan input secara kontinyu dan efisien?. Komponen kedua adalah strategi untuk menggunakan secara optimal kelima prasyarat tersebut menjadi produk yang kompetitif. Khusus untuk komponen kedua, perhatian harus difokuskan kepada peningkatan kemampuan produksi dan kemampuan pemasaran. Upaya peningkatan kemampuan produksi termasuk peningkatan teknologi dan kemampuan disain produk. Selanjutnya upaya peningkatan kemampuan pemasaran termasuk promosi, distribusi, dan pelayanan purna jual. Harus diakui sebagian besar UMKM di Indonesia lemah dalam penguasaan teknologi dan juga dalam strategi pemasaran

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Pergeseran paradigma baru untuk UMKM dalam menghadapi persaingan pasar bebas ASEAN melalui pendekatan sosial, ekologi dan ekonomi. Dalam pengembangan organisasi pengusaha telah menjadi lebih terbuka untuk isu-isu sosial dan lingkungan dengan

memperhatikan pertumbuhan masyarakat, hak asasi manusia pada umumnya. Hal ini menyebabkan munculnya perspektif baru profitabilitas bisnis sebagai kinerja perusahaan dalam konteks keberlanjutan.

Daya saing UMKM dalam menghadapi pasar bebas ASEAN perlu menunjukkan keunggulan bersaing sehingga produk tetap dapat diterima oleh pasar.

### **Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan penelitian ini hanya dilakukan dengan diskriptif kualitatif yang mengkaji dari beberapa buku, jurnal nasional dan internasional yang menggambarkan budaya bisnis UMKM yang berbeda dengan kondisi UMKM Di Indonesia.

### **Saran**

Pemerintah dalam strategi pemberdayaan UMKM perlu mempertimbangkan dalam mengimplementasikan paradigma baru untuk menganalisa peluang dan ancaman melalui pendekatan keberlanjutan kewirausahaan dan daya saing dengan mengintegrasikan tiga komponen: ekonomi, sosial dan ekologi baik untuk strategi pasar domestik ataupun pasar Asia.

Pengusaha UMKM dalam menentukan strategi bisnisnya perlu mengimplementasikan pendekatan keberlanjutan kewirausahaan dan daya saing dalam menghadapi pasar Asia

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Acosta , et-a (2016). Sustainable Entrepreneurship in SMEs: A Business Performance Perspective. pp. 1-12. [www.mdpi.com/journal/sustainability](http://www.mdpi.com/journal/sustainability).
- Baswir Revrison. (2010). *Ekonomi Kerakyatan vs Neoliberalisme*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Delokomotif.
- Brata Surinder (2012). Sustainable Entrepreneurship And Knowledge Based Development. *International Entrepreneurship Forum Kuala Lumpur, Malaysia, 3-6 September*.
- Bell, J.F.; Stellingwerf, J.J (2012). Sustainable Entrepreneurship: The Motivations & Challenges of Sustainable Entrepreneurs in the Renewable Energy Industry. *Master's Thesis, Jönköping International Business School, Jönköping, Sweden*.
- Bos, A. (2002), 'Sustainable Entrepreneurship in a Changing Europe: Pedagogy of Ethics for Corporate Organizations in Transformation', in: G.F. Simons, D. Min et al. (eds.) *EuroDiversity: A Business Guide to Managing Differences*, Oxford: UK and Woburn, USA: Butterworth-Heinemann.
- Bustami, Gusmardi (2013). *Menuju Asean Economy Community*. Jakarta: Departemen Perdagangan.
- Carpinetti, L.C.R., Gerolamo, M.C. and Dorta, M. (2000), "A conceptual framework for deployment of strategy-related continuous improvements", *The TQM Magazine, Vol. 12 No. 5, pp. 340-9*.
- Carvalho L, (2014). Small and Medium Enterprises (SMEs) and Competitiveness: An Empirical Study. *Management Studies, ISSN 2328-2185 February, Vol. 2, No. 2, 88-95*
- Chiang, Y.H., & Hung, K.P. (2010). Exploring open search strategies and perceived innovation performance. *Business Review, 68(3), 79-91*.
- Cohen, B.;Winn, M.I. (2007). Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. *J. Bus. Ventur., 22, 29-49*.



