

TANTANGAN DAN PELUANG PENGUSAHA WANITA BALI DALAM MENGHADAPI PASAR TUNGGAL EKONOMI ASEAN (MEA)

**Oleh :
I Nyoman Suartha¹**

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi suatu negara ditentukan oleh jumlah wirausahanya, makin banyak jumlah wirausaha maka semakin cepat laju pertumbuhan ekonominya. menurut Mac Clelland suatu negara dikatakan maju jika 2 persen dari jumlah penduduknya berwirausaha. Data dari Bank Dunia tahun 2013 mencatat pertumbuhan GDP Indonesia pada tahun 2013 mencapai 5,8 persen dan pendapatan nasional bruto Indonesia tumbuh dari 2.200 dolar AS pada tahun 2000 menjadi 3.563 dolar AS pada tahun 2013. Semuanya ini dikarenakan semakin tumbuhnya wirausaha-wirausaha baru termasuk wirausaha wanita. Data kepemilikan UMKM menunjukkan secara rinci bahwa sebanyak 44,29% usaha mikro dikelola oleh perempuan, demikian pula di sektor usaha kecil sebanyak 10,28% (BPS, 2005, dalam Jati, 2009). Sedangkan, laporan Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan (Oktober, 2007, dalam Jati, 2009) menyatakan bahwa 60% dari 41 juta pengusaha.

Permasalahannya kemudian timbul pada tantangan perdagangan bebas, terutama di kawasan Asia Tenggara. Indonesia sebagai negara anggota ASEAN akan menghadapi pemberlakuan *ASEAN Economic Community*. Hambatan yang sering dialami produk Indonesia ke luar negeri tidak hanya dari segi tarif, namun juga non tarif. Standar yang digunakan jauh lebih tinggi dari rata-rata yang dimiliki negara kita bahkan sering berubah-ubah, misalnya ketentuan yang ditentukan oleh Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP) sebagai lembaga yang telah diakui secara internasional

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode *indepth* dan pengambilan sampel secara *purposive random sampling*. Dengan analisis diskriptif comparative. Dengan Kesimpulan: 1) Para Pengusaha wanita Bali optimis menghadapi pasar tunggal ASEAN, 2) Pangsa pasar produk yang telah dihasilkan sudah mampu menembus pasar internasional yang tidak hanya pada pasar ASEAN, 3) Melalui tekad, kemauan untuk berwirausaha sebagai pilihan adalah cermin bagi pengusaha menghadapi resiko, maka pengusaha termotivasi untuk memperluas skala perusahaan.

¹ Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Rai Denpasar

ABSTRACT

The growth of economic in a country is determined by the amount of entrepreneurial, the more number of entrepreneurs, and the faster pace of the economic growth. According to Mac Cleland, a developed country categorized if 2 percent of the population are entrepreneurship. Based from the data of the World Bankin 2013 recorded that the growth of Indonesia's GDP in 2013 reached 5.8 percent and Indonesia's gross national income grew from 2,200 dollar sin 2000 to 3,563 dollar sin 2013. This is due to the growing of new entrepreneurs, including women's entrepreneur. Based from the data of UMKM's ownership shows in detail that as many as 44.29% of micro enterprises run by women, as well as in the small business sector as much as 10.28% (CBS, 2005, in Jati, 2009). Meanwhile, State Minister for Women Empowerment report (October, 2007, in Jati, 2009) states that 60% of the 41 million concession.

There is problem arises for the challenge of free trade, especially in the Southeast Asia. Indonesia as the ASEAN member countries will face the implementation of the ASEAN Economic Community. The obstacle are often happened by exported Indonesian product not only in terms of rates, but also non-tariff. The standard much higher than the average standard of our country and they often changing, for example, provisions are determined by the Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP) as an institution that has been recognized internationally

