

**AGENCY FOR INTERNATIONAL DEVELOPMENT
PPC/CDIE/DI REPORT PROCESSING FORM**

ENTER INFORMATION ONLY IF NOT INCLUDED ON COVER OR TITLE PAGE OF DOCUMENT

1. Project/Subproject Number

497-0357

2. Contract/Grant Number

497-C-00-98-00045-00

3. Publication Date

September 2001

4. Document Title/Translated Title

Penelitian Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi Oleh UKM Eksportir di Indonesia (in Indonesian)
(Survey on Uses of Information & Communications Technology by Indonesian SME Exporters)

5. Author (s)

1. Yadi S.A. Suriadinata
2.
3.

6. Contributing Organization (s)

Nathan/Checchi Joint Venture/PEG Project

7. Pagination

93

8. Report Number

PEG 54

9. Sponsoring A.I.D. Office

ECG, USAID/Jakarta

10. Abstract (optional - 250 word limit)

11. Subject Keywords (optional)

1. Indonesia	4. ICT Use
2. Small & Medium Enterprises	5. Information & Communications Technology
3. SME Exporters	6.

12. Supplementary Notes

13. Submitting Official

C. Stuart Callison, Chief of Party

14. Telephone Number

011-62-21-520-1047

15. Today's Date

3 October 2001

.....DO NOT write below this line.....

16. DOCID

17. Document Disposition

DOCRD [] INV [] DUPLICATE []



Penelitian Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi Oleh UKM Eksportir di Indonesia

Studi Kasus: Medan, Bandar Lampung, Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Denpasar, dan Makassar



PEG – USAID
Project Number : 497 - 0357
Strategic Objective Number: SO - 1
Sponsored by: : ECG, USAID/Indonesia
Contract No. : 497-C-00-98-00045-00
Contractor : Nathan/ Checchi Joint Venture

September 2001



PEG



TIM SURVEY

Peneliti Utama : Yadi S.A. Suriadinata

Asisten Peneliti : Tejo Pramono

Koordinator Lapang : Ilen A Kailani

Enumerator:

Medan : Maskur Abdullah

Bandar Lampung : Dini Merianza

Jakarta : Asep Suherman

Bandung : M. Fatwadi

Yogyakarta : Triyatminingsih

Surabaya : Candra Wiyana

Denpasar : Arsonetri

Makassar : Ilham Iskandar

KATA PENGANTAR

Survey tentang pemanfaatan teknologi internet dan komunikasi ini dimaksudkan untuk menggambarkan realitas penggunaan teknologi internet dan komunikasi oleh para pengusaha kecil dan menengah (UKM) yang melakukan ekspor. Hal ini dilatar belakangi oleh tantangan serius dari globalisasi, dimana salah satu aspek utamanya adalah penguasaan akses informasi yang luas untuk mendorong ekspor, di antara banyaknya penetrasi perusahaan dan produk asing ke dalam negeri.

Hal sangat penting lainnya sehingga melatar belakangi survey ini adalah pelaksanaan otonomi daerah. Dimana, hal paling esensial dari desentralisasi ini adalah adalah tingkat adaptasi dari pemerintah daerah dan pusat atas pelimpahan wewenang yang tujuan pokoknya adalah meningkatkan kinerja ekonomi di tingkat daerah dan nasional.

Sebagaimana umumnya survey sampling (*sampling survey*), informasi yang diperoleh bukanlah data dan informasi-informasi yang lengkap dan menyeluruh tentang kondisi UKM. Namun hanya gambaran yang diharapkan dapat mewakili realitas yang sesungguhnya terjadi. Dan gambaran yang diperoleh diharapkan dapat memberikan masukan bagi berbagai pihak dalam mempersiapkan dunia usaha memasuki era globalisasi. Sebuah survey yang lebih akurat tentu bisa saja dilakukan dengan mewawancarai seluruh pemilik UKM. Namun satu yang pasti, survey semacam itu akan sangat membutuhkan banyak waktu dan biaya.

Selamat membaca hasil dari survey ini, semoga mendapatkan informasi yang bermanfaat guna mendorong dan meningkat kontribusi UKM kinerja ekspor nasional—yang selama ini devisanya lebih banyak dinikmati oleh pengusaha besar.

Sebagai umumnya sebuah karya, pasti saja ada kekurangannya, karena itu kami memohon masukan dari para Pembaca agar hasil survey lebih sempurna dan bermanfaat. Akhirnya, kami mengucapkan terima kasih kepada Pusat Pengkajian Perdagangan Luar Negeri, BPPIP, Departemen Perindustrian dan Perdagangan yang telah merekomendasikan pelaksanaan survey ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada PEG-USAID yang telah mendanai dan memberikan arahan terhadap pelaksanaan studi yang dibutuhkan bagi pengembangan UKM di Indonesia. Pandangan-pandangan yang tercantum dalam laporan ini berasal dari pandangan penulis dan tidak semestinya berasal dari USAID, Pemerintah Amerika Serikat ataupun Pemerintah Indonesia.

Tim Peneliti,

Yadi S.A. Suriadinata
Principal Researcher

DAFTAR ISI

	Hal.
KATA PENGANTAR	i
TIM SURVEY	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GRAFIK	vii
BAB 1. PENDAHULUAN	
.....	I-1
1.1 Latar Belakang	I-1
1.2 Tujuan Studi	I-2
1.3 Metodologi	I-3
BAB 2. PERKEMBANGAN INTERNET, USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM), DAN OTONOMI DAERAH DI INDONESIA	II-1
2.1. Perkembangan Internet dan Teknologi Komunikasi	II-1
2.2. Perkembangan Internet dan Teknologi Komunikasi di Indonesia	II-3
Perkembangan Komputer dan Internet.....	II-3
Perkembangan Telepon di Indonesia	II-6
Perkembangan Situs Web di Indonesia	II-8
2.3. Usaha Kecil dan Menengah Eksportir di Indonesia	II-9
2.4 Otonomi Daerah	II-13

BAB 3 PEMBAHASAN	III-1
3.1. Profil Responden UKM Ekspertir	III-1
3.2. Pemanfaatan Internet oleh UKM Ekspertir	III-8
a. Pemahaman Mengenai Internet dan Kepemilikan	
Sambungan Internet	III-8
Alasan Memiliki Sambungan Internet	III-11
Alasan Tidak Memiliki Sambungan Internet	III-13
Aksesibilitas Terhadap Internet	III-15
Penggunaan Warung Internet (Warnet)	III-16
b. Penggunaan Internet Oleh UKM Ekspertir	III-18
c. Kendala Pemanfaatan Internet	III-29
3.3. Persepsi UKM Ekspertir Terhadap Otonomi Daerah	III-32
a. Pengaruh Otonomi Daerah Terhadap Kondisi Iklim	
Usaha Bagi UKM Ekspertir	III-32
Peraturan Daerah Dan Dampaknya Terhadap Kelancaran Usaha .	III-32
Iklim Usaha	III-33
Iklim Usaha Dilihat Dari Kategori UKM.....	III-34
Respon UKM di Beberapa Kota Atas Kondisi Iklim	
Usaha Setelah OTDA	III-36
b. Kendala Dalam Menjalankan Usaha	
Setelah Otonomi Daerah	III-37
c. Respon UKM Ekspertir atas Kecenderungan Kebijakan Pemda	
Setelah Pelaksanaan Otonomi Daerah	III-40
d. Respon per Kategori UKM Ekspertir Terhadap	
Kecenderungan Fokus Kerja Pemda	III-41
e. Penyebab Belum Kondusifnya Lingkungan Usaha	III-42

Permasalahan Infrastruktur Dan Kecenderungan Kebijakan Pemda Terhadap Kondusifitas Lingkungan Usaha Sejak OTDA	III-42
Permasalahan Pendelegasian Wewenang dari Pemerintah	
Pusat dan Kemampuan Pemda dalam Menciptakan Lingkungan Usaha yang Kondusif sejak OTDA	III-44
f. Permasalahan Yang Dihadapi UKM Eksportir Dalam Melaksanakan Ekspor	III-46
g. Unit Pelayanan Terpadu (UPT)	III-49
h. Proteksi Bagi Eksportir	III-51
BAB 4 KESIMPULAN DAN SARAN	IV-1
4.1 Kesimpulan	IV-1
a. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi Oleh UKM Eksportir	IV-1
b. Lingkungan Usaha Bagi UKM Ekportir Setelah Penerapan UU Otonomi Daerah	IV-5
4.2 Rekomendasi	IV-8
a. Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Oleh UKM Eksportir	IV-8
b. Lingkungan Usaha Bagi UKM Eksportir Setelah Penerapan UU Otonomi Daerah	IV-9

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 2.1 Pelanggan dan Penggunaan Internet (1996-2001)	II-4
Tabel 2.2 Peta Pasar ISP Indonesia Tahun 2000 – 2001	II-5
Tabel 2.3 Jumlah Pemakaian Internet Per Seratus Jumlah Penduduk Di Beberapa Negara Asia	II-5
Tabel 2.4 Profil Sambungan Telepon di Indonesia Tahun 2000	II-6
Tabel 2.5 Jumlah Pelanggan Telepon Di Indonesia 1989-1998 (unit)	II-7
Tabel 2.6 Konsumsi Pemakaian Telepon Di Indonesia (1988 – 1998)	II-7
Tabel 2.7 Tingkat Penggunaan Telepon Di Beberapa Negara Tahun 1999	II-8
Tabel 2.8 Jumlah Alamat Web Site dengan Kode Indonesia	II-9
Tabel 2.9 Perkembangan Jumlah Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia Berdasarkan Lapangan Usaha (1992 & 1996)	II-11
Tabel 2.10 Nilai Ekspor Industri Kecil per Tahun menurut Direktorat Bina Industri Kecil	II-12
Tabel 2.11 Perkembangan Ekspor Komoditas Non Migas Indonesia Tahun 1999 dan 2000	II-12
Tabel 3.1.1 Profil Ukm Eksportir di 8 Kota yang Diwawancara	III-2
Tabel 3.1.2 Respon UKM Eksportir Atas Teknologi Internet Dan Komunikasi di 8 Kota	III-3

DAFTAR GRAFIK

		Hal.
Grafik 3.1.1	Sumber Informasi Bahan Baku Yang Dipakai UKM Ekspor Ekspor	III-4
Grafik 3.1.2	Sumber Informasi Pasar Yang Dipakai Oleh UKM Ekspor	III-5
Grafik 3.1.3	Tempat Sumber Bahan Baku bagi UKM Ekspor Di 8 Kota	III-6
Grafik 3.1.4	Daerah Asal Bahan Baku bagi UKM Ekspor Di 8 Kota	III-6
Grafik 3.1.5	Tempat Tujuan Pemasaran Non Ekspor UKM Ekspor Di 8 Kota	III-7
Grafik 3.2.1	Persentase Kepemilikan dan Pemahaman Internet oleh UKM Ekspor	III-8
Grafik 3.2.2	Pemahaman Kegunaan Dan Tingkat Penggunaan Internet Berdasarkan Cara Ekspor, Besar Omset, Dan Jenis Usaha UKM Ekspor	III-10
Grafik 3.2.3	Pemahaman Manfaat Dan Tingkat Pemakaian Internet Oleh UKM Ekspor Di 8 Kota	III-10
Grafik 3.2.4	Alasan UKM Ekspor Menggunakan Internet	III-11
Grafik 3.2.5	Respon Per Kategori UKM Ekspor Berdasarkan Alasannya Dalam Penggunaan Internet	III-12
Grafik 3.2.6	Perbandingan Alasan UKM Ekspor Dalam Penggunaan Internet Di 8 Kota	III-13
Grafik 3.2.7	Alasan Belum Memiliki Sambungan Internet	III-14
Grafik 3.2.8	Respon Per Kategori UKM Ekspor Berdasarkan Alasannya Tidak Memiliki Sambungan Internet	III-15
Grafik 3.2.9	Aksesibilitas Terhadap Internet Pada UKM_E	III-16
Grafik 3.2.10	Persentase UKM Ekspor Yang Menggunakan Warnet	III-17
Grafik 3.2.11	Persentase Jumlah Pengakses Internet Melalui Warnet Berdasarkan Jenis Kategori UKM Ekspor	III-18
Grafik 3.2.12	Tingkat Pemilikan Situs Web, Rencana Memiliki Situs Web, Dan Manfaat Yang Diperoleh Dengan Memiliki Situs Web Oleh UKM Ekspor	III-19

Grafik 3.2.13	Tingkat Pemilikan Situs Web, Rencana Memiliki Situs Web Dan Manfaat Yang Diperoleh Dengan Memiliki Situs Web Berdasarkan Jenis Usaha UKM Eksportir	III-21
Grafik 3.2.14	Tingkat Pemilikan Situs Web, Rencana Memiliki Situs Web, Dan Manfaat Yang Diperoleh Dengan Memiliki Situs Web Berdasarkan Kota	III-22
Grafik 3.2.15	Pemanfaatan Internet Oleh UKM Eksportir	III-23
Grafik 3.2.16	Pemanfaatan Internet Oleh UKM Eksportir Berdasarkan Jenis Usaha, Besar Omset Dan Cara Ekspor	III-24
Grafik 3.2.17	Pemanfaatan Internet Oleh UKM Eksportir Berdasarkan Kota	III-25
Grafik 3.2.18	Persentase Situs Pemerintah Yang Berkaitan Dengan Ekspor Yang Pernah Dikunjungi Oleh UKM Eksportir	III-26
Grafik 3.2.19	Informasi Bahan Baku Dan Pasar Yang Diperoleh Melalui Internet Oleh UKM Eksportir	III-27
Grafik 3.2.20	Informasi Bahan Baku Dan Pasar Yang Diperoleh Melalui Internet Berdasarkan Jenis Usaha	III-28
Grafik 3.2.21	Informasi Bahan Baku Dan Pasar Yang Diperoleh Oleh UKM Eksportir Melalui Internet Berdasarkan Kota	III-29
Grafik 3.2.22	Kendala Penggunaan Internet	III-30
Grafik 3.2.23	Kendala Menggunakan Internet Berdasarkan Kota	III-31
Grafik 3.3. 1	Pengaruh Perda-Perda Baru Sejak Diterapkannya Otonomi Daerah	III-33
Grafik 3.3. 2	Iklim Usaha Sejak Diberlakukannya Otonomi Daerah	III-34
Grafik 3.3. 3	Perbandingan Respon Jenis Kategori UKM Eksportir Terhadap Perda-Perda Baru	III-35
Grafik 3.3. 4	Respon UKM eksportir atas Kondisi iklim usaha di 8 Kota Sejak Diberlakukannya OTDA	III-36
Grafik 3.3. 5	Kendala Usaha Setelah Otonomi Daerah	III-37
Grafik 3.3. 6	Kendala Usaha Sejak Diberlakukannya Otonomi Daerah Berdasarkan Kategori UKM Eksportir	III-38
Grafik 3.3. 7	Respon UKM Eksportir atas Kebijakan Pemda bagi Kegiatan usaha Sejak OTDA di 8 Kota	III-39
Grafik 3.3. 8	Kecenderungan PEMDA Setelah OTDA berdasarkan Respon UKM Eksportir	III-40

Grafik 3.3. 9	Kecenderungan Kegiatan Pemda Setelah OTDA	III-41
Grafik 3.3. 10	Respon UKM Eksportir Terhadap Penyebab Belum Kondusifnya Lingkungan Usaha	III-42
Grafik 3.3. 11	Perbandingan Respon UKM Eksportir Terhadap Kondisi Infrastruktur Dan Kecenderungan PEMDA Terhadap Kondusifitas Usaha	III-43
Grafik 3.3. 12	Penyebab Belum Kondusifnya Lingkungan Usaha Berdasarkan Pelaksanaan Pendelegasian Wewenang Dan Kemampuan Pemda	III-44
Grafik 3.3. 13	Penyebab Belum Kondusifnya Lingkungan Usaha di 8 Kota	III-45
Grafik 3.3. 14	Peran Pemerintah Pusat Dan Pemerintah Daerah Dalam Menciptakan Kondusifitas Lingkungan Usaha di 8 Kota	III-46
Grafik 3.3. 15	Kendala UKM Eksportir Dalam Melaksanakan Kegiatan Ekspor	III-47
Grafik 3.3. 16	Kendala Perizinan Dan Pungutan Dalam Melaksanakan Ekspor	III-48
Grafik 3.3. 17	Hambatan Non Tarif Domestik Dan Non Tarif Internasional Bagi UKM Eksportir	III-49
Grafik 3.3. 18	Keberadaan UPT Di Wilayah	III-50
Grafik 3.3. 19	Keberadaan UPT Dalam Mengurus Perijinan	III-51
Grafik 3.3. 20	Respon Perlunya UKM Diproteksi Terhadap Pesaing Dari Luar Daerah Berdasarkan Kategori UKM	III-52
Grafik 3.3. 21	Perlu Tidaknya UKM Diproteksi Terhadap Pesaing Dari Luar Daerah berdasarkan Kota	III-53

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi pada beberapa dekade terakhir yang berlangsung sangat cepat telah memberikan perubahan bentuk hubungan sosial, budaya dan ekonomi dunia. Perubahan bentuk hubungan sosial, budaya, dan ekonomi dari penduduk dunia yang kerap disebut sebagai globalisasi. Adapun ciri utama dari globalisasi tersebut adalah semakin teratasinya problematika jarak/ ruang serta waktu sehingga manusia bisa saling berkomunikasi atau mengirim data dengan mudah dan murah. Kemudahan komunikasi ini menjadikan aktivitas sosial dan ekonomi manusia antar lintas negara dan benua menjadi hampir tanpa hambatan, sehingga menciptakan mobilitas manusia yang sangat cepat. Satu realitas yang tidak mungkin terjadi satu dekade sebelumnya.

Lebih dari itu, perkembangan teknologi informasi juga telah menjadikan pengorganisasian data dan informasi dapat dilakukan untuk jumlah yang sangat besar dalam variabel yang sangat banyak pula. Kenyataan ini membawa pada kondisi dimana manusia dapat melakukan pengambilan keputusan dengan lebih akurat, cepat dan tepat. Sebagai sebuah ilustrasi, sebuah perusahaan dapat membuat perencanaan bisnis dengan lebih tepat, karena semua data dan informasi (menyangkut pelanggan, bahan baku, tenaga kerja, kondisi sosial) dapat diolah dengan cepat dan akurat, serta sangat murah. Bahkan pelayanan secara kostumisasi (*tailor services*) dapat dilakukan .

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang demikian cepat ini tidak salah apabila disebut sebagai sebuah revolusi. Dan perkembangan yang demikian

pesat ini telah merubah perilaku ekonomi menjadi sebuah bentuk sebagaimana yang kini sering disebut sebagai *the new economy*.

Suatu hal sangat menarik untuk merefleksikan perubahan-perubahan yang tengah terjadi di dunia ini dengan realitas yang kini juga tengah berlangsung di Indonesia, yaitu krisis ekonomi. Krisis ekonomi telah memberikan sebuah pelajaran pada Bangsa Indonesia bahwa struktur ekonomi yang cacat, tidak seimbang, dikarenakan hanya mengandalkan perusahaan besar yang tidak mampu menyerap sejumlah besar tenaga kerja Indonesia akan membawa petaka. Karenanya struktur ekonomi negara yang harus dibangun adalah struktur yang kokoh, yang mampu memberikan lapangan kerja dan berlandaskan pada kekayaan sumberdaya alam yang dimiliki. Yang kesemuanya dapat dibangun melalui pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM).

Dalam merefleksikan perubahan perekonomian dunia pada realitas usaha di Indonesia itulah, maka kami melakukan sebuah studi yang didasarkan pada survey kepada UKM eksportir. Terutama dalam melihat tingkat pemakaian internet dan komputer dalam menjalankan kegiatan usahanya sebagai eksportir. Studi ini juga melihat perubahan-perubahan yang mungkin terjadi sehubungan dengan mulai diterapkannya UU no 22 dan 25 tahun 1999 tentang desentralisasi atau otonomi daerah dalam ikut mendorong berkembangnya usaha kecil dan menengah masyarakat.

1.2 Tujuan Studi

Tujuan dari studi ini adalah untuk mendapatkan informasi tentang :

1. Tingkat pemakaian komputer oleh eksportir
2. Tingkat pemakaian internet oleh eksportir
3. Derajat pemakaian internet oleh para usaha kecil menengah eksportir
4. Dampak desentralisasi atau otonomi daerah pada penciptaan iklim usaha yang kondusif bagi usaha kecil dan menengah

1.3 Metodologi

Studi ini dilakukan untuk menggambarkan atau memotret bagaimana usaha kecil dan menengah eksportir dalam menggunakan komputer dan internet dalam mendukung kegiatan usaha ekspor. Karena hanya menggambarkan atau memotret, maka studi ini tidak dapat digunakan untuk menjawab keseluruhan pertanyaan yang menginginkan informasi yang pasti tentang jumlah, jenis usaha, dan skala usaha dari usaha kecil dan menengah eksportir dalam menggunakan komputer dan internet.

Namun demikian gambaran atau potret yang diperoleh melalui studi ini dapat dijadikan pendoman yang mencukupi untuk dapat memberikan informasi dan dasar dalam penyusunan kebijakan yang berkaitan dengan pengembangan kinerja ekspor oleh usaha kecil dan menengah serta bagaimana kebijakan tentang pengembangan teknologi informasi dan komunikasi sebagai salah satu infrastruktur utama dalam kegiatan usaha.

Metode yang dipergunakan dalam studi ini adalah analisis deskriptif dari data primer yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan para eksportir dan data sekunder yang tersedia di daerah tempat studi dilaksanakan. Adapun manipulasi atau pengolahan data yang diperoleh dalam survey dilakukan dengan melakukan tabulasi silang (*cross tabulation*) dari frekuensi jawaban responden (usaha kecil dan menengah eksportir) atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan melalui kuesioner terstruktur.

Kegiatan studi ini dilakukan di 8 kota besar di Indonesia, yaitu Medan, Lampung, Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Denpasar, dan Makasar. Kesemuanya merupakan ibukota propinsi dan selama ini merupakan kota di Indonesia yang kinerja ekspornya tinggi, dan telah memiliki sambungan internet. Pada masing-masing kota ini usaha kecil dan menengah eksportir yang diwawancara masing-masing sebanyak rata-rata 50 perusahaan dengan sebaran yang juga merata atas

semua jenis usaha yang ada, yaitu pertanian, industri manufaktur, perdagangan, dan jasa lainnya.

Selain melakukan kajian tentang tingkat penggunaan komputer dan internet oleh pengusaha kecil dan menengah eksportir, studi ini juga melihat dampak dari pelaksanaan otonomi daerah atau desentralisasi yang diterapkan sejak 1 Januari 2001. Untuk melakukan analisis yang berkaitan dengan dampak pelaksanaan otonomi daerah ini dikumpulkan informasi dari para pengusaha kecil dan menengah, yaitu bagaimana persepsi mereka tentang pelaksanaan otonomi daerah. Analisis yang dilakukan tentang dampak otonomi daerah terhadap UKM eksportir ini juga dilakukan dengan menggunakan tabulasi silang dari frekuensi jawaban atas kuesioner yang diajukan.

BAB 2

PERKEMBANGAN INTERNET, USAHA KECIL MENENGAH DAN OTONOMI DAERAH DI INDONESIA

2.1. Perkembangan Internet dan teknologi Komunikasi

Awal mulanya internet merupakan sebuah teknologi yang dikembangkan untuk kepentingan pertahanan militer di markas militer Pentagon Amerika Serikat. Dalam perkembangannya, teknologi internet bisa dipergunakan oleh masyarakat dunia secara lebih luas, sebagaimana saat ini tengah berkembang. Dan melalui internet inilah, teknologi komputer dapat berkembang dengan lebih pesat lagi. Komputer yang pada masa sebelum internet berkembang seperti saat ini hanyalah menjadi mesin pengolah kata dan angka yang berdiri sendiri atau mengelompok dalam satu jaringan lokal. Dengan kehadiran teknologi internet menjadi sebuah jaringan sangat luas menjangkau ke segenap penjuru seluruh dunia dengan kemampuan komunikasi yang luas pula (teks, suara, dan gambar).

Melalui jaringan yang sangat luas ini pemakai komputer yang telah terhubung ke jaringan internet dapat melakukan tukar menukar data dan informasi tanpa terkendala oleh jarak lagi. Syarat yang diperlukan untuk terhubung dengan jaringan super luas ini hanyalah adanya jaringan telepon atau satelit dan keberadaan internet service provider (ISP), sebagai penyedia jasa penghubung antara jaringan telepon dengan jaringan utama internet dunia.

Jumlah komputer yang terhubung dengan internet inipun pada akhirnya mengalami perkembangan yang sangat pesat, terutama setelah merasakan manfaatnya, khususnya di negara-negara maju. Hal ini dikarenakan oleh berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari jaringan yang sangat luas tersebut yaitu dimungkinkannya saling tukar data digital dengan biaya yang sangat murah,

melalui sebuah protokol pengiriman file yang disebut dengan file transfer protocol (FTP). Pengiriman data digital ini kemudian menjadikan kegiatan surat menyurat dokumen yang dilakukan dengan menggunakan mesin faximili mulai dialihkan untuk menggunakan email (*electronic mail*) dengan alasan kepraktisan (cepat dan dapat diolah lebih lanjut) dan biaya yang rendah.

Perkembangan teknologi internet ini kemudian terus berkembang sampai kemudian muncul HTML (*hyper text markup language*). Dengan HTML inilah dapat dibangun web sites (*situs world wide web*) yang memungkinkan setiap orang untuk membangun sebuah etalase maya, yang dapat menampilkan informasi untuk dapat dilihat dan diakses dari manapun di berbagai penjuru dunia. Melalui situs web ini informasi yang ditampilkan dapat dilihat dari mana saja, sehingga upaya untuk mendapatkan informasi yang sebelumnya harus dilakukan dengan melakukan kunjungan langsung, kini dapat dilakukan secara maya, virtual. Bagian paling penting dari adanya situs web ini adalah dipakainya internet sebagai media informasi dan promosi oleh perusahaan ataupun perorangan. Bahkan perkembangan lebih lanjut, telah dimungkinkan untuk melakukan transaksi *on-line* dengan menggunakan internet.

Perkembangan internet dalam periode terakhir tidak saja dinikmati oleh negara-negara maju namun juga negara-negara berkembang. Sebuah analisis yang didasarkan melalui sebuah survey oleh *Data Quest* bahkan memperkirakan kawasan Asia Pasifik, termasuk Jepang di tahun 2003 akan merupakan kawasan dengan pemakai internet terbesar di dunia yaitu sebanyak 183,3 juta pelanggan. Jumlah ini tentu saja melampaui negara-negara maju seperti Amerika Serikat yang memiliki 162,8 juta pelanggan dan Eropa Barat sebanyak 162,2 juta pelanggan.

Sementara itu untuk tingkat nilai belanja teknologi informasi, di tahun 1998 total belanja untuk teknologi informasi adalah US\$ 274,3 juta. Dan nilai ini meningkat menjadi US\$ 638,4 juta di tahun 1999. Sedangkan di tahun 2000 sebanyak US\$

772,9 juta dan diperkirakan pada tahun 2001 sebanyak US\$ 982,4 juta, dan tahun 2002 sebanyak 1,2 milyar US\$.

2.2. Perkembangan Internet dan Teknologi Komunikasi di Indonesia

Perkembangan Komputer dan Internet

Di Indonesia, pengguna internet berdasarkan cara mengaksesnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu pelanggan internet melalui ISP dan bukan pelanggan ISP. Pelanggan internet melalui ISP adalah pengguna yang mengakses internet dengan menjadi pelanggan tetap. Sedangkan yang bukan pelanggan ISP adalah mereka yang mengakses internet melalui kantor, warung internet/ warnet (internet kiosk/ internet café). Berdasarkan sebuah studi yang pernah dilakukan, sebagian besar pengguna internet di Indonesia mengakses internet melalui warnet.

Besarnya jumlah pengakses internet melalui warnet ini dibanding dengan melalui jasa ISP ini wajar terjadi karena sebagian besar masyarakat menganggap bahwa memiliki komputer masih merupakan barang mewah atau mahal, terlebih saat krisis ekonomi sebagaimana saat ini tengah terjadi. Terlebih pengaksesan internet secara pribadi (melalui ISP) biayanya (untuk pulsa telepon dan sambungan ke ISP) jauh lebih mahal bila dibandingkan dengan biaya sewa melalui warnet. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh situs natnit.net (www.natnit.net) jumlah warnet yang ada saat ini sebanyak 1.151 buah. Jumlah ini tentunya saat ini telah bertambah lebih banyak lagi. Untuk lebih jelasnya mengenai jumlah pelanggan dan pemakain internet dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel. 2.1. Pelanggan dan Pengguna Internet (1996 – 2001)

Tahun	Pelanggan (orang)	Pengguna (orang)	Keterangan
1996	31.000	110.000	
1997	75.000	384.000	
1998	134.000	512.000	
1999	256.000	1.000.000	Perkiraan
2000	384.000	1.450.000	Perkiraan
2001	511.000	1.980.000	Perkiraan

Sumber : apjii.or.id

Meski saat ini untuk berlangganan internet masih dirasakan mahal, yang pasti dengan semakin banyaknya jumlah perusahaan yang menyediakan layanan internet (ISP) di sebagian kota besar di Indonesia, maka kompetisi dari perusahaan-perusahaan tersebut untuk memberikan harga yang lebih murah menjadi sangat mungkin. Kondisi yang memungkinkan adanya persaingan ini tentunya akan menguntungkan konsumen. Saat ini telah ada 147 ijin yang diberikan untuk melakukan usaha penyediaan pelayanan internet (ISP). Sementara itu jumlah ISP yang telah beroperasi sebanyak 55 buah perusahaan. Dari 55 perusahaan yang telah beroperasi tersebut dari data APJII (asosiasi pengusaha jasa internet Indonesia) pada bulan Februari 2001, 10 ISP merupakan pilihan bagi 80% pelanggan dan 4 ISP merupakan perusahaan terbesar yang menjadi pilihan dari 49% pelanggan yang ada. Kesepuluh ISP utama tersebut masing-masing adalah: Idola (www.idola.net.id), Centrin (www.centrin.net.id), CBN (www.cbn.net.id), Dnet (www.dnet.net.id), Indonet (www.indo.net.id), Indosat (www.indosat.net.id), Meganet (www.mega.net.id), Wasantara (www.wasantara.net.id), RadNet (www.rad.net.id), dan Telkomnet (www.telkom.net.id). dari kesepuluh ISP tersebut Wasantara merupakan ISP dengan jaringan pelayanan paling luas yaitu 133 kota dan kabupaten di Indonesia. Sementara Telkomnet menjangkau 125 kota dan kabupaten. Adapun pelayanan yang dapat diberikan oleh ISP yang ada tersebut meliputi e-mail, browsing, file transfer protocol (FTP), internet relay chat (IRC), cyber café, web hosting, dan desain halaman web. Jumlah pelanggan dari beberapa ISP besar dapat dilihat pada Tabel 2.2.