- Crals, E. and Vereeck, L. (2004), 'Sustainable Entrepreneurship in SMEs. Theory and Practice.', Belgium: Limburgs Universitair Centrum.
- Cochran, P.L. and Wood, R. A. (1984), 'Corporate Social Responsibility and Financial Perform
- Elfring, T., & Hulsink, W. (2003). Network in entrepreneurship: The case of high technology firms. *Small Business Economics*, 21, 409-422.
- Elkington, J. (1994). Towards the sustainable corporation: Win-win business strategies for sustainable development. *Calif. Manag.* 36, 90–100.
- Eyaa, S., Ntayi J.M., & Namagembe, S. (2010). Collaborative relationships and SME supply chain performance: *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 6(3), 233-245.
- Fassoulsa, E. D. (2006). Transforming the supply chain. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 17(6), 848-860.
- Fleury, A. and Fleury, M.T. (2003), "Competitive strategies and core competencies: perspectives for the internationalization of industry in Brazil", *Integrated Manufacturing Systems, Vol. 14 No. 1*, pp. 16-25.
- Gassmann, O. & Keupp. M. M. (2007). The competitive advantage of early and rapidly internationalizing SMEs in the biotechnology industry: A knowledge-based view. *Journal of World Business*, 42, 350-366.
- Garg, Deshmukh (2008). Strategy development by SMEs for competitiveness: a review. *Benchmarking: An International Journal Vol. 15 No. 5, 2008 pp. 525-547 q Emerald Group Publishing Limited 1463-5771DOI 10.1108/14635770810903132*
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91, 481-510.
- Gulati, R., Nohria, N. & Zaheer, A. (2000). Strategic network. *Strategic Management Journals*, 21, 203-21
- Hadiyati E, (2017). Strategi Keunggulan Bersaing Industri Kreatif Dalam Menghadapi MEA. *Pidato Ilmiah Pada Acara Pengukuhan Guru Besar di Universitas Gajayana Malang, Selasa, 31 Januari 2017*.
- Hapenciuc, C.V.; Pinzaru, F.; V˘at˘am˘anescu, E.-M.; Stanciu, P (2015). Converging Sustainable Entrepreneurship and the Contemporary Marketing Practices. *An Insight into Romanian Start-Ups. Amfiteatru Econ*, 17, 938–954
- Hite, J. M., & Hesterly, W. S. (2001). The evolution of firm networks: From emergence to early growth of the firm. *Strategic Management Journals*, 22, 275-286.
- Hockerts, K.; Wüstenhagen, R. Greening Goliaths versus emerging Davids (2010)—Theorizing about the role of incumbents and new entrants in Sustainable Entrepreneurship. *J. Bus. Ventur*, 25, 481–492.
- Jorgensen, A. L., & Knudsen, J. S. (2006). Sustainable competitiveness in global value chains: How do small Danish firms behave. *Corporate Governance*, 8(4), 449-462.
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional Republik Indonesia, Rancangan Awal, (2014) *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN: 2015-2019)*
- Krueger, N. F. (2005), 'Social entrepreneurship: Further broadening the definition of 'Opportunity'', *International Conference on Social Entrepreneurship*, Barcelona.
- Lai, W.H. (2012). Fuzzy rule-based analysis of industrial service flexibility in collaborative networks: *International Journal of Business and Economics*, 11(2), 105-126.
- Li, J. (2016). Entrepreneurship, Social Capital and Governance: Directions for Sustainable Development and Competitiveness of Regions. *J. Entrep. Emerg. Econ.*, 6, 196–198..
- Macke, J., Vallejos, R.V & Toss, E.D. (2010). Building inter-organizational social capital instruments to evaluate collaborative networks. *Scientific Research Journal*. 67-71.
- Mellor, R B 2009, *Entrepreneurship for Every One: A Student Textbook*, SAGE