This research using qualitative research with in-depth method and sampling by purposive random sampling with descriptive comparative analysis. The Conclusions are: 1) The Balinese women entrepreneurs are optimistic in facing of ASEAN Economic Community, 2) the targeted market of the products that have been produced have been able to go through the international market, not only in the ASEAN market, 3) Through determination, will ingress to entrepreneurship as an option is a mirror for entrepreneurs to facing the risk, there for the entrepreneurs are motivated to expand the scale of enterprise.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi suatu negara ditentukan oleh jumlah wirausahanya, makin banyak jumlah wirausaha maka semakin cepat laju pertumbuhan ekonominya. menurut Mac Clelland suatu negara dikatakan maju jika 2 persen dari jumlah penduduknya berwirausaha, hal ini dapat dilihat pada negara-negara maju yang jumlah wirausaha cukup tinggi seperti Amerika (11,00 %), Jepang (10,00%), Korea (8,76%) bahkan dinegara-negara ASEAN pun negara kita masih di bawah Singapura (7,20%) dan Malaysia (5,00 %). Meskipun demikian jumlah wirausaha di Indonesia tumbuh pesat. Data empiris menunjukkan jumlah wirausaha pada tahun 2012 masih berada dibawah 1,00 persen namun pada tahun 2014 telah meningkat menjadi 1,60 persen dari total penduduk yaitu, 4,7 juta orang (Ekonomi dan Bisnis.2015). Indonesia sebagai salah satu pusat ekonomi di Asia Tenggara memiliki pertumbuhan ekonomi yang dinamis. Data dari Bank Dunia tahun 2013 mencatat pertumbuhan GDP Indonesia pada tahun 2013 mencapai 5,8 persen dan pendapatan nasional bruto Indonesia tumbuh dari 2.200 dolar AS pada tahun 2000 menjadi 3.563 dolar AS pada tahun 2013. Semuanya ini dikarenakan semakin tumbuhnya wirausaha-wirausaha baru.

Meningkatnya jumlah wirausaha ini didukung dengan diterbitkannya Inpres no 1 tahun 2012 yang menyebutkan guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi maka jumlah wirausaha harus ditingkatkan. Gerakan Kewirausahaan merupakan program prioritas untuk menciptakan wirausaha-wirausaha baru, yang lebih dikenal gerakan menciptakan seribu wirausaha setiap tahun. Untuk mendukung gerakan ini peraturan pemerintah ini mewajibkan mulai tingkat SLTA untuk memasukkan kurikulum kewirausahaan.

Kewirausahaan bukanlah selalu dikonotasikan sebagai usaha bisnis, melainkan adalah salah satu cara yang dilakukan atau metode untuk mencapai tujuan yang efektif dengan cara yang berbeda dari biasanya. Menurut P.F Dreker Kewirausahaan merupakan kemampuan dlm menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda ; Orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, berbeda dari yang lain atau mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya. Baru disini tidak semata-mata hanya hasil tapi juga proses untuk mencapai hasil. Strategi untuk mencapai hasil merupakan bagian dari tujuan Wirausaha.

Konsep kewirausahaan semacam ini memberikan kebebasan kepada setiap orang untuk berwirausaha baik laki-laki maupun perempuan yang penting berbuat sesuatu dengan memberi peluang kepada perempuan untuk ikut aktif kegiatan ekonomi adalah adalah tema pembangunan dalam usaha pengarusutamaan gender. Pada dasarnya hak asasi manusia tidak membedakan perempuan dan laki-laki. Strategi pengarusutamaan gender ditujukan untuk mengurangi kesenjangan gender di berbagai bidang kehidupan dan pembangunan. Perempuan dan laki-laki menjadi mitra sederajat dan memiliki akses, kesempatan dan manfaat dari pembangunan yang adil dan merata. Seiring dengan kemajuan ekonomi dalam era globalisasi wirausaha wanita menunjukkan trend yang terus meningkat. Kondisi ini memberikan peluang bagi kaum wanita berperan aktif dalam pembangunan. Wanita memberikan kontribusi bagi perkembangan sektor ekonomi di Indonesia; dimana 39% dari UKM di Indonesia dijalankan oleh wanita (Laporan Kongres Wanita 2015).

Keberadaan wirausahawan Wanita dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah realitas kehidupan ekonomi sebagian besar masyarakat Indonesia. Peran perempuan pelaku usaha mikro dalam perekonomian Indonesia lambat laun ternyata makin berperan penting dalam perekonomian rakyat. Data kepemilikan UMKM menunjukkan secara rinci bahwa sebanyak 44,29% usaha mikro dikelola oleh perempuan, demikian pula di sektor usaha kecil sebanyak 10,28% (BPS, 2005). Sedangkan, laporan Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan (Oktober, 2007) menyatakan bahwa 60% dari 41 juta pengusaha.