Tabel. 2.2. Peta Pasar ISP Indonesia Tahun 2000 - 2001

ISP	PELANGGAN (orang)
LinkNet	100.000
TelkomNet	100.000
IndosatNet	41.000
CBN	35.000
IndoNet	15.000*
RadNet	>20.000
Centrin	>20.000
Dnet	>10.000
MegaNet	>10.000
Idola	4.000**

Sumber: APJII Catatan: *) untuk Jakarta saja **) mayoritas perusahaan

Bila dibandingkan dengan negara-negara lainnya di Asia, tingkat pemakaian internet di Indonesia sebenarnya masih jauh tertinggal. Hal ini ditunjukkan oleh kenyataan bahwa dengan jumlah penduduk 210 juta, pemakai internet di Indonesia hanya 2 juta orang atau kurang dari 1 persen. Perbandingan pengguna internet di Indonesia dengan negara-negara lain dapat dilihat pada tabel 2.3.

Tabel. 2.3. Jumlah Pemakaian Internet Per Seratus Jumlah Penduduk di Beberapa negara Asia

Negara	Penetrasi Internet (%)
Singapore	46
South Korea	43
Taiwan	36,4
Hongkong	29,5
China	23
Indonesia	1

Sumber : Indonesia Cyber Industry and Market, 2001.

Total pemakai internet di Asia Pasifik sampai saat ini jumlahnya 25.7 juta orang. Kondisi ini diprediksikan akan menjadi 141 juta pemakai internet sampai dengan 2004, sementara di Indonesia diperkirakan telah mencapai angka 8 juta.

Rendahnya tingkat pemakaian internet saat ini di Indonesia di antaranya disebabkan oleh rendahnya tingkat kepemilikan komputer sebagai alat untuk mengakses Internet. Berdasarkan sebuah studi yang dilakukan oleh *International*

Data Corporation menunjukkan bahwa di beberapa kota besar Indonesia hanya terdapat 5 komputer tiap seratus penduduk. Kepemilikan komputer ini tentu saja semakin lebih rendah lagi di daerah, bahkan di pedesaan belum tentu terdapat 1 komputer sekalipun. Kondisi ini berbeda dengan di negara Malaysia yang saat ini terdapat 8 komputer tiap seratus rumah tangga dan di Philipina terdapat 4 komputer tiap 100 rumah tangga. Rendahnya kepemilikan komputer ini menjadi sangat wajar juga karena jumlah pemakai komputer juga hanya 2,5 juta orang dari 210 juta penduduk.

Perkembangan Telepon di Indonesia

Selain karena rendahnya kepemilikan komputer, faktor yang membuat rendahnya pemakaian internet adalah adanya keterbatasan jumlah sambungan telepon yang ada. Hal ini terkait dengan jumlah kapasitas satuan sambungan telepon (SST) untuk pemakaian pribadi/ individu saat ini 8,46 juta (laporan PT. Telkom triwulan kedua 2000). Dan dari jumlah tersebut yang sudah terpasang mencapai 7,58 juta dan total jumlah pelanggan sebanyak 6,2 juta. Jumlah ini diluar keberadaan telepon umum yang jumlahnya 320.000 buah. Sehingga kondisinya menjadi hanya terdapat 3 telepon setiap 100 orang atau 100 orang menggunakan 3 sambungan telepon (lihat Tabel 2.4). Dari Tabel 2.5. dapat dilihat pula, bahwa dari jumlah pelanggan telepon yang ada tersebut di atas sebagian merupakan pelanggan dari perkantoran.

Tabel 2.4. Profil Sambungan Telepon di Indonesia tahun 2000

Indikator	Telkom Division	KSO Division	Total
Capacity	4.533.167	3.929.204	8.462.371
Installed	4.057.693	3.525.655	7.853.348
Subscribers	3.336.823	2.871.024	6.207.847
Public Phone	202.257	125.675	327.932
Line in Services	3.539.080	2.996.699	6.535.779
New Lines	282.088	173.498	455.586

Sumber: PT Telkom, 2nd quarter 2000

Tabel 2.5. Jumlah Pelanggan Telepon di Indonesia 1989 – 1998 (unit)

Year	Automatic			Manual		
	Paid	Official	Total	Paid	Official	Total
1989	772 220	26 506	798 726	91 594	2 825	94 419
1990	938 109	21 590	959 699	81 543	2 677	84 220
1991	1 209 123	29 308	1 238 431	36 788	1 374	38 162
1992	1 485 273	38 287	1 523 560	17 652	775	18 427
1993	1 791 560	42 079	1 833 639	14 386	653	15 039
1994	2 374 473	57 631	2 432 104	7 196	370	7 566
1995	3 180 196	31 703	3 211 899	2 401	104	2 505
1996	4 073 395	37 830	4 111 225	1 277	31	1 308
1997	4 814 715	40 453	4 855 168	1 027	9	1 036
1998 *)	4 694 347	40 756	4 735 103	1 036	9	1 045

Source : Head Office of State Owned Telecommunication Company *) Preliminary figures

Dari sisi pemakaian telepon, sebagian besar para pemakai telepon di Indonesia menggunakannya untuk komunikasi lokal. Jumlah pemakai interlokal ataupun internasional sangat kecil nilai pemakaiannya, karena biayanya masih dirasakan sangat mahal. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2.6.

Tabel 2.6. Konsumsi Pemakaian Telepon di Indonesia, 1988 - 1998

Tahun	Lokal dan SLJJI (000 pulsa)	SLJJ Manual (Minutes)	SLI (Minutes)
1988	7 581 860 217	74 297 000	43 155 638
1989	8 427 075 334	76 292 736	53 840 262
1990	10 299 917 001	76 949 704	79 794 510
1991	10 450 843 000	64 866 011	100 027 184
1992	13 221 221 874	54 084 996	126 619 194
1993	17 903 782 625	44 912 312	154 421 373
1994	23 419 310 861	56 329 112	182 504 834
1995	28 256 363 867	51 062 345	206 580 852
1996	43 459 415	26 168 457	240 448 265
1997	50 721 104	24 908 004	298 100 000
1998 *)	46 156 205	22 417 204	305 552 500

Source : Head Office of State Owned Telecommunication Company *) Preliminary figures

Infrastruktur komunikasi utama digital berupa telepon di Indonesia kondisinya sangat jauh tertinggal bila dibandingkan dengan negara-negara lain, bahkan di negara tetangga yang berada di Asia sekalipun. Meski masuknya teknologi

telepon selular tengah menjadi trend saat ini di beberapa kota besar di Indonesia, kondisinya juga masih tertinggal bila dibandingkan dengan negara-negara lainnya. Perbandingan kondisi telepon di Indonesia dan di negara Malaysia dan Thailand sangat jauh, karena di Malaysia dan Thailand telah ada 20 telepon dan 8-9 telepon per seratus orang. Perbandingan kondisi penggunaan telepon di Indonesia dan beberapa negara lainnya dapat dilihat pada Tabel 2.7.

Tabel 2.7. Tingkat Penggunaan Telepon di Beberapa Negara Tahun 1999

Negara	Jumlah sambungan telepon		Telepon bergerak per 1000 orang	Telekomunikasi Internasional	
	Per 1000 orang	Di kota besar per 1000 orang		Lama panggilan Keluar per pelanggan (menit)	Biaya Percakapan ke US per tiga menit
China	86	294	34	18	6.70
Hongkong	576	576	636	703	2.60
Korea Selatan	438	521	500	43	1.80
Jepang	558	814	49	28	2.10
Singapura	482	182	419	719	1.70
India	27	131	2	18	4.20
Philipina	39	146	38	45	4.80
Thailand	86	371	38	57	2.50
Malaysia	203	282	137	156	2.80
Indonesia	29	163	11	41	4.20
Amerika Serikat	664		312	155	

Sumber: World Bank

Perkembangan Situs Web di Indonesia

Meski ketersediaan jaringan telepon masih menjadi kendala bagi perkembangan internet, perkembangan permintaan alamat web page—menunjukkan jumlah perusahaan atau pribadi yang ingin tampil di internet melalui halaman web—tumbuh dengan pesat, baik untuk alamat Indonesia, maupun alamat internasional. Jumlah alamat internet protokol yang menggunakan alamat Indonesia yang terdaftar pada Indonesia Network Information Center (IDNIC) pada tahun 2000 sebanyak 4265 (jumlah masing-masing klasifikasi terdapat pada tabel di bawah). Dan diperkirakan akan mencapai 8000 buah pada tahun 2001 ini. Sementara permintaan pendaftaran untuk alamat internasional juga sangat tinggi, di mana

saat ini dapat dilayani oleh tiga perusahaan yang berafiliasi secara internasional masing-masing untuk .com, .org, dan .net.

Tabel 2.8. Jumlah Alamat Web Sites dengan Kode Indonesia

Domain	Numbers
co.id	2.159
web.id	723
or.id	693
sch.id	532
ac.id	78
net.id	48
war.net.id	31
mil.net	1
Total	4265

Sumber : Indonesia Cyber Industry and Market, 2001.

2.3. Usaha Kecil Menengah Eksportir di Indonesia

Pembangunan ekonomi Indonesia selama kurun waktu yang lama harus diakui lebih digerakkan oleh sejumlah kecil perusahaan-perusahaan besar yang tidak mampu menyerap tenaga kerja dari sejumlah besar penduduk. Akibatnya, roda perekonomian dari bangsa yang besar ini hanya berputar bagi sebagian kecil perusahaan yang ada tersebut. Sementara sebagian besar dari rakyat mendapatkan bagian kecil kue ekonomi yang ada. Sehingga ketidakadilan dan kesenjangan, serta kemiskinan tanpa bisa dihentikan menjadi kenyataan yang jelas terlihat.

Modernitas dan pertumbuhan ekonomilah yang selalu menjadikan alasan kuat proses pembangunan oleh kelompok yang kuat tersebut. Hanya saja logika pertumbuhan tersebut kandas tatkala krisis ekonomi menjadi buah dari pembangunan yang tidak adil ini, seperti yang saat ini sedang terjadi. Proses pemerataan pembangunan yang disebut *trickle down effect* (tetesan aliran ekonomi ke bawah) bukan hanya tidak terjadi, bahkan kue ekonomi yang terlanjur dinikmati sebagian kecil kelompok elit dipergunakan untuk membungkam, mematahkan, dan menghambat perkembangan usaha kecil dan menengah melalui berbagai upaya, seperti alokasi kredit yang kecil serta hambatan perkembangan

usaha kecil melalui praktek monopoli. Naifnya lagi, perusahaan-perusahaan besar yang bermasalah (utang yang tidak terlunasi, pengusaha yang menjarah aset rakyat) yang membuat perekonomian secara nasional hancur, sampai saat ini belum juga bisa diadili atau dihukum.

Pasca krisis ekonomi, upaya untuk membangun struktur ekonomi yang lebih baik menjadi sebuah keharusan untuk segera dimulai. Struktur ekonomi yang baik tersebut tidak bisa tidak adalah sebuah struktur pembangunan yang ditopang oleh seluruh kekuatan ekonomi rakyat. Dan itu hanya dimungkinkan apabila kekuatan usaha kecil dan menengah dipacu perkembangannya.

UKM sejak periode krisis berlangsung sering disebut sebagai salah satu bagian dari penopang perekonomian nasional yang mampu bertahan dan menyesuaikan diri terhadap badai krisis dibandingkan dengan usaha besar. Selain dari sisi kebutuhan kapital yang relatif kecil, menyerap tenaga kerja utama dalam menyerap tenaga kerja baru. Kesulitan dalam menggerakkan investasi asing yang kini tengah terjadi harus disiasati dengan mengembangkan usaha kecil dan menengah karena tidak membutuhkan banyak kapital.

Demikian halnya dengan kesempatan kerja yang dapat diciptakan oleh usaha kecil menengah ini sangat besar jumlahnya, sangat dibutuhkan untuk menampung pangangguran dari usaha besar yang kolaps. Jumlah usaha kecil yang 39 juta unit (BPS, 1999) adalah jumlah yang sangat kecil dan harus dikembangkan. Demikian halnya dengan usaha menengah, usaha yang memiliki omset antara 1 –50 milyar rupiah dalam satu tahun, harus dikembangkan supaya bisa menjadi besar. Perkembangan jumlah usaha kecil dan Menengah dapat dilihat pada Tabel 2.9.

Tabel 2.9. Perkembangan Jumlah Usaha Kecil dan Menengah Di Indonesia Berdasarkan Lapangan Usaha (1992 Dan 1996)

Sektor	1992	1996
Perkembangan Jumlah Usaha Kecil		
Pertanian	21,298,843.00	22,533,931.00
Pertambangan, Pengggalian, Gas Dan Air	104,242.00	204,903.00
Industri Pengolahan	2,484,948.00	2,747,670.00
Perdagangan/ Rumah	5,825,602.00	9,433,849.00
Makanan/Hotel/Jasa	3,729,265.00	3,974,909.00
Jumlah	33,442,900.00	38,895,262.00
Jumlah Usaha Menengah		
Pertanian	1,247.00	1,690.00
Pertambangan, Pengggalian, Gas Dan Air	128.00	800.00
Industri Pengolahan	5,221.00	10,945.00
Perdagangan/ Rumah	8,251.00	13,302.00
Makanan/Hotel/Jasa	1,546.00	14,436.00
Jumlah	16,393.00	41,173.00

Sumber : The Asia Foundation, ISEI, dan PERHEPI; 2000

Pada tahun 1994 jumlah UKM di Indonesia terdapat lebih dari 33 juta unit usaha yang merupakan 99,8 persen dari jumlah unit usaha yang ada di Indonesia. Sayangnya jumlah usaha kecil menengah sebanyak itu tidak memberikan kontribusi yang sepadan dalam pembentukan produk domestik bruto (PDB), karena hanya memberikan kontribusi sebanyak 38,9 persen. Bila dilihat perannya dalam kinerja ekspor pada tahun yang sama, kontribusi UKM dalam ekspor hanya 11,1 persen dari total ekspor non migas. Kondisi ini akan semakin lebih kecil apabila dilihat dari kinerja keseluruhan ekspor (Ekspor migas dan non migas), yaitu hanya 6,2 persen. Perkembangan nilai ekspor dari usaha kecil dan menengah dalam beberapa tahun dapat dilihat pada Tabel 2.10. Sementara itu perkembangan total ekspor non migas Indonesia tahun 1999 dan 2000 dapat dilihat pada tabel 2.11.

Tabel 2.10. Nilai Ekspor Industri Kecil Per Tahun menurut Direktorat Bina Industri Kecil

TAHUN	NILAI (US\$)
1995	2.160.097.846
1996	2.503.179.708
1997	2.522.277.606
1998	3.646.011.610

Sumber: Direktorat Bina Industri Kecil, Deperindag R.I.

Tabel. 2.11. Perkembangan Ekpor Komoditas Non Migas Indonesia Tahun 1999 dan 2000

No.	Sektor	Nilai FOB (Juta USD)		Pertumbuhan (%)	
		1999	2000	ABSOLUT	%
I.	Agricultural Products	2.901.4	2.709.1	-192.3	-6.6
1.	Coffee	458.3	311.8	-146.5	-32.0
2.	Shrimo	887.6	1.003.3	115.7	13.0
3.	Snices	273.4	314.3	40.9	15.0
4.	Tea	92.0	108.1	16.1	17.5
5.	Fish and Other Related	441.0	364.2	-76.8	-17.4
6.	Cocoa	296.7	235.7	-61.0	-20.6
7.	Tobacco	79.1	63.6	-15.5	-19.7
8.	Others	373.3	308.1	-65.1	-17.5
II.	Industrial Products	33.332.4	42.002.9	8.670.6	26.0
1.	Plwood	2.256.3	1.988.9	-267.4	-11.8
2.	Garments	3.817.9	4.702.6	884.7	23.2
3.	Processed Rubber	1.236.2	1.319.9	83.6	6.8
4.	Furniture & Parts	1.230.6	1.508.5	277.9	22.6
5.	Tulle and Lace	1.477.3	1.720.3	243.0	16.4
6.	Base Metal Goods	1.898.9	2.367.0	468.1	24.6
7.	Electrical Appliance	1.692.1	3.161.9	1.469.7	86.9
8.	Audio Visual	1.458.0	3.258.0	1.800.0	123.4
9.	Fertilizer	186.9	211.5	24.6	13.2
10.	Palm Oil	1.114.2	1.087.3	-27.0	-2.4
11.	Footwear	1.601.8	1.672.1	70.3	4.4
12.	Processed Food	958.3	955.4	-2.9	-0.3
13.	Others	14.403.9	18.049.5	3.645.6	25.3
III.	Minina Products	2.634.5	3.080.8	406.3	15.4
1.	Conner Ore	1.230.6	1.621.0	390.4	31.7
2.	Coal	1.303.7	1.276.5	-27.2	-2.1
3.	Nickel Ore	18.9	42.2	23.3	123.7
4.	Natural Sands	23.1	31.0	7.9	34.0
5.	Bauxite	9.8	12.6	2.7	27.6
6.	Others	48.4	57.5	9.1	18.8
IV.	Other Sectors	4.9	4.5	-0.4	-6.7

Sumber : Deperindag (2000)

Apabila dibandingkan dengan kondisi UKM yang terdapat di beberapa negara tetangga, kondisi UKM yang terjadi di Indonesia sangat tertinggal, dimana UKM di beberapa negara tetangga mampu memberikan kontribusi yang cukup signifikan dalam ekspornya, seperti Taiwan (65%), Cina (50%), Thailand (50%), Vietnam (20%), Hongkong (17%), dan Singapura (17%) (Sanjaya, AAB, 1998).

Kecilnya peran UKM dalam ekspor menunjukkan bahwa UKM masih mengandalkan permintaan pasar yang ada di dalam negeri. Masih besarnya orientasi pasar ke dalam negeri dari UKM ini tetap diperlukan, karena memang UKM bagaimanapun menjadi tumpuan ekonomi dalam penyerapan tenaga kerja. Seperti sektor agroindustri yang pangan yang saat ini didominasi oleh UKM (99 persen) dan mampu menyerap tenaga kerja 3, 86 juta jiwa. Hanya saja, sejalan dengan perubahan waktu orientasi pasar UKM juga harus di dorong untuk ikut dalam perdagangan dunia (ekspor), dengan berbagai peningkatan dalam memberikan nilai tambah dari produk yang dihasilkan.

Era liberalisasi perdagangan dunia yang saat ini sedang dimulai baik untuk kawasan ASEAN (AFTA) maupun internasional tidak bisa tidak menjadi dorongan bagi perubahan orientasi pasar usaha kecil dan menengah dari orientasi pasar di dalam negeri menjadi perdagangan luar negeri atau ekspor. Liberalisasi perdagangan yang terjadi, berkurangnya hambatan atau proteksi dalam perdagangan internasional harus bisa dimanfaatkan untuk memperluas pasar yang seluas-luasnya.

2.4. Otonomi Daerah

Pembangunan ekonomi Indonesia yang selama ini telah berjalan kurang lebih 30 tahun pada akhirnya menghasilkan sebuah realitas yang sebenarnya tidak diinginkan dari tujuan pembangunan itu sendiri. Tujuan pembangunan untuk mensejahterakan sebesar-besarnya rakyat tidak dapat dicapai bahkan yang diperoleh adalah keterpurukan ekonomi sebagaimana kini tengah berlangsung. Demikian pula dengan harapan bagi berlangsungnya kehidupan sosial yang penuh dengan kedamaian dalam proses pembangunan dirasakan semakin sulit terwujud, apabila sistem kehidupan berbangsa yang berlangsung tidak berubah. Berangkat dari kenyataan yang demikian ini, maka gagasan otonomi daerah dan federalisasi menjadi wacana utama nasional diakhir pemerintahan Orde Baru.

Gagasan tentang desentralisasi ini kemudian diwujudkan dalam bentuk UU No. 22 dan 25 tahun 1999 yang mengatur tentang pembagian kekuasaan pusat dan daerah dan pembagian kewenangan keuangan/ fiskal. Dan undang-undang ini secara resmi dilaksanakan pada tanggal 1 Januari 2001.

Hal utama yang hendak dicapai dari pelaksanaan kedua UU tersebut adalah adanya distribusi dana pembangunan yang selama ini berada dan ditentukan pembagian atau alokasinya, menjadi merata di seluruh tanah air. Sehingga mampu meningkatkan pelayanan pemerintah kepada masyarakat yang dapat mendorong kegiatan ekonomi masyarakat, serta yang utama adalah pembangunan benar-benar memberikan manfaat nyata bagi rakyat karena proses perencanaannya lebih dekat kepada rakyat.

Sayangnya, pelaksanaan otonomi daerah berlangsung pada saat kehidupan nasional berlangsung dalam ketidak pastian politik. Sehingga tujuan utama otonomi daerah saling bertumpang tindih dengan agenda politik baik di tingkat pusat maupun daerah itu sendiri. Karenanya desentralisasi/ otonomi kemudian menghasilkan menghasilkan dampak berupa kenyataan munculnya ancaman dis-integrasi (keinginan untuk merdeka) di beberapa daerah, munculnya penyikapan desentralisasi sebagai semangat kedaerahan yang sangat kuat yang agak menafikkan kerjasama antar daerah yang seharusnya justru ditingkatkan. Termasuk penafsiran desentralisasi fiskal sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan asli daerah.

Yang jelas nampak saat ini, setelah otonomi berlangsung selama hampir satu tahun, tanda-tanda meningkatnya pelayanan kepada publik belum ada, juga signifikansi pertumbuhan ekonomi daerah belum ada. Realitas yang nampak dari desentralisasi di pemerintah daerah adalah restrukturisasi di struktur pemerintahan (apakah ini dikarenakan oleh pengaruh eforia demokrasi yang memungkinkan adanya jabatan-jabatan baru agak sulit untuk dipastikan).

Pada beberapa daerah yang selama ini tertinggal desentralisasi juga menjadi ancaman, karena kecilnya dana pembangunan yang dimiliki—baik melalui pembagian dana alokasi khusus dan perolehan pendapatan asli daerah. Padahal pada wilayah-wilayah yang tertinggal ini seharusnya dana pembangunan yang tersedia juga besar guna mengejar ketertinggalan pembangunan dibanding dengan wilayah lainnya. Dan menjadi sangat menyedihkan apabila kecilnya dana pembangunan di daerah pada era otonomi, terjadi pada saat yang bersamaan dengan kondisi semakin menipisnya sumberdaya alam di daerah dan rusaknya keadaan lingkungan karena proses ekstraksi yang dilakukan pada periode pembangunan sebelumnya.

BAB 3

PEMBAHASAN

3.1. Profil Responden UKM Eksportir

Interview yang dilakukan kepada para UKM eksportir dalam studi ini diarahkan kepada para pengusaha kecil dan menengah yang telah melakukan kegiatan ekspor, utamanya yang melakukan kegiatan ekspor dengan melakukannya sendiri (*direct exporters*) dan telah menggunakan internet. Jumlah responden keseluruhan dalam penelitian ini sejumlah 417 pengusaha eksportir yang tersebar di delapan kota besar di Indonesia dengan perincian jumlah responden setiap kota sebagai berikut: Medan (53), Lampung (50), Jakarta (63), Bandung (50), Yogyakarta (50), Surabaya (50), Denpasar (51), dan Makasar (50).

Dilihat dari jenis perusahaannya, jumlah responden yang paling banyak adalah dari jenis usaha manufaktur atau industri (51,8%) dan perdagangan (38,3%). Sedangkan dari sisi jumlah karyawan yang dipekerjakan, UKM eksportir yang paling banyak diwawancarai adalah eksportir dengan jumlah karyawan 7 – 50 orang (42%). Jenis perusahaan dengan jumlah karyawan lebih dalam seratus yang disurvei jumlahnya sangat kecil. Kondisi ini menunjukkan bahwa kegiatan ekspor tidak selalu dapat dilakukakan oleh perusahaan besar, perusahaan kecil ternyata mampu juga melakukan kegiatan ekspor. Demikian pula halnya apabila dilihat dari omset penjualan perusahaan pertahunnya (dalam studi ini tahun 2000), perusahaan dengan omset pertahun di bawah 200 juta rupiah dan di bawah satu miliar merupakan jumlah yang sangat besar, setidaknya apabila dibandingkan dengan perusahaan yang beromset lebih dari satu miliar.

Hampir seluruh responden dalam survey ini juga teridentifikasi sebagai perusahaan dengan kepemilikan pribadi atau perusahaan nasional. Selain itu, persentase perusahaan eksportir langsung (*direct exporters*) jumlahnya lebih besar

dibandingkan dengan perusahaan yang melakukan ekspor secara tidak langsung. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.1.1.

Tabel 3.1.1 Kondisi UKM Eksportir di 8 Kota yang Diwawancara

Uraian		Jumlah	Persentase (%)
Jenis Usaha	Industri/Manufaktur	216	51,8
	Pertanian	38	9,1
	Perdagangan	160	38,3
	Tidak menjawab	3	0,7
	Total	417	100
Jumlah karyawan	1 – 6 orang	54	12,9
	7 – 50 orang	176	42,2
	51 – 100 orang	64	15,3
	101 – 200 orang	49	11,8
	201 – 499 orang	35	8,4
	>500 orang	11	2,6
	Tidak menjawab	28	6,7
	Total	417	100
Status Perusahaan	PT	217	52
	CV	99	23,7
	Koperasi	7	1,7
	UD dan lainnya	91	21,8
	Tidak menjawab	3	0,7
	Total	417	100
Kepemilikan perusahaan	Pribadi/Nasional	365	87,5
	Asing	9	2,2
	Patungan	30	7,2
	Tidak menjawab	13	3,1
	Total	417	100
Nilai Penjualan Kotor Tahun lalu (2000)	< 200 Juta	127	30,5
	200 - 1 mill	131	31,4
	1 - 10 mill	61	14,6
	> 10 mill	26	6,2
	Tidak menjawab	72	17,3
	Total	417	100
Cara Ekspor	Expор langsung	310	74,3
	Expор tak langsung	102	24,5
	Tidak menjawab	5	1,2
	Total	417	100

Adapun kondisi penggunaan internet dan teknologi komunikasi oleh UKM eksportir di delapan kota di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 3.1.2. dari tabel tersebut dapat diidentifikasi beberapa hal: *Pertama*, hampir semua UKM eksportir telah menggunakan komputer (84,7%) dengan tingkat kepemilikan komputer

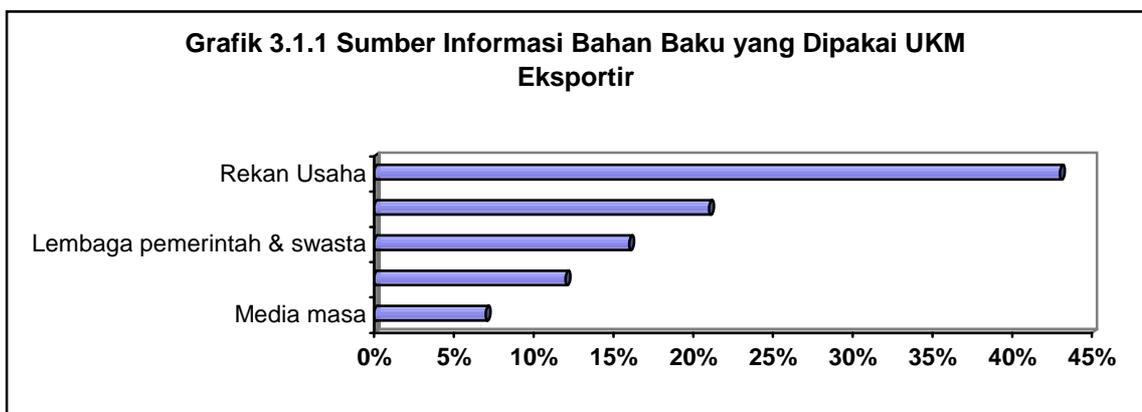
sebanyak 1-5 buah, yaitu 60,9% dan 6-10 buah komputer sebanyak 15,1%. Sebagian besar UKM eksportir (57,3%) juga memberikan keterangan bahwa sampai saat ini mereka menggunakan jaringan komputer (*local area network, LAN*). Hal ini dikarenakan jumlah kepemilikan komputer secara umum adalah 1-5 buah sehingga memang tidak terlalu penting untuk dihubungkan ke dalam sebuah jaringan. *Kedua*, jumlah kepemilikan sambungan telepon dari pengusaha kecil menengah eksportir ini paling banyak adalah 1-3 buah sambungan (74,6%), sementara yang memiliki 4-7 sambungan jumlahnya 10,7%.

