

Implementasi *Non Financial Performance* sebagai strategi menghadapi MEA pada UMKM

Oleh :

Uswatun Hasanah¹⁾, Faidal¹⁾, Saniman¹⁾

Email : uswatunhasanah1510@yahoo.com

¹⁾Program Studi Entrepreneurship, Fakultas Ekonomi
Universitas Trunojoyo

ABSTRACT

The development of the world economy is now increasingly lead to the process of globalization and the increasing opportunities of economic relations between nations. This of course requires the ability to compete in both the domestic and world markets. Especially for small and medium enterprises need to implement a strategy that is able to compete, given the results of AFTA (Asean Free Trade Area) since January 1, 1993 it was agreed that the tariff / duty trade between ASEAN Countries was lowered to 0-5 percent over a period of 15 years.

The formation of AFTA led to the ASEAN economic integration agreement and confirmed the formation of the ASEAN single market. The goal is to create an integrated market among ASEAN member countries so that production is directed by exploiting the advantages of each ASEAN member countries.

One strategy is to compete in the face of AFTA implementation of non-financial performance, in order to provide the best value for the company it is necessary to carry out continuous learning with non-financial performance measurement that includes all the activities of companies such as operational, and staffing keinovasia. In other words, the company is not able to optimize the performance of the company without regard to non-financial performance.

Keyword : *Non-Financial, Performance, Strategy, MEA*

PENDAHULUAN

Era perdagangan bebas ASEAN-China (ACFTA) yang kini menjadi pusat perhatian pemerintah dan masyarakat, khususnya para pengusaha sebenarnya bukan barang baru karena Indonesia adalah negara yang terpengaruh atau menjadi negara yang ikut dalam perdagangan bebas dalam bentuk AFTA atau WTO. Indonesia yang memiliki berbagai sektor ekonomi, khususnya sektor ekonomi kecil menengah. Sektor usaha kecil menengah inilah yang mampu bertahan menghadapi berbagai kondisi ekonomi.

Usaha kecil dan menengah (UKM) memegang peranan penting dalam perekonomian karena dapat menjadi ujung tombak industri nasional, menyerap tenaga kerja, menyumbang devisa dan ikut membayar pajak. Usaha menengah bersama dengan usaha-usaha kecil pada negara-negara di Asia telah memberikan kontribusi bagi 35% nilai ekspor Asia (Organisasi untuk Pengembangan & kerjasama Ekonomi di Asia, 1997).

Di Indonesia usaha kecil dan menengah telah menyumbang 28 persen PDB (Departemen Perindustrian, 2005). Oleh karena itu, pada era globalisasi yang penuh dengan persaingan, kompleks dan dinamis, upaya pengembangan usaha kecil dan menengah merupakan sebuah keharusan. Pembinaan UKM masih perlu dilakukan mengingat sampai saat ini masih menghadapi banyak masalah. Berdasarkan penelitian Departemen Perindustrian tahun 2005, diketahui UKM memiliki masalah, (a) kekurangan modal yang disebabkan ketidaklancaran masuknya modal ke pelaku industri sebagai akibat keterbatasan fasilitas perbankan dan peran serta lembaga keuangan lainnya, (b) keterbatasan akses pasar karena kurangnya informasi mengenai perubahan dan peluang pasar, (c) pengetahuan bisnis dan strategi pemasaran yang masih lemah, dan (d) adanya saingan dari produk industri kecil dan menengah yang sama dengan produk yang dihasilkan di Indonesia yang berasal dari negara lain dan dianggap sebagai ancaman.

Fenomena UMKM di Indonesia berdasarkan pada data pusat statistik (BPS) dan Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2009 tercatat jumlah UMKM adalah 44,69 unit atau 99,9% dari jumlah total unit usaha. Hal ini menuntut perhatian khusus dari semua pihak terhadap pengembangan UMKM karena banyaknya persaingan produk yang ditawarkan terlebih lagi tahun 2015 Indonesia akan menghadapi MEA (masyarakat Ekonomi Asean).