Dengan adanya teknologi informasi atau *e-commerce* pengusaha wanita bisa menjalankan bisnis tanpa harus meninggalkan kewajiban mereka untuk mengurus rumah tangga sangat besar. Meskipun wanita kadangkala berperan ganda yaitu sebagai ibu rumah tangga yang menyelesaikan tugas domestik tetapi juga berperan sebagai wanita karier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha kuliner yang dijalankan oleh wanita lebih banyak berhasil dibandingkan dengan pengusaha laki-laki, dikarenakan ketelitian dan kehati-hatian wanita sangat bermanfaat didalam menjalankan usaha.

Betapa besarnya peran wanita dalam kegiatan ekonomi, beberapa produk yang dihasilkan seperti: aksesoris, fashion, flora & fauna, furniture, handicraft, industri dan pemasok, jasa,

kesehatan dan kecantikan, makanan dan minuman, sepatu, ntekstil tradisional, produk fesyen, aksesori, dan berbagai jenis souvenir. Dari jenis produk-produk ini sudah mampu menembus pasar internasional (ekspor). Pada periode Januari-Februari 2015, nilai ekspor produk UMKM mencapai US\$ 2,07 miliar, yang didominasi produk pertanian dengan nilai 40,99 persen. Sementara itu, produk UMKM yang memiliki pertumbuhan terbesar adalah obat tradisional terstandar yang tumbuh hingga 32,14 persen dan makanan olahan dengan pertumbuhan 12,72 persen.

Permasalahannya kemudian timbul pada tantangan perdagangan bebas, terutama di kawasan Asia Tenggara. Indonesia sebagai negara anggota ASEAN akan menghadapi pemberlakuan *ASEAN Economic Community*. Namun Pemerintah belum mengadakan forum diskusi mengenai hal ini untuk meminta opini kepada masyarakat, kalangan Pengusaha ataupun Akademisi. Tidak tertutup kemungkinan jika Masyarakat Ekonomi ASEAN nanti memang berlaku, pasar Indonesia akan kelimpungan menghadapi arus masuk produk dan jasa asing karena perangkat hukum maupun kebijakan ekonomi belum ada ataupun belum siap menghadapi kecanggihan mekanisme perdagangan bebas.

Hambatan yang sering dialami produk Indonesia ke luar negeri tidak hanya dari segi tarif, namun juga non tarif. Standar keamanan pangan menjadi salah satu yang dinilai Ketua Umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia (GAPMMI) Adhi S. Lukman, akan menjadi penghambat produk Indonesia di luar tarif. Masalah standarisasi merupakan isu klasik yang selalu dilontarkan oleh Negara-negara maju untuk menghambat produk yang kita hasilkan sebagai standar keamanan. Standar yang digunakan jauh lebih tinggi dari rata-rata yang dimiliki negara kita bahkan sering berubah-ubah, misalnya ketentuan yang ditentukan oleh *Hazard Analysis and Critical Control Points* (HACCP) sebagai lembaga yang telah diakui secara internasional yang menentukan system kemananan pangan dan berlaku secara universal dalam perdagangan global. Kondisi ini menyebabkan produk produk yang dihasilkan akan terus jauh dari standar yang ditentukan dan akan sulit menghadapi persaingan. Sebagai gambaran posisi ranking dan skor yang dimiliki Indonesia di ASEAN seperti digambarkan pada Tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1. Ranging dan Skor produk di Negara-negara ASEAN 2014

NOMOR	COUNTRY	RANGE	SKOR
1	Singapore	2	5,61
2	Malaysia	24	5,03
3	Bruneo Darusalam	36	4,95
4	Thailand	37	4,54
5	Indonesia	38	4,54
6	Filifina	59	4,29
7	Vietnam	70	4,18
8	Cambodia	88	4,01
9	Timor Leste	138	3,25
10	Myanmar	139	3,23

Sumber: *Global Competitiveness Index (GCI) 20113-2014. World Economic Forum*

Meskipun disadari pembentukan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), telah menyepakati pembentukan *ASEAN Free Trade Area* (AFTA) yang diawali dengan komitmen penurunan tarif barrier 0 % – 5 % sebagai upaya tercapainya pasar tunggal ASEAN 2015. Persaingan dari waktu dipasar ini akan semakin ketat. Untuk itu peran wirausaha sudah selayaknya ditingkatkan, produk yang dihasilkan ditingkatkan kualitasnya agar standarisasi yang ditetapkan oleh lembaga berwenang dapat terpenuhi.

