

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Globalisasi membawa dampak besar pada perkembangan perdagangan internasional. Negara-negara di dunia berlomba-lomba memperkuat ekonomi negaranya agar mampu bersaing dengan negara lain. Hal ini dikarenakan sektor perdagangan merupakan sektor penting bagi setiap negara dalam memperoleh devisa. Dalam memperkuat ekonomi negara, selain dilakukan secara internal, tetapi juga secara eksternal. Misalnya melakukan kerja sama-kerja sama dengan negara lain.

Indonesia dalam era pembangunan mengoptimalkan sektor ini dalam memperoleh devisa di mana sektor migas adalah ujung tombaknya. Seiring berjalannya waktu, sektor migas ternyata tidak bisa selamanya diandalkan karena migas adalah sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui. Maka dari itu Pemerintah Indonesia mencari alternatif lain, yaitu memberdayakan ekspor dari sektor non-migas sebagai andalan ekspor Indonesia selanjutnya.

Di Indonesia, Sektor non-migas yang banyak diberdayakan oleh UKM. Seperti produk-produk pertanian, perkebunan, peternakan, dan kerajinan beserta dengan turunannya. Sektor non-migas dipilih UKM sebagai bidang usahanya di karenakan sektor non-migas lebih mudah dan murah

dalam proses pra-produksi hingga panca produksi. Pada tahun 2014 pelaku UKM Indonesia mencapai 56,3 juta pelaku usaha.¹ Untuk penyerapan tenaga kerja, UMKM menjadi penyokong utama sebesar 97%. Ini menunjukkan tingginya kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia. Dengan banyaknya usaha mandiri yang dimiliki oleh Indonesia membawa dampak positif bagi perekonomian Indonesia. Apalagi bila pemerintah memberikan dukungannya, produk-produk UKM Indonesia akan dapat diterima dengan baik di pasar Internasional.

Melihat peran UKM dalam perekonomian Indonesia, penulis akan mencoba mengulas tentang apa upaya yang dilakukan Disperindagkop dan UKM DIY untuk meningkatkan daya saing UKM yang dirasa mempunyai peran yang signifikan dalam perekonomian. Untuk itulah penulis tertarik untuk menulis skripsi dengan judul **“Upaya Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Daerah Istimewa Yogyakarta Untuk Meningkatkan Daya Saing UKM”**.

B. Tujuan Penelitian

Skripsi ini merupakan karya tulis ilmiah sebagai hasil dari kajian mendalam yang berisikan kontribusi penelitian bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Skripsi ini dimaksudkan untuk membuktikan hipotesa yang dikemukakan dan menjawab rumusan permasalahan dengan teori yang

¹ <http://www.tempo.co/read/news/2014/11/08/090620545/Gerakan-Oneintwenty-Dorong-Pelaku-UMKM-Naik-Kelas> diakses pada 12 Desember 2014 pukul 19.35

relevan, fakta, dan data. Oleh karena itu, berdasarkan hal-hal diatas, penulis ingin memaparkan beberapa faktor, yaitu :

1. Untuk mengetahui peran UKM dalam perekonomian dan permasalahan yang dihadapi UKM
2. Untuk mengetahui upaya Disperindagkop dan UKM DIY dalam meningkatkan daya saing UKM

C. Latar Belakang Masalah

Adanya proses globalisasi yang semakin cepat diakui dengan tingkat persaingan internasional yang semakin tajam memberikan dampak yang cukup rumit bagi setiap negara, terutama negara-negara sedang berkembang. Negara-negara sedang berkembang harus mengejar segala ketertinggalan dari negara-negara lain yang telah lama kokoh dan mapan di segala bidang yang mana apabila tidak segera disigapi oleh masing-masing pemerintah suatu negara, maka negara yang bersangkutan akan terus terpuru di tengah globalisasi yang dikenal tidak pandang bulu.