- McWilliams, A.; Siegel, D.S.; Wright, P.M (2006). Corporate social responsibility: Strategic implications. *J. Manag. Stud.*, 43, 1–18.
- Man T.W.Y; Lau T.; dan Chan K.F. (2002) “The competitiveness of small and medium enterprises – A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies”, *Journal of Business Venturing*, 17 (2): 123-142.
- Margolis, J.D.; Elfenbein, H.A.; Walsh, J.P (2016). Does it Pay to be Good? A Meta-Analysis and Redirection of Research on the Relationship between Corporate Social and Financial Performance. Available online: [http://www.hks.harvard.edu/m-rcbg/papers/seminars/margolis\\_november\\_07.pdf](http://www.hks.harvard.edu/m-rcbg/papers/seminars/margolis_november_07.pdf) (accessed on 31 March 2016).
- Martinez-Ferrero, J.; García-Sánchez, I.M (2015). Is corporate social responsibility an entrenchment strategy? *Evidence in stakeholder protection environments. Rev. Manag. Sci.* 9, 89–114.
- Mohebifar, A., Sobhiyah, M.H., & Haghbin, S. (2013). Enhancing general contractors capacities with collaborative networks: *International Journal of Organization, technology and Management in Construction* 6(2), 784-790.september, hal. 212-225.
- Mohammad dan Khar (2010). Small and Medium Enterprises (SMEs) Competing in the Global Business Environment: A Case of Malaysia. *International Business Research. Business Research. Januari, Vol. 3 No, 1.pp.* 66-75
- Muñoz, P (2013).The Distinctive Importance of Sustainable Entrepreneurship. Current Opinion in Creativity. *Innov. Entrep*, 2, 1–6. .
- Nelson, R. (1992). Recent writings on competitiveness: Boxing the compass. *California Management Review*, 34(2), 127-137.
- O’Farrell, P. N., Hitchens, D., & Moffat, L. (1992). The competitiveness of business services firms: A matched comparison between Scotland and the South East of England. *Regional Studies*, 26(6), 519-525.
- Perrini, F (2005). Building a European Portrait of Corporate Social Responsibility Reporting. *Eur. Manag. J.* 23, 611–627.
- Pratten, C. (1991). The competitiveness of small firms. Occasional Paper 57, Department of Applied Economics, University of Cambridge. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Ramasamy, H. (1995). Productivity in the age of competitiveness: Focus on manufacturing in Singapore. In *Productivity in the Age of Competitiveness*, APO Monograph Series (16), Asian Productivity Organizations, Tokyo.
- Rey Leonaris (2011). Sustainability Entrepreneurship and its Viability. *Master Thesis Erasmus School of Economics, Rotterdam.*
- Salavou, H., Baltas, G., & Lioukas, S. (2004). Organizational innovation in SMEs: The importance of strategic orientation and competitive structure. *European Journal of Marketing*, 38(9-10), 1091-1112.
- Schaper, M. (2002), ‘The challenge of environmental responsibility and sustainable development: Implications for SME and entrepreneurship academics’, in: U. Füglistaller et al. (eds.) *Radical changes in the world – Will SMEs sour or crash?*, Rencontres de St. Gall.
- Schaltegger, S.; Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: Categories and interaction. *Bus. Strategy Environ.* 20, 222–237.
- Schumpeter, J.A (1965). Economic theory and entrepreneurial history. In *Explorations in Enterprise*; Aitken, H.G.J., Ed.; Harvard University Press: Cambridge, MA, USA; pp. 45–64.
- Septiani, Sarma, Limbong (2013). Pengaruh *Entrepreneurial Marketing* dan Kebijakan Pemerintah terhadap Daya Saing Industri Alas Kaki di Bogor. *Jurnal Manajemen dan Organisasi Vol IV, No 2, Agustus. Hm.* 92-111.
- Slevin, D. P., & Covin, J. G. (1995). New ventures and total competitiveness: A conceptual model, empirical results, and case study examples. *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 574-588).
- Stoner, C. (1987). Distinctive competitive and competitive advantage. *Journal of Small Business Management*, 25(2), 33-39.