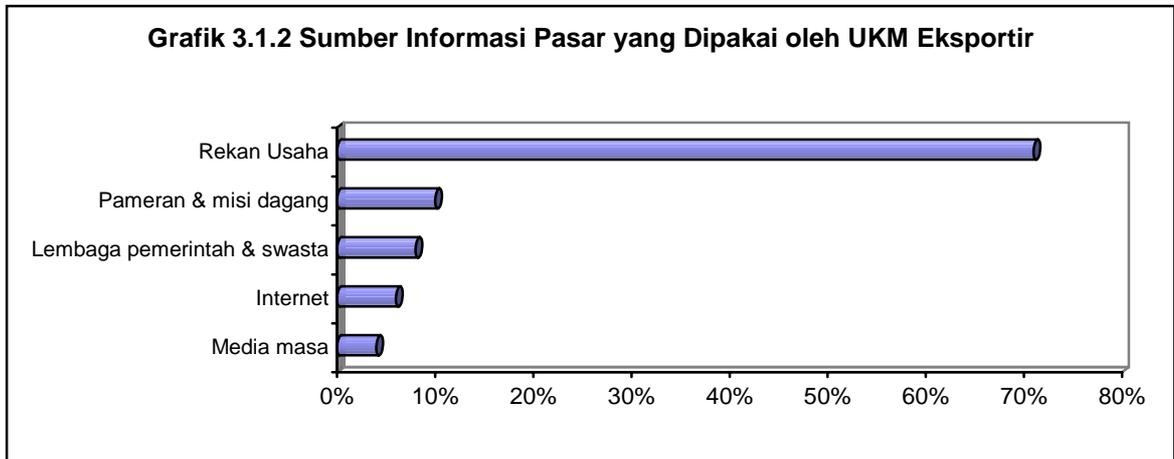
Tabel 3.1.2 Respon UKM Eksportir di 8 Kota atas Teknologi Internet dan Komunikasi

Uraian		Jumlah	Persentase (%)
Penggunaan Komputer	Ya	353	84,7
	Tidak	60	14,4
	Tidak menjawab	4	1
	Total	417	100
Jumlah komputer	1 - 5	254	60,9
	6 - 10	63	15,1
	11 - 15	11	2,6
	16-20	6	1,4
	20-25	3	0,7
	>25	8	1,9
	Tidak menjawab	72	17,3
	Total	417	100
Utilitas Komputer	Surat Menyurat	17	4,1
	Administrasi dan manajemen	84	20,1
	Manajemen dan Internet	250	60
	Tidak menjawab	66	15,8
	Total	417	100
Penggunaan LAN	Ya	130	31,2
	Tidak	239	57,3
	Tidak menjawab	48	11,5
	Total	417	100
Jumlah sambungan telepon	1 - 3	311	74,6
	4 - 7	82	19,7
	8 - 11	5	1,2
	>11	7	1,7
	Tidak menjawab	12	2,9
	Total	417	100
	Ada kesulitan dalam menambah telepon	Ya	166
Tidak		231	55,4
Tidak menjawab		20	4,8
Total		417	100
Saluran tilpon untuk koneksi internet	Saluran tilpon khusus untuk internet	94	22,5
	Saluran tilpon untuk internet dan fax	118	28,3
	Tidak menggunakan saluran khusus untuk internet	110	26,4
	Tidak menjawab	95	22,8
	Total	417	100

Namun demikian, terdapat hal yang menggembirakan berkaitan dengan kondisi sambungan telepon ini yaitu 55,4% responden tersebut sudah merasakan tidak mengalami hambatan atau kesulitan apabila mendapatkan sambungan baru. Meski sebanyak 39,8% masih merasakan adanya kesulitan bila menginginkan sambungan baru. Dengan kondisi kepemilikan sambungan telepon yang masih terbatas sebagaimana disebut di atas memang sangat wajar apabila kemudian tidak banyak UKM yang menggunakan sambungan telepon khusus untuk keperluan pemakaian internet.

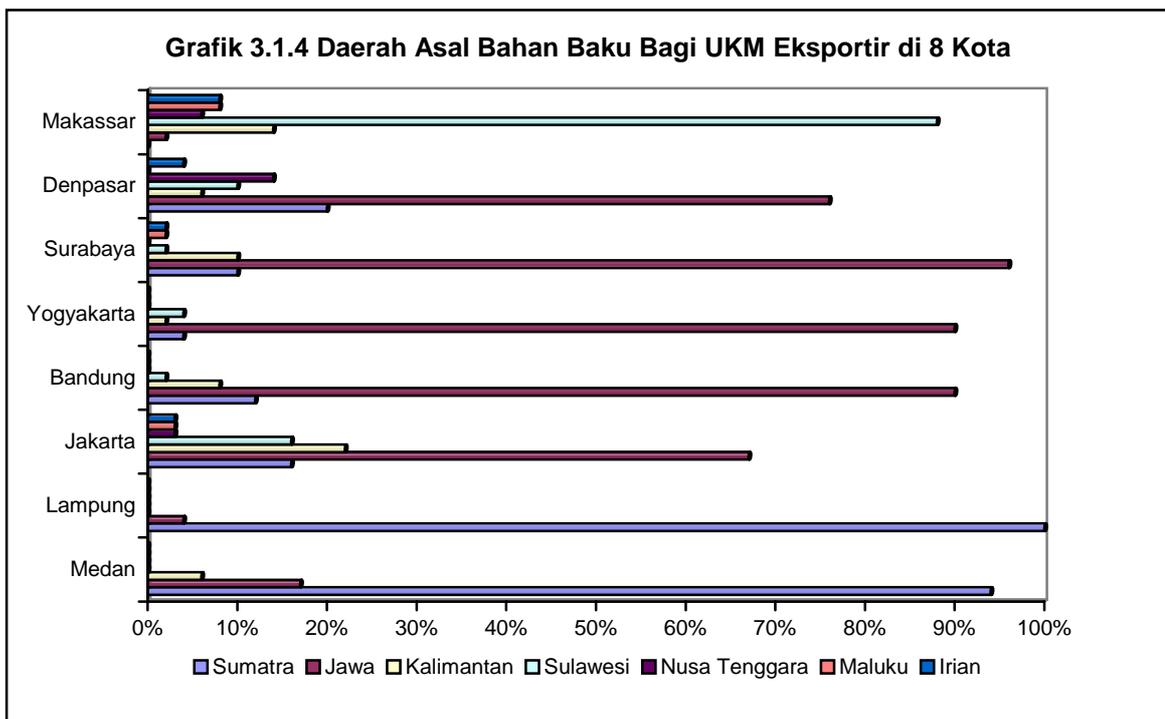
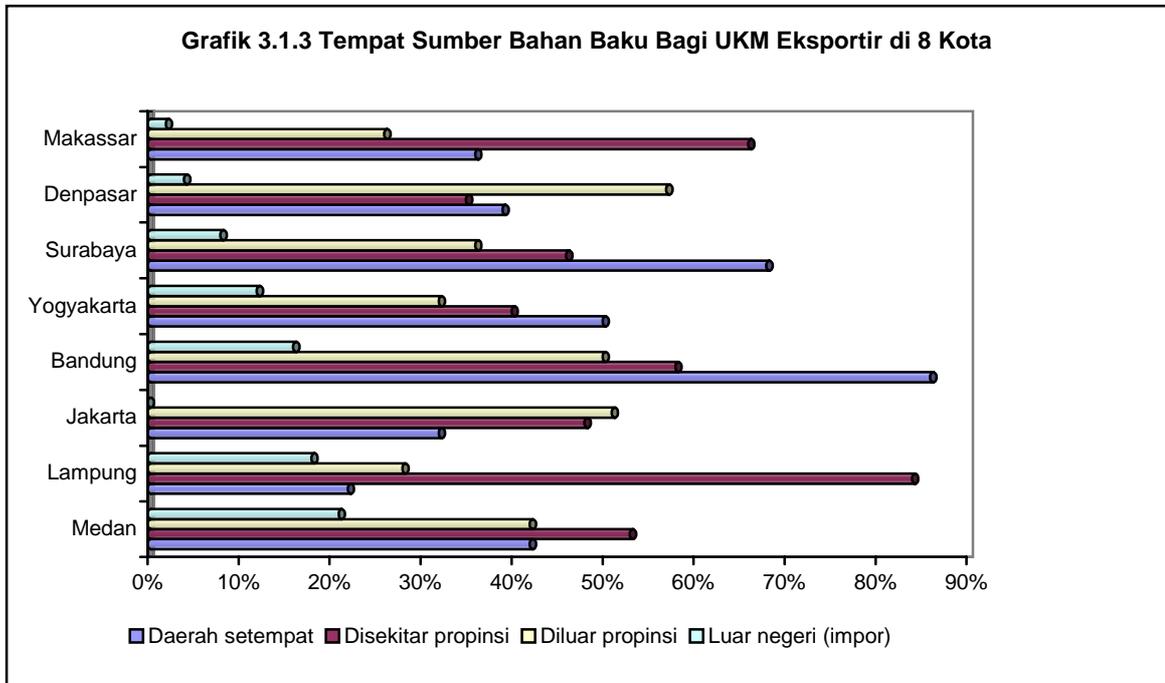
Apabila dilihat dari cara UKM eksportir mendapatkan informasi—informasi bahan baku ataupun pasar--, ternyata sumber informasi yang menjadi pilihan terbanyak para UKM adalah informasi yang berasal dari rekan usahanya. Selain itu sumber informasi lainnya yang banyak dipakai adalah informasi yang mereka dapatkan ketika menghadiri pameran, informasi dari lembaga-lembaga pemerintah dan swasta serta yang terakhir dari media massa dan internet. Dilihat dari sumber informasi yang banyak dipakai oleh UKM ini, memang internet berada pada posisi ke empat. Namun demikian karena salah satu kendala dari pengembangan UKM adalah keterbatasan informasi, maka dengan terpakainya internet sebagai sumber informasi berarti UKM eksportir ini telah mendapat bantuan sumber informasi lain.

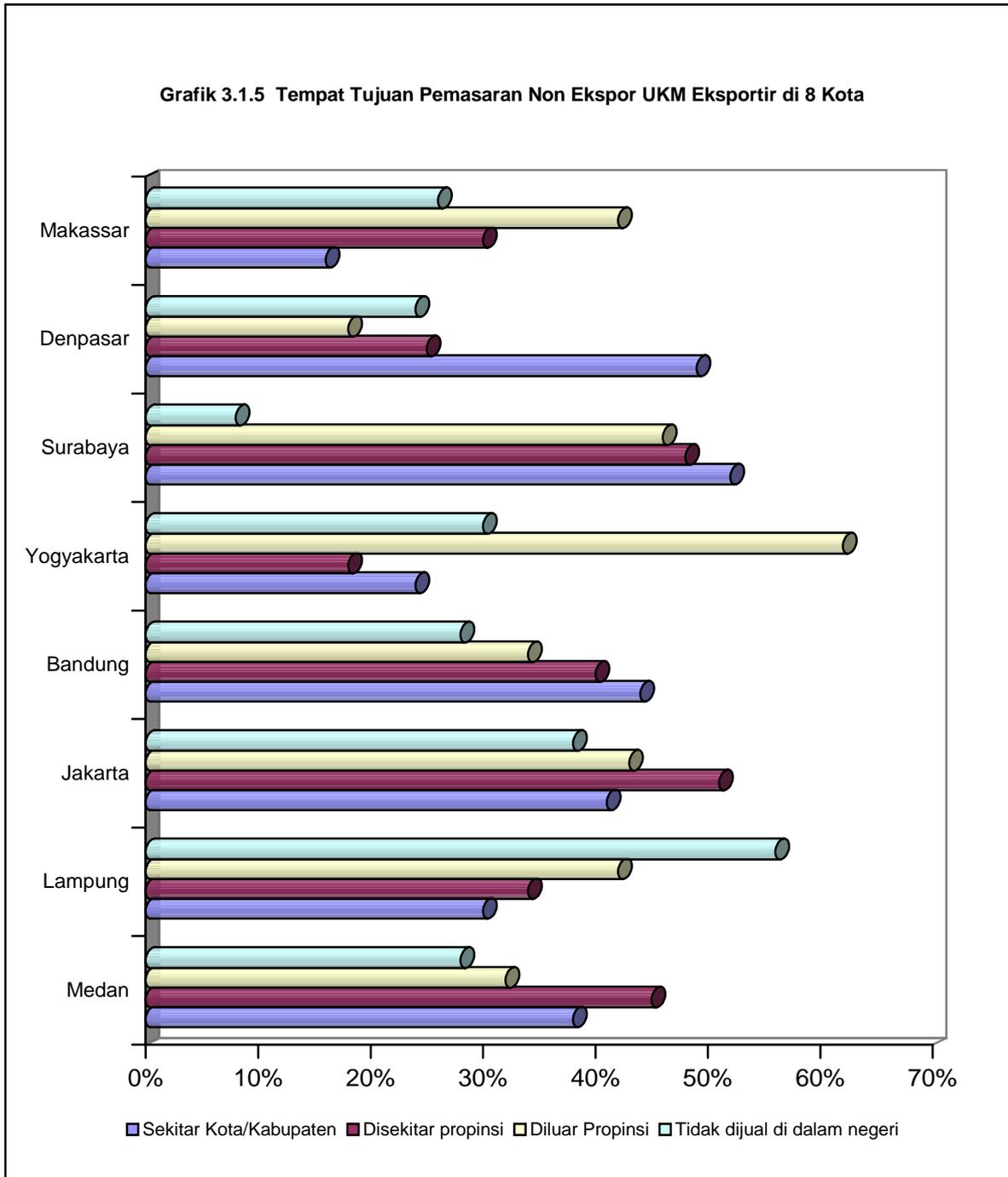




UKM eksportir yang ada di delapan kota besar tersebut ternyata sebagian besar memperoleh bahan baku dari daerah atau kota yang dekat dengan domisili mereka, bukan dari daerah yang jauh atau luar negeri. Hal ini menunjukkan bahwa UKM eksportir ini adalah jenis perusahaan yang memang memperdagangkan atau memproduksi hasil sumberdaya alam dan hasil kegiatan ekonomi masyarakat yang ada di daerah tersebut. Bukan dari bahan baku yang dimport. Meski demikian beberapa UKM yang ada tersebut memang masih menggantungkan pada beberapa bahan baku impor. (Lihat Grafik 3.1.3 dan Grafik 3.1.4)

Akan halnya dengan aspek pemasaran, beberapa UKM eksportir tersebut selain memasarkan produknya untuk manca negara, tetapi melakukan juga penjualan kepada masyarakat di sekitar kota tempat UKM. Meski demikian, terdapat juga beberapa UKM yang memang mengkhususkan diri sebagai eksportir, hanya melakukan perdagangan atau pemasaran produk ke luar negeri (lihat Grafik 3.1.5)

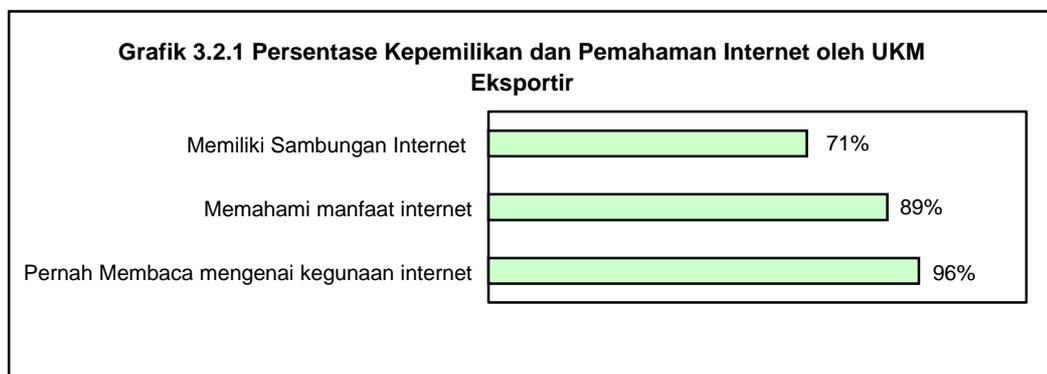




3.2. Pemanfaatan Internet Oleh UKM Eksportir

a. Pemahaman Mengenai Internet dan Kepemilikan Sambungan Internet

Perkembangan jaringan internet yang cukup pesat di beberapa kota besar di Indonesia membuat teknologi ini cukup dikenal oleh masyarakat, termasuk dalam hal ini UKM eksportir. Dari survey yang dilakukan terlihat bahwa 96% responden mengakui pernah membaca/ mendengar mengenai pemanfaatan internet sebagai penunjang kelancaran usaha. Namun demikian, hanya 89% responden yang telah memahami manfaat penggunaan internet tersebut dan hanya 71% responden yang mengakui memiliki sambungan internet. Hal ini secara langsung dapat menggambarkan bahwa informasi yang didapat mengenai internet belum tentu membuat para UKM eksportir tersebut paham mengenai kegunaan internet bagi kelancaran usaha serta merasa perlu untuk memiliki sambungan internet. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Grafik 3.2.1.



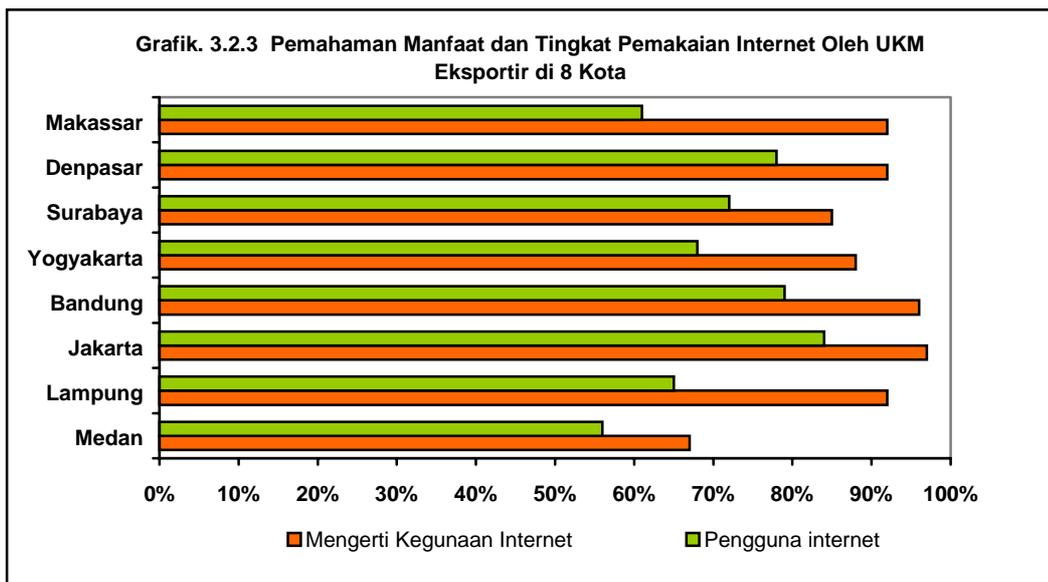
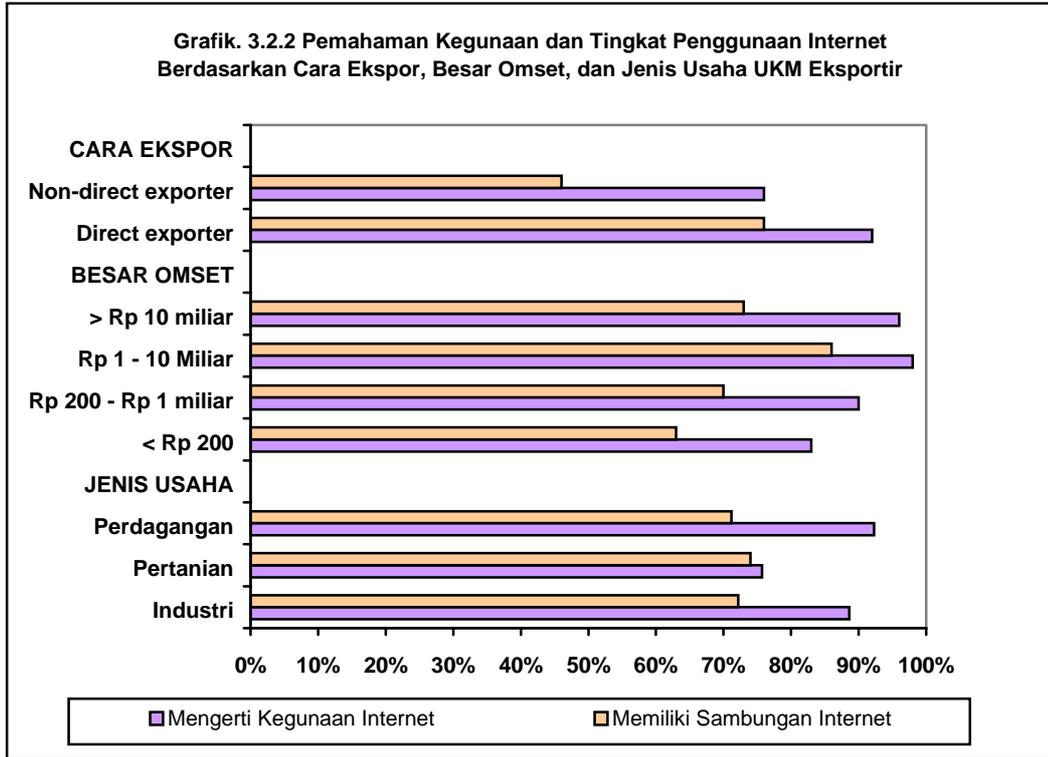
Apabila dilihat dari jenis usaha dan cara perusahaan tersebut melakukan ekspor, ternyata UKM eksportir perdagangan dan UKM eksportir yang mengekspor langsung merupakan UKM eksportir yang paling banyak memahami manfaat internet untuk mendukung kegiatan usaha (Lihat Grafik 3.2.2). Di samping itu, terlihat pula bahwa tidak ada perbedaan yang nyata dari persentase pemilik sambungan internet berdasarkan jenis usaha responden (Industri/Manufaktur, pertanian, perdagangan). Sebaliknya, kepemilikan sambungan internet ini cukup

berbeda antara UKM yang melakukan ekspor secara langsung maupun UKM yang melaksanakan ekspor secara tidak langsung, di mana UKM eksportir langsung lebih banyak yang memiliki sambungan internet dibanding eksportir tak langsung..

Selanjutnya, dilihat dari besarnya omset usaha para eksportir juga terungkap bahwa pengguna internet lebih tinggi persentasenya pada perusahaan yang memiliki omset antara Rp 1 miliar – Rp 10 miliar dibandingkan dengan UKM yang memiliki omset lebih kecil. Tingginya kepemilikan sambungan internet pada perusahaan dengan omset yang besar ini sangat dimungkinkan karena biaya pemilikan dan penggunaan internet kemungkinan besar tidak memberatkan biaya operasional perusahaan. Namun demikian, berdasarkan cara melaksanakan ekspornya, pemilikan sambungan internet pada UKM eksportir tidak langsung lebih kecil persentasenya dibandingkan dengan yang UKM yang melaksanakan ekspor langsung. Kondisi ini dimungkinkan karena kebutuhan komunikasi jarak jauh pengeksportir langsung ini lebih besar dibanding kebutuhan komunikasi pengeksportir tak langsung yang mungkin hanya melakukan komunikasi dengan pembeli antar kota atau dalam kota saja. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada grafik 3.2.2.

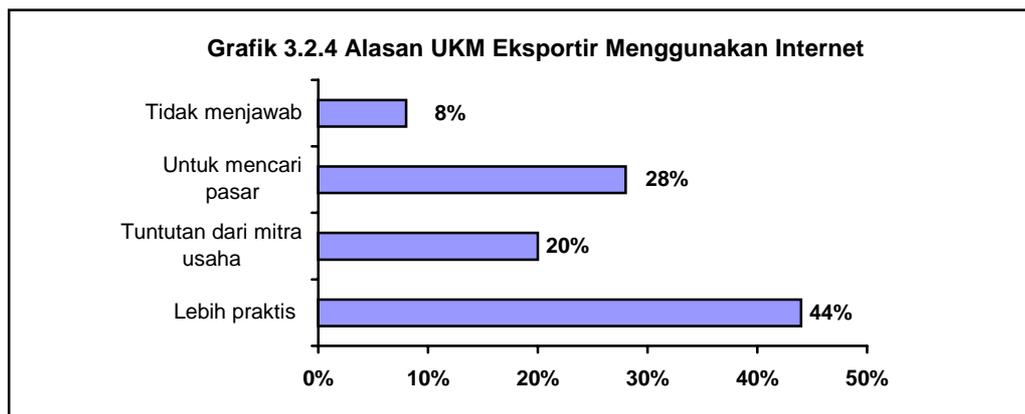
Tingkat pemahaman UKM eksportir mengenai manfaat internet dalam menunjang kegiatan usaha sangat beragam antar kota, dalam hal ini persentase UKM eksportir di Kota Medan yang tidak memahami kegunaan internet merupakan persentase paling tinggi. Sebaliknya, persentase UKM eksportir yang mengerti kegunaan internet dengan persentase yang paling tinggi adalah di Kota Jakarta. Demikian pula halnya dengan persentase UKM eksportir pemilik sambungan internet, kota Jakarta merupakan kota dengan persentase jumlah UKM pengguna terbanyak, kemudian Bandung, Denpasar, dan Surabaya. Sedangkan di kota-kota lainnya (Medan, Bandar Lampung, Yogyakarta, Makassar), UKM eksportir pemilik sambungan internet masih berada di bawah angka 70%, dengan persentase UKM eksportir pemilik sambungan internet paling rendah berada di Medan. Rendahnya jumlah UKM yang memahami manfaat internet bagi

kelancaran usaha dan memiliki sambungan internet mungkin disebabkan oleh kurangnya sosialisasi informasi mengenai kegunaan internet serta masih adanya kendala dalam mendapatkan layanan penyedia jasa internet (Internet Service Provider) di masing-masing kota. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Grafik 3.2.3.

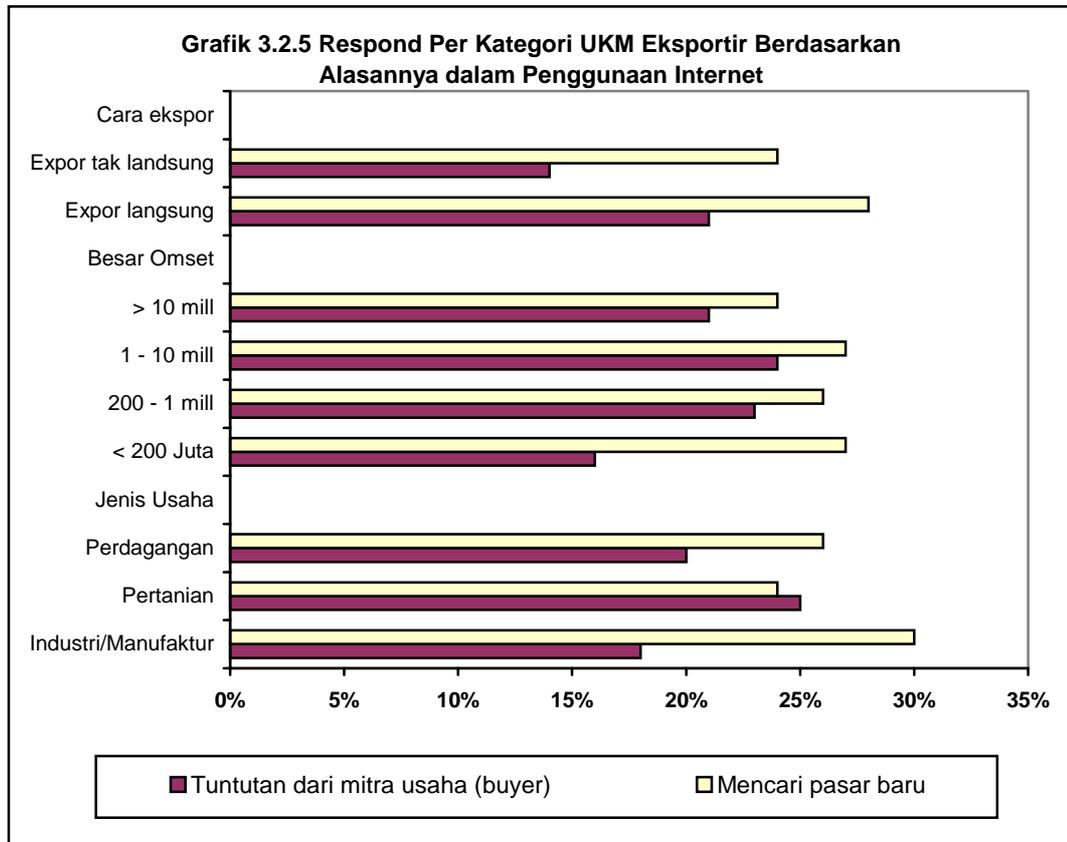


Alasan Memiliki Sambungan Internet

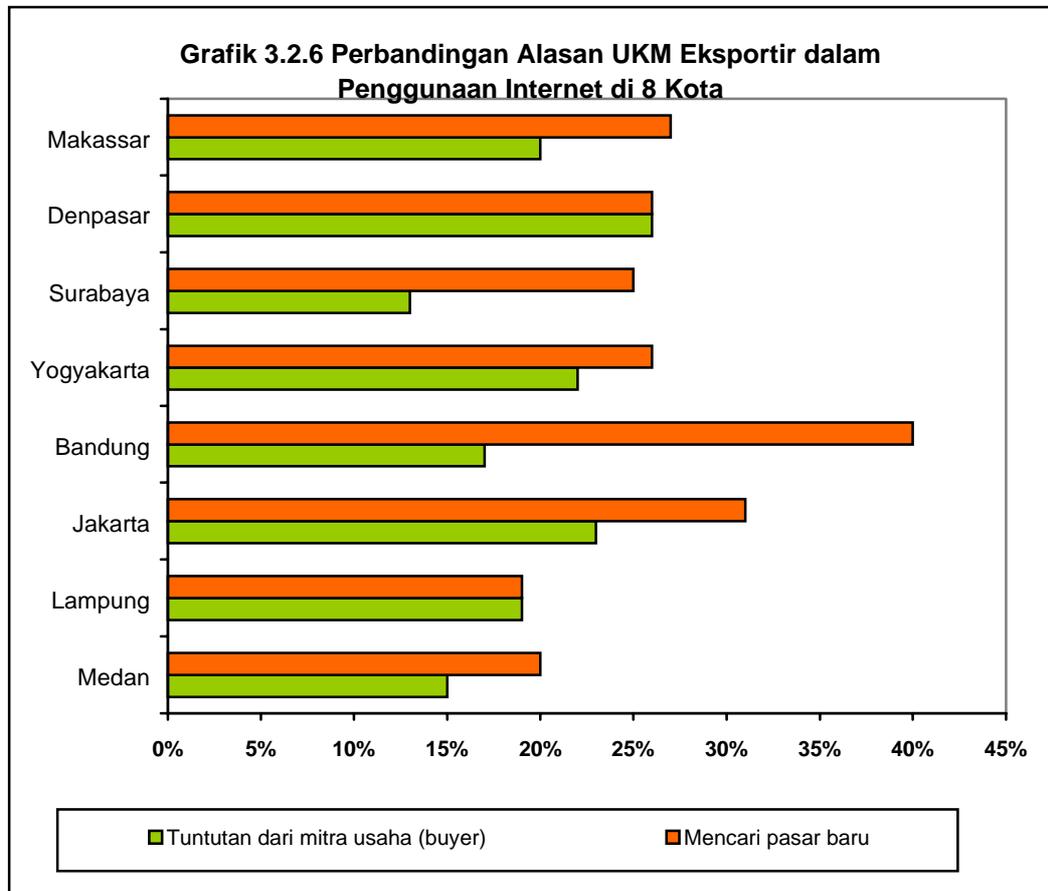
Internet saat ini dianggap sebagai media yang dapat membuat bisnis menjadi lebih praktis, efisien dan mudah. Hal ini dapat dilihat dari respon yang diberikan oleh UKM eksportir, di mana secara umum 44% UKM eksportir menggunakan internet dengan alasan *lebih praktis, efisien dan mudah* dalam menunjang kegiatan usahanya. Di samping itu, terdapat alasan yang terkait dengan upaya mencari pasar baru (28%) serta tuntutan dari mitra usaha (20%). Keefisienan di atas terkait erat dengan potensi penurunan biaya korespondensi, iklan dan telepon bila UKM eksportir memutuskan untuk memiliki sambungan internet dimiliki. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Grafik 3.2.4.