Masyarakat Ekonomi ASEAN akan meningkatkan nilai kompetitif Negara-negara ASEAN untuk menyediakan produk yang memiliki kualitas tinggi. Produk berkualitas tinggi akan menghimpit yang berkualitas rendah dan lama kelamaan akan ditinggalkan konsumen. Berdasarkan data World Economy Forum (WEF), pada tahun 2008 daya saing Indonesia berada pada urutan 55 dunia, sedangkan pada tahun 2012 berada pada urutan 50. Peringkat tersebut sangat jauh terpaut dari Singapura yang berada pada peringkat 3 dunia, Malaysia 25 dunia dan Thailand 38 dunia. Dari data tersebut maka sudah seharusnya kita sebagai warga negara Indonesia memiliki wawasan mengenai hal tersebut.

Membangun keunggulan kompetitif produk UMKM diperlukan konsentrasi yang kuat untuk membangun superioritas UMKM. Day dan Wesley (1988) mengemukakan keunggulan kompetitive mempunyai dua arti yang saling berhubungan yang pertama memfokuskan pada superioritas keterampilan (Superior skill) dan atau superioritas sumber daya (superior resources), dan arti yang kedua berkaitan dengan keunggulan posisional perusahaan yang dinyatakan dengan hasil-hasil kinerja superior (superior performance out comes).

Daya saing UMKM juga sangat ditentukan pada keunggulan positioning dari bisnis UMKM. Positioning sebagai salah satu strategi pemasaran untuk mencapai sukses dijelaskan oleh Al-Ries dan Jack Trout (1981 : 24), sebagai berikut : To be successful today, you must touch base with reality. And the only that counts is what's already in the prospect's mind. To be creative, to create something that doesn't already exist in the mind, is becoming more and more difficult. If not possible. The basic approach of positioning is not to create something new and different but to manipulate what's already up there in the mind, to retie the connections that already exist"

Menurut Cumby (*et.al.*,2001) bahwa positioning itu bisa dilakukan apabila UMKM memiliki kapabilitas pembelajaran yang akan mempelajari kebutuhan pasar, strategi bersaing dan koordinasi antar fungsi. Selanjutnya, agar mampu memberikan nilai terbaik bagi perusahaan maka perlu melakukan pembelajaran terus-menerus dengan pengukuran kinerja non keuangan yang meliputi segala aktivitas perusahaan seperti operasional, keinovasian dan kepegawaian. Dengan kata lain, perusahaan tidak dapat mengoptimalkan kinerja perusahaan tanpa memperhatikan kinerja non keuangan.

PEMBAHASAN

Salah satu upaya strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memperkuat dasar kehidupan perekonomian dari sebagian terbesar rakyat Indonesia adalah melalui pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Ini mengingat besarnya potensi UMKM yang ditunjukkan oleh keberadaannya sebesar 44,7 juta unit usaha pada tahun 2005 (angka sangat sementara) dengan kegiatan usaha yang mencakup hampir semua lapangan usaha, serta tersebar di seluruh tanah air. Pemberdayaan UMKM akan mendukung peningkatan produktivitas, penyediaan lapangan kerja yang lebih luas, dan peningkatan pendapatan bagi masyarakat miskin.

Pada tahun 2005 (angka sangat sementara), kegiatan UMKM menyerap hampir 96,8 persen dari seluruh pekerja yang berjumlah 80,3 juta pekerja. Kontribusi UMKM terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2005 adalah sebesar 54,2 persen dengan laju pertumbuhan nilai tambah sebesar 6,3 persen. Angka pertumbuhan tersebut melampaui laju pertumbuhan nilai tambah untuk usaha besar.

Tinjauan UMKM

Usaha Kecil didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersial dan mempunyai omzet penjualan sebesar 1 (satu) miliar rupiah atau kurang. Sementara Usaha Menengah didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersial dan mempunyai omzet penjualan lebih dari 1 (satu) miliar.

Ciri-ciri perusahaan kecil dan menengah di Indonesia, secara umum adalah:

1. Manajemen berdiri sendiri, dengan kata lain tidak ada pemisahan yang tegas antara pemilik dengan pengelola perusahaan. Pemilik adalah sekaligus pengelola dalam UKM.
2. Modal disediakan oleh seorang pemilik atau sekelompok kecil pemilik modal.
3. Daerah operasinya umumnya lokal, walaupun terdapat juga UKM yang memiliki orientasi luar negeri, berupa ekspor ke negara-negara mitra perdagangan.
4. Ukuran perusahaan, baik dari segi total aset, jumlah karyawan, dan sarana prasarana yang kecil.