Sebagai langkah awal untuk menghadapi globalisasi, suatu negara harus memperkuat diri dengan melakukan pembangunan nasional. Pembangunan nasional adalah pembangunan yang berupaya untuk meningkatkan seluruh aspek kehidupan masyarakat, bangsa dan negara yang sekaligus merupakan proses pengembangan keseluruhan sistem

penyelenggara negara untuk mewujudkan tujuan nasional.² Pembangunan nasional terdiri dari 3 indikator yaitu, ekonomi, kesejahteraan sosial dan partisipasi politik atau demokratisasi.³ Pembangunan nasional Indonesia difokuskan pada pembangunan ekonomi. Karena apabila kondisi ekonomi suatu negara stabil, maka politik pemerintahannya pun cenderung stabil.

Pada umumnya pembangunan ekonomi yang dilakukan oleh negara sedang berkembang mempunyai tujuan antara lain untuk menciptakan pembangunan ekonomi yang hasilnya secara merata dikecap oleh masyarakat, meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, mengurangi kesenjangan kemampuan antar daerah dan struktur perekonomian yang seimbang. Salah satu indikator untuk menilai keberhasilan pembangunan ekonomi suatu negara adalah dilihat dari kesempatan kerja yang diciptakan dari pembangunan ekonomi.⁴

Salah satu sektor yang cukup banyak mengatasi masalah pengangguran adalah Usaha Kecil Menengah (UKM). Tidak dapat dipungkiri bahwa salah satu sektor yang menopang perekonomian di Indonesia adalah dari sektor UKM, karena melalui sektor inilah semua aspek yang berkaitan dengan pola kehidupan manusia bersumber, mulai dari sektor konsumsi, pangan, dan papan, sebagai contoh dalam segi konsumsi banyak sekali usaha-

² <http://stiebanten.blogspot.com/2011/05/makna-hakikat-dan-tujuan-pembangunan.html> diakses pada tanggal 07 April 2015 pukul 22.16

³ <http://belajartanpabuku.blogspot.com/2013/07/pengertian-dan-indikator-pembangunan.html> diakses pada tanggal 7 April 2015 pukul 22.24

⁴ Iis Dwi Listyani, *Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Dalam Menyerap Tenaga Kerja (Studi Kasus UMKM CV Sari Sister Batu)*. 2011 [Online]. http://lib.uin-malang.ac.id/?mod=th_detail&id=07130060 diakses pada tanggal 2 Maret 2013 pukul 14.20

usaha UKM yang berperan aktif, seperti usaha pengolahan hasil pertanian, gabah, produksi pangan dan lain sebagainya. Dan masih banyak lagi sektor lain yang mengisi aktifitas lalu lintas produksi. Melalui aktivitas UKM, perekonomian nasional terus mengalami kenaikan yang sangat signifikan setiap tahunnya.

Secara nasional, UKM mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat penting dan strategis dalam rangka mewujudkan tujuan pembangunan nasional pada umumnya dan tujuan pembangunan ekonomi pada khususnya. Peran ini dapat dilihat dalam hal penyediaan kesempatan usaha, lapangan kerja dan peningkatan ekspor. Dapat dilihat bahwa UKM lebih mampu untuk bertahan lebih lama dari krisis ekonomi, karena mempunyai karakteristik yang lebih fleksibel dan lebih memanfaatkan sumber daya lokal sehingga bisa diandalkan untuk mendukung ketahanan ekonomi.

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan daerah yang memiliki banyak keunggulan. Kekayaan budaya, keindahan alam, tata ruang yang baik serta kehidupan sosial masyarakatnya berjalan dengan harmonis menjadi daya tarik tersendiri dari daerah istimewa ini. Adanya wacana seperti rencana menjadikan DIY sebagai ibu kota Indonesia beberapa tahun yang lalu cukup mencerminkan bahwa DIY termasuk daerah yang dinilai cukup baik di Indonesia, baik dari segi kehidupan sosial maupun pemerintahannya. DIY dijuluki dengan beberapa gelar, seperti kota pelajar, kota revolusi, kota perjuangan, kota kebudayaan, kota pariwisata, dan kota gudeg. Julukan-

judul tersebut mencerminkan kehidupan di DIY yang unggul dalam banyak bidang.