Berdasarkan kategori responden, alasan pemilikan internet terkait dengan tuntutan mitra usaha lebih banyak diberikan oleh dari UKM eksportir yang melakukan ekspor secara langsung (direct exporter) dibandingkan UKM eksportir yang tidak melakukan ekspor dengan cara langsung (non-direct expoter). Hal ini mungkin berhubungan dengan intensitas komunikasi UKM eksportir langsung ini dengan mitra usaha mereka di luar negeri. Sedangkan berdasarkan jenis usaha, UKM eksportir industri/manufaktur merupakan UKM yang paling banyak menggunakan internet dengan alasan untuk mencari pasar baru, demikian pula halnya dengan UKM ekportir beromset lebih kecil dari Rp 200 juta dan antara Rp 1 miliar dengan Rp 10 miliar. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Grafik 3.2.5.

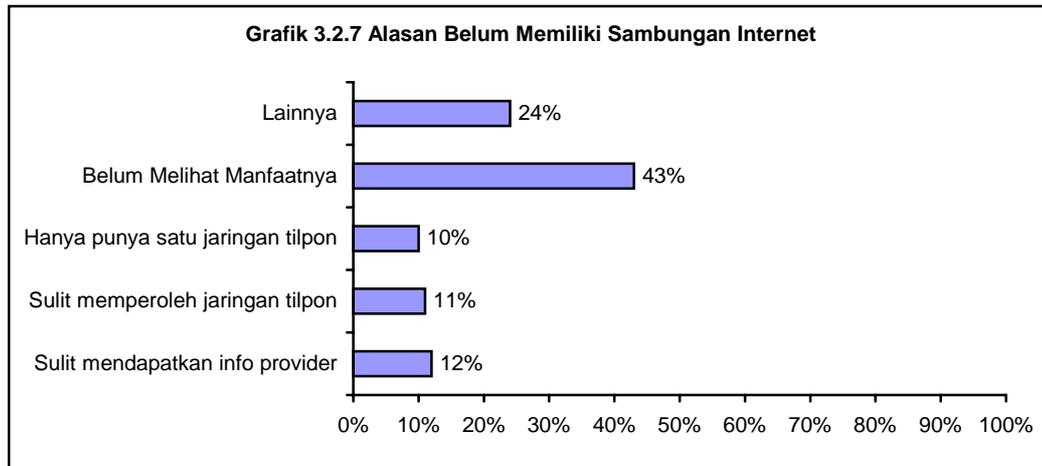


Kendati kepraktisan, keefisienan dan kemudahan merupakan alasan yang diberikan oleh sebagian besar UKM eksportir di setiap kota sebagai alasan untuk memiliki internet, namun alasan pemilikan internet untuk mencari pasar baru lebih banyak diberikan oleh UKM eksportir di Kota Bandung dibanding UKM di kota-kota lainnya. Sedangkan alasan pemilikan internet berdasarkan tuntutan mitra usaha lebih banyak diberikan oleh UKM eksportir di Kota Denpasar. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Grafik 3.2.6.



Alasan Tidak Memiliki Sambungan Internet

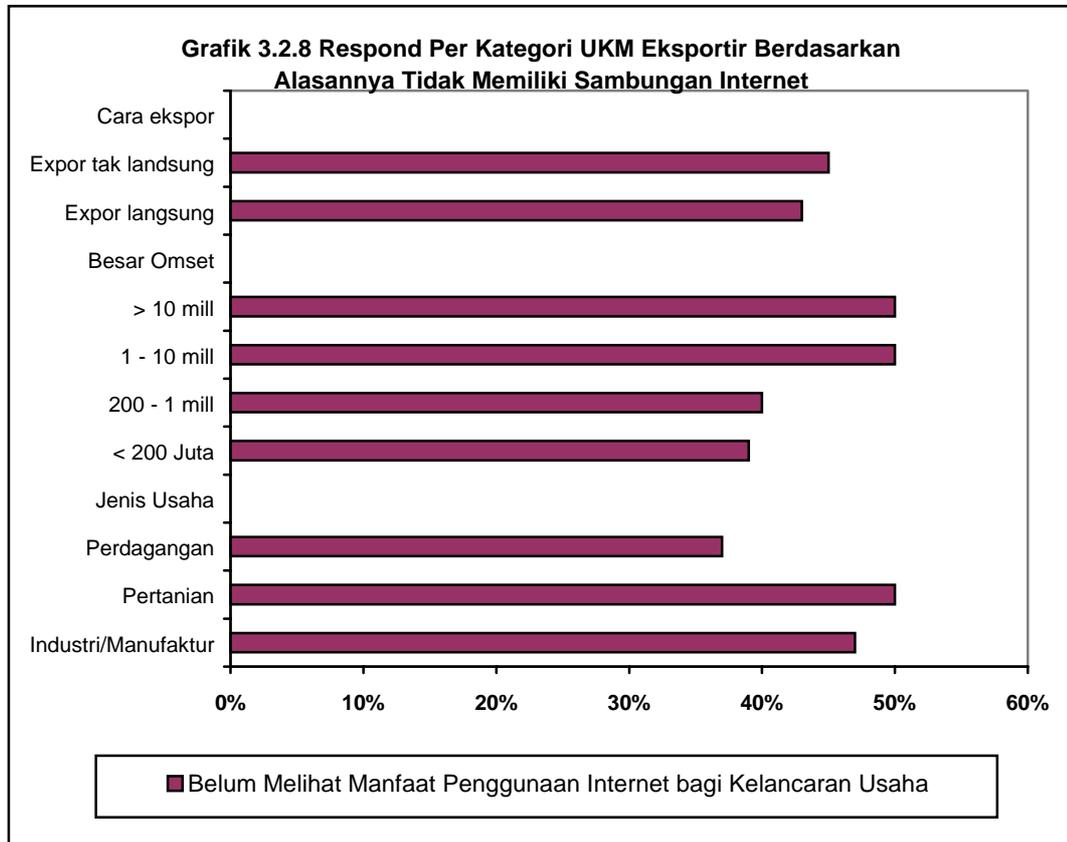
Secara umum, alasan utama yang dikemukakan oleh para UKM eksportir yang belum menggunakan internet adalah bahwasannya manfaat dari penggunaan internet terhadap kelancaran usaha belum terlihat (43%), sulit mendapatkan informasi mengenai info mengenai provider internet (12%), sulit memperoleh jaringan telepon baru untuk internet (11%), hanya memiliki satu sambungan telepon (10%) dan alasan lainnya, seperti tidak tersedianya SDM yang siap untuk menggunakan dan mengoperasikan internet. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Grafik 3.2.7.



Alasan utama internet belum memberikan dalam menunjang kelancaran usaha lebih banyak dinyatakan oleh UKM eksportir pertanian dibanding dengan sektor usaha lainnya. Selain itu, alasan ini juga banyak dikemukakan oleh UKM eksportir yang melakukan eksportir secara tidak langsung dan UKM eksportir yang memiliki omset di atas 1 milyar. Hal ini mungkin erat kaitannya dengan manfaat internet dalam mendukung pemasaran, yang bagi UKM eksportir tidak langsung (non-direct exporter), manfaat tersebut belum dirasakan penting bila hanya untuk melakukan hubungan dengan eksportir lain di dalam negeri. Di lain pihak, bagi UKM eksportir yang memiliki omset di atas 1 milyar, komunikasi selama ini dengan menggunakan fax, surat dan telepon dianggap masih efisien dan efektif untuk melakukan perluasan pasar dan penguatan pasar mereka. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Grafik 3.2.8.

Di lain pihak, respon belum melihat manfaat internet ini paling banyak dinyatakan oleh UKM di Kota Medan dan di Denpasar. Selain itu, masih ada alasan lain yang dikemukakan, yaitu sulitnya mendapatkan provider, sulitnya mendapatkan jaringan telepon tambahan untuk internet dan hanya punya satu jaringan telepon. Untuk kesulitan Internet Service Provider ini, respon lebih banyak diutarakan oleh UKM di Kota Lampung dan Denpasar. Hal ini mungkin terkait dengan jumlah ketersediaan ISP di masing-masing kota tersebut. Kendati belum memiliki sambungan internet saat ini, sebanyak 63% dari UKM yang tidak memiliki

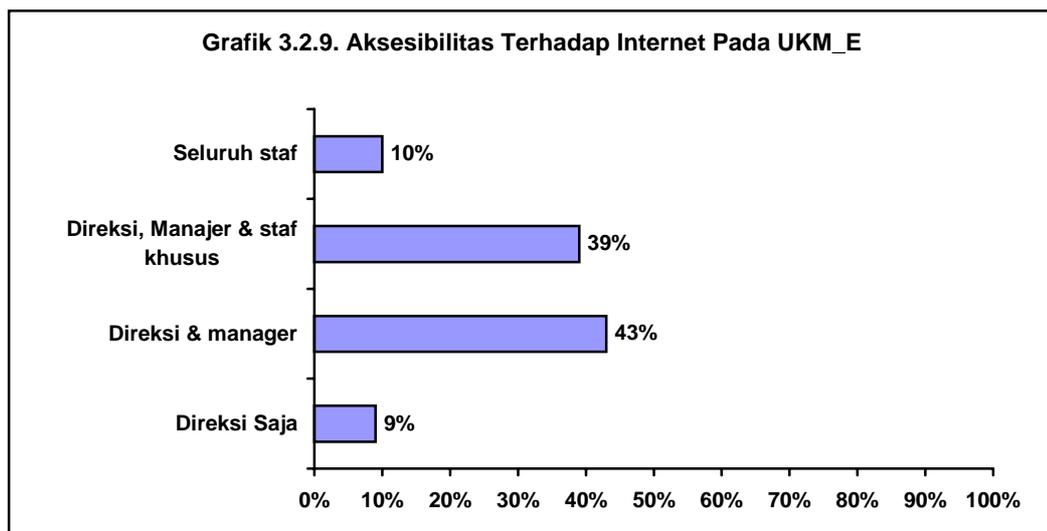
sambungan internet menyebabkan bahwa mereka mempunyai rencana untuk memiliki sambungan internet satu tahun ke depan.



Aksesibilitas Terhadap Internet

Ada beberapa hal yang menentukan aksesibilitas karyawan terhadap internet di suatu perusahaan. *Pertama*, ketersediaan fasilitas komunikasi di perusahaan tersebut, yaitu jumlah komputer, jumlah saluran telepon dan jaringan komputer atau LAN). *Kedua*, pengetahuan sumberdaya manusia di perusahaan tersebut atas teknologi informasi yang ada (internet). Dan *ketiga*, ketersediaan infrastruktur yang mendukung koneksi ke internet, yaitu kondisi transmisi data dari saluran telepon yang ada, dan keberadaan serta kualitas pelayanan dari perusahaan pelayan jasa internet (*internet service provider/ ISP*).

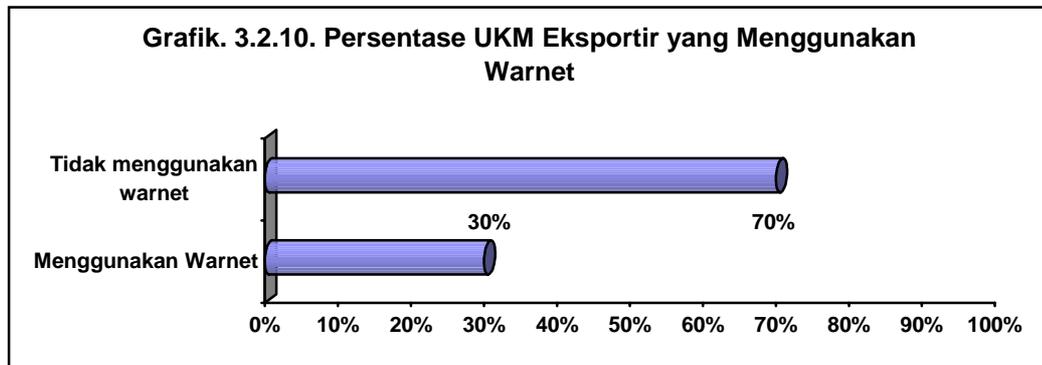
Dari interview yang telah dilakukan, dapat diungkapkan bahwa pengguna utama internet di perusahaan kecil-menengah eksportir ini adalah para direksi dan manajer, para direksi, manajer serta staf khusus. Perusahaan yang mengkhususkan pemakaian internet hanya untuk direksi sangat kecil jumlahnya, demikian halnya untuk semua karyawan perusahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa di perusahaan UKM eksportir ini para manajer (*middle level management*) saja yang telah paling banyak memiliki akses penggunaan internet di perusahaan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Grafik 3.2.9. Keterbatasan pengguna internet di perusahaan ini juga diakibatkan oleh rendahnya jumlah kepemilikan sambungan telepon serta komputer di perusahaan UKM eksportir tersebut.



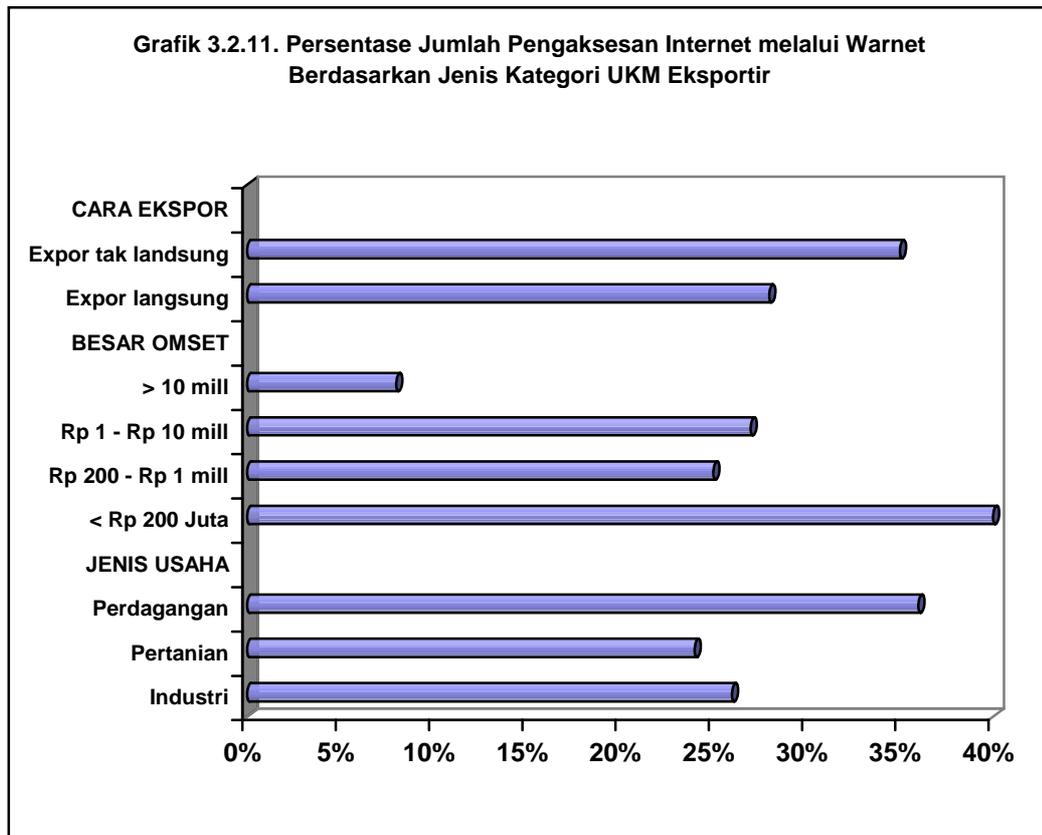
Penggunaan Warung Internet (Warnet)

Salah satu fenomena dari perkembangan internet yang sangat terlihat di Indonesia adalah menjamurnya jenis usaha warung internet/ warnet (*internet kios*) di berbagai kota besar. Pesatnya perkembangan jenis usaha warnet ini karena besarnya minat masyarakat yang ingin melakukan akses ke internet namun tidak memiliki komputer, merasa terlalu mahal biaya untuk pembayaran langganan internet dan telepon. Dari survey yang dilakukan dalam studi ini terlihat bahwa

hanya sedikit UKM eksportir yang mengakses internet melalui warnet. Sebagian besar UKM mengakses internet dari tempat kerja atau menjadi pelanggan ISP. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Grafik 3.2.10.



Biaya yang ditawarkan untuk akses internet melalui warnet memang sangat murah bila dibandingkan dengan biaya langganan untuk sambungan internet khusus. Oleh karena itu, UKM yang mengakses internet melalui warnet lebih banyak. UKM yang beromset di bawah 200 juta per tahun serta perusahaan perdagangan yang memang direktur atau stafnya relatif lebih memiliki mobilitas tinggi dan memanfaatkan internet untuk tetap menjalin komunikasi dengan mitra usahanya.. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Grafik 3.2.11.

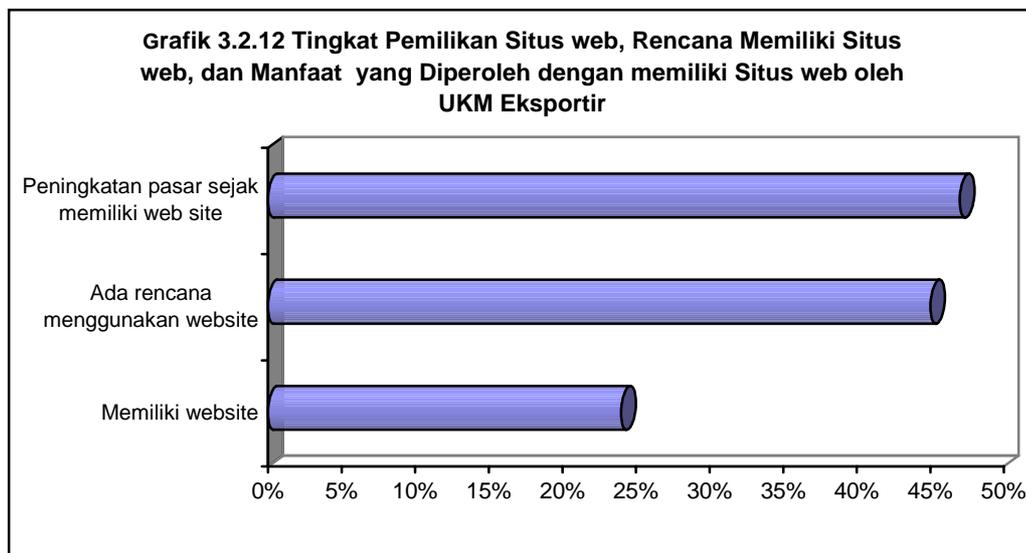


b. Penggunaan Internet Oleh UKM Eksportir

Internet oleh UKM eksportir digunakan terutama sebagai media komunikasi, mencari informasi pasar dan bahan baku serta mempromosikan produk atau jasa yang dihasilkan. Perlu diketahui bahwa penggunaan internet sebagai media melakukan *on line transaction* tidak dijumpai pada segmen UKM eskportir dalam penelitian ini.

Sebagai media informasi dan promosi, situs web adalah media dengan daya jangkau luas serta paling murah. Hal ini dikarenakan situs web adalah media informasi yang dapat diakses dari segala penjuru dunia atau negara manapun selama jaringan internet tersedia. Karenanya bagi dunia usaha kecil dan menengah, web site adalah media promosi yang paling tepat.

Namun demikian, hasil survey menunjukkan bahwa UKM eksportir yang memiliki situs web jumlahnya sangat sedikit. Namun demikian, bagi UKM eksportir yang telah memiliki situs web, manfaat pemilikan web site tersebut telah dapat dirasakan dalam bentuk kenaikan omset penjualan. Meski jumlah UKM yang tidak memiliki situs web ini masih sangat besar, namun minat untuk memiliki situs web di masa depan cukup tinggi (lihat Grafik 3.2.12). Alasan dari UKM eksportir yang masih belum memiliki situs web ini mungkin dikarenakan tidak tersediannya tenaga ahli atau staf khusus yang dibutuhkan untuk membuat dan mengelola situs web tersebut, misal dalam hal *maintenance* maupun *updating*.



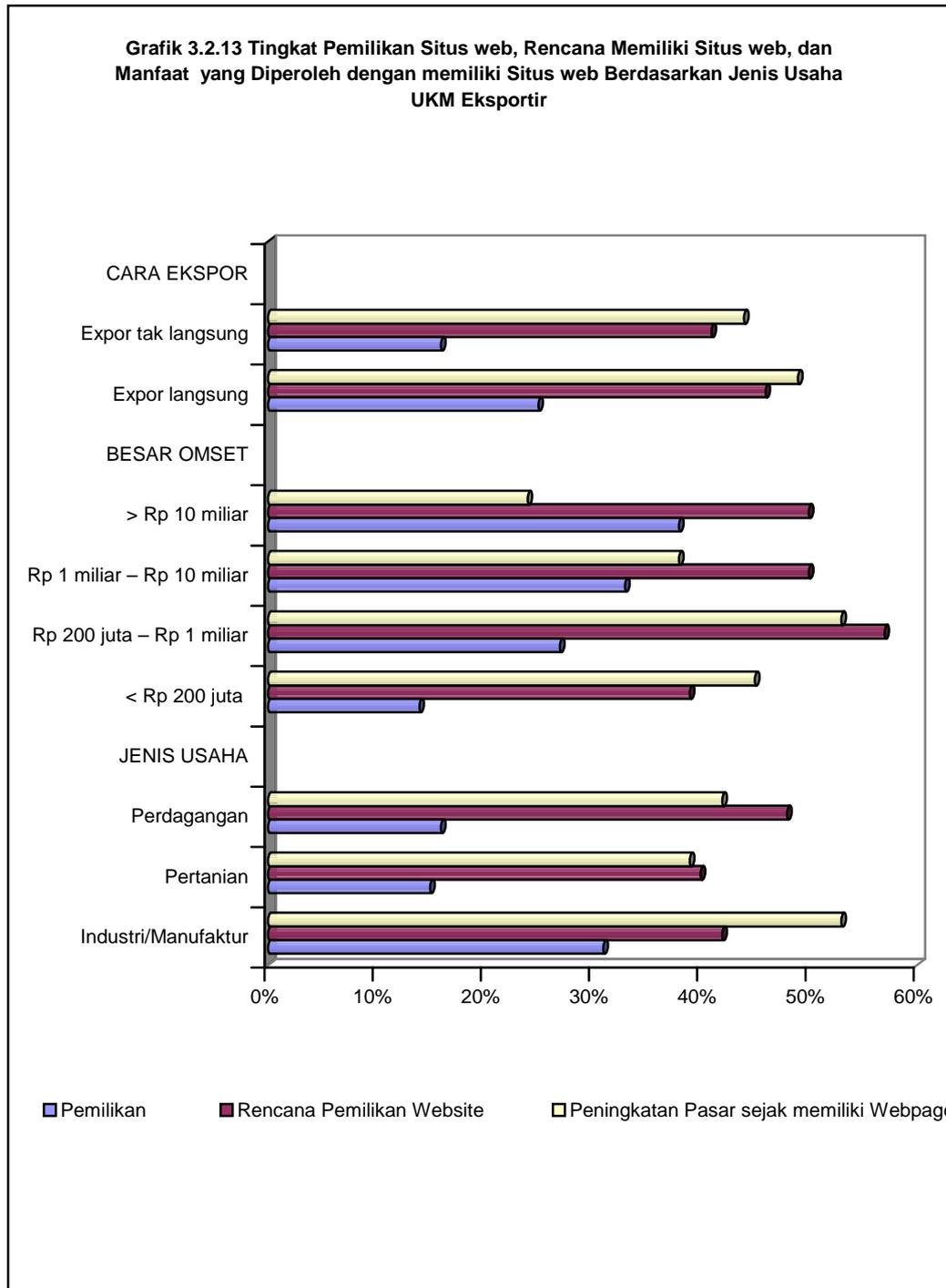
UKM eksportir industri manufaktur merupakan UKM yang paling banyak memiliki web site serta mengalami peningkatan pasar setelah memiliki web-site dibandingkan UKM dari jenis usaha lainnya. Di lain pihak, kendati jumlah pemilik web site pada UKM eskportir perdagangan merupakan jumlah yang paling sedikit, namun UKM tersebutlah yang paling banyak berencana untuk memiliki web site di masa depan.

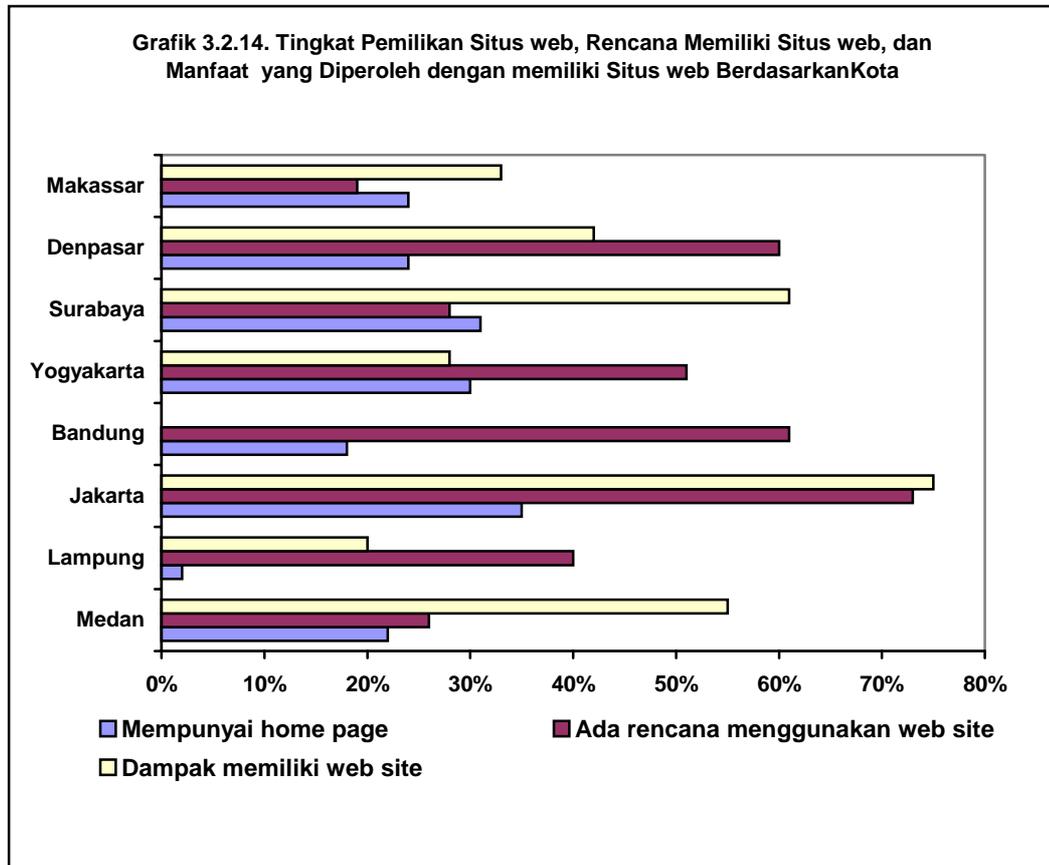
Apabila dilihat dari besar omset pemasaran dan cara UKM melakukan ekspor, terlihat bahwa jenis usaha dengan omset 200 juta – 1 miliar dan pelaku usaha

yang melakukan ekspor secara langsung adalah UKM yang banyak memiliki web site serta mendapatkan manfaat dari pemilikan web site tersebut berupa peningkatan pasar. Jumlah UKM eksportir langsung yang berencana untuk memiliki web site lebih banyak dibandingkan dengan eksportir tidak langsung. Hal ini mungkin terkait dengan upaya untuk lebih memperluas dan memudahkan hubungan dengan para pembeli maupun calon pembeli di luar negeri. (Lihat Grafik 3.2.13). Di lain pihak, sebaran UKM eskportir yang memiliki web site cenderung berada di kota-kota besar di Pulau Jawa dan Bali, kecuali Surabaya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada grafik 3.2.14.