Sedangkan berdasarkan Kesepakatan Bersama (KB) Antara Menteri Koordinator Bidang Kesejahteraan Rakyat selaku Ketua Komite Penanggulangan Kemiskinan dengan Gubernur Bank Indonesia tentang Penanggulangan Kemiskinan Melalui Pemberdayaan Dan

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah No : 15/KEP / MENKO / KESRA/VI/2005 No. 7 / 31 / KEP.GBI / 2005 terdapat ketentuan sbb.:

1. Usaha Kecil adalah Usaha yang memenuhi kriteria sbb.:
 - a. Usaha produktif milik Warga Negara Indonesia yang berbentuk badan usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbentuk hukum, atau badan usaha berbadan hukum termasuk koperasi;
 - b. Bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik secara langsung maupun tidak langsung , dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar; dan
 - c. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,-(dua ratus juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan maksimum Rp. 1.000.000.000 (satu milyar rupiah) pertahun
2. Usaha Menengah adalah usaha produktif yang berskala menengah dan memenuhi kriteria kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000,- di luar tanah dan bangunan tempat usaha yang memiliki hasil penjualan maksimum Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) pertahun sebagaimana dimaksud dalam instruksi Presiden Republik Indonesia No. 10 tahun 1999 tentang Pemberdayaan Usaha Menengah. Berikutnya ada undang-undang baru tentang UMKM, yang diterbitkan pada tgl. 4 Juli 2008 , yaitu UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 20 TAHUN 2008. Pada Bab IV Pasal 6 KRITERIA berisi sebagai berikut:
 1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut.:
 - a. Mmiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,-(lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,-(tiga ratus juta rupiah)
 2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut::
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah)
 3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
 1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,-(lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha ; atau
 2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,(dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000..000,-(lima puluh milyar rupiah).

Kinerja Non Keuangan

Kinerja non keuangan merupakan sebuah pendekatan yang menentukan tujuan serta berhubungan dengan visi dan strategi organisasi (Nowak, 2007). Kinerja non keuangan juga terdiri dari berbagai macam kegiatan seperti kegiatan operasional (Samson dan Terziovski,

1999), kegiatan logistic dan bahkan Moeller (2009) menyebutkan bahwa kinerja non keuangan atau *intangible performance* terdiri dari :

1. *Innovation Capital*
Komponen dari kinerja yang berupa proses penyaluran kreativitas
2. *Human Capital*
Nilai kinerja *immaterial* yang dilihat dari sumber daya personelnnya, pengetahuan tentang pola jaringan kerja, kompetensi social.
3. *Customer Capital*
Mengarah pada nilai material yang dilihat dari sector penjualan, yang termasuk dalam customer capital adalah daftar pelanggan, pangsa pasar, kepuasan pelanggan dan merek.
4. *Supplier capital*
Dilihat dari sisi pembelian, semua nilai immaterial yang didasarkan pada hubungan pasokan yang terintegrasi.
5. *Investor capital*
Dilihat dari perspektif finansial, nilai imaterial dapat dilihat dari nilai modal dan kredit.
6. *Proses capital*
Ditentukan melalui efisiensi dan proses penjarangan kerja dan structural organisasi, termasuk didalamnya *high level quality control*, dan komunikasi antar jaringan kerja yang baik.
7. *Location capital*
Merupakan keunggulan tersendiri bila lokasi perusahaan terletak sangat strategis dengan keterhubungan pada infrastruktur yang baik dan transportasi.

Pengukuran kinerja non keuangan memberikan makna mewujudkan strategi perusahaan dan visi pada sebuah alat yang memotivasi kinerja dan intensitas komunikasi (Moers Frank, 2000). Selain hal tersebut, Cumby dan Conrod (2001) juga berpendapat bahwa factor kunci kesuksesan perusahaan yaitu melalui kinerja non keuangan yang menghasilkan keuangan yang superior.

Praktik-praktik kinerja non keuangan terkait dengan kualitas produk, kualitas jasa, kepuasan konsumen, kepuasan pekerja dan keterlibatan komunitas tertentu (Ciptono, 2007). Kinerja non keuangan ditujukan untuk meningkatkan kualitas, inovasi, pasar dan mengurangi biaya dalam produksi dan praktek-praktik lainnya (Dunk Alam, 2005).

