

**ANALISIS PENGARUH PERTUMBUHAN
PANGSA PASAR, PRODUKTIVITAS USAHA MIKRO
KECIL dan MENENGAH (UMKM) TERHADAP
PERTUMBUHAN PRODUK DOMESTIK REGIONAL
BRUTO (PDRB)
(Studi Kasus Pada 33 Provinsi di Indonesia)**

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh :

**Arif Rahman Fathoni
135020101111070**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2017**

**Analisis Pengaruh Pertumbuhan Pangsa Pasar, Produktivitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)
(Studi Kasus pada 33 Provinsi di Indonesia)**

Arif Rahman Fathoni

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

arifrahmanfathoni@gmail.com

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi merupakan perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat menjadi meningkat. Usaha Mikro Kecil dan menengah di Indonesia sendiri mempunyai peran penting sebagai penopang perekonomian karena UMKM memiliki peranan yang cukup besar dalam peningkatan penyerapan tenaga kerja, pembentukan produk domestik bruto (PDB), dan penyediaan jaring pengaman khususnya bagi masyarakat yang terimbas krisis keuangan dan ekonomi. Selain produktivitas umkm, perkembangan UMKM juga dapat dipengaruhi oleh pangsa pasarnya.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana besaran pengaruh pertumbuhan pangsa pasar UMKM dan produktivitas UMKM terhadap pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto antar provinsi di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan data sekunder 33 provinsi di Indonesia. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi data panel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan pangsa pasar umkm tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia karena proporsi pertumbuhan pangsa pasar usaha besar lebih besar dari pada pertumbuhan pangsa pasar UMKM. Sedangkan Pertumbuhan produktivitas umkm berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Kata kunci : Pertumbuhan ekonomi, perkembangan UMKM, Pangsa pasar UMKM, Produktivitas UMKM

A. PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi merupakan indikator untuk menentukan keberhasilan suatu negara yang dilihat dari bertambahnya produksi barang industri, berkembangnya infrastruktur, meningkatnya kualitas pendidikan, serta bertambahnya produksi barang dan jasa. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi hal yang sangat diinginkan semua negara maupun daerah. Pertumbuhan ekonomi mencerminkan kegiatan ekonomi yang dapat bernilai positif dan bahkan dapat pula bernilai negatif. Jika pada suatu periode perekonomian mengalami pertumbuhan yang positif, maka kegiatan ekonomi pada periode tersebut mengalami peningkatan, tetapi jika pada suatu periode perekonomian mengalami pertumbuhan yang negatif, berarti kegiatan ekonomi pada periode tersebut mengalami penurunan.

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia dilihat dari PDRB per Provinsi sangat fluktuatif. Hal ini tentunya dipengaruhi oleh berbagai faktor, terutama pertumbuhan output atau produksi. PDB bisa diartikan sebagai nilai keseluruhan semua barang dan jasa yang di produksi di wilayah tersebut dalam jangka waktu tertentu (per tahun), sedangkan untuk mengetahui pertumbuhan ekonomi wilayah menggunakan ukuran Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Perkembangan PDB di Indonesia tiap tahun selalu mengalami fluktuasi tergantung pada perkembangan indikator-indikator makro yang ada. PDB bila dilihat berdasarkan skalanya. Sumbangan pertumbuhan Produk Domestik Bruto Usaha Kecil Menengah lebih tinggi dibandingkan sumbangan pertumbuhan usaha besar.

Di Indonesia, UMKM memiliki peranan yang cukup besar dalam peningkatan penyerapan tenaga kerja, pembentukan produk domestik bruto (PDB), dan penyediaan jaring pengaman khususnya bagi masyarakat yang terimbas krisis keuangan dan ekonomi. Kontribusi UMKM dalam dalam penciptaan

(PDB) pada tahun 2011 mencapai sebesar 57,60 persen dari total PDB nasional (BPS dan Kementerian Koperasi dan UMKM,2012).

Tabel 1. Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar Tahun 2009-2010 di Indonesia.

Indikator	Jumlah (Rp.milyar) 2009	Pangsa (%) 2009	Jumlah (Rp.milyar) 2010	Pangsa (%) 2010
PDB ATAS DASAR HARGA BERLAKU (A+B)	5.285.290,4	100	6.068.762,8	100
A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	2.969.346,2	56,18	3.411.574,7	56,22
- Usaha Mikro (UM)	1.747.339,0	33,06	2.011.544,2	33,15
- Usaha Kecil (UK)	517.919,7	9,80	596.884,4	9,84
- Usaha Menengah(UM)	704.087,5	13,32	803.146,0	13,23
B. Usaha Besar (UB)	2.315.944,2	43,82	2.657.188,1	43,78

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2016

Berdasarkan tabel 1 dapat disimpulkan bahwa selama tahun 2009 dan 2010 sumbangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) lebih besar daripada Usaha Besar (UB). (Kristiyanti, 2012), Penggerak utama perekonomian di Indonesia selama ini pada dasarnya adalah sektor usaha kecil menengah, sehingga perkembangan UMKM di Indonesia sejatinya akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pertumbuhan output atau produksi yaitu pertumbuhan hasil akhir yang diproduksi perusahaan. Jika pertumbuhan outputnya tinggi, maka perkembangan sektor UMKM semakin baik. Pertumbuhan total produksi atau output UMKM ini akan mempengaruhi eksistensi sektor UMKM yang akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Tabel 2. Pertumbuhan Output UMKM dan PDB Tahun 2001-2012 (Persen)

