



KEBIJAKAN KURBE UNTUK PENINGKATAN KONTRIBUSI EKSPOR SEKTOR UMKM

Rafika Sari*)

Abstrak

Kontribusi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap kegiatan ekspor Indonesia masih dinilai sangat rendah, yaitu sekitar 1% dari total UMKM atau hanya 6 ribu pelaku UMKM yang mengekspor produknya ke luar negeri. Untuk mengatasinya, pemerintah mendorong UMKM dengan memberikan fasilitas Kredit Usaha Rakyat Berorientasi Ekspor (KURBE), yang merupakan salah satu dari empat kebijakan dalam Paket Ekonomi Jilid XI. KURBE akan menjadi suatu kebijakan yang tepat untuk menstimulasi ekspor sektor UMKM apabila diimbangi dengan kebijakan percepatan pengurusan izin ekspor yang berbeda dengan usaha besar dan didukung oleh kepastian hukum, kesinambungan kualitas produk ekspor, dan quality control terhadap produk yang siap ekspor. DPR RI dapat melakukan fungsi pengawasan yang diarahkan pada ketepatan penggunaan dana KURBE untuk dialokasikan dan dimanfaatkan bagi pelaku UMKM yang berhak.

Pendahuluan

Indonesia memiliki lebih dari 60 juta pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tersebar di tanah air dan diperkirakan telah menyerap tenaga kerja lebih dari 117 juta orang. Selama periode 2009-2013, terjadi pertumbuhan UMKM di Indonesia yang ditunjukkan dengan peningkatan kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) pada UMKM dari tahun ke tahun. Pada tahun 2013, kontribusi PDB meningkat sebesar 3,81% menjadi 60,34% dibandingkan lima tahun sebelumnya. Kondisinya yang bertahan terhadap krisis yang melanda akibat fluktuasi nilai tukar rupiah terhadap dolar, menjadikan UMKM sebagai penggerak utama sektor riil yang berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Namun sayangnya dari 60

juta unit UMKM, kontribusi sektor UMKM terhadap kegiatan ekspor Indonesia masih dinilai sangat rendah, yaitu sebesar 1% dari total UMKM atau hanya 6 ribu unit UMKM yang mengekspor produknya ke luar negeri. Itulah sebabnya, pemerintah mendorong UMKM dengan memberikan fasilitas pembiayaan ekspor untuk modal kerja dan investasi bagi UMKM berupa fasilitas Kredit Usaha Rakyat Berorientasi Ekspor (KURBE) yang merupakan salah satu dari empat kebijakan dalam Paket Ekonomi Jilid XI yang diluncurkan pada tanggal 29 Maret 2016.

Kegiatan ekspor tentunya tidak terlepas dari jasa logistik. Saat ini, logistik Indonesia masih dihadapkan dengan persoalan inefisiensi yang diakibatkan rendahnya kinerja pelabuhan

*) Peneliti Muda Kebijakan Publik pada Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik, Pusat Penelitian, Badan Keahlian DPR RI.
Email: rafika.sari@dpr.go.id.



di Indonesia terkait *dwelling time*, pengaturan lalu lintas truk, dan administrasi kepabeanan. Kondisi ini menyebabkan biaya logistik Indonesia relatif lebih mahal dibandingkan negara lain di ASEAN. Menurut *Logistic Performance Index* Tahun 2014, kinerja logistik Indonesia masih berada di bawah Singapura, Malaysia, Thailand, dan Vietnam. Biaya logistik yang mahal menjadi beban bagi UMKM untuk mengekspor, selain volume pengiriman produk yang sedikit.

Menurut Menko Perekonomian, KURBE merupakan langkah strategis pemerintah untuk menstimulasi UMKM agar dapat meningkatkan ekspor nasional, daya saing produk ekspor UMKM berbasis kerakyatan, serta kualitas dan nilai tambah produk ekspor UMKM. Hal-hal yang perlu diperhatikan kemudian adalah kendala yang akan dihadapi oleh UMKM berorientasi ekspor dan bagaimana strategi untuk meningkatkan daya saing ekspor sektor UMKM.

Fasilitas Kredit Usaha Rakyat Berorientasi Ekspor (KURBE)

Presiden telah menetapkan kebijakan fasilitas KURBE pada akhir Maret dengan alokasi dana sebesar Rp1 triliun yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Adapun sasaran KURBE adalah pelaku UMKM yang melakukan ekspor atau telah bekerja sama dengan perusahaan yang melakukan ekspor serta *supplier*/plasma yang menunjang produk ekspor.