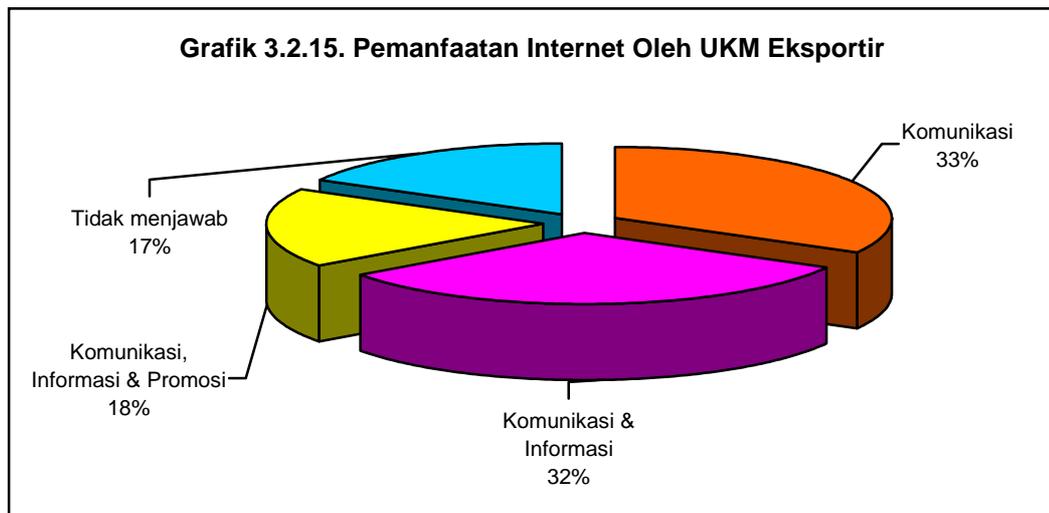
Manfaat internet sebagai media komunikasi, informasi dan promosi belum semuanya dimanfaatkan oleh UKM eksportir yang diinterview dalam studi ini. Sebagai media promosi—seperti dijelaskan di atas—dilakukan internet melalui situs web yang dimiliki. Sebagai media informasi, UKM melakukan penjelajahan (browsing) untuk mendapatkan informasi bahan baku, pasar, teknologi ataupun informasi lainnya. Sedangkan sebagai media komunikasi tentunya melalui tukar menukar email serta dokumen kegiatan bisnis.

Grafik 3.2.13 Tingkat Pemilikan Situs web, Rencana Memiliki Situs web, dan Manfaat yang Diperoleh dengan memiliki Situs web Berdasarkan Jenis Usaha UKM Eksportir

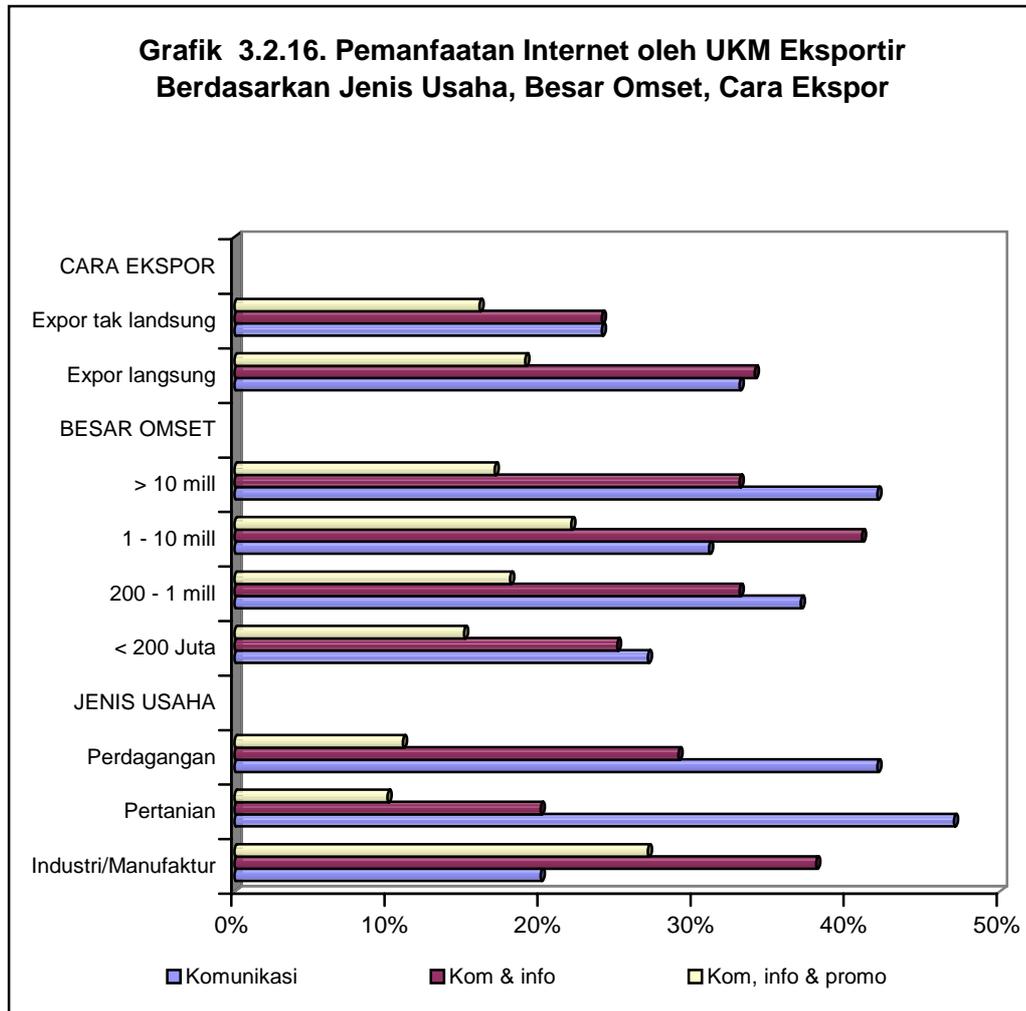




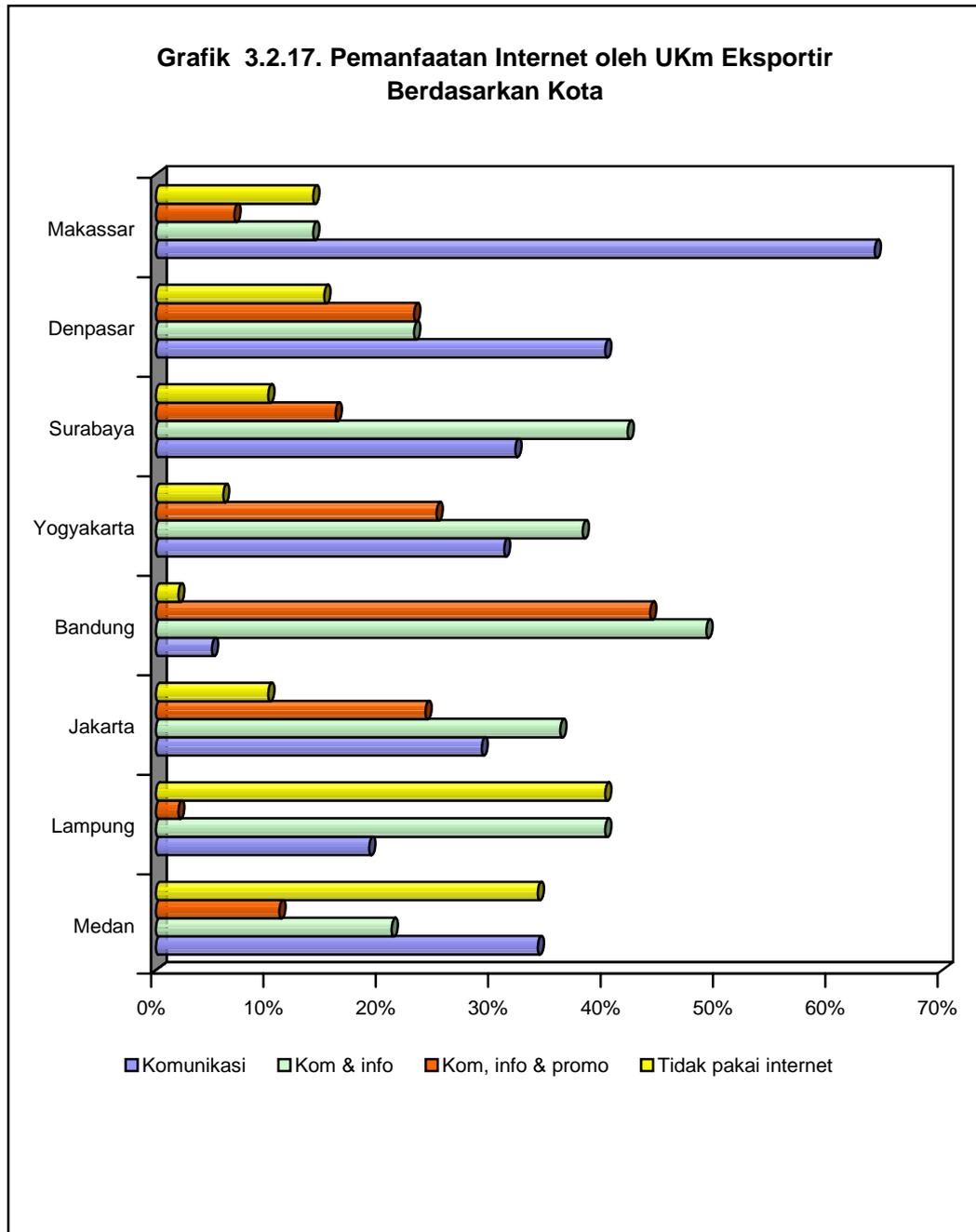
Dari ketiga manfaat internet tersebut, berdasarkan pada hasil survey ini terhadap UKM eksportir di delapan kota besar, diperoleh informasi bahwa UKM eksportir paling banyak menggunakan internet sebagai media komunikasi saja (e-mail) sebanyak 33% dari total responden, sisanya berturut-turut menggunakan internet sebagai media komunikasi dan informasi (32%), serta menggunakan internet sebagai media komunikasi, informasi dan promosi (18%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Grafik 3.2.15.



Diamati dari cara melakukan ekspor, besarnya omset usaha serta jenis usaha dari para UKM eksportir diperoleh informasi bahwa UKM yang melakukan ekspor secara langsung, beromset lebih dari 10 milyar, serta jenis usaha industri/manufaktur paling banyak memanfaatkan internet tujuan komunikasi (dalam hal ini adalah pemakaian e-mail) (Lihat Grafik 3.2.16). Profil UKM ini ternyata tidak berbeda juga apabila diamati dari pemakaian internet untuk tujuan komunikasi dan informasi (*browsing*).

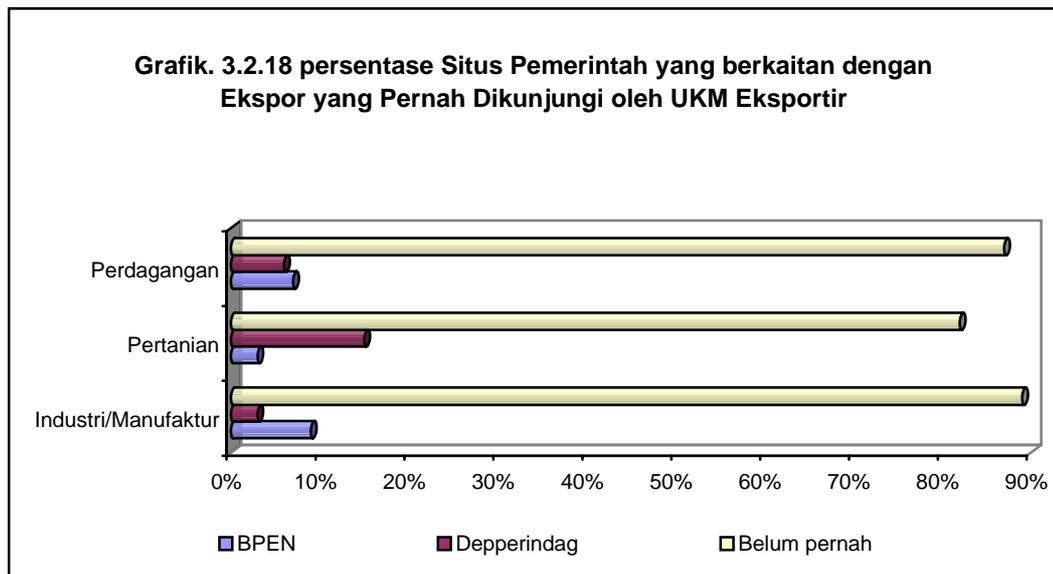


Tingkat pemakaian internet secara lengkap (komunikasi, informasi dan promosi) banyak dilakukan oleh UKM eksportir di Kota Bandung, Jakarta, Yogyakarta dan Denpasar. Sedangkan penggunaan internet secara lengkap tersebut tidak banyak dilakukan oleh UKM eksportir di Kota Lampung. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Grafik 3.2.17.

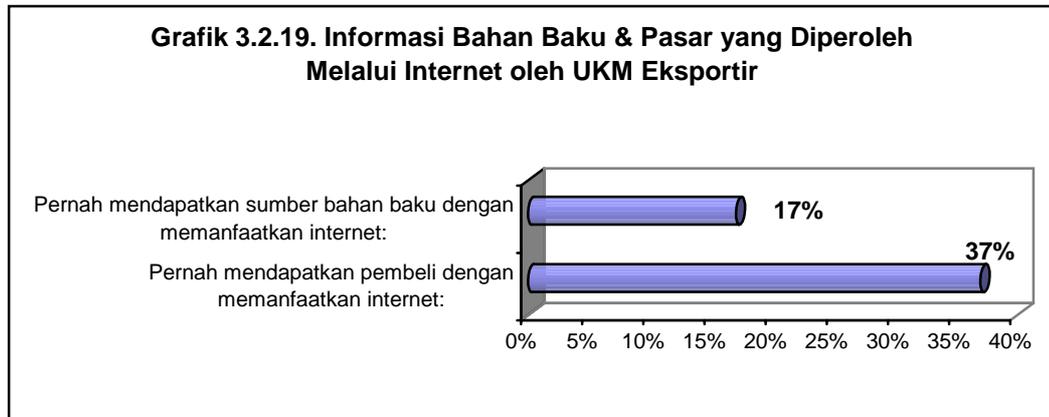


Sebagai sumber informasi, salah satu informasi yang terdapat di internet yang berhubungan erat dengan usaha eksportir adalah mengenai berbagai peraturan dan program pemerintah, yang biasanya juga disediakan oleh situs-situs yang disediakan oleh lembaga-lembaga pemerintah. Sayangnya, dari hasil survey ini responden UKM eksportir masih sangat kurang memanfaatkan situs-situs internet

dari lembaga pemerintah untuk memperoleh informasi mengenai berbagai peraturan dan program pemerintah yang tersedia di jaringan internet. Hal ini ditunjukkan sebagai berikut, bahwa lebih dari 80% responden UKM menyatakan belum pernah mengakses informasi peraturan dan program yang terdapat di situs Badan Pengembangan Ekspor Nasional (BPEN) dan Departemen Perindustrian dan Perdagangan (Depperindag). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Grafik 3.2.18.



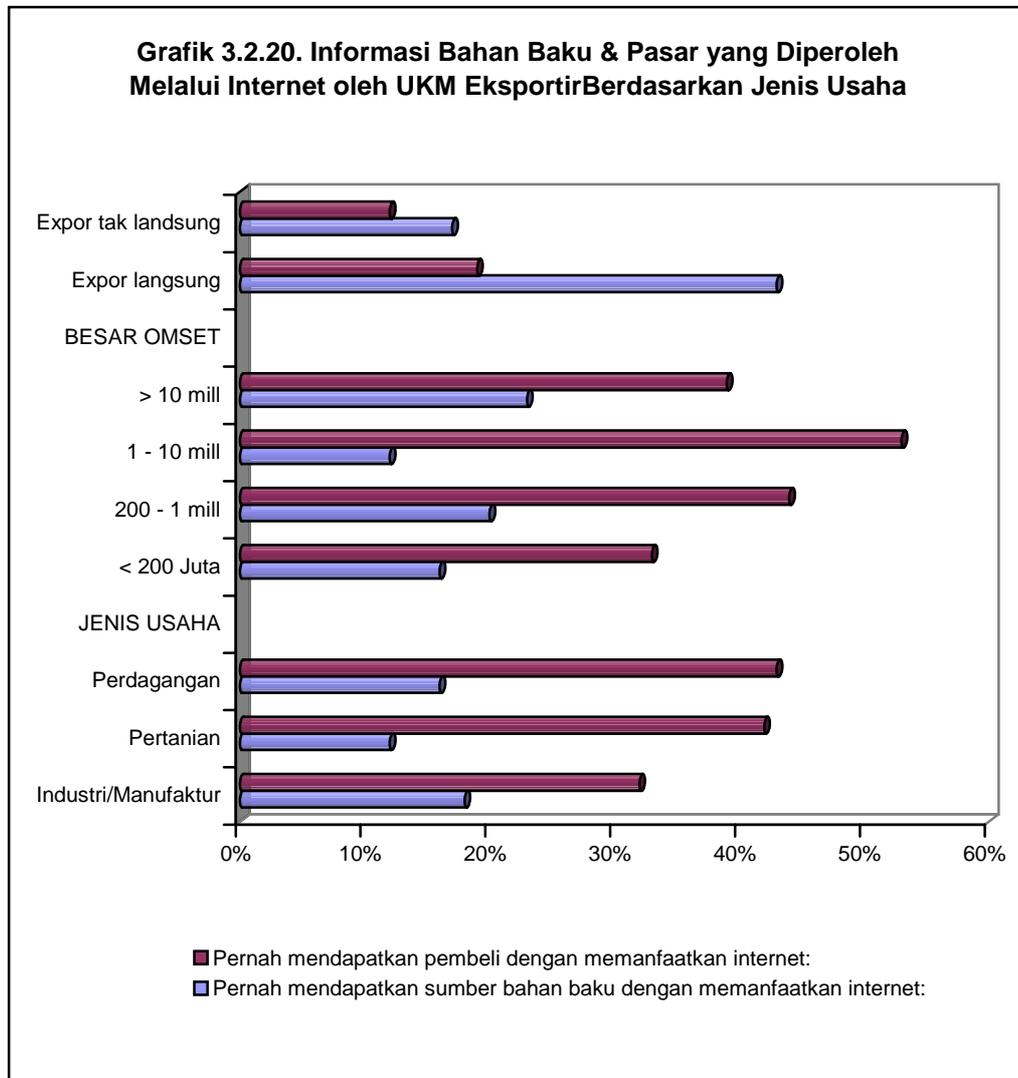
Selain informasi penting mengenai peraturan dari pemerintah, informasi paling penting lainnya bagi dunia usaha tentunya adalah informasi pasar serta bahan baku. Dan internet sebagai media informasi dengan jaringan di berbagai belahan dunia memang menyediakan informasi tersebut. Dari hasil survey terhadap UKM eksportir terlihat bahwa 18% dari UKM eksportir pernah mendapatkan sumber bahan baku dan 37% menyatakan pernah mendapatkan pembeli dari informasi yang ada di internet (lihat Grafik 3.2.19).

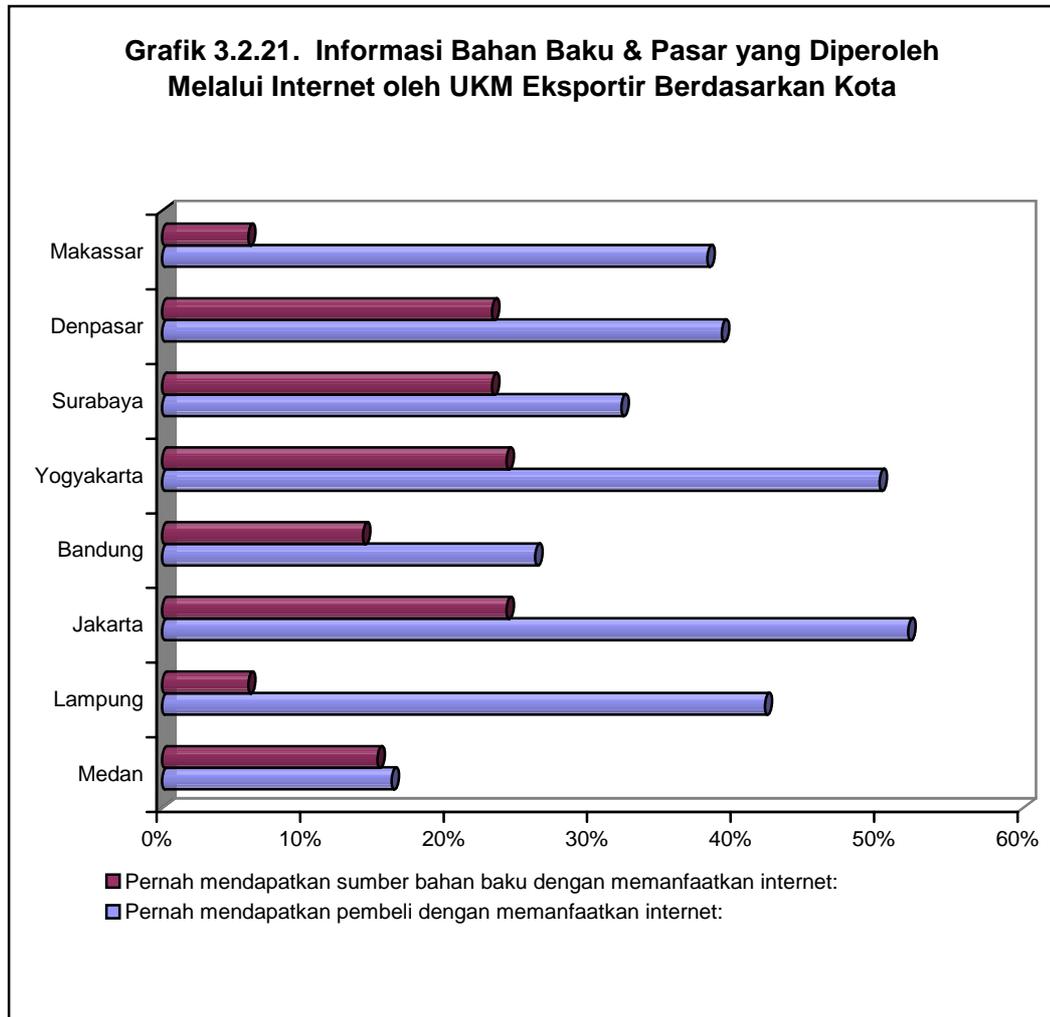


Jenis usaha perdagangan merupakan UKM eksportir yang paling banyak mendapatkan pembeli melalui informasi yang terdapat di internet bila dibandingkan dengan jenis usaha lainnya (lihat Grafik 3.2.20). Kondisi ini tidak aneh karena sebagai pedagang, mereka memang selalu dituntut senantiasa aktif untuk memperluas pasar atau pembeli yang baru. Berbeda dengan jenis usaha industri atau pertanian yang memang tidak memungkinkan untuk memproduksi atau menjual produk dalam fluktuasi jumlah yang tinggi.

Berdasarkan omset usaha, jenis usaha dengan omset 1- 10 milyar pertahun merupakan perusahaan yang paling banyak mendapatkan manfaat dari internet untuk mendapatkan pasar baru. Demikian juga halnya dengan perusahaan yang melakukan ekspor secara langsung (*direct exporters*). Akan halnya dengan kota, maka kota-kota yang pengusahanya telah banyak menggunakan internet menjadi kota yang mendapatkan banyak manfaat karena paling banyak mendapatkan pasar baru (Grafik 3.2.21).

Grafik 3.2.20. Informasi Bahan Baku & Pasar yang Diperoleh Melalui Internet oleh UKM Eksportir Berdasarkan Jenis Usaha



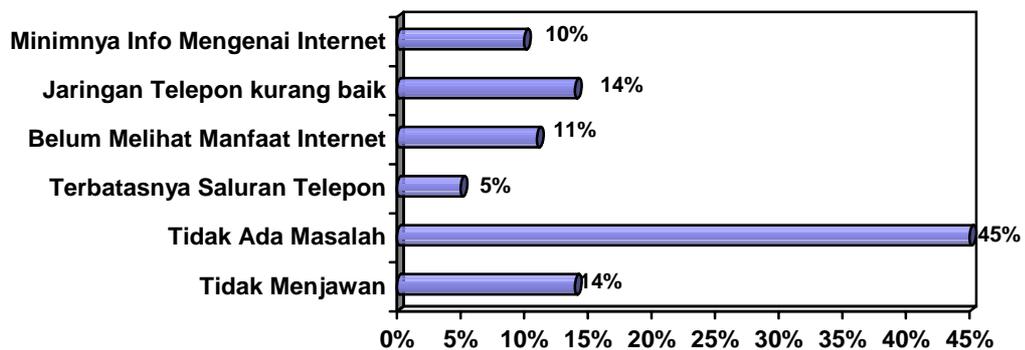


C. Kendala Pemanfaatan Internet

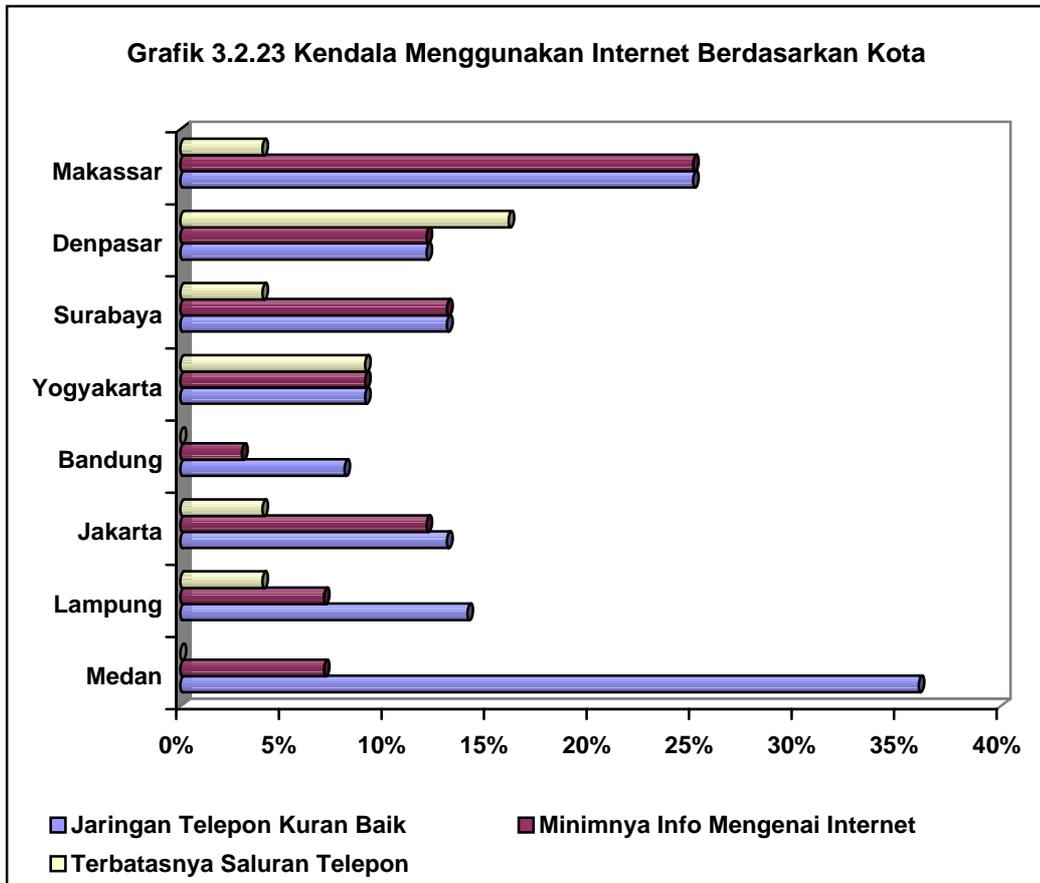
Pada saat diwawancara, para UKM eskportir juga memberikan pendapatnya bahwa saa mereka mempergunakan internet relatif tidak menjumpai banyak masalah (45%). Meski demikian masih ada Ukm eksportir yang mengalami hambatan-hambatan dan kesulitan tatkala mereka melakukan koneksi ke internet, seperti : keterbatasan saluran telepon (5%), belum memahami manfaat internet dengan baik (11%) dan masih kurang memahami pengoperasian internet dengan baik (10%) serta jaringan telepon yang kurang baik (14%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Grafik 3.2.22.

Keterbatasan saluran telepon mengakibatkan pemakai internet tidak leluasa melakukan koneksi ke jaringan karena terganggu oleh telepon yang masuk atau adanya kebutuhan untuk menelepon. Sedangkan keterbatasan tentang cara mengoperasikan internet disebabkan oleh minimnya ketrampilan pemakai akan fungsi-fungsinya atau perintah-perintah yang ada di komputer saat melakukan koneksi ke internet. Sementara yang belum melihat manfaat dengan baik adalah mereka yang belum benar-benar memahami tentang manfaat internet untuk mendapatkan informasi-informasi penting penunjang usaha, seperti melakukan browsing untuk melihat informasi produk dan teknologi dari situs web yang banyak tersebar di internet. Sedangkan kondisi jaringan yang jelek mengakibatkan transmisi data antara komputer dan internet menjadi lambat.

Grafik 3.2.22 Kendala Penggunaan Internet



Dilihat dari respon UKM eksportir berdasarkan kota tempat usaha, UKM di Kota Medan paling banyak merasakan kendala pada kurang baiknya jaringan telepon yang dimiliki untuk melakukan koneksi ke internet. Sementara itu, para UKM eksportir di Makassar di samping mengalami kesulitan koneksi ke internet dikarenakan jaringan telepon yang kurang baik, juga mengakui jika bahwa kendala lain berupa belum pahamiannya mengenai penggunaan internet. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.2.23.