Tahun	Total Produksi UMKM	PDB
2001	7,15	4,9
2002	7,97	5,23
2003	-11,68	5,69
2004	23,93	5,97
2005	15,48	6,57
2006	12,17	6,11
2007	13,41	6,95
2008	26,82	6,47
2009	-8,85	4,77
2010	8,41	6,14
2011	6,56	6,35
2012	-11,10	6,38
2013	5,68	6,20

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2016

Berdasarkan tabel 2 dari tahun 2001-2012, terjadi peristiwa yang tidak normal pada tahun 2003, 2005, 2008, 2011-2013 yaitu pertumbuhan output UMKM tidak berhubungan positif dengan pertumbuhan ekonomi. Peristiwa tidak normal ini berseberangan dengan teori Solow yang mengatakan bahwa pertumbuhan output akan memberikan peningkatan pertumbuhan ekonomi. Di satu sisi Krisis ekonomi yang melanda Indonesia pada tahun 2008-2009 menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah memiliki Terbukti sebagai kelompok usaha mandiri yang memiliki daya tahan

kuat bahkan pada tahun 2010 dan 2011 pasca krisis, perkembangan (UMKM) tetap mengalami peningkatan terbesar di berbagai sektor yaitu meningkat sebesar 1.382.713 atau 2.57 persen.

Menurut Szerb, 2010 perkembangan UMKM dipengaruhi oleh kapasitas internalnya, akses kepada sumber daya produktif, pangsa pasar, kondisi pasar atau permintaan dan pertumbuhan output. Produktivitas dirasa sangat penting bagi suatu perkembangan sebuah perusahaan, UMKM, bahkan negara. Karena pertumbuhan ekonomi nasional akan berkelanjutan seiring dengan semakin meningkatnya produktivitas nasional. Selain produktivitas umkm, perkembangan UMKM juga dapat dipengaruhi oleh pangsa pasarnya. (William J.S, 1984) Pangsa pasar (*Market Share*) dapat diartikan sebagai bagian pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan, atau presentasi penjualan suatu perusahaan terhadap total penjualan para pesaing terbesarnya pada waktu dan tempat tertentu. Jadi, semakin besar pangsa pasar sektor UMKM, maka semakin besar penjualannya.

Berdasarkan pemaparan dan pemahaman kondisi tersebut maka paling tidak, dasar untuk melakukan kajian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan pangsa pasar UMKM dan pertumbuhan produktivitas UMKM terhadap pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto antar provinsi di Indonesia.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Teori Pertumbuhan Ekonomi

Menurut Rahardjo (2008), pembangunan wilayah (regional) merupakan fungsi dari potensi sumber daya alam, tenaga kerja dan SDM, investasi modal, prasarana dan sarana pembangunan, situasi ekonomi dan perdagangan antar wilayah, dan kewirausahaan (kewiraswastaan). Teori pertumbuhan ekonomi diartikan sebagai upaya peningkatan kapasitas produksi untuk mencapai penambahan output, yang diukur menggunakan Produk Domestik bruto (PDB) untuk tingkat nasional dan produk Domestik Regional Bruto (PDRB) untuk tingkat regional.

Kemajuan ekonomi suatu daerah menunjukkan keberhasilan suatu pembangunan meskipun bukan merupakan satu-satunya indikator keberhasilan pembangunan (Todaro, 2006). Ada tiga macam ukuran untuk menilai pertumbuhan ekonomi yaitu pertumbuhan output, pertumbuhan output per pekerja, dan pertumbuhan output per kapita. Pertumbuhan output digunakan untuk menilai pertumbuhan kapasitas produksi yang dipengaruhi oleh adanya peningkatan tenaga kerja dan modal di wilayah tersebut. Pertumbuhan output per tenaga kerja sering digunakan sebagai indikator adanya perubahan daya saing wilayah tersebut (melalui pertumbuhan produktivitas). Sedangkan pertumbuhan output per kapita digunakan sebagai indikator perubahan kesejahteraan ekonomi (Bhinadi, 2003). Produktivitas merupakan salah satu faktor penting dalam kesejahteraan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Produktivitas merupakan salah satu aspek yang menentukan keberhasilan suatu UKM dalam persaingan dunia usaha yang semakin ketat. Tingkat produktivitas yang dicapai UKM merupakan indikator seberapa efisien UKM tersebut dalam mengkombinasikan sumber daya ekonomisnya saat ini. Produktivitas masukan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor termasuk perubahan teknologi, kemajuan pengetahuan lain, dan ekonomisnya skala produksi. (Case dan Fair, 2004).

Ciri dari wilayah yang cepat berkembang adalah memiliki faktor produksi dan infrastruktur yang tersedia cukup, kapasitas produksi meningkat, output yang dihasilkan bertambah, nilai produksi seluruh sektor (PDRB) meningkat akan menimbulkan pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan meningkatkan kesejahteraan rakyat yang lebih tinggi dalam masyarakat dengan dapat diartikan kesejahteraan tinggi dengan tingkat pengangguran yang sangat rendah demikian pula tingkat kemiskinan sangat rendah.