Keragaman budaya di DIY menjadikan daya tarik untuk wisatawan lokal maupun internasional, keadaan ini dapat mendukung kesuburan pertumbuhan UKM. Banyaknya wisatawan yang berkunjung di DIY menciptakan iklim usaha yang baik bagi UKM sehingga dapat menyerap tenaga kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Bahkan dengan jeli pemerintah menargetkan sentra industri UKM sebagai daerah tujuan wisata. Seperti sentra gerabah di Kasongan, Bantul dan kerajinan perak di Kota Gede, Yogyakarta layak menjadi tujuan wisata karena sudah mempunyai reputasi internasional.

Namun dalam hal kemampuan bersaing, UKM masih kalah dengan Usaha Besar (UB). Dilihat dari jumlah ekspor UKM hanya berkisar 16% dari total ekspor tahun 2014.⁵ Padahal jumlah UKM 56,3 juta atau sekitar 99,8% dari keseluruhan jumlah unit usaha di Indonesia, dan UKM menyerap sebanyak 97% tenaga kerja di Indonesia.⁶ Sama halnya dengan kondisi UKM di DIY. Tahun tahunnya, prosentase perbandingan jumlah unit usaha UKM dan UB di DIY tidak kurang dari 94%.⁷ Seperti pada tahun 2014, jumlah UKM mencapai 194 ribu unit usaha sedangkan UB hanya 10 ribu saja. Hal tersebut disebabkan oleh berbagai hambatan yang dihadapi UKM namun

⁵ Direktorat Jendral Kerja Sama Asean, *Masyarakat Ekonomi Asean untuk Semua, Mewujudkan Integrasi Kawasan yang Inklusif dan Merata*, (Edisi 4, Desember 2014), hal. 46

⁶<http://www.tempo.com/read/news/2014/11/08/090620545/Gerakan-Oneintwenty-Dorong-Pelaku-UMKM-Naik-Kelas> diakses pada tanggal 12 Desember 2014 pukul 19.35

⁷ <http://bappeda.jogjaprovo.go.id> diakses pada tanggal 22 September 2015 pukul 15.53

tidak dihadapi oleh UB. Kondisi ini sangat disayangkan bila mengingat peran UKM yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional. Apabila di dalam negeri saja UKM mengalami kesulitan bersaing dengan UB, apalagi di pasar global yang tentu saja persaingannya lebih ketat. UKM harus segera mendapatkan penanganan dengan memberdayakan secara sistematis dalam paradigma baru agar tidak ketinggalan dengan bahkan digilas oleh arus globalisasi. Globalisasi dan liberalisasi ekonomi dunia memang menuntut setiap negara untuk menjadikan kehidupan ekonomi semakin efektif, efisien dan kompetitif.

Kondisi UKM yang memprihatinkan ini bukan tanpa alasan. Banyak hambatan yang harus dihadapi UKM dalam usahanya bertahan di era pasar tanpa batas ini. Yang pertama adalah sumber daya manusia (SDM) UKM yang cenderung rendah dikarenakan sebagian besar UKM tumbuh secara tradisional. Keterbatasan modal dan kesenjangan teknologi juga semakin memperburuk kondisi UKM. Disisi lain, tingginya biaya ekonomi yang harus ditanggung oleh UKM secara langsung akan menurunkan daya saing produk ekspor UKM. Pada tingkat pemerintah pun terdapat beberapa masalah, seperti penyalahgunaan wewenang, lemahnya penegakkan hukum, tumpang tindihnya peraturan antar instansi, pemerintah pusat dan pemerintah daerah, rendahnya efisiensi kepabeaan dan kepelabuhan. Penanggulangan hal tersebut menjadi tugas Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM (Disperindagkop dan UKM) DIY. Sebagai lembaga pemerintah yang terkait secara langsung dalam penanganan pengembangan UKM, disperindagkop

dan UKM DIY berwenang mengatur strategi agar pertumbuhan dan perkembangan UKM tidak terhambat.