3.3. Persepsi UKM Eksportir Terhadap Otonomi Daerah

Sejak diberlakukannya Undang-Undang No. 22 dan 25 Tahun 1999 mengenai Otonomi Daerah (OTDA) pada awal tahun 2001, berbagai pendapat muncul—baik yang bernada pesimis maupun optimis—terhadap efektifitas pelaksanaan undang-undang tersebut. Sebagai mana umumnya pemberlakuan sebuah kebijakan baru, dampak yang diakibatkannya pada kegiatan sosial, politik dan ekonomi tentulah akan terasa. Apalagi UU No 22 dan 25 Tahun 1999 ini dibuat untuk mengatur desentralisasi kewenangan dan permasalahan fiskal dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah.

Melalui pemberlakuan Undang-Undang OTDA ini Pemda memiliki kewenangan penuh dalam melaksanakan perencanaan pembangunan yang diinginkannya untuk percepatan kesejahteraan masyarakat di daerahnya sendiri. Selain dari sisi perencanaan tentu saja, pemda juga memiliki kewenangan dalam pengalokasian sumberdaya-sumberdaya ekonomi yang berkaitan dengan pembiayaan pembangunan daerah yang dimiliki.

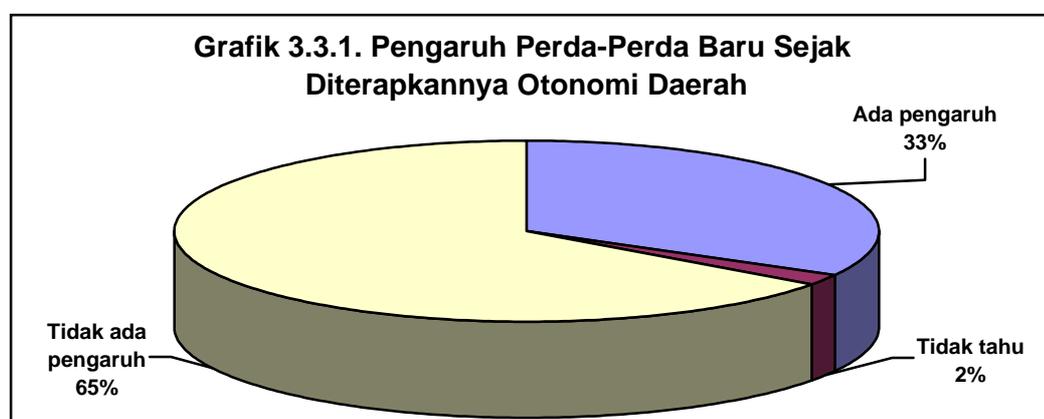
Setelah hampir satu tahun undang-undang tersebut efektif diberlakukan, maka pada uraian berikut ini dapat dilihat dampak yang ditimbulkannya. Dampak dari pelaksanaan desentralisasi tersebut merupakan hasil dari wawancara kepada UKM eksportir dengan menanyakan perubahan kondisi lingkungan usaha setelah diberlakukan pelaksanaan undang-undang tersebut di daerahnya.

a. Pengaruh Otonomi Daerah Terhadap Kondisi Iklim Usaha bagi UKM Eksportir

Peraturan Daerah Dan Dampaknya Terhadap Kelancaran Usaha

Munculnya peraturan-peraturan daerah (Perda) baru di semua daerah tingkat dua sejak diberlakukannya otonomi tentunya akan memberikan pengaruh, baik secara

langsung maupun tak langsung, kepada kegiatan ekonomi. Harapan dengan munculnya peraturan baru tersebut tentunya adalah kelancaran kegiatan-kegiatan ekonomi yang ada di daerah-daerah semakin meningkat. Namun demikian dari hasil survey menunjukkan bahwa mayoritas responden (65%) menyatakan bahwa munculnya perda-perda baru tersebut tidak memberikan dampak apa-apa bagi proses kelancaran usaha mereka. Dan hanya sekitar 33% UKM eksportir yang merasakan dampak langsung munculnya Perda-perda baru bagi kelancaran usaha mereka, sedangkan 2% diantaranya tidak mengetahui pengaruh munculnya perda-perda baru tersebut (Grafik 3.3.1).



Dengan demikian pada dasarnya UKM eksportir tidak terpengaruh oleh penerapan kebijakan OTDA sejak diberlakukan per 1 Januari 2001. Hal tersebut kemungkinan disebabkan oleh karena sikap Pemda yang cenderung tidak ingin mengganggu kelancaran kegiatan ekspor barang dari daerahnya, sebagai salah satu sumber pendapatan daerah.

Klim Usaha

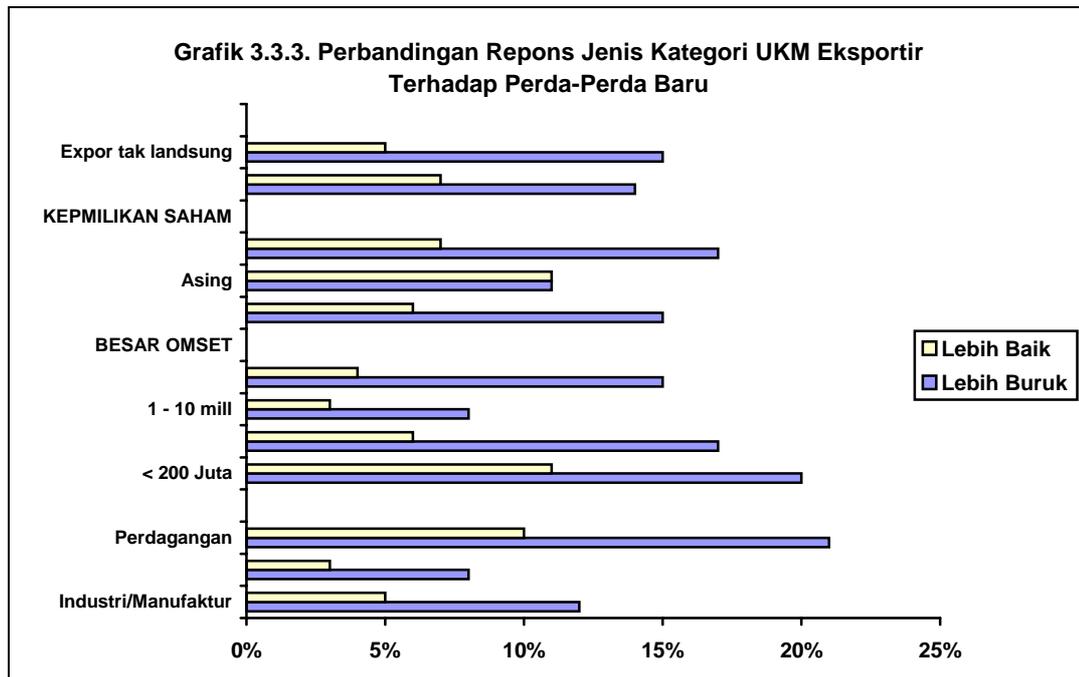
Dalam hal pengaruh OTDA terhadap *kondisi lingkungan usahanya*, mayoritas responden UKM eksportir (77%) menyatakan, bahwa tidak ada perubahan terhadap kondisi lingkungan usaha setelah diberlakukannya OTDA (Grafik 3.3.2).



Namun demikian 16% UKM eksportir menyatakan, bahwa kondisi iklim usahanya setelah adanya OTDA cenderung menjadi lebih buruk sedangkan sekitar 7% lainnya menyatakan bahwa Iklim usaha saat ini cenderung menjadi lebih baik

Iklim Usaha dilihat dari kategori UKM

Walaupun mayoritas dari UKM eksportir menyatakan bahwa kondisi lingkungan usaha cenderung tidak berubah (sama saja), namun terlihat respon yang cukup beragam bila dilihat dari : jenis usaha, besar omset, kepemilikan saham, dan cara melaksanakan ekspornya (*direct and non-direct exporters*), seperti terlihat pada Grafik 3.3.3 berikut.



Berdasarkan Jenis Usahanya, UKM eksportir Perdagangan memberikan respons paling tinggi (22%) sehubungan dengan kondisi iklim usaha setelah adanya OTDA dengan cenderung memberikan penilaian *lebih buruk* dibandingkan respon jenis usaha lainnya seperti pertanian dan industri. Hal ini mungkin disebabkan karena jenis usaha perdagangan lebih banyak berhubungan dengan pihak birokrasi dibandingkan dengan jenis usaha lainnya.

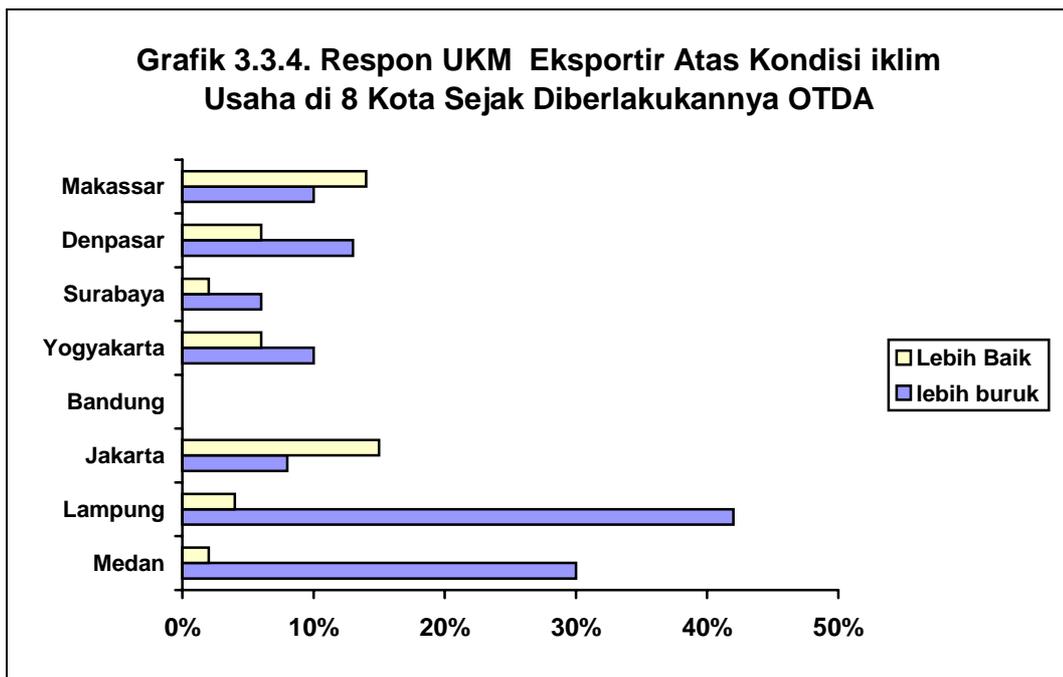
Berdasarkan *besarnya omset pertahun*, UKM eksportir yang memiliki omset kecil cenderung memberikan respon lebih banyak dibandingkan dengan respons UKM eksportir dengan omset lebih besar dalam merespon kondisi iklim usaha yang cenderung memburuk setelah diberlakukannya OTDA (21%).

Kepemilikan Saham, dari kepemilikan saham terlihat bahwa, UKM eksportir yang seluruh atau sebagian sahamnya dimiliki oleh pengusaha nasional cenderung menyatakan bahwa kondisi lingkungan usaha menjadi lebih buruk setelah dilaksanakannya OTDA (sekitar 17%).

Cara ekspor, tidak ada perbedaan respon dari UKM eksportir dilihat dari cara mengekspornya, namun keduanya lebih banyak menyatakan, sejalan dengan kategori lain, bahwa kondisi lingkungan lebih buruk setelah diterapkannya OTDA tersebut (15-16 %).

Respon UKM di beberapa Kota Atas Kondisi Iklim Usaha Setelah OTDA

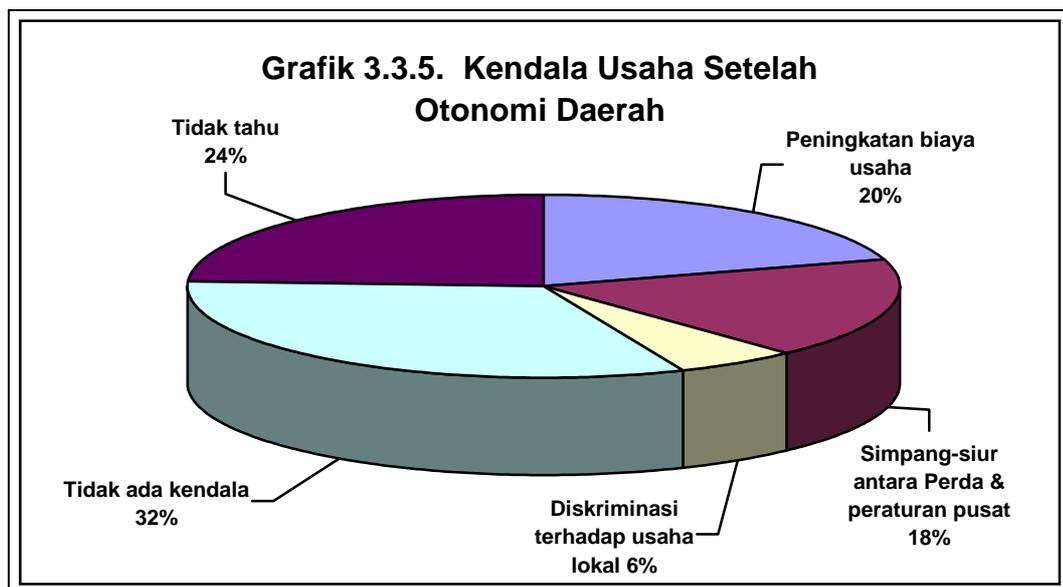
Persepsi UKM eksportir terhadap lingkungan usaha di delapan kota terlihat sangat bervariasi. UKM eksportir yang disurvei di kota Lampung dan Medan menyatakan bahwa lingkungan usaha cenderung lebih buruk setelah penerapan OTDA (Grafik 3.3.4)



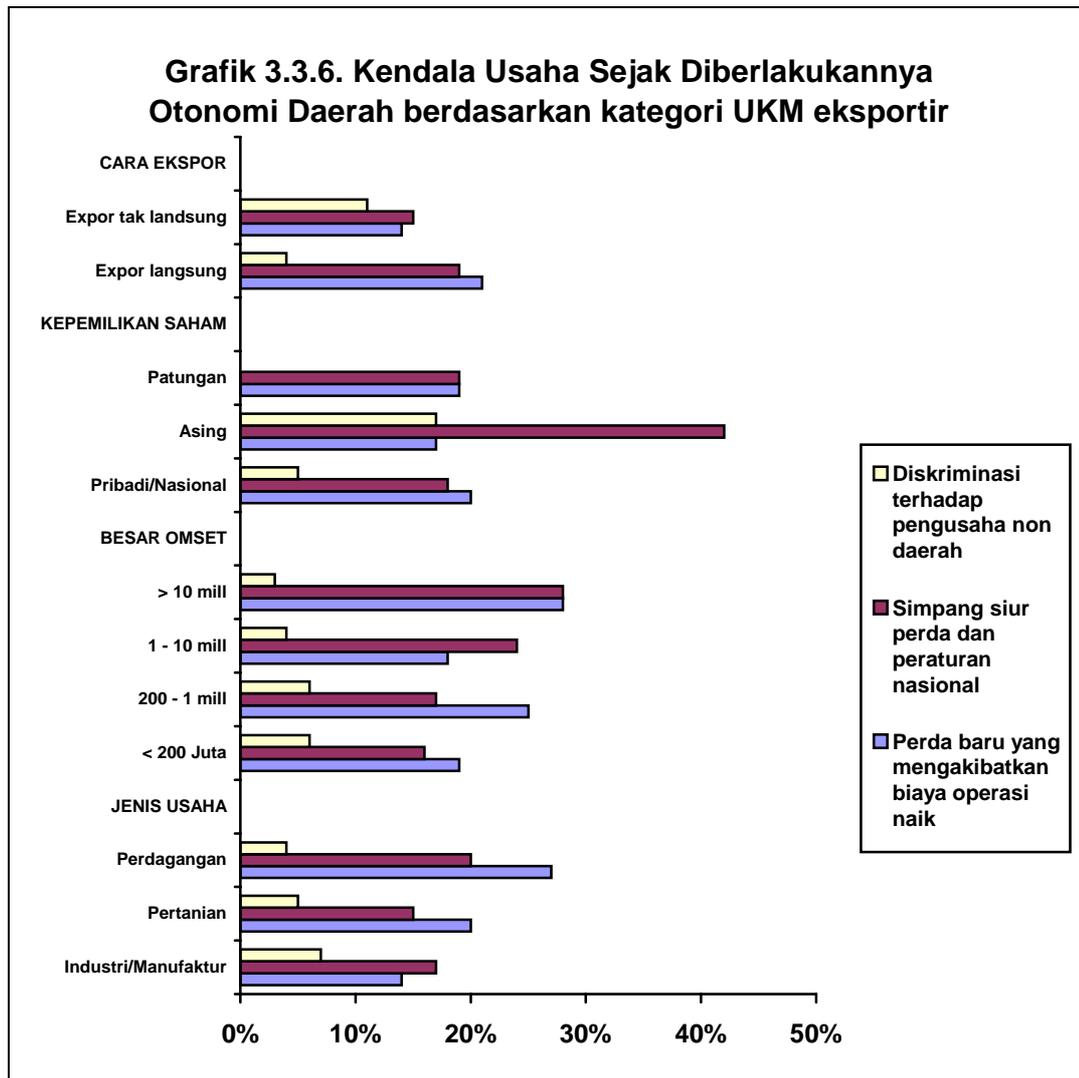
Hal ini berbeda dengan UKM eksportir di kota Jakarta dan Makassar, karena persentase responden yang menyatakan kondisi lingkungan lebih baik adalah lebih tinggi daripada yang menyatakan kondisi lingkungan lebih buruk.

b. Kendala Dalam Menjalankan Usaha setelah Otonomi Daerah

Masih kurangnya **sosialisasi** mengenai OTDA cukup terlihat dari para responden, dimana para UKM eksportir yang memberikan respon **tidak tahu** jumlahnya sekitar 24% dari total responden, seperti terlihat pada Grafik 3.3.5.

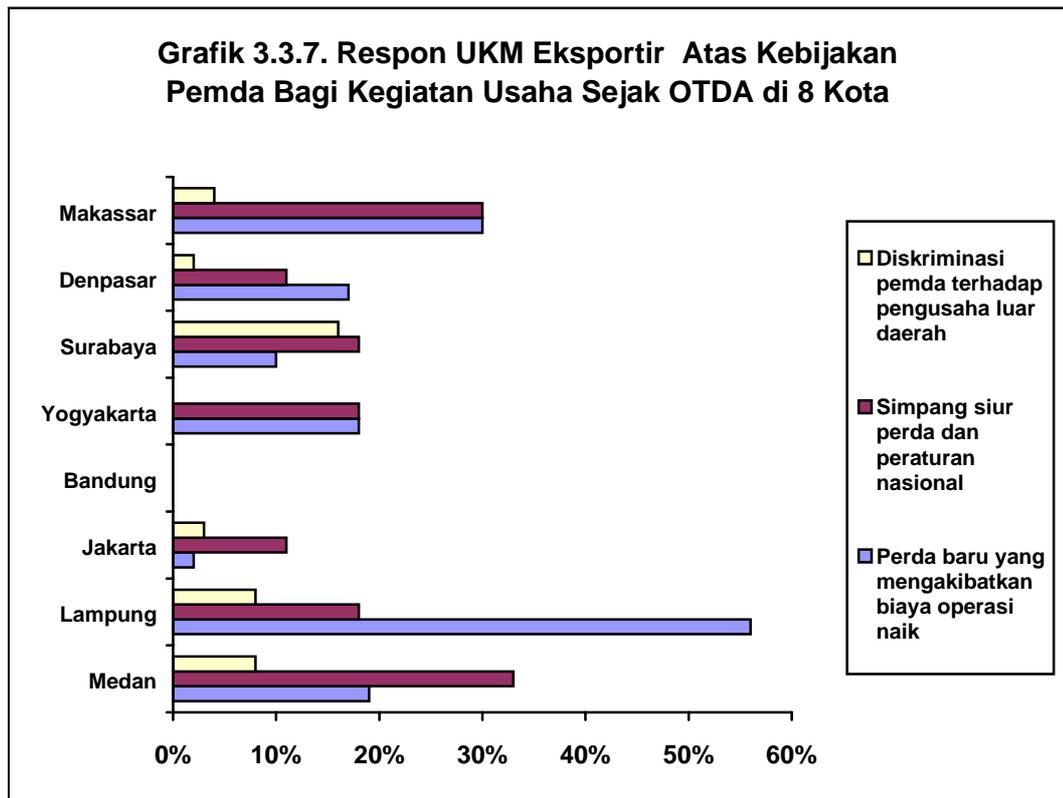


Selain itu sekitar 32% UKM eksportir menyatakan bahwa, sampai saat ini tidak ada masalah yang muncul akibat dari OTDA. Namun demikian sekitar 20% menyatakan bahwa adanya OTDA mengakibatkan peningkatan biaya usaha yang diakibatkan dari munculnya peraturan – peraturan daerah yang baru. Masalah lain yang dihadapi oleh UKM eksportir adalah masih simpang-siurnya antara peraturan daerah dan peraturan pusat (18%), sehingga para UKM eksportir menghadapi kesulitan dalam melaksanakan usahanya. Selanjutnya sekitar 6% dari UKM eksportir merasakan adanya diskriminasi yang diberlakukan kepada mereka oleh birokrat di daerah.



Tidak ada perbedaan respon yang diberikan oleh UKM eksportir bila dilihat berdasarkan kategorinya (Jenis usaha, besarnya omset dan cara ekspornya). Namun berdasarkan kepemilikan sahamnya (Grafik 3.3.6.), terlihat bahwa adanya kondisi kesimpangsiuran peraturan daerah dengan peraturan pemerintah pusat telah menjadi kendala yang banyak dihadapi oleh UKM eksportir dengan kepemilikan asing. Walaupun jumlah UKM eksportir dengan kepemilikan saham asing hanya berjumlah 9 responden atau 2 % dari total jumlah responden UKM eksportir, namun hal ini dapat menjadi dampak yang kurang baik dimasa depan, terutama dalam hal upaya memasukkan investor asing ke daerah-daerah di Indonesia.

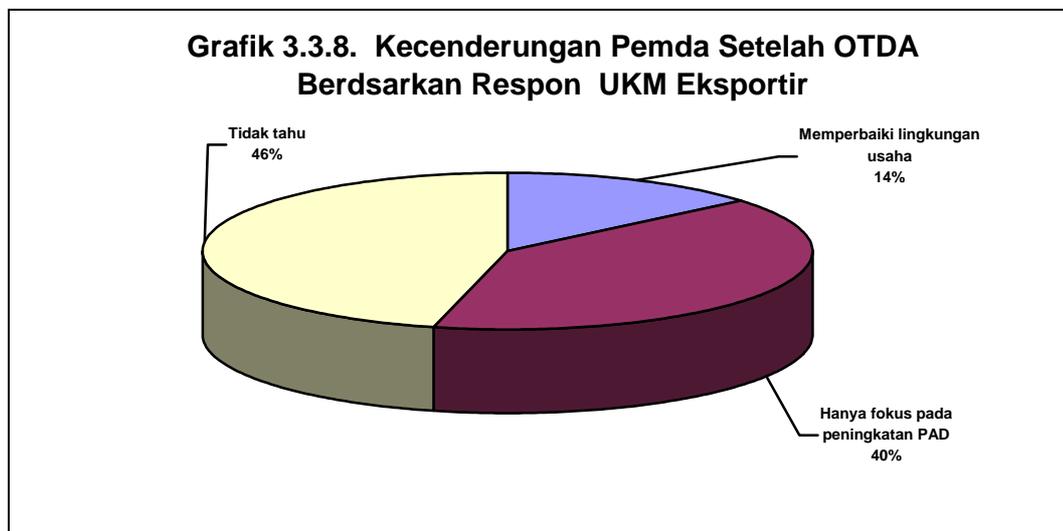
Khusus dari perbandingan cara melakukan ekspor, diketahui bahwa UKM eksportir yang melakukan ekspor secara langsung lebih memperlumaskan pengaruh naiknya biaya operasi serta kesimpangsiuran peraturan daerah dibandingkan dengan responsnya UKM yang melaksanakan ekspor tak langsung.



Dengan membandingkan respon UKM eksportir antar kota terlihat bahwa kota yang berada di luar pulau Jawa dan Bali menghadapi kendala lebih tinggi terutama untuk hal-hal yang menyangkut biaya operasi dan kesimpangsiuran peraturan daerah dengan peraturan pemerintah pusat setelah diberlakukannya OTDA. Adanya kenaikan biaya operasi terutama dialami oleh UKM eksportir di kota Lampung dan Medan Grafik (3.3.7)

c. Respon UKM Eksportir atas Kecenderungan Kebijakan Pemda Setelah Pelaksanaan Otonomi Daerah

Seperti telah dikemukakan sebelumnya, bahwa rendahnya anggaran pembangunan merupakan masalah utama yang dihadapi oleh sebagian besar wilayah setelah diberlakukannya OTDA. Maka sebagai konsekuensinya, pemerintah daerah mencari jalan untuk menutupi kekurangan dana pembangunan tersebut dengan memaksimalkan sumber pendapatan yang berasal dari daerahnya, yaitu menaikkan PAD sebagai cara paling mudah untuk dilaksanakan. Dampak dari kebijakan ini secara langsung akan dirasakan oleh masyarakat, karena ketika keluarnya pajak dan retribusi yang baru dan naiknya pajak dan retribusi yang harus dibayar para pengusaha akan secara langsung dibebankan kepada konsumen. Dari Grafik 3.3.8 (dibawah), terlihat bahwa 40% responden UKM eksportir menyatakan pemda hanya fokus dalam upaya meningkatkan PAD dan kurang memperlihatkan upaya perbaikan lingkungan usaha (14%).

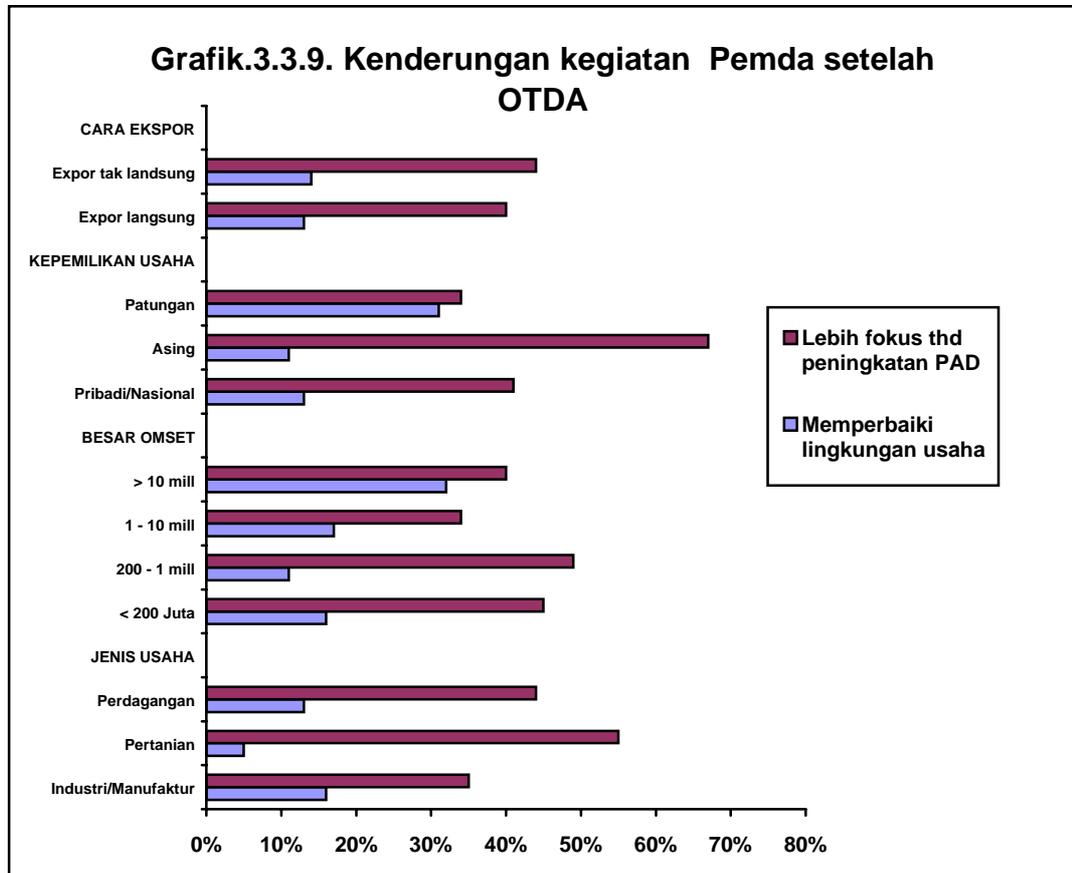


Dari respon UKM eksportir yang disurvei diketahui bahwa, sebagian besar responden (46%) menyatakan tidak mengetahui apa yang sebetulnya dilakukan oleh pemda sejak diberlakukannya OTDA. Respon tersebut mungkin pula

disebabkan karena belum adanya perubahan nyata yang dirasakan oleh UKM eksportir atau memang belum ada usaha-usaha yang nyata dari pemda baik untuk memperbaiki lingkungan usaha ataupun dalam usaha-usaha pemda meningkatkan PAD (Grafik 3.3.8.)