- Tambunan, Tulus . (2010). Ukuran Daya Saing Koperasi dan IKM. *Background Study RPJM Nasional Tahun 2010-2014 Bidang Pemberdayaan Koperasi dan IKM*, Bappenas. Jakarta (ID): Pusat Studi Industri dan IKM, Universitas Trisakti, Kadin Indonesia.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Pasar Bebas ASEAN: Peluang, Tantangan dan Ancaman bagi UMKM Indonesia*. Jakarta: Kementerian Koperasi UMKM.
- Presiden Republik Indonesia (2014). Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang *Peningkatan Daya Saing Nasional Dalam Rangka Menghadapi Masyarakat Ekonomi Association Of Southeast Asian Nations*.
- Puspayoga (2016). Era MEA, Kontribusi UKM Jadi Pilihan. Majalah Sekretariat Wakil Presiden. Medan Merdeka Selatan. *Volume 1 / Tahun XI / 2016*.
- Iriyani, Dwi (2015). Penguatan Dan Peningkatan Daya Saing Pada UMKM Sebagai Strategi Menghadapi MEA. [repository.ut.ac.id/4558/1/2015-dn-010.pdf](http://repository.ut.ac.id/4558/1/2015-dn-010.pdf)
- Shane, S. A. and Venkataraman S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), pp. 217-226.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah
- Vixathep, S (2014). Entrepreneurship, Government Policy and Performance of SMEs in Laos. *GSICS Working Paper Series. Graduate School of International Cooperation Studies Kobe University*.pp1-23.
- Weber, M (2007). Towards Sustainable Entrepreneurship: A Value Creating Perspective on Corporate Societal Strategies: *Discussion Paper*, Center for Sustainability Management, Universitat Luneburg.
- Waheeduzzaman, A., & Ryans, J. (1996). Definition, perspectives, and understanding of international competitiveness: A quest for a common ground. *Competitiveness Review*, 6(2), 7-26.
- Willam Siegel, D.S.; Wright, P.M.(2006). Corporate social responsibility: Strategic implications. *J. Manag. Stud.*, 43, 1-18.
- Wiklund, J. & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: A configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20, 71-91.



**UNIVERSITAS GAJAYANA**  
**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

Kampus : Jalan Merjosari - Dinoyo PO. BOX. 252 Malang  
Telp. (0341) 562411, 582168 Fax. (0341) 582168

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: 001/SKet-Repos/LPPM-UNIGA/IV/2019


Ketua LPPM Universitas Gajayana Malang dengan ini menerangkan bahwa dosen tetap Universitas Gajayana Malang di bawah ini:

Nama : Prof. Dr. Ernani Hadiyati, S.E. M.S.

NIDN : 0009045808

Benar telah berpartisipasi dalam seminar seperti yang terdapat dalam lampiran surat keterangan ini. Bukti partisipasi berupa prosiding telah diunggah dalam E-Repository Dosen Universitas Gajayana Malang yang dapat diakses melalui tautan berikut:  
<http://ejournal.unigamalang.ac.id/index.php/RDOS/index>