KURBE merupakan instrumen yang menyediakan fasilitas pembiayaan ekspor yang lengkap dan terpadu, baik modal kerja maupun investasi bagi UMKM. Fasilitas Pembiayaan Modal Kerja Ekspor (PMKE) didasarkan pada kebutuhan modal kerja pelaku UMKM dalam rangka kegiatan ekspor maupun penunjang ekspor atas barang dan/atau jasa. Sedangkan fasilitas investasi (Kredit Investasi Ekspor/KIE) bagi pelaku UMKM guna membiayai investasi dalam rangka kegiatan ekspor maupun penunjang ekspor atas barang.

Penyaluran KURBE akan dikelola oleh Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI), Indonesia Eximbank, dengan suku bunga sebesar 9% efektif per tahun. Skema KURBE berbeda dengan skema KUR yang telah dikurirkan sebelumnya oleh pemerintah, yaitu dengan menetapkan batas maksimal pembiayaan untuk usaha mikro maksimal plafon sebesar Rp5 miliar, usaha kecil sebesar Rp25 miliar (dengan ketentuan maksimal KMKE sebesar Rp15 miliar), dan usaha

menengah sebesar Rp50 miliar (dengan ketentuan maksimal KMKE sebesar Rp25 miliar) dan jangka waktu KURBE paling lama 3 tahun untuk Kredit Modal Kerja Ekspor (KMKE) dan/atau 5 tahun untuk KIE.

Kendala Ekspor di Sektor UMKM

Walaupun UMKM Indonesia unggul dalam kreativitas untuk menghasilkan produk ekspor, UMKM sering mengalami berbagai kendala, baik internal maupun eksternal. Secara internal, UMKM umumnya terkendala pada aspek permodalan/pembiayaan dan kapasitas sumber daya manusia. Dari total UMKM yang ada, hanya 30% yang menggunakan jasa perbankan sebagai modal usaha. Yang menjadi faktor penghambat terbesar adalah keterbatasan agunan dan suku bunga perbankan yang tinggi.

Selain itu, Nus Nuzulia Ishak, Dirjen Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan mengidentifikasi bahwa pelaku UMKM Indonesia memiliki pemahaman yang relatif kurang/rendah terhadap komunikasi bisnis dan kontrak dagang, yang merupakan hambatan UMKM dalam menembus pasar dunia. Kondisi ini telah dialami oleh produk kayu ekspor asal Indonesia yang belum dapat masuk dalam "*government use*" karena terkait masalah lingkungan. Dan belajar dari keberhasilan negara Malaysia, bahwa produk kayu Malaysia berhasil masuk ke pasar Eropa karena telah memiliki kerjasama konkrit antara lembaga pendidikan dan penelitian (*research*) Malaysia dan Jerman, sementara Indonesia belum.

Dilihat dari sisi eksternal, AAGN Puspayoga, Menteri Koperasi dan UKM, mengemukakan bahwa UMKM sering terkendala masalah pemasaran dan pemenuhan standar perdagangan internasional yang ketat yang terdiri dari standar legal minimal dan standar tambahan terkait kualitas dan higienitas produk. Standar tambahan merupakan persyaratan yang bersifat *non-legal* (tidak wajib) yang juga harus dipenuhi apabila negara pengimpor mensyaratkannya, di antaranya persyaratan terkait lingkungan dan ketenagakerjaan. Berikut adalah contoh yang dihadapi oleh beberapa produk ekspor Indonesia dalam memenuhi standar perdagangan internasional. Pengiriman teh Indonesia ditolak karena mengandung bakteri hidro kinon, masalah keracunan dalam kemasan, dan penggunaan pupuk yang tidak memenuhi standar, sementara kopi Indonesia hanya sedikit yang mendapat sertifikasi *Fairtrade*, yang menjamin kualitas kopi yang

diproduksi pada kondisi etis dan ekologis yang baik serta kondisi kerja yang sesuai hukum, yaitu pihak-pihak yang terlibat (termasuk petani) tidak ada yang dirugikan.

Kebijakan Pemerintah

Sesungguhnya, pemerintah telah mengupayakan strategi penerapan Standar Nasional Indonesia (SNI) bagi produk industri nasional (termasuk UMKM) untuk meningkatkan daya saing khususnya menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), sebagaimana tertuang dalam Inpres No. 6 Tahun 2014. Badan Standardisasi Nasional bekerja sama dengan kementerian/ lembaga (K/L), pemerintah daerah (pemda), dan perguruan tinggi melakukan sosialisasi implementasi regulasi mutu dan keamanan pangan untuk UMKM di daerah. Namun penerapan SNI bagi UMKM masih jauh dari harapan, disebabkan oleh ketidaktahuan pelaku usaha akan pentingnya sertifikasi dan proses pengajuan sertifikasi serta beban biaya proses sertifikasi. Padahal, Pasal 53 UU No. 20 Tahun 2014 tentang Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian menyatakan bahwa fasilitas pembiayaan sertifikasi dan pemeliharaan sertifikasi diberikan kepada UMKM, bersumber dari APBN. Bahkan di Jawa Timur, pembiayaan sertifikasi gratis diberikan kepada UMKM dengan dibiayai APBD. Menurut Tri Nuke Pudjiastuti, pengamat ASEAN dari LIPI, penyebab lainnya adalah infrastruktur SNI atau laboratorium uji dan personel yang belum memadai. Oleh karena itu, pemerintah perlu melakukan sosialisasi/pelatihan sertifikasi mutu produk kepada pelaku UMKM dan bagi laboratorium/*surveyor* yang ada di Indonesia khusus produk pertanian terkait persyaratan tambahan yang dipersyaratkan oleh negara destinasi ekspor.