Pada era globalisasi, terjadi peningkatan keterkaitan dan ketergantungan antarbangsa dan antarmanusia di seluruh dunia melalui perdagangan, investasi, perjalanan, budaya populer, dan bentuk-bentuk interaksi yang lain sehingga batas-batas suatu negara menjadi semakin sempit. Globalisasi menciptakan lingkungan yang tanpa batas seakan memaksa negara-negara di penjuru dunia untuk saling terkait satu sama lain, sehingga kerja sama antar negara pun tak terhindarkan. Sekarang setiap negara pasti menjalin kerja sama dengan negara lain, baik bilateral, regional, maupun multilateral, dan mencakup di segala bidang. Segala bentuk kerja sama yang terjalin ini diharapkan dapat membawa kemakmuran, perdamaian, dan demokrasi. Namun bila suatu kerja sama tidak berjalan dengan baik dapat menimbulkan ketimpangan dalam distribusi pendapatan dan kemiskinan yang semakin luas.

Dalam tingkat global, dinamika hubungan internasional semakin tampak tidak saja dengan melihat proses perluasan ilmu, dalam hal aktor pun kerja sama internasional mengalami proses transformasi yang cepat. Jika pada awalnya disiplin hubungan internasional hanya memfokuskan pada negara sebagai unit analisis paling penting (jika tidak satu-satunya), dalam perkembangan selanjutnya pendekatan kerja sama internasional akan menjadi kekuatan-kekuatan lain di luar negara sebagai aktor di dalam hubungan internasional. Pengakuan terhadap pengaruh individu dan masyarakat dalam

hubungan internasional mulai dirasakan sejak Paul R. Voitti dan Mark V. Kauppi memperkenalkan pendekatan *pluralism* yang menyatakan bahwa aktor disiplin hubungan internasional dalam konteks kerja sama internasional tidak lagi didominasi oleh negara, tetapi mulai melibatkan aktor-aktor lain di luar negara seperti misalnya perusahaan internasional, lembaga non pemerintah, masyarakat, dan bahkan individu.⁸

Indonesia, sebagai negara yang mengikuti perkembangan dunia internasional dan juga negara yang sedang berkembang, tentu tidak lepas dari hubungan dengan negara lain. Salah satu bentuk hubungan internasional yang dipilih Indonesia adalah kerja sama ekonomi. Kerja sama ini menginginkan sebuah tujuan demi kesejahteraan rakyat Indonesia. Pada tingkat pemerintah daerah, Disperindagkop dan UKM DIY yang juga mengambil bagian dalam kerja sama internasional ini. Seiring dengan tujuan mensejahterakan rakyat, Disperindagkop dan UKM DIY memfokuskan kerja sama internasional berbentuk perdagangan untuk mendorong perbaikan ekonomi daerah.

Dalam rangka mengantisipasi, mengakomodasi perubahan pada pola hubungan luar negeri disamping sekaligus menyelaraskan arus global dan berbagai kepentingan nasional dalam setiap *level of interest*, Indonesia telah mengundang UU No.37 tahun 1999 tentang hubungan luar negeri. Pasal 1 ayat 1 menyebutkan bahwa : “*Hubungan luar negeri adalah setiap kegiatan yang menyangkut aspek regional dan internasional yang dilakukan oleh pemerintah ditingkat pusat dan daerah, atau lembaga-lembaganya,*

⁸ Paul R. Viotti dan Mark N Kauppi, *International Relations and World PoliticS: security, economy and identity*, prentice-hlml, New Jersey, 1997 hal. 112

lembaga negara, badan usaha, organisasi politik, organisasi masyarakat, lembaga swadaya masyarakat, atau warga negara Indonesia.”⁹ Begitu juga dengan ditetapkannya Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2000 tentang Perjanjian Internasional.¹⁰ Kedua Undang-Undang tersebut, memberikan landasan hukum yang kuat bagi penyelenggaraan hubungan luar negeri, pelaksanaan politik luar negeri dan pembuatan perjanjian internasional.

Dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah yang menggantikan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 telah menata ulang ruang lingkup dan kewenangan kerja sama luar negeri oleh daerah. Selain itu, lahirnya berbagai peraturan nasional dewasa ini yang memuat aturan lebih rinci dan teknis tentang pelaksanaan Otonomi Daerah di berbagai bidang melalui Peraturan Pemerintah, Peraturan Presiden maupun Peraturan Menteri telah memantapkan landasan hukum serta semakin memberikan kejelasan tentang rambu-rambu kewenangan Pemerintah Daerah dalam melakukan hubungan dan kerja sama luar negeri.

D. Pokok Permasalahan

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang dapat dijadikan sebagai rumusan masalahnya adalah **“Bagaimana Upaya Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Daerah Istimewa**

⁹ Biro Kerja sama Setda Provinsi DIY, *Kajian Negara yang Potensial untuk Kerja sama dengan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*, Pemprov DIY, Yogyakarta, 2007 hal. 3

¹⁰ Ibid hal. 2

Yogyakarta untuk meningkatkan daya saing UKM dalam hal jumlah transaksi?”

E. Kerangka Pemikiran

1. Teori Daya Saing

Konsep Daya Saing adalah sebuah konsep ekonomi yang menjelaskan tentang upaya suatu negara terhadap suatu produk atau komoditi agar mampu diunggulkan di arena perdagangan internasional agar sejajar dengan produk lain sejenis, bahkan bisa melebihi produk lain itu yang berasal dari negara lain.¹¹ Banyak negara melakukan ekspor produk-produknya dengan lebih baik atau dengan harga yang lebih murah dibanding produk dari negara lain, serta beralih untuk mengimpor produk yang tidak bisa diproduksi di dalam negeri secara lebih efektif.

World Economic Forum (WEF), suatu lembaga yang secara rutin menerbitkan “*Global Competitiveness Report*”, mendefinisikan daya saing sebagai berikut :

“Kemampuan perekonomian nasional yang mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan. Komponennya meliputi kebijakan-kebijakan yang tepat, institusi yang sesuai, karakter ekonomi lain yang

¹¹ Ricky W. Griffin & Ronald J. Ebert, *Bisnis Edisi Keenam*, diterjemahkan oleh Edina C. Tarmidzi, Prenhalindo, Jakarta, 1996 hal. 85-86

mendukung terwujudnya perumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan tersebut.”¹²

Sedangkan Porter dan Ketels menekankan bahwa untuk memahami daya saing, titik awalnya adalah sumber dari kesejahteraan/kemakmuran bangsa. Standar hidup suatu bangsa ditentukan oleh produktivitas ekonominya, yang diukur dengan nilai (*value*) barang dan jasa yang dihasilkan per-satuan manusia, modal (*capital*) dan sumber daya alamnya. Produktivitas bergantung baik pada nilai barang dan jasa suatu bangsa, yang diukur dengan harga yang dapat dikendalikan dalam suatu pasar yang terbuka (*open market*), maupun pada efisiensi di mana barang dan jasa tersebut diproduksi. Oleh karena itu dalam kaitan ini, pengertian (dan sekaligus juga ukuran) yang sebenarnya tentang daya saing adalah produktivitas. Produktivitas memungkinkan suatu Negara menopang tingkat upah yang tinggi, nilai tukar yang kuat dan *returns to capital* yang menarik, dan bersama ini juga standar hidup yang tinggi.¹³