2. Teori Schumpeter : Peranan Pengusaha dalam Pembangunan

Schumpeter menganggap bahwa keberhasilan pembangunan ekonomi (pertumbuhan ekonomi) dimonitori oleh golongan pengusaha yang inovatif atau golongan entrepreneur, yaitu mengkombinasikan faktor – faktor produksi yang ada untuk menciptakan barang – barang yang diperlukan masyarakat, mereka adalah golongan pengusaha yang menciptakan inovasi atau pembaharuan dalam perekonomian, termasuk pula dalam pembangunan wilayah. Kebanyakan wilayah

– wilayah masih berada dalam kondisi yang lemah (dalam pendapatan, investasi, akumulasi modal, dan tingkat produktifitas yang rendah), sehingga diperlukan pendobrak, penggerak, dinamisator, dan inovator dalam membangun wilayah yang masih kurang berkembang.

Pada taraf permulaan hanya diperlukan beberapa pengusaha yang berjiwa entrepreneur yang melaksanakan inovasi atau pembaharuan, tetapi pada masa berikutnya jumlah entrepreneur bertambah banyak yang muncul dalam kegiatan ekonomi. Dan pada akhirnya tercipta berbagai kegiatan yang sangat aktif dan intensif dalam penanaman modal (investasi) yang banyak berdampak pada peningkatan kegiatan ekonomi wilayah yang meluas ke seluruh bagian wilayah. Kegiatan di berbagai ekonomii, para pengusaha inovator tersebut meningkatkan pendapatan masyarakat, mendorong permintaan meningkat, yang berarti pasar menjadi bertambah luas. Demikianlah proses pertumbuhan ekonomi dalam suatu wilayah yang melaksanakan pembangunan. Pengembangan kewirausahaan pada akhirnya bergantung pada motivasi, kemampuan untuk berprestasi, kesadaran untuk mengerjakan dan mendapatkan sesuatu, yang kesemuanya merupakan faktor – faktor yang menunjang pertumbuhan kewirausahaan.

Joseph Schumpeter menyatakan bahwa kemajuan ekonomi berasal dari proses “pengrusakan kreatif.” Menurut Schumpeter faktor pendorong di belakang kemajuan ekonomi adalah pengusaha yang memiliki ide baru, cara baru untuk membuat produk lama atau berbagai inovasi lainnya. Pertumbuhan atau kemajuan ekonomi yang pesat dilatar belakangi oleh berkembangnya pengusaha atau usaha mikro kecil menengah yang memiliki inovasi dan cara baru dalam memenangkan persaingan pasar. Peranan pangsa pasar seperti halnya elemen struktur pasar yang lain, adalah sebagai sumber keuntungan bagi perusahaan. Keuntungan yang diperoleh dari pangsa pasar mencerminkan kekuatan pasar (karena perusahaan menggarap permintaan pasar) atau efisiensi yang lebih baik (karena mencapai skala ekonomi). Pangsa pasar dianggap sebagai indikator yang paling penting karena intisari dari daya saing adalah penguasaan pasar sehingga berpengaruh pada perkembangan UMKM

3. Teori Basis Ekspor (Export Base Theory)

Teori basis ekspor adalah merupakan bentuk model pendapat yang paling sederhana. Teori ini sebenarnya tidak dapat digolongkan sebagai bagian dari ekonomi makro interregional karena teori ini menyederhanakan suatu sistem regional menjadi dua bagian yaitu daerah yang bersangkutan dan daerah - daerah lainnya. Masyarakat itu dapat dinyatakan sebagai suatu sistem sosial ekonomi. Sebagai suatu sistem, keseluruhan masyarakat melakukan perdagangan dengan masyarakat lain di luar batas wilayahnya. Faktor penentu (determinan) pertumbuhan ekonomi dikaitkan secara langsung kepada permintaan akan barang dari daerah lain di luar batas masyarakat ekonomi regional. Pertumbuhan industri yang menggunakan sumber daya lokal, termasuk tenaga kerja dan material (bahan) untuk komoditas ekspor akan meningkatkan kesempatan kerja dan kesejahteraan masyarakat. Aktivitas dalam perekonomian regional digolongkan dalam dua sektor kegiatan yakni aktivitas basis dan non basis. Kegiatan orientasi ekspor (barang dan jasa) keluar batas wilayah perekonomian yang bersangkutan. Kegiatan non basis adalah kegiatan yang menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat yang berada di dalam batas wilayah perekonomian yang bersangkutan. Luas lingkup produksi dan pemasarannya adalah bersifat lokal.

C. METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Yaitu penelitian ini disusun secara sistematis antara bagian-bagian, fenomena, dan hubungan yang terdapat dalam objek penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk pengembangan menggunakan model matematis dengan teori, penelitian terdahulu serta adanya hipotesis yang berkaitan dengan suatu kejadian. Dimana data yang digunakan merupakan angka dan analisisnya menggunakan statistik. Dalam penelitian ini akan membahas mengenai pengaruh pertumbuhan pangsa pasar UMKM dan pertumbuhan produktivitas UMKM terhadap pertumbuhan produk domestik regional bruto.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian Di 33 provinsi yang ada di Indonesia. Pemilihan tempat penelitian dengan alasan ketersediaan data serta Negara Indonesia merupakan negara kepulauan yang mempunyai daerah dengan berbagai macam karakteristik yang berbeda serta tiap daerah mempunyai keunggulan dan potensi yang berbeda. Selain itu Indonesia merupakan negara berkembang yang banyak mengalami masalah ketimpangan antar daerah. Jangka waktu dalam penelitian ini adalah 2 tahun (2010 dan 2011) karena pasca krisis pada tahun 2010 dan 2011 perkembangan (UMKM) tetap mengalami peningkatan terbesar di berbagai sektor.