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 18 April 2019  
Ketua LPPM  
  
Dr. Sugeng Mulyono, M.M.  
NIDN. 0708106402

Lampiran Surat : No. 001/SKet-Repos/LPPM-UNIGA/IV/2019

**Tema Seminar dan Judul Artikel Ilmiah (Oral Presentation)  
Tahun 2014 - 2018**

No	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	<i>The 1<sup>st</sup> International Conference on Future Business Environment and Innovation 17<sup>th</sup> July 2014</i>	<i>The Characteristics of Entrepreneurship and Company, and also Entrepreneurship's Competence as Determinants of Business Performance in Small Medium Enterprises (SMEs)</i>	Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), Jawa Timur Indonesia
2	<i>International Conference in Organizational Innovation (ICOI) August 12<sup>th</sup> – 14<sup>th</sup> 2014 at Manila, Philippines.</i>	<i>Students' Entrepreneurial Intention in Indonesia.</i>	De La Salle University Manila, Philippines.
3	Call for Papers Ejavac 2014. Mendorong Transformasi Ekonomi Jawa Timur Menuju Masyarakat Mandiri dan Dinamis 28 Oktober 2014	Model Implementasi Kebijakan Pemerintah Terhadap Daya Saing Dan Kinerja Produk Unggulan UMKM di Jawa Timur : Suatu Pendekatan Teori	Univ. Airlangga Surabaya Kerjasama Bank Indonesia
4	Call for Paper Seminar Nasional Kewirausahaan Inovasi Bisnis (SNKIB) V: 05 Mei 2015. Tema :	Strategi Pemasaran Kewirausahaan dalam Membangun Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM) : Suatu Pendekatan Konsep.	Universitas Taruma Negara Jakarta.
5	<i>Presenter Poster. Annual Conference of MMRS UB. Pemasaan Rumah Sakit di Era Jaminan Kesehatan Nasional, Perlukah. 12-14 Nopember 2015. Hotel Atria Jln. Letjen S.Parman. No.87-89 Malang.</i>	Strategi Pemasaran Rumah Sakit : Suatu Pendekatan Konsep	Universitas Brawijaya Malang
6	Konferensi Nasional Riset Manajemen X di Lombok. <i>PPM School Of Management.</i> Dengan Tema : "Akselerasi Daya Saing Menuju Keunggulan Organisasi yang Berkelanjutan", tgl : 20-22 September 2016	Kajian Orientasi Kewirausahaan Dan Daya Saing Terhadap Kinerja Pemasaran dengan Model SEM Pada UKM Pengusaha Pondok Wisata (Homestay)	Hotel Lombok Raya Lombok (NTT) Jl. Panca Usaha 11, Mataram 83231
7	<i>National Conference of Business and Entrepreneurship Dengan Tema : Growing Entrepreneurial Spirit in Privat, Public and Social Sector., Tgl : 18-19 Mei 2017.</i>	Keberlanjutan Kewirausahaan dan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi MEA	Di Auditorium Universitas Ciputra Surabaya UC Town, Citraland, Surabaya.
8	Economic (EJAVEC) Forum 2017 Call for Paper dengan Tema :	Potensi Dan Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Kelapa	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

	“ Mencari Sumber-Sember Pertumbuhan Ekonomi Baru Jawa Timur Untuk Meningkatkan Daya Saing Global” Tanggal :25-26 Oktober 2017	Di Kabupaten Lumajang Jawa Timur	Airlangga, Surabaya
9	Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis, 3 Mei 2018. Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanegara, Jakarta.	Studi Pendidikan dan Kewirausahaan dan Pemasaran Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha	Hotel Santika Premier, Jakarta.
10	Seminar Nasional dan Konferensi Forum Manajemen Indonesia Ke 10 Dengan Tema : “ <i>Innovation Technology and Social Scinece in Disruption Era</i> ” Hari/Tanggal : Rabu-Kamis/8-9 Nopember 2018	Studi Model <i>Entrepreneurial Marketing</i> dan Kinerja Usaha UKM Garmen Berbasis OVOP Dalam Menghadapi MEA di Propinsi Jawa Timur	Hotel Horizon Palembang