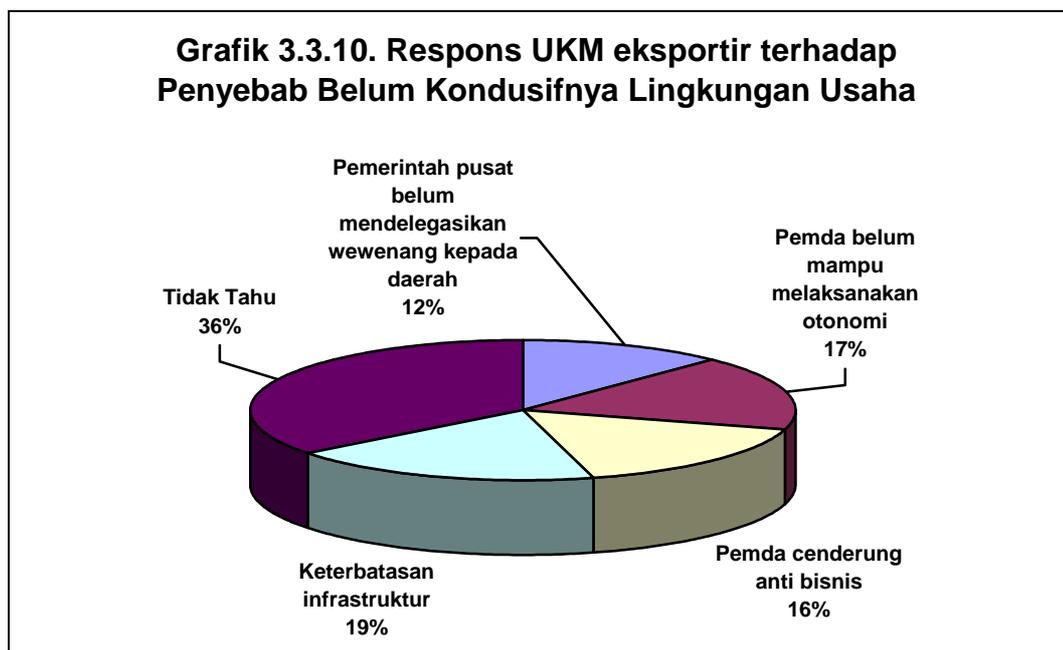
d. Respon per Kategori UKM Eksportir Terhadap Kecenderungan Fokus Kerja Pemda

Dari Grafik 3.3.9 di bawah terlihat UKM eksportir yang sahamnya dimiliki asing menyatakan bahwa pemda lebih fokus pada peningkatan PAD (66,7%) daripada memperbaiki lingkungan usaha (14%). Berdasarkan respon tersebut terlihat bahwa UKM eksportir yang sahamnya dimiliki oleh perusahaan asing sangat terganggu dengan upaya-upaya yang dilaksanakan oleh pemda dalam meningkatkan PAD. Hal ini juga pada gilirannya nanti tentu akan sangat mengganggu kegiatan investasi dan perdagangan di daerah, seperti yang telah dibahas sebelumnya.



e. Penyebab Belum Kondusifnya Lingkungan Usaha

Cukup tingginya jawaban tidak tahu (36%) dari responden UKM eksportir terhadap penyebab belum kondusifnya lingkungan usaha, telah menguatkan alasan bahwa pada dasarnya pelaksanaan OTDA belum memberikan pengaruh yang besar pada UKM eksportir, seperti terlihat pada Grafik dibawah (3.3.10.).

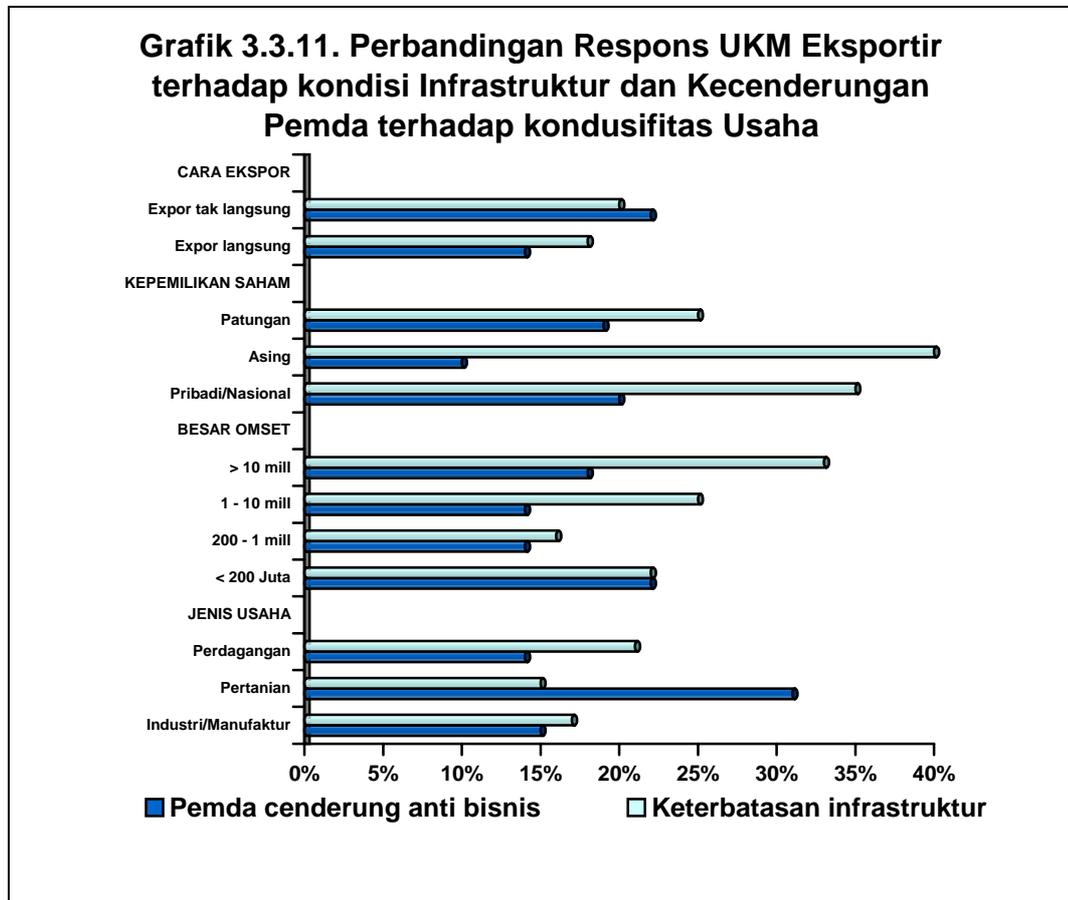


Disamping tidak tahu, respon tertinggi lainnya secara berurutan adalah: minimnya infrastruktur (19%); pemda belum mampu melaksanakan OTDA (17%); pemda anti bisnis atau cenderung hanya mengejar PAD (16%); dan pemerintah pusat belum mendelegasikan wewenang kepada pemda (12%).

Permasalahan Infrastruktur dan Kecenderungan Kebijakan Pemda terhadap Kondusifitas Lingkungan Usaha sejak OTDA

Berdasarkan **faktor-faktor internal daerah** yang menunjang kondisi lingkungan usaha, seperti tersedianya *infrastruktur* dan pelayanan *birokrasi daerah*, maka

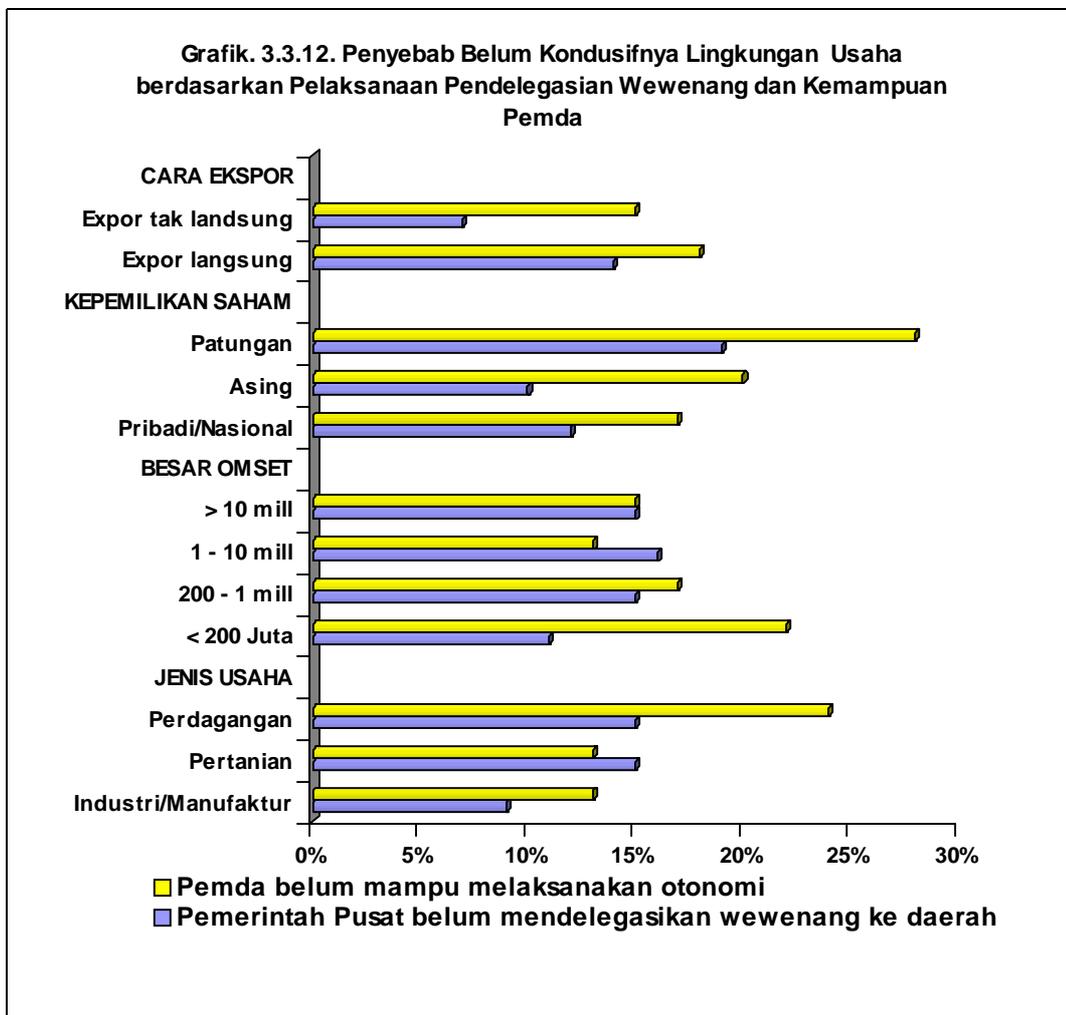
keterbatasan infrastruktur telah menjadi masalah paling utama bagi UKM eksportir dalam hal penunjang kondusifitas usaha (Grafik 3.3.11)



Respon masih adanya keterbatasan infrastruktur yang dialami oleh UKM tersebut mungkin akibat dari sikap para pengelola berbagai fasilitas yang cenderung membiarkan pengelolaan fasilitas-fasilitas penunjang ekspor, karena dapat dijadikan sarana untuk mendapatkan imbalan atau pungutan lainnya. Namun demikian terdapat pengecualian yaitu UKM eksportir pertanian dan eksportir tak langsung yang justru menyatakan bahwa fokus belum kondusifnya lingkungan usaha disebabkan karena Pemda kurang membantu peningkatan kelancaran lingkungan usaha/ cenderung anti bisnis .

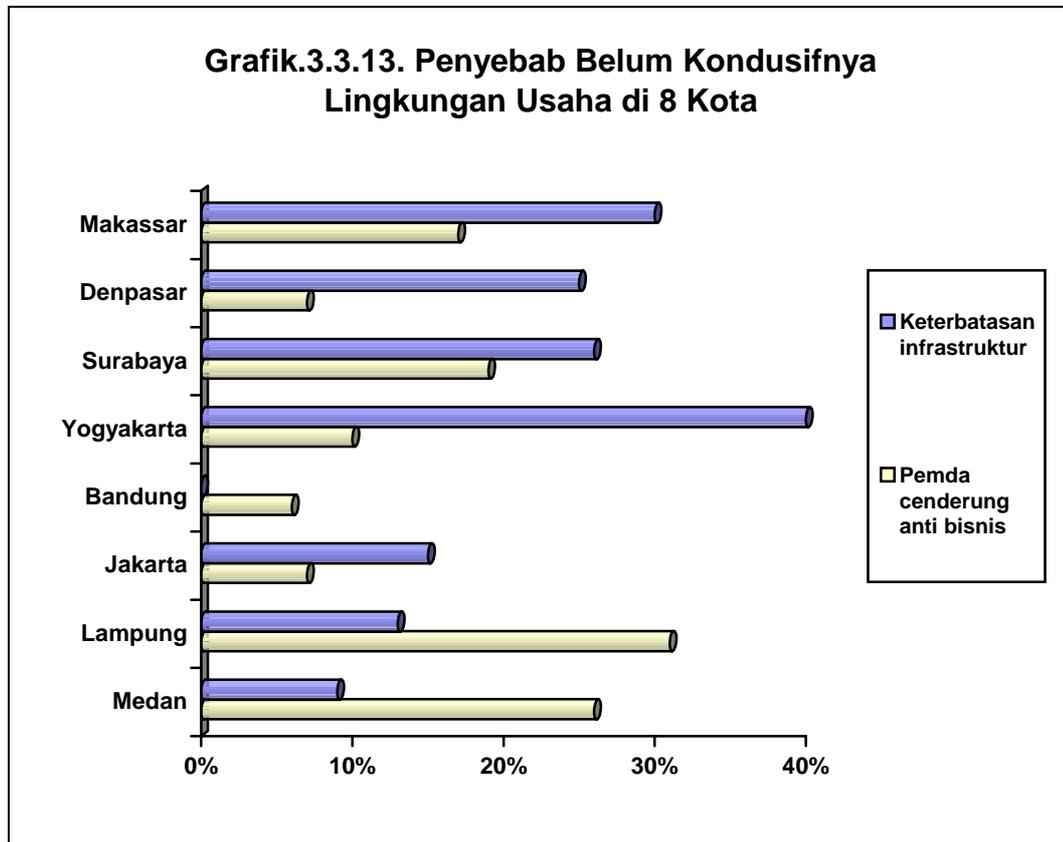
Permasalahan Pendelegasian Wewenang dari Pemerintah Pusat dan Kemampuan Pemda dalam Menciptakan lingkungan Usaha yang Kondusif sejak OTDA

Prinsip dari pelaksanaan OTDA dalam melimpahkan wewenang dari pemerintah pusat ke pemerintah daerah dalam pelaksanaannya masih mengalami berbagai hambatan. Hal ini setidaknya terlihat dari respons yang diberikan responden UKM eksportir (Grafik.3.3.12.).

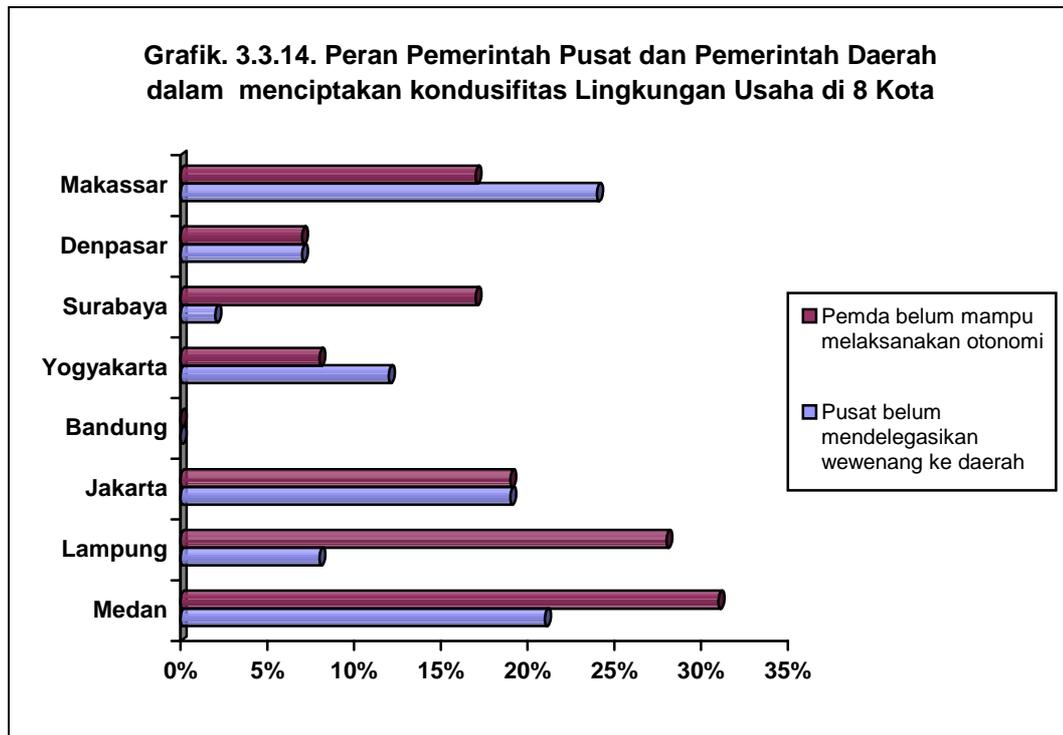


Namun demikian, secara umum terlihat bahwa UKM eksportir cenderung lebih memilih respons pesimis pada kemampuan pemda dalam melaksanakan OTDA

dibandingkan dengan permasalahan ketidak jelasan wewenang yang diberikan kepada Pemda dari pemerintah pusat (Grafik 3.3.12)



Dari Grafik 3.3.13., terlihat bahwa selain kota Bandung, Lampung dan Medan keterbatasan infrastruktur merupakan masalah utama yang dihadapi oleh UKM eksportir, utamanya yang bersal dari kota Jogjakarta, Surabaya, Denpasar dan Makassar. Hal ini berbeda dengan UKM eksportir di kota Lampung dan Medan yang menyatakan bahwa faktor penghambat utama adalah birokrasi dimana mereka merasakan bahwa pemda cenderung anti bisnis.

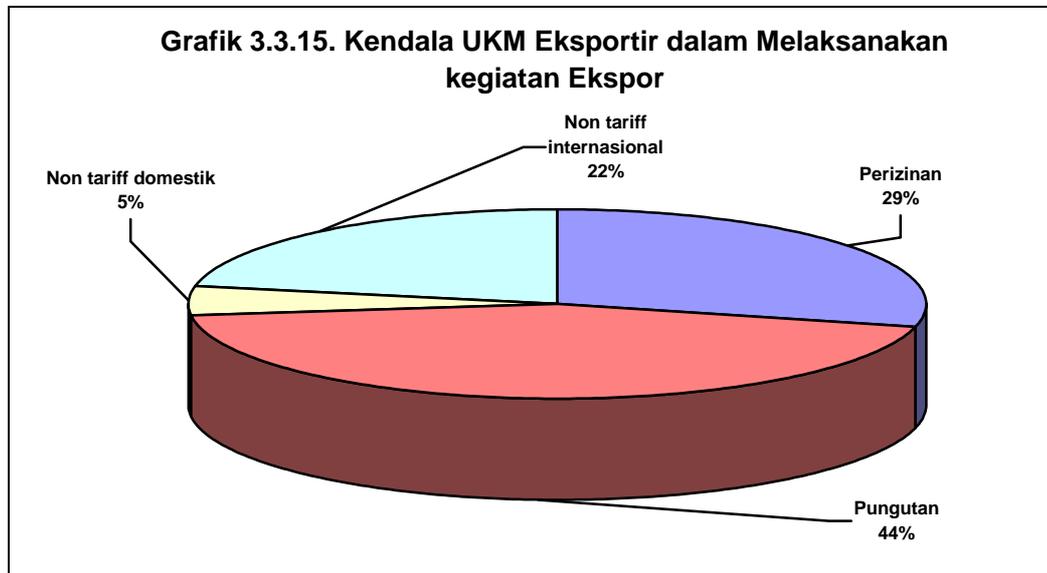


Dalam hal pelimpahan wewenang dari pemerintah pusat ke pemerintah daerah serta kemampuan pemerintah daerah dalam menjalankan otonomi, maka UKM eksportir di kota Medan, Lampung Surabaya menyatakan bahwa belum kondusifnya lingkungan usaha di kota mereka disebabkan oleh sikap pemerintah pusat yang belum memberikan wewenang secara penuh kepada pemerintah daerah. Sedangkan UKM eksportir di Jogjakarta dan Makassar menyatakan sebaliknya, bahwa Pemda memang cenderung belum mampu melaksanakan OTDA.

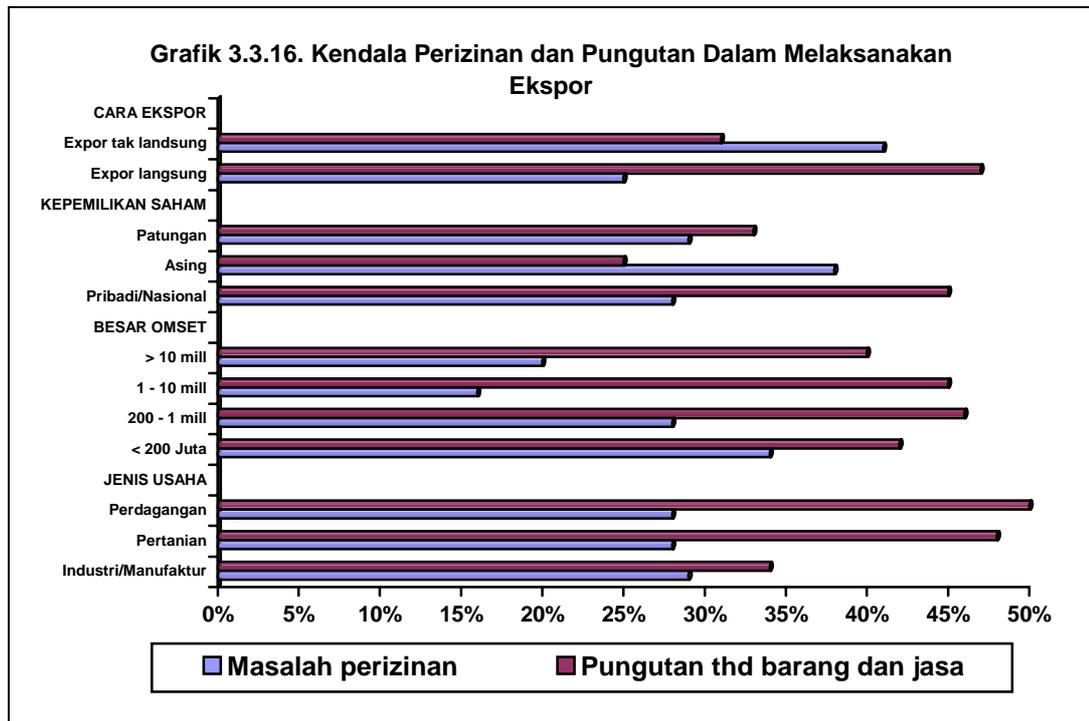
f. Permasalahan Yang Dihadapi UKM Eksportir Dalam Melaksanakan Ekspor

Permasalahan lain yang berkaitan dengan perijinan di tingkat nasional dan internasional dihadapi oleh para UKM eksportir adalah pungutan, dimana menjadi permasalahan utama (44%), faktor lain tetap ada seperti masalah perizinan, masalah non tariff domestik (5%) dan non tariff internasional. Tingginya respon UKM eksportir terhadap masalah pungutan ini pada akhirnya memang sejalan

dengan pernyataan sebelumnya yang menyatakan bahwa Pemda memang lebih tertuju untuk meningkatkan PAD.



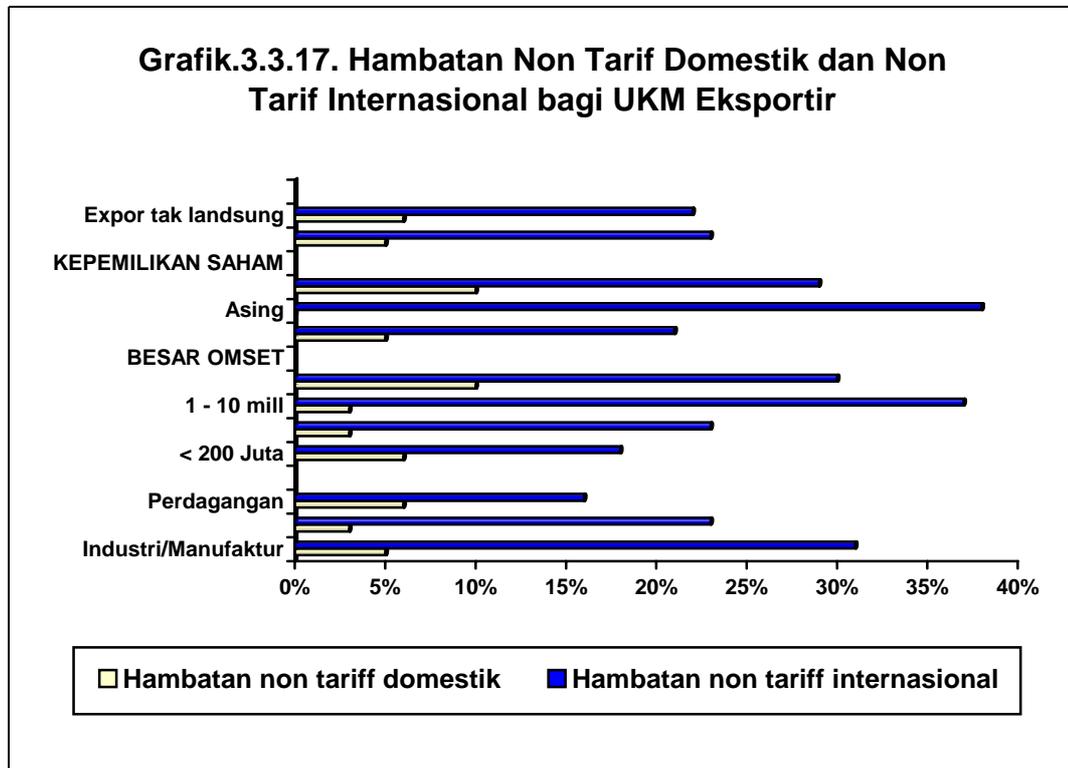
Masalah-masalah lainnya seperti perizinan (29%), masalah non-tariff internasional (22%) yang dialami oleh UKM eksportir seperti ditunjukkan oleh grafik diatas merupakan masalah umum yang dihadapi oleh produk dari Indonesia, terutama diakibatkan oleh belum terpenuhinya standar untuk kualitas atau mutu barang yang diekspor.



Apabila dilihat lebih jauh dari kategori UKM eksportir, maka masalah pungutan dan perizinan merupakan masalah utama yang dihadapi oleh UKM eksportir (Grafik 3.3.16). Namun demikian khusus bagi UKM eksportir yang sahamnya dimiliki oleh pengusaha Asing dan UKM eksportir yang melaksanakan ekspor tak langsung (*in direct exporters*), masalah perizinan telah menjadi masalah utama dibandingkan dengan masalah pungutan. Karena itu menjadi wajar apabila banyak eksportir melaksanakan ekspor melalui jasa eksportir dan *trading house*, karena mereka tidak banyak disibukan dengan urusan yang banyak berhubungan langsung dengan pihak pemerintah.

Disamping hambatan birokrasi, hambatan lain yang dihadapi oleh UKM eksportir adalah hambatan non tarif yang berhubungan dengan ketersediaan sarana dan fasilitas ekspor (Non tarif Domestik) serta yang berhubungan dengan faktor-faktor mutu/ kualitas, lingkungan dan *hygiene* yang seringkali disebut sebagai hambatan non tarif internasional. Kesemua respon cenderung mengarah pada hambatan Non Tarif Internasional sebagai hambatan utama dibandingkan dengan masalah Non Tarif Domestik. Hal yang menarik dari grafik dibawah ini (3.3.17),

terlihat bahwa hambatan non tarif internasional banyak dihadapi pula oleh UKM eksportir yang sahamnya dimiliki oleh pengusaha asing.

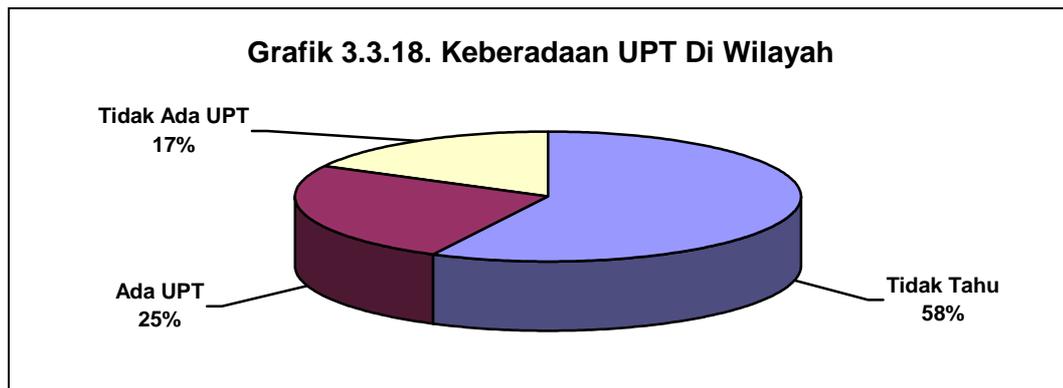


Untuk masalah yang berkaitan dengan non tariff internasional, maka respon yang paling besar yang diberikan UKM eksportir dari jenis usaha industri (31%), UKM eksportir yang kepemilikan sahamnya asing (38%), UKM eksportir yang memiliki omset antara Rp 1 miliar – Rp 10 miliar (37%), sedangkan antara UKM eksportir yang melaksanakan ekspor langsung (23%) maupun tidak langsung (22%) tidak ada perbedaan yang nyata.