Definisi Operasional Variabel

1. Pertumbuhan Pangsa Pasar (variabel independen)

Maksud dari pertumbuhan pangsa pasar yaitu Pangsa pasar dihitung dari proporsi nilai output riil UMKM terhadap total nilai output riil (UMKM dan usaha besar). Perhitungan masing-masing indikator dilakukan pada tingkat provinsi dan nasional dengan satuan hitung persentase.

2. Pertumbuhan Produktivitas UMKM (variabel independen)

Pada penelitian ini yang dimaksud dengan pertumbuhan produktivitas UMKM adalah pertumbuhan kemampuan untuk menghasilkan sesuatu daya produksi keproduktifan dalam kegiatan produksi oleh UMKM dengan satuan hitung persentase.

3. Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (variabel dependen)

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan Pertumbuhan PDRB adalah pertumbuhan nilai tambah yang dapat dihasilkan oleh semua unit usaha dalam suatu daerah atau jumlah seluruh barang dan jasa yang dapat dihasilkan oleh unit ekonomi suatu daerah. Dan biasanya pengukuran PDRB menggunakan tingkat pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Penyajian PDRB yang digunakan di penelitian ini merupakan PDRB Atas Dasar Harga Konstan, yaitu seluruh agregat pendapatan dinilai atas harga yang konstan tahun 2000. Baik pada waktu menilai produksi dan biaya antara ataupun waktu perhitungan nilai PDRB dengan satuan hitung persentase.

Jenis Penelitian dan sumber data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh berdasarkan informasi yang telah disusun dan dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dan Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BAPENAS) . Dengan periode data dari tahun 2010 sampai tahun 2011. Objek yang digunakan dalam penelitian merupakan 33 provinsi yang ada di Indonesia tahun 2010-2011. Dalam menyelesaikan penelitian ini, peneliti menggunakan data sebagai berikut:

1. Data Pertumbuhan Produktivitas UMKM menurut provinsi di Indonesia tahun 2010-2011.
2. Data Pertumbuhan Pangsa Pasar UMKM menurut provinsi di Indonesia tahun 2010-2011.
3. Data Pertumbuhan PDRB Atas Dasar Harga Konstan menurut provinsi di Indonesia tahun 2010-2011.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah hasil estimasi model *fixed effect* untuk variabel pertumbuhan pangsa pasar umkm, produktivitas umkm sebagai variabel independen serta pertumbuhan ekonomi sebagai variabel dependen. Hasil estimasi persamaan dalam penelitian ini disajikan dalam tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Hasil Regresi Data Panel

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Sig
<i>Constan</i>	3.193038	4.877218	0.000
Pangsa Pasar (X1)	0,042359	0,682937	0,499
Produktivitas (X2)	0,290432	3.262036	0,002
<i>R-Square</i>		0,885	
<i>Adjusted Rsquare</i>		0,756	
f-hitung		6,841	
Prob		0,000	

Sumber: Data Primer , diolah 2017.

Berdasarkan hasil output pada tabel 4.11 hasil regresi dapat diketahui persamaan regresi adalah :

$$Y = 3.193038\alpha + 0,042359X_1 + 0,290432X_2 + e$$

Dari persamaan regresi dapat dijelaskan bahwa :

- Constant* sebesar 3.193038 memiliki arti pertumbuhan ekonomi mengalami peningkatan sebesar 3.193038 rupiah ketika variabel independen berupa pangsa pasar dan produktivitas bernilai nol.
- Koefisien regresi pangsa pasar adalah sebesar 0,042359, menunjukkan bahwa jika terdapat kenaikan variabel pangsa pasar sebesar 1 rupiah dan variabel bebas yang lain tetap, maka pertumbuhan ekonomi mengalami kenaikan 0,042359 rupiah.
- Koefisien regresi produktivitas adalah sebesar 0,290432, menunjukkan bahwa jika jika terdapat kenaikan variabel produktivitas sebesar 1 rupiah dan variabel bebas yang lain tetap, maka pertumbuhan ekonomi mengalami kenaikan 0,290432 rupiah.

Uji F (Simultan)

Pada uji simultan statistic pada tabel 4.11 didapatkan nilai F probabilitas 0,000 lebih kecil dari alpha 5% (0,05) sehingga menunjukkan bahwa produktivitas dan pangsa pasar secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi indonesia.

Uji t (Parsial)

Dalam pengujian uji t menggunakan (alpha) $\alpha = 0,05$. Berdasarkan hasil regresi uji t parsial pada tabel 4.11 hasil regresi diatas maka didapatkan hasil sebagai berikut :

- Nilai t-prob pangsa pasar (X1) sebesar 0,499 > 0,05 sehingga menunjukkan bahwa pangsa pasar tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi.
- Nilai t-prob produktivitas (X2) sebesar 0,002 < 0,05 sehingga menunjukkan bahwa produktivitas berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi.