Selanjutnya Tulus Tambunan mengatakan bahwa tingkat daya saing suatu negara di kancah perdagangan internasional, pada dasarnya amat ditentukan oleh dua faktor, yaitu faktor keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dan faktor keunggulan kompetitif (*competitive advantage*). Lebih lanjut, faktor keunggulan komparatif dapat dianggap

¹²http://www.academia.edu/9735654/faktor_utama_dalam_peningkatan_daya_saing_perkotaan diakses pada 1 Juni 2015 pukul 09.15

¹³ Mudrajad Kuncoro, *Ekonomika industri Indonesia: Menuju negara industri baru 2030*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2007

sebagai faktor yang bersifat alamiah dan faktor keunggulan kompetitif dianggap sebagai faktor yang bersifat *acquired* atau dapat dikembangkan/diciptakan.¹⁴ Faktor-faktor keunggulan kompetitif yang harus dimiliki oleh setiap unit usaha untuk dapat bersaing di pasar dunia adalah sebagai berikut:

- Penguasaan teknologi
- Sumber daya manusia dengan kualitas tinggi dan memiliki etos kerja, kreativitas dan motivasi yang tinggi
- Tingkat efisiensi dan produktivitas yang tinggi dalam proses produksi
- Kualitas serta mutu yang baik dari barang yang dihasilkan
- Promosi yang luas dan agresif
- Sistem manajemen dan struktur organisasi yang baik
- Adanya skala ekonomis dalam proses produksi
- Modal serta prasarana lainnya yang cukup
- Tingkat entrepreneursip yang tinggi

Menurut Tambunan, UKM yang berdaya saing tinggi dicirikan oleh: (1) kecenderungan yang meningkat dari laju pertumbuhan volume produksi, (2) pangsa pasar domestik dan atau pasar ekspor yang selalu meningkat, (3) untuk pasar domestik, tidak hanya melayani pasar lokal saja tetapi juga nasional, dan (4) untuk pasar ekspor, tidak hanya

¹⁴ Tulus Tambunan, *Perekonomian Indonesia : Teori dan Temuan Empiris*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2001 hal. 48

melayani di satu negara tetapi juga banyak negara. Dalam mengukur daya saing UKM harus dibedakan antara daya saing dan daya saing perusahaan. Daya saing produk terkait erat dengan daya saing perusahaan yang menghasilkan produk tersebut. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur daya saing sebuah produk diantaranya adalah: (1) pangsa ekspor pertahun (% dari jumlah ekspor), (2) pangsa pasar luar negeri pertahun (%), (3) laju pertumbuhan ekspor per tahun (%), (4) pangsa pasar dalam negeri pertahun (%), (5) laju pertumbuhan produksi pertahun (%), (6) nilai atau harga produk, (7) diversifikasi pasar domestik, (8) diversifikasi pasar ekspor, dan (9) kepuasan konsumen.¹⁵

Salah satu faktor yang dapat meningkatkan daya saing adalah teknologi. Setiap jenis teknologi yang dipakai merupakan faktor yang sangat penting dalam persaingan, seperti yang dikatakan Porter bahwa:

“Teknologi penting bagi persaingan jika berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing perusahaan atau terhadap struktur industry. Karena teknologi terwujud dalam setiap aktivitas nilai dan berperan dalam mewujudkan keterkaitan diantara berbagai aktivitas, maka teknologi dapat berpengaruh besar terhadap biaya dan diferensiasi. Selain mempengaruhi biaya atau diferensiasi, teknologi dapat mempengaruhi keunggulan bersaing dengan cara mengubah atau mempengaruhi semua faktor penentu biaya atau keunikan lainnya. Perkembangan teknologi dapat meningkatkan atau menurunkan skala ekonomi, membuka kemungkinan bagi berbagaiantar hubungan yang sebelumnya tidak mungkin terjadi, menciptakan peluang untuk mencapai