Sebagai pusat pengembangan pariwisata Provinsi Bali memiliki produk-produk unggulan yang cukup kompetitif di pasara internasional seperti: tekstil, kerajinan kayu, kerajinan perak, kopi, vanili, rempah-rempah, ikan tuna, serta komoditas lainnya. Pangsa pasar produk unggulan di Bali cukup luas dan menjanjikan. Negara tujuan Bali berjumlah 104 negara dengan lima negara pengimpor terbesar pada 2014 seperti Amerika Serikat, Jepang, Australia, Perancis dan Jerman. Meskipun produk ekspor Bali cukup menjanjikan Bukan berarti Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) di Bali tidak mengalami masalah. Masalah yang dihadapi oleh pengusaha Bali tidak hanya keterbatasan pasar juga masalah kualitas sumberdaya manusia (SDM) sehingga mengalami masalah dalam pemasaran dan operasionalnya.

B. Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari pemaparan diatas maka peneliti dapat menginditifikasi beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM wanita Bali dengan masalah pokok persaingan. Berdasarkan hal ini maka masalah penelitian yang dihadapi pengusaha wanita Bali sebagai berikut :

1. Seberapa luas pangsa pasar produk yang dihasilkan pengusaha wanita Bali
2. Jenis produk apakah menjadi produk unggulan didalam menghadapi pasar tunggal ASEAN
3. Dampak apakah yang ditimbulkan jika pasar tunggal ASEAN (MEA) diberlakukan

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa luas pangsa pasar produk yang dihasilkan pengusah wanita Bali
2. Untuk memgetahui produk apa menjadi unggulan didalam menghadapi persaingan pasar tunggal ASEAN
3. Untuk mengetahui dampak apa yang akan ditimbulkan jika pasar tunggal ASEAN diberlakukan.

D. Manfaat Penelitian

1. Memberikan gambaran/diskripsi kondisi produk yang dihasilkan oleh pengusaha wanita Bali
2. Mengetahui jenis produk apa menjadi unggulan yang dihasilkan oleh pengusaha wanita Bali.
3. Mengindintifikasi strategi apa yang harus diterapkan didalam menghadapi pasar tunggal ASEAN

II. TELAAH PUSTAKA

A. Perempuan Dan Wirausaha

Sex Ratio penduduk dari hari kehari mengalami perubahan dari tidak seimbang menjadi seimbang bahkan hasil sensus 2010 jumlah penduduk perempuan melebihi penduduk laki-laki. Keberadaan perempuan memiliki arti sangat penting baik dilingkungan keluarga maupun masyarakat. Perempuan dalam keluarga sangat menentukan manajemen keluarga meskipun banyak perempuan memiliki fungsi ganda baik kegiatan domestik maupun kegiatan eksternal seperti wanita karier atau wirausaha. Berkembangnya teknologi pada era globalisasi ini kaum perempuan memiliki kesempatan luas untuk beraktivitas sesuai dengan kemampuannya, bahkan tidak tertutup kemungkinan perempuan menjadi pimpinan di sebuah lembaga formal maupun non formal termasuk menjadi entrepreneur atau wirausaha.

Keputusan perempuan berwirausaha dipengaruhi oleh beberapa factor seperti: a) **minat**; merupakan kecenderungan untuk memperhatikan dan mencari obyek tertentu, perhatian terhadap obyek cenderung mempengaruhi perilaku individu dalam kegiatan. Minat memiliki peran penting untuk mendorong seseorang berperilaku. Menurut Hurlock (1999:132) menyatakan bahwa minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan hal yang diimpikan, terutama yang menguntungkan dan mendatangkan kepuasan. b) **Pemberdayaan Diri**, pemberdayaan itu sendiri berarti kekuatan untuk melakukan sesuatu dapat berasal dari pengetahuan baru, ketrampilan yang dimiliki, maupun pengalaman yang diperoleh, Leidenfrost (1992:115). Memberdayakan wanita tidak dimaksudkan untuk lebih menambah tanggung jawab wanita tetapi lebih menekankan pada meningkatkan kesadaran wanita dalam hubungan kesetaraan dan struktur yang lebih besar (sosial, ekonomi, politik) dalam kehidupan yang mengancam manusia dan lingkungan. Teori pembelajaran sosial (*social learning theory*) dalam Robbins (2001:69) menjelaskan bahwa orang dapat belajar lewat pengamatan dan pengalaman langsung. Demikian pula pembelajaran tentang pemberdayaan diri, dapat terjadi karena pengamatan maupun pengalaman secara langsung. c) **Motivasi** Teori kebutuhan Maslow menjelaskan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wanita Berwirausaha. Motivasi merupakan kemauan untuk berbuat sesuatu, dan tergantung pada kekuatan motifnya, Alma (2001:64). Tingkah laku bermotivasi adalah tingkah laku yang dilatarbelakangi oleh adanya kebutuhan dan diarahkan pada pencapaian suatu tujuan, agar suatu kebutuhan terpenuhi dan suatu kehendak terpuaskan. motivasi seseorang. d) **Peran suami**, sistem kekerabatan patriarkhi yang dianut oleh sebagian besar masyarakat Indonesia menyebabkan pola hubungan yang tidak seimbang antara pria dan wanita.