Koefisien Determinasi

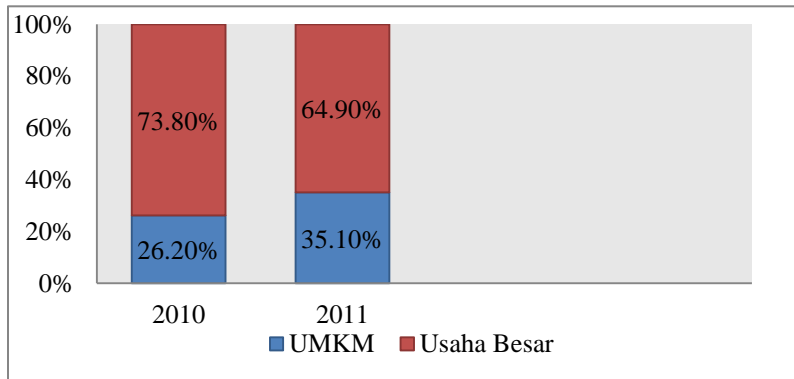
Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berdasarkan hasil regresi pada tabel 4.11 maka didapatkan hasil sebagai berikut : Koefisien determinasi antara produktivitas dan pangsa pasar didapatkan nilai 0,885 yang artinya bahwa pertumbuhan ekonomi dapat dijelaskan oleh pangsa pasar UMKM dan produktivitas UMKM sebesar 88,5 persen. Sedangkan oleh faktor lainnya sebesar 11,5 persen.

Pengaruh Pangsa Pasar UMKM terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Berdasarkan penelitian ini pangsa pasar UMKM di Indonesia tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia karena pangsa pasar umkm di indonesia tidak terlalu mempengaruhi

perkembangan umkm di Indonesia dikarenakan persentase pangsa pasar umkm lebih kecil dibanding pangsa pasar usaha besar dan di sisi lain kurangnya pengetahuan akan pemasaran sehingga sebagian besar pelaku UMKM tidak memiliki informasi dan akses ke pasar global. Berikut persentase pangsa pasar umkm dan usaha besar yang akan disajikan pada gambar 1 sebagai berikut.

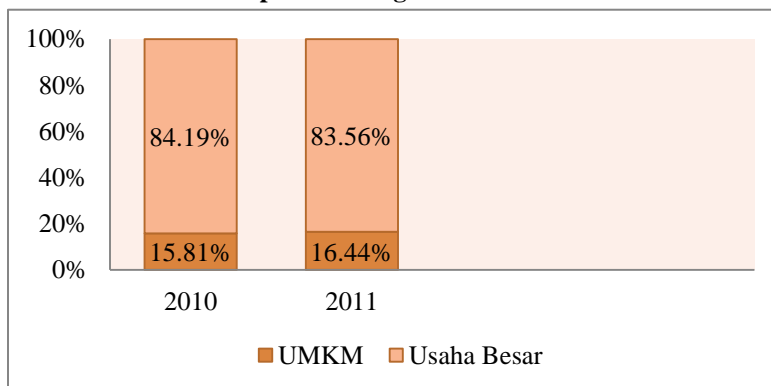
Gambar 1. Grafik Persentase Pangsa Pasar UMKM dan Usaha Besar tahun 2010-2011.



Sumber : Bapennas (data diolah, 2017)

persentase pangsa pasar UMKM pada tahun 2010-2011 lebih kecil dari pada presentase pangsa pasar usaha besar hal ini dikarenakan masih banyaknya permasalahan UMKM yang dihadapi yaitu kurangnya pengetahuan akan pemasaran, yang disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dapat dijangkau oleh UMKM mengenai pasar, selain karena keterbatasan kemampuan UMKM untuk menyediakan produk dan jasa yang sesuai dengan keinginan pasar sehingga berakibat pada lemahnya akses pemasaran baik di dalam maupun luar negeri. Hal ini dibuktikan dengan gambar 2 sebagai berikut :

Gambar 2. Grafik Proporsi Kontribusi UMKM dan Usaha Besar (UB) terhadap Pembentukan Nilai Ekspor Non Migas Tahun 2010 – 2011.



Sumber : Departemen Koperasi (data diolah, 2017)

Kontribusi UMKM terhadap pembentukan total nilai ekspor non migas pada tahun 2010 tercatat sebesar Rp. 175,9 triliun atau 15,81 persen, sedangkan usaha besar sebesar Rp. 936,8 triliun atau 84,19 persen dan Pada tahun 2011, peran UMKM terhadap pembentukan total nilai ekspor non migas sebesar Rp. 187,4 triliun atau 16,44 persen sedangkan usaha besar tercatat sebesar Rp. 953,0 triliun atau 83,56 persen. Berdasarkan proporsi Kontribusi UMKM dan Usaha Besar (UB) terhadap Pembentukan Nilai Ekspor Non Migas Tahun 2010 – 2011 Usaha besar memiliki proporsi lebih besar dari pada UMKM. Hal ini yang menjadikan pangsa pasar usaha besar lebih luas daripada pangsa pasar UMKM hal ini

dikarenakan produk yang dihasilkan oleh UMKM tidak dipasarkan secara langsung ke pasar atau ke konsumen, sehingga tidak memerlukan strategi pemasaran, produk yang dihasilkan dijual ke pedagang atau ke toko-toko dimana pedagang yang membeli produk tersebut yang memberikan label dan pengemasan sesuai dengan ukuran atau berat yang diminati para konsumen.