¹⁵ Tulus Tambunan, *Paradigma Terhadap Peran UMKM di Indonesia Harus Dirubah*. Editorial Agustus 2010. Center for Industry, SME & Business Competition Studies, Universitas Trisakti. 2010. Diakses dari http://www.fe.trisakti.ac.id/pusatstudi_industri/ pada tanggal 7 April 2015 pukul 23.15

keunggulan dalam penentuan waktu, dan mempengaruhi hampir semua faktor penentu biaya atau keunikan lainnya.”¹⁶

Dari berbagai uraian di atas, bahwa dalam peningkatan daya saing suatu unit usaha, dalam hal ini UKM, setidaknya membutuhkan lima unsur, yaitu SDM, teknologi, modal, promosi, dan birokrasi. Tugas Disperindagkop dan UKM DIY adalah menyusun strategi agar pemberdayaan UKM di DIY dapat terus tumbuh dan berkembang. Dari kelima unsur tersebut, semuanya dapat dipenuhi oleh Disperindagkop UKM dan DIY, baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung, seperti promosi yang dilakukan Disperindagkop UKM dan DIY melalui media cetak dan elektronik, mengadakan dan mengikuti ekshibisi skala nasional maupun internasional. Sedangkan secara tidak langsung adalah Disperindagkop UKM dan DIY memfasilitasi UKM dalam meningkatkan SDM, teknologi, dan modal dengan berbagai cara, seperti mengadakan pelatihan, melakukan kerja sama dengan berbagai pihak baik di dalam dan luar negeri untuk meningkatkan teknologi, serta membantu meningkatkan akses permodalan.

Untuk membangun daya saing yang berkesinambungan, upaya pemanfaatan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki daerah dan negara, dan kemampuan untuk memanfaatkan peluang-peluang yang ada di dalam maupun di luar negeri harus dilakukan secara optimal. Dalam hal

¹⁶ Michael E Porter, *Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*, Erlangga, Jakarta, 1996

ini Disperindagkop dan UKM DIY mendorong UKM terutama dalam sisi promosi yang luas dan agresif.

2. Konsep Promosi

Suatu unit usaha, dalam hal ini UKM, banyak aktivitas yang dilakukan tidak hanya menghasilkan produk atau jasa, menetapkan harga, dan menjual produk atau jasa, tetapi banyak aktivitas lainnya yang saling berkaitan satu dengan lainnya. Salah satunya adalah promosi, kegiatan promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran produk, yang isinya memberikan informasi kepada masyarakat atau konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan UKM. Tidak hanya itu, kegiatan promosi merupakan kegiatan komunikasi antara UKM dengan pelanggan atau konsumen.

Kotler menyatakan bahwa “Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya yang membujuk konsumen sasaran agar membelinya”. Faktor promosi yang ditawarkan Kotler, antara lain penentuan harga, kualitas produk, *packaging*, garansi dan *after-service*.¹⁷ Kemudian bentuk promosinya bisa seperti pemotongan harga, penawaran kualitas produk yang tinggi, membuat *packaging* yang bagus, dan pemberian garasi.

¹⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, terj: Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusly, Edisi 9, Jilid 1 dan 2, PT Prenhalindo, Jakarta, 2002 hal. 41

Disperindagkop dan UKM DIY sebagai Pemerintah Daerah, berkemampuan untuk melakukan hubungan luar negeri. Hal ini sangat menguntungkan dalam tujuannya memajukan UKM. Melalui pemasaran internasional, Disperindagkop dan UKM DIY dapat menyusun kebijakan dan rencana strategis untuk membantu UKM dalam mencari solusi masalah yang dihadapi tentang keterbatasan promosi. Dengan demikian Disperindagkop dan UKM DIY dapat mendorong terwujudnya UKM sebagai kekuatan perekonomian yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Berbeda dengan bentuk promosi yang dilakukan oleh sebuah unit usaha, Disperindagkop dan UKM DIY sebagai struktur birokrasi yang terkait dengan UKM, melakukan promosi menggunakan diplomasi kebudayaan melalui eksibisi. UKM DIY yang produknya sebagian besar merupakan hasil kerajinan dan kebudayaan dapat dijadikan sarana diplomasi kebudayaan melalui eksibisi internasional. Eksibisi ini merupakan bentuk diplomasi kebudayaan paling konvensional mengingat gaya diplomasi modern adalah diplomasi secara terbuka, artinya bahwa diplomasi modern secara konvensional menganut dasar eksibisionistik dan transparan.^{18 19}