Menurut Ittner dan Larcker (2000) terdapat beberapa keuntungan dari pengukuran kinerja non keuangan yaitu :

1. Terdapat hubungan yang dekat dengan strategi organisasi jangka panjang
2. Terdapat hubungan pada inovasi, *management capability*, hubungan karyawan
3. Pengukuran kinerja non keuangan merupakan indicator yang baik pada kinerja keuangan yang akan datang.

Implementasi Kinerja Non Keuangan pada UMKM

Beberapa penelitian menjelaskan bahwa kapabilitas pembelajaran berpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan kecil (Susanto, 2010), hal tersebut menjadikan dasar bahwa implementasi dari prakti-praktik kinerja non keuangan secara langsung akan berdampak pada kinerja keuangan UMKM. Kapabilitas pembelajaran sendiri merupakan salah satu elemen

dalam kinerja non keuangan dapat juga dikatakan bahwa kapabilitas pembelajaran sebagai predictor kinerja UMKM.

Praktik kinerja non keuangan menjadi sebuah strategi dalam menghadapi masyarakat ekonomi Asean (MEA) karena tanpa adanya tindakan-tindakan yang bersifat non keuangan, seperti pemberian perhatian pada kepuasan karyawan, keinovasian dan proaktif mencari peluang pasar (kapabilitas pembelajaran) maka aktivitas-aktivitas lainnya hanya akan terkonsentrasi pada pencarian keuntungan jangka pendek, karena praktik kinerja non keuangan bertujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif jangka panjang (Choi dan Lee, 2003).

KESIMPULAN

Pembangunan industri bukan hanya menitikberatkan pada pembangunan industri besar saja, melainkan pembangunan UMKM arus menjadi pertimbangan penting bagi pemerintah, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Peningkatan kemampuan UMKM merupakan bagian terpenting dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional. Pembangunan industri harus dikembangkan secara bertahap dan terintegrasi antar skala industri dan antar sektor industri. Pemerintah harus menyadari bahwa dalam perjalanan waktu, peran UMKM sudah teruji dengan penyediaan lapangan pekerjaan bagi banyak lapisan masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Disamping itu, peran UMKM juga akan semakin meningkat dengan mengimplentasikan praktik-praktik kinerja non keuangan yang meliputi *Innovation Capital*, *Human Capital*, *Customer Capital*, *Supplier capital*, *Investor capital*, *Proses capital*, *Location capital*. Praktik kinerja non keuangan menjadi sebuah strategi dalam menghadapi masyarakat ekonomi Asean (MEA) karena tanpa adanya tindakan-tindakan yang bersifat non keuangan, seperti pemberian perhatian pada kepuasan karyawan, keinovasian dan proaktif mencari peluang pasar (kapabilitas pembelajaran) maka aktivitas-aktivitas lainnya hanya akan terkonsentrasi pada pencarian keuntungan jangka pendek.

DAFTAR PUSTAKA

- Ciptono, Slamaet Wakhid, (2007), “ Hierarchical level of managers abilities : a moderator between quality management practices and company financial Performance “ , *Gadiah Mada International Journal of Business*, Vo. 9. No. 3, pp.295-334.
- Cumby, J., Conrod, J. (2001), “ Non-financial performance measures in the Canadian biotechnology industry “, *Journal of intellectual capital*, Vol. 2 No. 3, pp. 261-272.
- Moeller, Klaus. (2009), “Intangible and financial Performance : causes and effects “, *Journal of Intelectual Capital*, Vol. 10 No. 2 pp.224-245. : The interactive effect of performance targets “, *MARC warking paper* .3.15.

- Moers, Frank. (2000), "Financial and Non-Financial Performance Measures and managerial Short-Term Orientation"
- Nowak, L. (2007), " The importance of Non-Financial Performance Measures in Wine Business Strategy ". Emerald Backfiles.
- Samson, D., Terziovski, M. (1999), " The Relationship between total quality management practices and operational performance ", *Journal of operation management*, Vol. 17 pp.393-403.
- Susanto, P. (2010), " Pengaruh orientasi pasar pada kinerja perusahaan kecil dimediasi oleh orientasi kepengusahaan ". Universitas Gadjah Mada. Jogjakarta. Tesis.