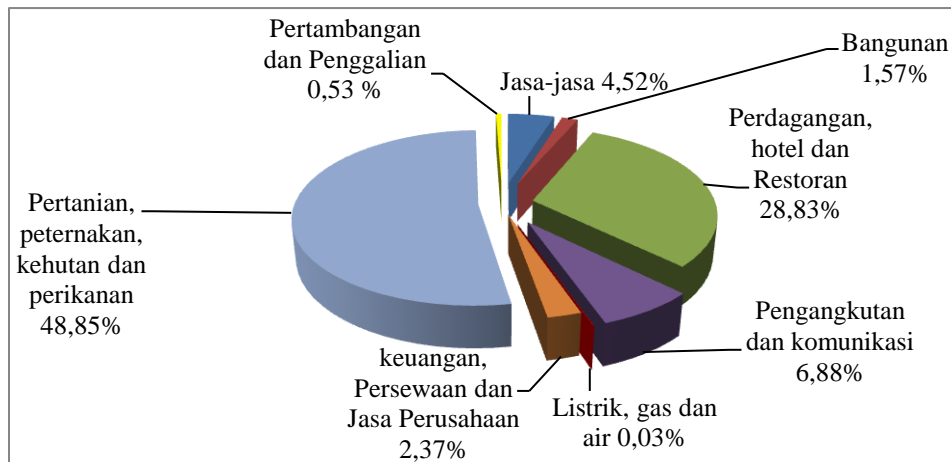
Hal ini juga menepis bahwa anggapan pangsa pasar dianggap sebagai indikator yang paling penting karena intisari dari daya saing adalah penguasaan pasar sehingga berpengaruh pada perkembangan UMKM jika tidak dibarengi dengan strategi pemasaran dan yang dilakukan pelaku UMKM bukanlah untuk memperluas pasar guna menguasai pasar (*market share*) melainkan lebih berfokus pada nilai output dan inovasi. di sejumlah Negara ASEAN salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran yang umum dihadapi oleh pengusaha UKM adalah tekanan-tekanan persaingan, baik dipasar domestik dari produk-produk yang serupa buatan pengusaha-pengusaha besar dan impor, maupun dipasar ekspor. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang sudah dilakukan oleh Sumiati (2015) yang menyatakan Orientasi pasar berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Surabaya karena pemilik atau pengelola UMKM dengan skala kecil memang lebih memerlukan pengetahuan dan kemampuan di berbagai bidang terutama dalam hal berinovasi, Proaktif, Keberanian dalam mengambil resiko dan Mengelola Resiko, dari pada hanya sekedar memasarkan produk yang dihasilkannya.

Pengaruh Produktivitas UMKM terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Berdasarkan penelitian ini produktivitas UMKM Indonesia berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia karena para pelaku UMKM di Indonesia berprioritas pada arah pertumbuhan nilai output yang berkelanjutan sehingga lebih menekankan pada produktivitas sehingga meningkatkan nilai output serta sesuai dengan peran UMKM dalam perekonomian nasional yaitu :

1. Sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi.
2. Penyedia lapangan kerja.
3. Pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat. Pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta kontribusinya terhadap neraca pembayaran (Departemen Koperasi dan UKM, 2008).

Gambar 4.7 : Diagram Proporsi Produksi sektor Ekonomi UMKM Berdasarkan Jumlah Unit Usaha 2010-2011.



Sumber : Departemen Koperasi, (data diolah 2017)

Jika ditinjau dari proporsi produksi unit usaha pada sektor ekonomi UMKM yang memiliki proporsi unit usaha terbesar adalah sektor (1) Pertanian, Peternakan, Kehutanan dan Perikanan; (2)

Perdagangan, Hotel dan Restoran; (3) Pengangkutan dan Komunikasi; (4) Industri Pengolahan; serta (5) Jasa-jasa.

Kemenperin, 2016 menyatakan Di ASEAN, kontribusi UMKM Indonesia terhadap rantai pasok produksi global hanya sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan Brunei, Laos, Myanmar, dan Kamboja. Produktivitas merupakan salah satu aspek yang menentukan keberhasilan suatu UKM dalam persaingan dunia usaha yang semakin ketat. Tingkat produktivitas yang dicapai UKM merupakan indikator seberapa efisien UKM tersebut dalam mengkombinasikan sumber daya ekonomisnya saat ini. Di Indonesia peran Pemerintah juga turut andil dalam pengembangan UMKM sehingga bisa berpengaruh positif terhadap perekonomian nasional melalui Kementerian Koperasi dan UKM berusaha meningkatkan produktivitas UMKM di Indonesia dengan menata program secara lebih kreatif. Pemerintah memfasilitasi pengembangan usaha mikro di bidang produksi, pengolahan, pemasaran, desain, dan teknologi. Salah satu programnya adalah Peningkatan Produktifitas Usaha Mikro melalui Klinik Bisnis. Melalui klinik-klinik bisnis ini dapat membuka wawasan para pelaku usaha mikro dalam menciptakan dan meningkatkan peluang usaha. Dengan demikian dapat mendorong ekonomi lokal bahkan nasional dan membuka potensi pasar lokal. Pada dasarnya tujuan diselenggarakannya klinik bisnis usaha mikro ini adalah mendorong peningkatan kemampuan usaha mikro agar mampu menghasilkan produk-produk berkualitas serta dalam rangka peningkatan produktivitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Kualitas produk dan tingkat harga di pasar juga menjadi penentu bagi kesinambungan permintaan pasar yang selanjutnya dapat mendorong pertumbuhan output dari UMKM dan Perubahan produktivitas UMKM dapat dipengaruhi oleh akses atau ketersediaan sumber daya, serta intensitas dan jenis masalah yang dihadapi oleh UMKM