¹⁸ Eksibisionistik artinya setiap bangsa dianggap mempunyai keinginan yang merupakan keharusan untuk selalu pamer tentang keunggulan tertentu yang dimilikinya, sehingga pada gilirannya citra bangsa yang bersangkutan dapat memperoleh kehormatan lebih tinggi. Transparan, karena kemajuan teknologi informasi mengakibatkan setiap fenomena yang terjadi dalam suatu negara tertentu dapat saja diketahui oleh negara lain.

¹⁹ Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari, *Diplomasi Kebudayaan Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang, Studi Kasus Indonesia*, Ombak, Yogyakarta, 2007, hal. 45

Eksibisi dapat saja dilakukan diluar negara maupun didalam negara, baik secara sendiri (satu negara) maupun secara multinasional. Manfaat yang diambil dari eksibisi adalah pengakuan yang dikaitkan dengan kepentingan nasional, dalam kasus ini adalah usaha Disperindagkop dan UKM DIY mempromosikan produk-produk UKM sekaligus memperluas pasar sehingga daya saing UKM dapat meningkat.

F. Hipotesis

Dari latar belakang yang telah dipaparkan dan juga berdasarkan teori yang digunakan maka penulis dapat mengajukan hipotesa bahwa: upaya Disperindagkop dan UKM DIY dalam rangka meningkatkan daya saing UKM dalam hal jumlah transaksi adalah dengan melakukan promosi khususnya melalui eksibisi.

G. Metode Penelitian

Dalam hal ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua data yang dikumpulkan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Meskipun demikian, penelitian secara kualitatif sering juga menggunakan data statistik yang telah tersedia sebagai sumber data tambahan bagi keperluannya. Akan tetapi, tidak terlalu banyak mendasarkan diri atas data statistik, tetapi memanfaatkan data statistik itu hanya sebagai cara untuk

mengantar dan mengarahkan pada kejadian dan peristiwa yang ditemukan dan dicari sendiri sesuai dengan tujuan penelitiannya.

Penulisan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu melalui Disperindagkop dan UKM DIY, dan instansi-instansi yang terdapat dalamnya. Kemudian data sekunder merupakan pengumpulan data melalui buku, jurnal, artikel, laporan penelitian, website, dan bahan-bahan kajian lainnya yang berhubungan dengan pokok pembahasan ini.

H. Batasan Penelitian

Pembatasan ruang lingkup penelitian diperlukan untuk mempersempit fokus penelitian sehingga penelitian menjadi lebih terarah dan tidak terlalu luas pembahasannya. Adapun batasan penelitian yang diterapkan penulis dibatasi hanya pada tahun 2014. Tetapi tidak menutup kemungkinan bagi penulis untuk mencantumkan data-data di luar batasan penelitian dengan tujuan hanya sebagai referensi atau catatan

I. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah membahas persoalan dalam penulisan skripsi ini, maka telah disusun sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : merupakan pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah,

rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teoritis, metode penelitian dan teknik pengumpulan data

BAB II : menguraikan tentang Disperindagkop dan UKM DIY

BAB III : menjelaskan tentang UKM di Indonesia dan daya saing UKM

BAB IV : menganalisis upaya Disperindagkop dan UKM DIY dalam meningkatkan daya saing UKM melalui pemasaran internasional

BAB V : merupakan penutup dari skripsi ini yang berisi kesimpulan