Dalam horizon ini pria yang berkuasa untuk menentukan dan segala aspek dipandang dari sudut bapak (Murniati, 2004:80). Kiprah wanita tidak begitu diperhitungkan dalam masyarakat. Kondisi ini terus berlangsung karena adanya pandangan yang melecehkan wanita yang sumbernya dari kaum pria itu sendiri. Atas dasar hal tersebut di atas maka keberadaan dan peran wanita perlu diubah dan ditingkatkan. “*Women hold-up half the sky*”, merupakan suatu pepatah yang ingin mengungkapkan konsep dasar seberapa besar tempat wanita dalam pembangunan (Leidenfrost,1992:109). Ungkapan ini muncul karena wanita pada dasarnya menduduki setengah bahkan lebih dari populasi penduduk dunia dan mereka mempunyai peran penting yang sama

dengan kaum pria yaitu dalam menciptakan kehidupan yang lebih baik bagi keluarga, selain itu antara pria dan wanita sebenarnya merupakan mitra yang sejajar. Dengan demikian apabila wanita berkeinginan untuk maju dengan menggunakan segala potensi yang dimilikinya maka pria sebagai mitra yang sejajar dengan wanita seharusnya mendukung, mendorong, dan bahkan membantu usaha-usaha tersebut dan bukan justru menghambatnya. Saling ketergantungan antara pria dan wanita seharusnya diwujudkan dalam bentuk *partner-relationship* yang hubungannya horizontal.

B. Peran Wirausaha Perempuan Dan MEA 2015

1. *Moral Force Entrepreneur of Women*

Perempuan pengusaha memiliki peranan yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, hampir 60 persen dari jumlah UMKM dikelola oleh perempuan (Kementerian Koperasi dan UMKM. 2015). Tingginya partisipasi perempuan dalam kegiatan usaha, akan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kesejahteraan keluarga dan menanggulangi pengangguran. Dari jumlah angkatan kerja wanita yang ada 3,9 juta perempuan menganggur, 32 juta sebagai ibu rumah tangga dan 20 persen bekerja pada sektor informal. Sebagian besar kesempatan kerja bagi perempuan tercipta pada perusahaan mikro dan kecil dan perdagangan. Usaha ini dilakukan sebagai usaha tambahan yang diawali dengan mengisi waktu luang. Laporan Wanita Wirausaha Femina melaporkan, dari 7000 wirausaha perempuan 35 persen memilih usaha Fashion, 19 persen kuliner, 9 persen pendidikan dan kecantikan 15 persen. Sementara dari pilihan jenis usaha 46 % perdagangan, produsen 27 % dan pemasok 12 %, dengan segmen usia sekitar 20an dan dengan latar pendidikan S1 sampai S2.

Jumlah wanita pengusaha hingga 2015 mencapai hampir satu juta (IWAPI.2014) meskipun sebagian besar adalah pengusaha kecil, akan tetapi peran Ikatan Wanita Pengusaha ini sangat besar untuk menciptakan wirausaha-wirausaha sukses. Menurut Lee & Stearns ada empat faktor yang mempengaruhi wirausaha perempuan sukses yaitu: dukungan keluarga, keterampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis, kompetensi produk dan kemampuan bisnis, ketersediaan sumberdaya. Keberhasilan usaha dikonotasikan dengan kemajuan usaha, ini berarti sebagai suatu proses.