Penelitian ini juga menyerupai penelitian yang dilakukan Anis, Nandiroh, Supriyanto (2007) yang mengatakan tingkat produktivitas menjadi sebuah patokan dalam UKM agar kegiatan UKM berjalan lancar, tetapi hal itu juga perlu ditindak lanjuti dengan pemasaran karena strategi pemasaran yang baik menyebabkan posisi UKM menjadi kuat dalam kegiatan ekonomi nasional yang akhirnya membawa keuntungan bagi usaha tersebut sehingga kesejahteraan masyarakat menjadi lebih terjamin karena mereka memiliki tingkat pendapatan yang layak.

E.PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Pertumbuhan ekonomi dapat dijelaskan oleh pertumbuhan pangsa pasar UMKM dan pertumbuhan produktivitas UMKM sebesar 88,5 persen. Sedangkan oleh faktor lainnya sebesar 11,5 persen.
2. Pertumbuhan pangsa pasar tidak mempengaruhi pertumbuhan ekonomi. Dikarenakan pangsa pasar yang dimiliki sektor UMKM lebih kecil daripada sektor Usaha Besar. Sehingga pangsa pasar usaha besar lebih dominan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi daripada sektor umkm.
3. Pertumbuhan produktivitas sektor UMKM berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi. Semakin besar produktivitas yang dimiliki oleh UMKM akan meningkatkan pertumbuhan output. Kenaikan pertumbuhan output ini berdampak pada peningkatan pertumbuhan ekonomi.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, penulis menyarankan beberapa hal yaitu:

1. Sektor UMKM harus memperluas pangsa pasarnya. Sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan output. Perluasan pangsa pasar ini dilakukan dengan promosi dan iklan pada produk UMKM. Selain itu sektor UMKM juga harus jeli dalam melihat pasar-pasar yang dituju.
2. Pertumbuhan produktivitas sektor UMKM baiknya diikuti dengan perluasan pangsa pasarnya.

3. Sumber daya manusia di sektor UMKM harus ditingkatkan lagi dengan pelatihan, klinik bisnis, pelatihan strategi pemasaran dan sebagainya.
4. Penggunaan teknologi dalam produksi output UMKM bisa lebih dimaksimalkan lagi sehingga bisa tercapainya ekonomis skala produksi.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Acs, Zoltan J. & Laszlo Szerb. 2010. *The Global Entrepreneurship and Development Index (GEDI)*. Summer Conference 2010 on "Opening Up Innovation : Strategy, Organization and Technology" at Imperial College London Business School. June 16 - 18, 2010.
- Adisasmita, Rahardjo. 2013. *Teori-teori Pembangunan Ekonomi, Pertumbuhan Ekonomi dan Pertumbuhan Wilayah*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Adisasmita, Rahardjo, 2008. *Ekonomi Archipelago*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Anis, M; Nandiroh, S; & Supriyanto, A. 2007. *Usaha Peningkatan Produktivitas dengan Productivity Evaluation Tree (PET) Models*. Surakarta: Jurnal Ilmiah Teknik Industri.
- Ardito, Bhinadi. 2003 . *Disparitas Pertumbuhan Ekonomi Jawa dan Luar Jawa*
Ekonomi Pembangunan. Jurnal ekonomi. Vol 8. No 1. Juni 2003. Hlm : 39-48.
- Arnold M.S. 2015. Penelitian Sistem Ekonomi Indonesia (UMKM)
<https://arnoldmsihombing.wordpress.com/2015/01/15/penelitian-sistem-ekonomi-indonesia-umkm/>. Diakses pada tanggal 25 februari 2017.
- Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. 2014. *Laporan Analisis Daya Saing UMKM di Indonesia*. www.bappenas.go.id. Diakses pada tanggal 10 januari 2017.
- Badan Pusat Statistik. 2016. *Laju Pertumbuhan Produk Domestik Bruto Atas Dasar Harga Konstan 2000 Menurut Provinsi, 2009 - 2012 (Persen)*. www.bps.go.id. Diakses pada tanggal 25 Desember 2016.
- Badan Pusat Statistik. 2016. *Pertumbuhan Output UMKM dan PDB Tahun 2001-2012 (Persen)*. www.bps.go.id. Diakses pada tanggal 25 Desember 2016.
- Badan Pusat Statistik. 2016. *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar Tahun 2009-2010 di Indonesia*. www.bps.go.id. Diakses pada tanggal 25 Desember 2016.
- Case, Karl E. dan Ray C. Fair, 2004. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Makro*. Edisi Kelima, Cetakan Kesatu. Jakarta: PT. Indeks.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Dani Danuar Tri U., Darwanto, 2013. *Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang*. Semarang: Journal of economics Volume 2, Nomor 4, Tahun 2013, Halaman 1-13. Universitas Diponegoro.