Strategi Meningkatkan Daya Saing Ekspor

Meskipun pemerintah telah menetapkan kebijakan KURBE, namun KURBE dipandang oleh beberapa pihak belum maksimal dalam mengatasi kendala ekspor di sektor UMKM. Sesungguhnya skema insentif bukanlah hal baru bagi UMKM dan sebagian besar pelaku usaha berpendapat bahwa UMKM tidak terlalu membutuhkan suku bunga yang rendah. Menanggapi kebijakan KURBE, Ikhsan Ingratubun, Ketua Asosiasi UMKM, mengatakan bahwa peningkatan daya saing UMKM di pasar global tidak hanya didorong oleh kemudahan pada bidang pembiayaan, namun perlu

diimbangi dengan kebijakan percepatan akses (perizinan) untuk ekspor, pemangkasan izin ekspor, dan kepastian hukum dalam ekspor.

Seperti diketahui, bahwa pada era otonomi, wewenang perizinan telah didelegasikan pusat ke daerah, sehingga pemerintah perlu memfokuskan pada penyederhanaan perizinan UMKM di daerah yang masih saja merujuk pada referensi perizinan di kantor K/L (pusat). Penyederhanaan perizinan dilakukan melalui deregulasi tata aturan di pusat. Sebagai wacana dari Kementerian Koperasi, penyederhanaan dilakukan melalui revisi Perpres No. 98 Tahun 2014 tentang Perizinan Usaha Mikro dan Kecil. Yang menarik dari wacana penyederhanaan ini adalah UMKM cukup mendaftarkan secara daring, dan tidak lagi melalui izin.

Sebagai sarana pemasaran, UMKM Indonesia dinilai kurang memanfaatkan keberadaan lembaga promosi yang ada di luar negeri yang telah dimiliki Indonesia. Padahal Indonesia telah memiliki *Indonesia Trade Promotion Office* di 19 negara. Di samping itu, Kementerian Perdagangan juga telah memiliki 5 kantor promosi perdagangan regional di Surabaya, Medan, Banjarmasin, Makassar, dan Mataram, yang berfungsi membantu pelaku UKM ekspor mempromosikan produknya. Dengan memanfaatkan sarana pemasaran ini, UMKM seharusnya dapat memperkenalkan produknya kepada dunia baik dalam ajang pameran internasional melalui *company profile* dan info produk maupun dalam seminar internasional. Dengan mengikuti pameran/seminar internasional, UMKM diharapkan dapat mengetahui selera (*taste*) konsumen negara tujuan dan menghasilkan produk yang sesuai dengan selera konsumen negara tujuan serta menjamin kesinambungan volume dan kualitas produk.

Walaupun sarana pemasaran telah difasilitasi, informasi pasar sangat memegang peranan penting dalam mendukung ekspor UMKM. Sayangnya pemerintah saat ini hanya memiliki *market brief* yang bersumber dari data sekunder, yang menyebabkan produk Indonesia kalah bersaing dengan negara lain. Yang menarik dari pengalaman negara lain bahwa Pemerintah Vietnam tidak segan mengeluarkan anggaran yang besarnya cukup signifikan untuk membayar lembaga konsultan dunia dalam upaya menyediakan *market analysis* dan *data base* mengenai preferensi produk setiap daerah untuk mempermudah pemasaran produk. Pemerintah Vietnam juga melakukan edukasi standar ekspor yang dipersyaratkan negara

tujuan dan memfasilitasi petani/eksportirnya. Oleh karena itu, selain fasilitas KURBE yang diberikan, Pemerintah perlu membuat *market brief* yang memadai terhadap setiap produk ekspor Indonesia dengan menggunakan lembaga penelitian (*research*) yang berkualitas dan terpercaya, sebagai pedoman analisa preferensi produk dalam mendukung produk unggulan nasional bagi UMKM.