Meskipun wirausaha wanita lebih banyak bergerak pada usaha Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), namun usaha ini telah teruji ketangguhannya sejak krisis ekonomi 1998. Selama 1997-2014, jumlah perusahaan berskala UMKM mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha di Indonesia. Sumbangan UMKM terhadap produk domestik bruto mencapai 54%-57%. Sumbangan UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja sekitar 96%. Sebanyak 91% UMKM melakukan kegiatan ekspor melalui pihak ketiga eksportir/pedagang perantara. Hanya 8,8% yang berhubungan langsung dengan pembeli/importer yang bertempat tinggal/berkewarganegaraan luar negeri. Peran UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang. Sektor UMKM telah dipromosikan dan dijadikan sebagai agenda utama pembangunan ekonomi Indonesia.

Ketangguhan UMKM dalam menghadapi krisis dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain

- a. Sebagian besar UMKM tidak mendapat modal dari bank. Implikasinya keterpurukan sektor perbankan dan naiknya suku bunga, tidak banyak mempengaruhi sektor ini. Berbeda dengan sektor perbankan bermasalah, maka UMKM ikut terganggu kegiatan usahanya. Sedangkan usaha berkala besar dapat bertahan. Di Indonesia, UMKM mempergunakan modal sendiri dari tabungan dan aksesnya terhadap perbankan sangat rendah. Terbukti saat krisis global yang terjadi beberapa waktu lalu, UKM hadir sebagai suatu solusi dari sistem perekonomian yang sehat.
- b. Sebagian besar UMKM memproduksi barang konsumsi dan jasa-jasa dengan elastitas permintaan terhadap pendapatan yang rendah, maka tingkat pendapatan rata-rata masyarakat tidak banyak berpengaruh terhadap permintaan barang yang dihasilkan. Sebaliknya kenaikan tingkat pendapatan juga tidak berpengaruh pada permintaan. UMKM mempunyai modal yang terbatas dan pasar yang bersaing, dampaknya UMKM mempunyai spesialisasi produksi yang ketat. Hal ini memungkinkan UMKM mudah untuk pindah dari usaha yang satu ke usaha lain, hambatan keluar-masuk tidak ada.

C. Tantangan Wirausaha Perempuan Dalam Era Pemberlakuan MEA

Indonesia sebagai salah satu pusat ekonomi di Asia Tenggara memiliki pertumbuhan ekonomi yang dinamis. Data dari Bank Dunia tahun 2013 mencatat pertumbuhan GDP Indonesia pada tahun 2013 mencapai 5,8 persen dan pendapatan nasional bruto Indonesia tumbuh dari 2.200 dolar AS pada tahun 2000 menjadi 3.563 dolar AS pada tahun 2013. Indonesia juga mampu menurunkan tingkat utang ke rasio GDP dari 61 persen pada tahun 2003 menjadi 24 persen pada tahun 2012, sehingga Bank Dunia menilai positif prestasi Indonesia di bidang kestabilan makro ekonomi. Permasalahannya kemudian timbul pada tantangan perdagangan bebas, terutama di kawasan Asia Tenggara. Indonesia sebagai negara anggota ASEAN akan menghadapi pemberlakuan ASEAN Economic Community. Namun Pemerintah belum mengadakan forum diskusi mengenai hal ini untuk meminta opini kepada masyarakat, kalangan Pengusaha ataupun Akademisi. Meskipun beberapa pakar dan pengamat ekonomi optimistis bahwa Indonesia mampu menghadapi Masyarakat ekonomi Asean (*ASEAN Economic Community*) mulai 2015.

Kongres Wanita Indonesia (Kowani) 2014 meminta para wanita pengusaha Indonesia mempersiapkan diri menjelang Masyarakat Ekonomi Asean 2015. Ketua Kowani, Dewi Motik Pramono mengatakan ada beberapa strategi yang bisa dilakukan para wanita pengusaha agar bisa bersaing di tingkat regional. **Pertama**, harus meningkatkan kualitas produk, baik barang atau jasa. “Produk lokal banyak yang bagus. Namun, pengusaha harus meningkatkan lagi kualitas jika ingin bersaing dengan UKM asing **Kedua**, wanita pengusaha harus bisa menjaga servis prima bagi para konsumen, khususnya yang tinggal di luar Indonesia. Di era yang serba instan dan cepat, pengusaha wajib mengirimkan barang ke negara lain sesuai perjanjian atau tepat waktu. **Ketiga**, wanita pengusaha harus bisa memanfaatkan teknologi informasi untuk berbisnis. Menurut dia, teknologi informasi merupakan solusi bagi wanita yang memiliki kewajiban mengurus keluarga.