- Departemen Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia. 2010. *Proporsi Produksi sektor Ekonomi UMKM Berdasarkan Jumlah Unit Usaha 2010-2011*. www.depkop.go.id. Diakses pada tanggal 6 mei 2017.
- Gujarati, Damodar. 2012. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Edisi 5. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Hanum. 2010. *Analisis pengaruh pertumbuhan industri UKM terhadap pertumbuhan sektor industri Sumatera Utara*. Fakultas Ekonomi Sumatera Utara Medan Universitas Sumatera Utara: Skripsi.
- Hapsari. 2014. *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi di Pemerintah Kota Batu)*. Jurnal ekonomi Vol. 17, No. 2.
- Idris Yanto Niode. 2009. *Sektor UMKM di Indonesia: Profil, Masalah, Dan Strategi Pemberdayaan*. Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis OIKOS-NOMOS. Volume 2, Nomor 1/ ISSN 1979-1607. LPPEB FIS - UNG
- Joesron Suhartati dan Fathorrozi. 2003. *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Salemba Empat
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. 2017. *Data usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) dan Usaha besar (UB)*. www.depkop.go.id. Diakses pada tanggal 25 mei 2017.
- Kristiyanti M. 2012. *Peran strategis usaha kecil menengah (UKM) dalam pembangunan nasional*. Majalah Ilmiah Informatika 3(1): 63–89..
- Kuncoro, Mudrajad. 2000. *Ekonomi pembangunan teori masalah dan kebijakan*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Kuncoro, Mudrajad. 2011. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Laily. 2016. *Analisis pengaruh perkembangan UKM terhadap PDRB Kabupaten Gresik*. Jurnal ekonomi Universitas Surabaya.
- Maal Naylah. 2010. *Pengaruh Struktur Pasar Terhadap Kinerja Industri Perbankan Indonesia*. Universitas Diponegoro Semarang: Tesis.
- Mariana Man dan Maria Macris. 2014. *Analysis of the SMEs Development in Romania in the Current European Context Affected by the Global Economic Crisis*. Romania: Procedia Economics and Finance 15, 663 – 670. University of Petrosani.
- Niko Ibrahim, Verliyantina. 2012. *The Model of Crowdfunding to Support Small and Micro Businesses in Indonesia Through a Web-based platform*. Bandung, Indonesia: Procedia Economics and Finance 4 (2012) 390 – 397. Parahyangan Catholic University.
- Putra, Rizky Eka. 2012. *Pengaruh Nilai Investasi, Nilai Upah, dan Nilai Produksi Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Pada Industri Mebel di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang*. Economics Development Analysis Journal.

- Raselawati, Ade. 2011. *Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi pada Sektor UKM di Indonesia*. UIN Syarif Hidayatulloh Jakarta: Skripsi.
- Richardson, V.J. 1998. *Information Asymmetry and Earnings Management: Some Evidence*. Dissertation, University of Kansas, March.
- Schumpeter J. 1934. *The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*. Harvard U.
- Situmorang, Lusia dkk. 2003, *Usaha Kecil Menengah dan Pembngunan*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Sulistiyastuti, Ratih Dyah. 2004. *Dinamika Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Analisis Konsentrasi Regional UKM di Indonesia 1999-2001*. Yogyakarta: Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 9 No. 2, Hal: 143 – 164.
- Sukirno, Sadono. 2004. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT Raja grafindo Persada.
- Sumiati. 2015. *Pengaruh Strategi Orientasi Wirausaha dan Orientasi Pasar Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan UMKM di Kota Surabaya*. Surabaya: JMM17 Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen April 2015, Vol. 1 No.1. hal. 31 – 44.
- Susana, Suprapti. 2005. *Ekonomi dan Bisnis*. Opini. Vol. VII No. 2.
- Teuku Syarif. 2015. *Kajian Efektifitas Model Promosi Pemasaran Produk UMKM*. Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UMK.
- Todaro, Michael P. 2006. *Pembangunan Ekonomi di dunia ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- Tejasari maharani. 2008. *Peranan Sektor Usaha Kecil dan Menengah Dalam Penyerapan Tenaga Kerja dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia*. Institut Pertanian Bogor: Skripsi.
- Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil.*
- Undang-Undang. Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).*
- Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 tentang koperasi dan pentingnya pengembangan SDM koperasi.*
- Widarjono, Agus. 2009. *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya*. Edisi ketiga. Yogyakarta: EKONESIA.
- Wibisono, Yusuf. 2005. *Metode Statistik*. Yogyakarta: Universitas Yogyakarta.
- William J, Stanton. 1984. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Yao Wang. 2016. *What are the biggest obstacles to growth of SMEs in developing countries? e An empirical evidence from an enterprise survey*. Borsa _Istanbul Review 16-3 (2016) 167e176. Charles University in Prague, Czech Republic