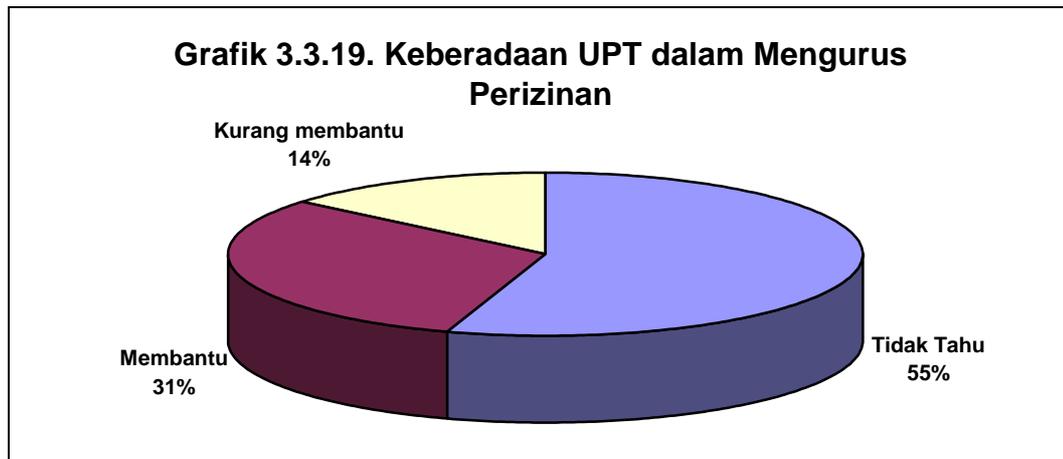
g. Unit Pelayanan Terpadu (UPT)

Fungsi utama dari unit pelayanan terpadu adalah memberikan pelayanan perizinan secara efektif dan efisien atau dengan kata lain, lebih mudah, cepat, dan pasti. Hal ini disebabkan karena proses pelayanan perizinan dilakukan secara transparan dan terintegrasi, sehingga permohonan dan pemberian izin merupakan satu paket yang

dikoordinasi oleh UPT tersebut. Namun demikian dari hasil survey diketahui bahwa, sekitar 58% dari responden UKM eksportir tidak mengetahui mengenai keberadaan UPT diwilayahnya dan hanya 41.4% UKM eksportir yang mengetahui keberadaan UPT tersebut.



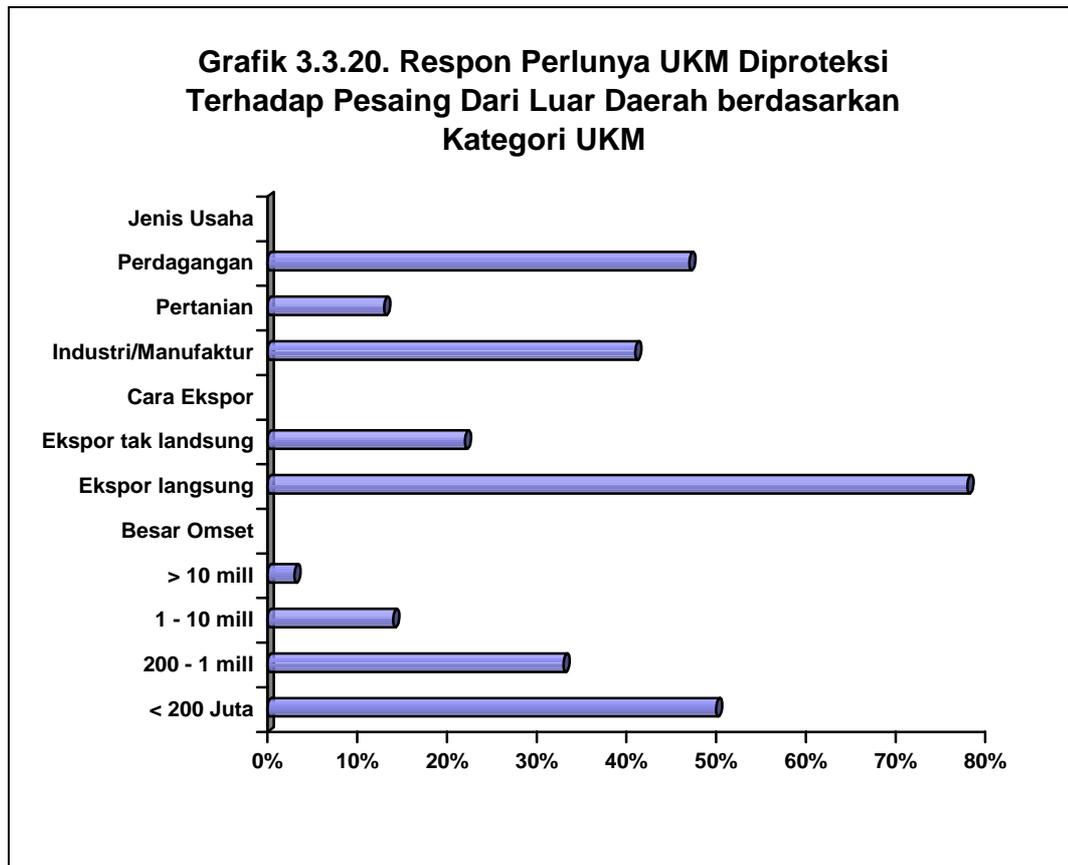
Meski karena unit pelayanan terpadu salah satu bentuk pelayanan dari Pemda kepada pengusaha agar peraturan atau perizinan dapat diselesaikan dengan efektif dan efisien sehingga hambatan mengenai hal tersebut tidak terjadi lagi. Ternyata dari sebanyak 225 UKM eksportir yang memberikan respon tentang manfaat dari UPT tersebut, sebanyak 55% dari responden tidak mengetahui bahwa UPT dapat membantu mereka dalam pengurusan perizinan. Sedangkan dari 45% responden UKM eksportir yang memahami manfaat dari UPT, 31% UKM eksportir menyatakan keberadaan UPT cukup membantu mereka dalam pengurusan perizinan, sedangkan 14% menyatakan kurang membantu.



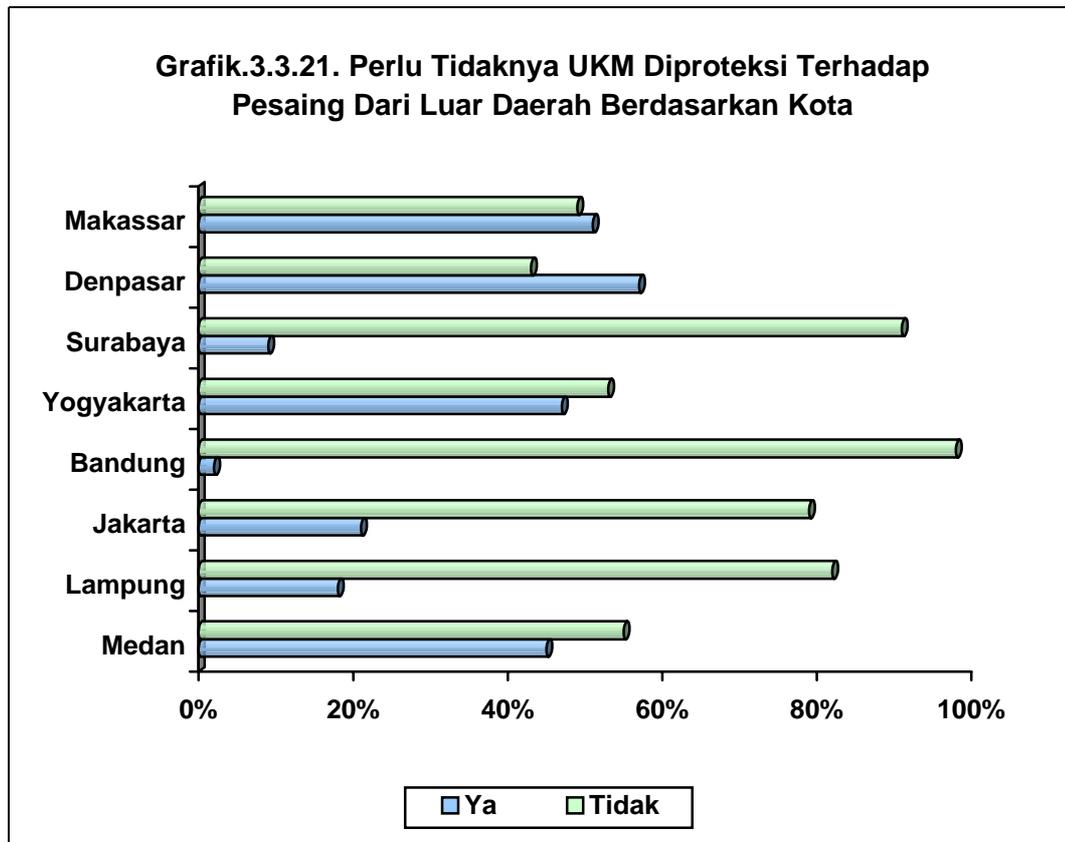
Dari kedua grafik tersebut terlihat bahwa salah satu kelemahan utama dari pemerintah adalah dalam menjalankan tugasnya adalah dalam melaksanakan sosialisasi mengenai manfaat pelayanan dan fasilitas yang tersedia di daerahnya.

h. Proteksi Bagi Eksportir

Proteksi yang diberikan kepada industri besar dimasa Orde Baru telah berakibat fatal pada pengembangan ekonomi di Indonesia, kebijakan proteksi tersebut bukan hanya memanjakan para pengusaha besar, tetapi telah menghambat pertumbuhan pengusaha kecil dan menengah (UKM eksportir). Sebagaimana telah dikemukakan pada penelitian terhadap UKM eksportir sebelumnya, dari survey terhadap UKM eksportir ini juga diperoleh hasil bahwa, sekitar 69% dari responden UKM eksportir menyatakan bahwa mereka tidak memerlukan proteksi, sedangkan 31% responden menyatakan memerlukan proteksi.



Terlihat dari grafik di atas bahwa, UKM eksportir perdagangan, eksportir yang beromset rendah dan eskportir yang melakukan ekspor secara langsung menyatakan bahwa mereka memerlukan proteksi dari pemerintah dalam menjalankan usahanya. Kendati demikian, bentuk proteksi lebih menyangkut masalah-masalah yang berkaitan dengan keamanan berusaha dan bukan proteksi yang berkaitan dengan ekonomi.



Apabila dilihat dari persepsi UKM eksportir di 8 Kota, diketahui bahwa respon bahwa mereka tidak memerlukan proteksi dari Pemerintah daerah. Namun demikian khusus UKM eksportir dari kota Denpasar dan Makassar memberikan respon bahwa mereka masih memerlukan proteksi dari pemerintah daerah. Adapun asumsi yang muncul adalah dari sisi profil responden di kedua kota tersebut didominasi oleh UKM eksportir jenis Perdagangan yang jumlah omsetnya tergolong rendah sehingga masih memerlukan bantuan ataupun proteksi dari pemerintah setempat.

BAB 4

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Seperti telah diterangkan pada bab sebelumnya, bahwa mayoritas dari responden UKM eksportir pada survey ini adalah UKM eksportir yang telah menggunakan internet serta UKM eksportir yang melaksanakan ekspor langsung (*direct exporters*). Dengan kondisi tersebut, maka kesimpulan dan rekomendasi yang dihasilkan akan sangat dipengaruhi oleh karakter responden diatas, namun demikian kesimpulan ini mungkin akan sesuai sejalan dengan meningkatnya pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi oleh UKM eksportir dimasa depan.

4.1. KESIMPULAN

a. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi Oleh UKM Eksportir

1. Komputer telah menjadi peralatan standar yang dimiliki oleh para UKM eksportir di delapan kota yang disurvei, di mana sekitar 85% dari responden UKM eksportir telah menggunakan komputer walaupun masih dengan tingkat penggunaan yang berbeda. Walaupun demikian baru sekitar 60% dari UKM eksportir telah menggunakan komputer secara penuh dalam melaksanakan kegiatan administrasi dan manajemen serta mengakses jaringan internet. Rata-rata jumlah komputer yang dimiliki oleh UKM eksportir masih sedikit, yaitu sekitar 61% dari UKM eksportir hanya memiliki 1 – 5 komputer, sehingga pemanfaatan jaringan local komputer (local area network atau LAN) masih rendah, baru sekitar 43% dari responden UKM eksportir. Faktor geografis dan ketersediaan sarana dan prasarana juga menentukan tingkat pemanfaatan komputer oleh UKM eksportir, dimana tingkat pemanfaatan komputer di kota-kota yang berada di Pulau Jawa dan Bali (Jakarta, Bandung, Yogyakarta,

Surabaya dan Denpasar) lebih tinggi dibandingkan dengan kota-kota diluar wilayah Jawa dan Bali (Medan, Lampung dan Makassar).

2. Mayoritas dari UKM eksportir sudah memiliki tingkat pemahaman yang cukup tinggi mengenai fungsi dan manfaat dari internet dalam menunjang kegiatan usahanya. Berdasarkan survey ini dapat disimpulkan bahwa sekitar 89% dari responden UKM eksportir telah memahami manfaat dan penerapan aplikasi komunikasi, informasi dan promosi dari jaringan internet. Namun persentase UKM eksportir yang telah menggunakan jaringan internet adalah sekitar 71% dari responden UKM eksportir.
3. Alasan yang dikemukakan oleh UKM eksportir dalam menggunakan jaringan internet terutama karena jaringan internet adalah lebih praktis dan efisien (44%) dalam menunjang kegiatan mereka, terutama sebagai alat komunikasi dan informasi. Disamping itu, tuntutan jaman dalam memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi juga telah memacu UKM eksportir untuk memanfaatkan jaringan internet, terutama untuk mencari pasar baru seperti diutarakan oleh 28% UKM eksportir, serta dalam rangkan harmonisasi media komunikasi yang dituntut oleh mitra usahanya sebagaimana dikemukakan oleh 20% dari UKM eksportir. Pemanfaatan jaringan internet sebagai media informasi pasar terutama dilakukan oleh UKM eksportir dari jenis usaha industri dan manufaktur, serta UKM eksportir yang melaksanakan ekspor langsung (*direct exporter atau business to business*).
4. Tidak ada perbedaan yang nyata dalam pemanfaatan jaringan internet di 8 kota, namun terlihat adanya keterkaitan yang sangat erat antara ketersediaan sarana dan fasilitas penunjang seperti: ketersediaan jaringan telepon diwilayah, jumlah kepemilikan telepon dan kepemilikan komputer UKM eksportir, serta penggunaan jaringan internet dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Makin besar ketersediaan sarana dan fasilitasnya makin tinggi pula tingkat pemanfaatan jaringan internet oleh UKM eksportir.

5. Alasan utama yang dikemukakan oleh UKM eksportir yang belum memanfaatkan jaringan internet adalah: pertama, ***belum melihat manfaat dari internet*** karena sampai saat ini usaha mereka berjalan dengan lancar walaupun tidak memiliki jaringan internet. Namun alasan lainnya adalah, ***sulitnya menambah jaringan telepon*** karena adanya keterbatasan jaringan telepon diwilayahnya, serta ***belum memiliki sumberdaya manusia yang mampu menggunakan internet***, karena hal ini akan berdampak pada penambahan biaya untuk menambah sarana, fasilitas dan karyawan.
6. Tingkat aksesibilitas terhadap jaringan internet diantara karyawan pada UKM eksportir juga masih cukup rendah, karena aksesibilitas jaringan internet masih dimiliki oleh manajer level menengah (mid level manager). Hal ini mungkin disebabkan karena mayoritas UKM eksportir yang disurvei adalah yang memiliki jumlah karyawan lebih kecil dari 50 orang (59%) dan yang memiliki omset lebih kecil dari Rp 1 miliar pertahun (75%).
7. Adanya keterbatasan kemampuan serta sarana dan fasilitas untuk memiliki jaringan internet bukan menjadi kendala utama bagi UKM eksportir, karena dengan adanya ***Warung Internet atau "Warnet"***, UKM eksportir yang belum berlangganan internet telah memanfaatkan Warnet untuk melaksanakan kegiatan usahanya. Hal ini terutama dilakukan oleh responden UKM eksportir dari jenis usaha perdagangan, UKM eksportir yang tidak melaksanakan ekspor secara langsung (non-direct exporter) dan UKM eksportir yang memiliki omset pertahun lebih kecil dari Rp 200 juta.
8. Tingkat kepemilikan situs web (web site) pada responden UKM eksportir masih rendah atau hanya sekitar 25%, namun sekitar 45% dari UKM eksportir yang belum memiliki situs web telah merencanakan untuk membuat situs web dalam waktu dekat, terutama bagi UKM eksportir yang memproduksi barang kerajinan dan furniture. Pemilikan situs web juga telah membantu mereka

dalam hal pemasaran, karena 45% dari UKM eksportir yang memiliki situs web menyatakan bahwa mereka mengalami peningkatan pasar, namun dampak negatif dari kepemilikan situs web juga ada, yaitu terjadinya persaingan harga, terutama untuk produk-produk yang sejenis. Disamping itu meskipun banyaknya pembeli yang berminat, tetapi persentase transaksi yang terjadi masih kecil. Dampak negatif lainnya adalah berkaitan dengan masalah hak cipta, akibat dari ulah para penjiplakan yang meniru rancangan (design) produk-produk yang gambarnya ditampilkan oleh pemiliknya di situs web. Pemilikan situs web ini didominasi oleh UKM eksportir manufaktur, UKM eksportir yang besar omset pertahunnya lebih kecil dari Rp 10 miliar dan UKM eksportir yang menegekspor langsung (direct exporter). Sedangkan kota-kota yang UKM eksportirnya memiliki situs web terbanyak adal di kota-kota besar, seperti: Jakarta, Yogyakarta dan Surabaya dan alasan utama dari kepemilikan jaringan internet dan situs web ini adalah untuk menghemat biaya pemasaran dan kurir untuk pengiriman dokumen.

9. Tingkat pemanfaatan jaringan internet oleh UKM eksportir terbesar masih sebatas sarana komunikasi (e-mail), yaitu sebesar 33%; diikuti oleh sebagai sarana komunikasi dan informasi sebesar 32%, yaitu untuk e-mail dan penjelajahan situs internet (browsing); serta, hanya 18% sebagai media komunikasi, informasi dan promosi atau e-mail, browsing dan promosi melalui situs web, dan sekitar 17% responden UKM eksportir yang tidak menggunakan internet. Pengguna internet terbesar dari responden UKM eksportir adalah UKM eksportir manufaktur, dan UKM eksportir yang mempunyai omset besar, serta yang melaksanakan ekspor langsung (direct exporters).
10. Pemanfaat internet untuk mengakses informasi dan peraturan-peraturan yang dikeluarkan oleh lembaga pemerintah baik melalui situs Badan Pengembangan Ekspor Nasional (BPEN) dan Departemen Perindustrian dan Perdagangan (Depperindag) masih sangat kecil. Hal ini disebabkan karena pada dasarnya

pemanfaatan internet sebagai sumber informasi masih sangat kecil dibandingkan dengan informasi yang diperoleh dari terutama sesama rekan usaha, langsung dari pejabat pemerintah atau dari media cetak. Khusus untuk media informasi, pemanfaatan internet lebih banyak membantu para UKM eksportir untuk mendapatkan pembeli dibandingkan untuk mencari atau mendapatkan bahan baku. Berdasarkan jenis usahanya UKM eksportir industri lebih banyak memanfaatkan internet untuk mencari bahan baku, sedangkan UKM eksportir pertanian dan perdagangan lebih banyak menggunakan untuk mencari pembeli. Demikian pula pemanfaatan internet untuk mendapatkan pembeli lebih banyak dilakukan oleh UKM eksportir yang omset pertahunnya lebih kecil, dibandingkan dengan yang omsetnya lebih besar atau UKM eksportir yang mengekspor secara langsung (direct exporters). Dibandingkan kota lainnya dari delapan kota yang disurvei, pemakaian jaringan internet untuk mencari pasar oleh UKM eksportir di kota Medan adalah yang terkecil.

b. Lingkungan Usaha Bagi UKM-Eksportir Setelah Penerapan UU Otonomi Daerah.

11. Pada umumnya tidak ada perubahan kondisi lingkungan usaha yang secara langsung dirasakan oleh UKM eksportir setelah berjalan selama 20 bulan sejak diberlakukannya UU No. 22 dan 25 pada bulan Januari 2000. Meskipun demikian sekitar 16% menyatakan bahwa kondisi lingkungan usaha menjadi lebih buruk, terutama dirasakan oleh UKM eksportir perdagangan, UKM eksportir yang sahamnya dimiliki pengusaha nasional dan UKM eksportir yang omset pertahunnya kecil, terutama di kota Lampung dan Medan. Sebaliknya, hanya 7% responden UKM eksportir yang menyatakan kondisi lingkungan usaha justru menjadi lebih baik, terutama di kota Jakarta dan Makassar.
12. Mayoritas UKM eksportir yang disurvei (65%) menyatakan bahwa, adanya peraturan daerah (Perda) baru yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah sejak

diberlakukannya UU otonomi daerah, tidak berpengaruh terhadap kelancaran usaha yang mereka. Namun demikian sekitar 33% dari responden UKM EKSPORTIR berpendapat sebaliknya, bahwa kelancaran usahanya terganggu akibat adanya perda baru tersebut. Hal ini bertentangan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, yang selama ini selalu melaporkan keluhan-keluhan dari UKM mengenai buruknya kondisi usaha sejak diberlakukannya UU Otonomi Daerah.

13. Kendala-kendala dalam melaksanakan usaha yang dihadapi oleh UKM eksportir setelah pemberlakuan UU Otonomi Daerah No 22 adalah meningkatnya biaya operasi akibat bertambahnya pungutan-pungutan yang terutama dirasakan oleh UKM eksportir perdagangan dan yang mempunyai omset lebih besar dari Rp 10 miliar. Berbeda dengan diatas, keluhan UKM eksportir yang sahamnya dimiliki oleh pengusaha asing, justru lebih diakibatkan oleh masalah birokrasi dan peraturan sebagai akibat masih simpang-siunya peraturan pusat dan peraturan daerah. Disamping itu, keluhan utama yang disampaikan oleh UKM eksportir dikota Lampung adalah makin tingginya biaya operasi akibat berbagai pungutan baru, berbeda dengan UKM eksportir di kota Medan dan makassar yang lebih banyak mengeluhkan simpang-siunya peraturan pusat dan peraturan daerah.
14. Tingkat pemahaman UKM eksportir yang cukup rendah terhadap UU Otonomi Daerah terlihat dengan tingginya respon UKM eksportir yang memberikan jawaban tidak tahu (46%) ketika ditanyakan apakah pemda lebih fokus pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) atau lebih fokus pada perbaikan kondisi lingkungan usaha diwilayahnya. Namun sebagian besar UKM eksportir juga mengatakan bahwa pemda lebih fokus pada peningkatan PAD (40%), terutama respon dari UKM eksportir yang sahamnya dimiliki oleh pengusaha asing. Hal ini lebih tinggi bila dibandingkan dengan hanya 14% yang menyatakan bahwa pemda lebih fokus dalam usaha-usaha untuk memperbaiki lingkungan usaha diwilayahnya.

15. Dari keempat (4) hal yang ditanyakan kepada responden UKM eksportir mengenai penyebab utama belum kondusifnya lingkungan usaha, ternyata ***kondisi infrastruktur (19%)*** merupakan masalah utama yang menyebabkan belum kondusifnya lingkungan usaha bagi UKM eksportir dalam melaksanakan kegiatannya, dan hal ini terutama dikeluhkan oleh UKM eksportir yang sahamnya dimiliki oleh pengusaha asing, serta UKM eksportir yang berada di kota Yogya dan Makassar. Kedua, UKM eksportir terlihat masih ***meragukan kemampuan pmda dalam melaksanakan UU otonomi daerah (17%)***, seperti terutama dinyatakan oleh UKM eksportir yang sahamnya patungan dan oleh UKM eksportir perdagangan, serta UKM eksportir yang berada dikota Medan dan Lampung. Ketiga, UKM eksportir masih memiliki kesan bahwa ***pmda cenderung anti bisnis (16%)***, yang terutama dikeluhkan oleh UKM eksportir pertanian dan yang melaksanakan ekpor tidak secara langsung (non-direct exporters), serta UKM eksportir yang berada dikota Lampung dan Medan. Keempat, UKM eksportir berpendapat bahwa, ***tidak ada upaya serius dari pemerintah pusat untuk mendelegasikan wewenang kepada pemerintah daerah***, terutama pendapat yang disampaikan oleh UKM eksportir di kota Makassar dan Medan
16. Masalahan utama yang dihadapi oleh UKM eksportir dalam melaksanakan kegiatan ekspor adalah: pertama, ***tingginya pungutan (44%)***, walaupun respon terendah diberikan UKM eksportir yang sahamnya dimiliki oleh pengusaha asing. Kedua, ***pengurusan perizinan (29%)***, terutama dikeluhkan oleh UKM eksportir yang melaksanakan ekspor tidak langsung. Ketiga, kendala ***non-tariff internasional (22%)***, terutama dikeluhkan oleh UKM eksportir yang sahamnya dimiliki oleh pengusaha asing dan UKM eksportir yang memiliki omset pertahun antara Rp 1 miliar s/d Rp 10 miliar, dan keempat, ***non tariff domestik (5%)***.

17. Rendahnya upaya pemerintah dalam melaksanakan sosialisasi kebijakan dan peraturan, serta rendahnya upaya pemerintah untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat maupun UKM terlihat dari kecilnya persentase responden UKM eksportir yang mengetahui keberadaan Unit Pelayanan Terpadu (UPT) di daerahnya. Hanya 42% dari UKM eksportir yang mengetahui keberadaan UPT diwilayahnya dan terdiri dari 17% UKM eksportir yang menyatakan tidak ada UPT diwilayahnya dan 25% UKM eksportir yang menyatakan ada UPT diwilayahnya.

18. Rendahnya upaya pemerintah untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat terlihat dari belum maksimalnya pelayanan yang diberikan oleh UPT tersebut, dimana 31% UKM eksportir mengatakan keberadaan UPT sudah cukup membantu mereka dalam pengurusan perizinan, namun 17% mengatakan keberadaan UPT kurang membantu mereka dalam pengurusan perizinan, serta 55% menjawab tidak tahu.

4.2. REKOMENDASI

a. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi Oleh UKM Eksportir.

1. Pengembangan teknologi informasi dan komunikasi hanya akan berkembang apabila ditunjang dengan sarana dan prasarana yang memadai. Kesenjangan pembangunan sarana dan prasarana harus menjadi prioritas utama dari pembangunan wilayah dan pembangunan nasional. Salah satu upaya untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi wilayah adalah dengan memberikan kesempatan yang lebih luas kepada masyarakat untuk mengakses informasi secara global.

2. Tingginya pemahaman UKM eksportir terhadap internet belum ditunjang kemampuan UKM eksportir untuk menanggung biaya yang harus dikeluarkan

oleh UKM eksportir untuk memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Disamping mempersiapkan sarana dan prasarana komunikasi yang lebih merata diseluruh wilayah Indonesia, hal yang penting lain adalah menyediakan sarana dan prasarana yang lebih terjangkau oleh masyarakat atau UKM, dapat memberikan aksesibilitas yang lebih luas kepada masyarakat.

3. Untuk meningkatkan arus informasi dan pelayanan pemerintah kepada UKM eksportir, maka langkah-langkah yang dapat dilakukan oleh Badan Pengembangan Ekspor Nasional (BPEN) dan Departemen Perindustrian dan Perdagangan adalah dengan secara lebih aktif mengirimkan informasi, baik berupa peraturan maupun program-program yang akan dilaksanakan oleh pemerintah melalui media elektronik (e-mail). Dengan cara ini pemerintah dapat melakukan komunikasi dua arah secara lebih efisien dengan UKM eksportir dan dilain pihak UKM eksportir dapat memberikan masukan kepada pemerintah. Hal ini merupakan salah satu alternatif bagi upaya meningkatkan partisipasi pelaku usaha dalam menyusun kebijakan yang lebih kondusif bagi lingkungan usaha.

b. Lingkungan Usaha Bagi UKM-Eksportir Setelah Penerapan UU Otonomi Daerah

4. Walaupun pelaksanaan otonomi daerah belum memberikan dampak yang nyata terhadap kelancaran kegiatan ekspor yang dilakukan oleh UKM eksportir, namun pemerintah harus memberikan perhatian yang lebih serius terhadap perbaikan pelayanan terutama yang menyangkut perizinan dan penggunaan fasilitas umum yang berhubungan dengan kelancaran distribusi barang. Hal ini sangat penting untuk menjamin efisiensi usaha dan menjamin kenyamanan usaha bagi UKM eksportir.
5. Ketidak pahaman UKM eksportir terhadap makna dari UU otonomi daerah mungkin tidak terlalu merisaukan dibandingkan dengan ketidak pahaman

pemerintah pusat dan pemerintah daerah mengenai dampak buruk yang disebabkan oleh masih simpang siurnya implementasi kebijakan dan peraturan di daerah. Karena pada dasarnya hal ini akan memberikan dampak yang lebih buruk bagi kelancaran distribusi barang dan upaya-upaya untuk mendorong kegiatan ekspor dan investasi lokal dan asing di daerah.

6. Keberhasilan kebijakan desentralisasi melalui pelaksanaan UU otonomi daerah bukan ditentukan oleh semata-mata dari keberhasilan pemerintah daerah dalam mengurus wilayahnya, tetapi lebih banyak di tentukan oleh keberhasilan pemerintah daerah dalam membina hubungan ekonomi dengan wilayah di sekitarnya serta membina hubungan dengan manca negara. Hal ini akan banyak ditentukan oleh seberapa jauh pemerintah daerah dan pemerintah pusat menciptakan kebijakan yang lebih kondusif dan memberikan pelayanan yang lebih efisien UKM eksportir untuk melaksanakan kegiatan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- _____. 2001. Indonesia Cyber Industry and Market. Jakarta
- _____. 2001. www.apjii.or.id
- _____. 2001. Indonesia Small Enterprise : Crisis and Globalization Challenge. The Asia Foundation, ISEI, and PERHEPI. Jakarta.
- Sanjaya, AAB, 1998. Business Partnership in Increasing National Entrepreneurship in Indonesia Small Enterprise : Crisis and Globalization Challenge. The Asia Foundation, PERHEPI, and ISEI. Jakarta
- Koran Tempo 3-7 August 2001. Asia Pasific, Pengguna Internet Terbesar . Jakarta.
- Santoso, Singgih. 1999. Statistical Product and Service Solutions, Process Statistic Data Professionally. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Suriadinata, Yadi S.A., 2000. Kajian Kondusifitas Lingkungan Usaha Bagi Usaha Kecil dan Menengah (Studi Kasus: Medan, Palembang, Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Denpasar, Bajarmasin dan Makassar)
-