Untuk meningkatkan ekspor UMKM di daerah, pemerintah melakukan sinergi antara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dengan membentuk tim konsorsium dari 5 BUMN, yaitu PT. Pos Indonesia, PT. Bhandha Ghara Reksha, PT. Perusahaan Perdagangan Indonesia, PT. Mega Aeltra, dan PT. Sarinah pada Februari 2016. Menggandeng BUMN dalam upaya pengembangan ekspor UMKM didasarkan oleh potensi BUMN dalam menjangkau berbagai wilayah di Indonesia dan kesiapan pergudangan, transportasi, *freight forwarding*, dan depo peti kemas yang dimiliki oleh BUMN. Tim konsorsium akan melakukan konsolidasi ekspor dan membantu pengurusan dokumen untuk mencapai efisiensi biaya logistik dan transportasi bagi produk ekspor UMKM. Tim ini akan meluncurkan *e-commerce* untuk produk UMKM pada bulan Maret hingga April 2016. Dua komoditas awal yang ditangani adalah bawang dari Brebes dan kelapa dari Bitung.

Sebagai upaya efisiensi logistik, pemerintah juga telah menargetkan setiap daerah memiliki Pusat Logistik Berikat (PLB) yang semula hanya terdapat 11 PLB di seluruh Indonesia. Menurunnya biaya logistik dengan penambahan PLB ini diharapkan akan semakin mendorong pelaku UMKM untuk mengeksport produknya. Dampak positif lainnya dari penurunan biaya logistik ini adalah diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk UMKM Indonesia di pasar global.

Dengan diterbitkannya KURBE, pemerintah perlu mempertimbangkan faktor lain yang juga dibutuhkan dan berpengaruh terhadap kemauan dan kemampuan berusaha bagi UMKM. Tentunya, upaya ini melibatkan partisipasi dan kerjasama antara K/L, pemda, dan instansi terkait.

Penutup

Sebagai upaya meningkatkan kontribusi ekspor sektor UMKM, pemerintah memberikan fasilitas KURBE bagi UMKM yang mau melakukan ekspor produknya ke luar negeri. Tentunya, KURBE akan menjadi instrumen kebijakan yang tepat untuk menstimulasi ekspor

UMKM apabila diimbangi dengan kebijakan percepatan pengurusan izin ekspor yang berbeda dengan usaha besar dan didukung oleh kepastian hukum, kesinambungan kualitas produk ekspor, dan *quality control* terhadap produk yang siap ekspor.

Namun demikian, dengan munculnya KURBE, pemerintah seharusnya tidak hanya memfokuskan pada akses permodalan bagi UMKM yang berorientasi ekspor, sementara UMKM yang berorientasi pada pasar domestik yang justru memiliki potensi lebih besar dibiarkan dengan keterbatasan permodalan yang dihadapi. DPR RI dapat melakukan fungsi pengawasan yang diarahkan pada ketepatan penggunaan dana KURBE untuk dialokasikan dan dimanfaatkan bagi pelaku UMKM yang berhak.

Referensi

- Barratut Taqiyah. "Di ASEAN, Posisi Indonesia Di level Menengah Bawah", <http://lipsus.kontan.co.id/v2/mea/read/281/Di-ASEAN-posisi-Indonesia-di-level-menengah-bawah>, diakses 8 April 2016.
- Gloria Fransisca Katharina Lawi. "Akhir Maret, Penunjukkan BUMN Agregator Ekspor UMKM Rampung", <http://industri.bisnis.com/read/20160316/12/528686/akhir-maret-penunjukan-bumn-agregator-ekspor-umkm-rampung>, diakses 1 April 2016.
- "Ini Paket Ekonomi XI", *Bisnis Indonesia*, 30 Maret 2016.
- "Kinerja Logistik RI di Bawah Singapura", *Neraca*, 5 April 2016.
- "KUR bagi Ekspor Rp1 Triliun", *Kompas*, 31 Maret 2016.
- "KURBE Dorong Kreativitas UMKM Ciptakan Produk Ekspor", www.beritasatu.com, 29 Maret 2016.
- "Paket Kebijakan Dinilai Tak Atasi Masalah", *Bisnis Indonesia*, 5 April 2016.
- "Pelabuhan Ekspor Perlu Dikembangkan di Daerah", *Kompas*, 31 Maret 2016.
- "Perizinan UMKM Dipermudah", *Bisnis Indonesia*, 5 April 2016.
- "PLB Buka Pintu Ekspor UMKM", *Media Indonesia*, 5 April 2016.
- Safyra Primadhyta. "Kontribusi UKM Rendah, Hanya 0,75 Persen yang Lakukan Ekspor", <http://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20150314103055-92-39070/kontribusi-ukm-rendah-hanya-075-persen-yang-lakukan-ekspor/>, diakses 1 April 2016.