Ditinjau dari jumlah penduduk maka Indonesia menjadi pasar potensial bagi eksportir, namun demikian sudah sewajarnya melakukan starting terhadap produk-produk yang dibutuhkan oleh pasar di Indonesia. Tidak tertutup kemungkinan pasar tunggal ASEAN memberikan kontribusi

yang sangat ketat terhadap persaingan produk. Emilia Suhaimi, Deputi Bidang Pemasaran dan Jaringan Usaha Kementerian Koperasi dan UKM, mengatakan pemerintah mendukung para pengusaha wanita untuk menghasilkan produk berdaya saing. Dia mengaku pemerintah terus berupaya meningkatkan daya saing UKM dengan melakukan beberapa program. Program tersebut, antara lain pendidikan dan pelatihan bagi UKM, memberi informasi tentang standarisasi, dan berbagai kegiatan lainnya. Hal ini dilakukan agar UKM siap menghadapi pasar bebas Asean yang akan diberlakukan. Dalam aplikasi Masyarakat Ekonomi ASEAN mendatang bukan saja terjadi pergerakan antar barang tetapi akan ada pergerakan orang juga yang bebas masuk ke Indonesia. Untuk itu Indonesia perlu mempersiapkannya, hal ini sebagai tantangan juga peluang, sebab Indonesia memiliki bonus dari segi demografi dengan pekerja produktif terbanyak dengan kisar usia 17-40 tahun. Indonesia juga perlu menyiapkan benteng dalam menghadapi tantangan tersebut dengan mengeluarkan regulasi dalam bentuk peraturan. Terdapat 3 peraturan perundang-undangan yang penting dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN yaitu UU mengenai perindustrian, perdagangan dan standarisasi sebagai bentuk proteksi, Sedangkan perguruan tinggi juga perlu meningkatkan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa sebagai bagian dalam menciptakan lulusan yang dapat berwirasaha. Selain itu juga para mahasiswa dapat meningkatkan kemampuan dalam berbahasa asing terutama bahasa Inggris serta harus memiliki skills khusus

D. Penelitian Sebelumnya Yang Mendukung Penelitian Ini

Mengingat betapa pentingnya peran wanita sebagai wirausaha maka penulis mencoba menyampaikan penelitian-penelitian sebelumnya sebagai berikut:

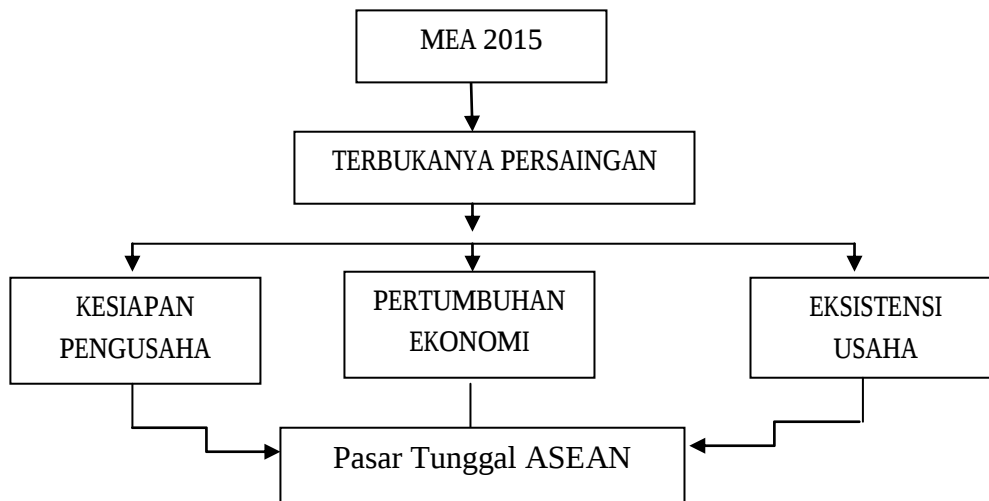
Penelitian yang dilakukan oleh Orhan dan Scott (2001) dengan judul *“Why Women Enter Into Entrepreneurship: An Explanatory Model”* bertujuan mengembangkan model yang berkaitan dengan faktor yang memotivasi wanita untuk memulai bisnis dan melibatkan 25 wanita wirausaha Perancis. Penelitian ini menemukan sejumlah situasi yang berhubungan dengan keputusan wanita untuk berwirausaha. Hal yang menyebabkan wanita memutuskan untuk berwirausaha antara lain karena keturunan, tidak ada pilihan lain, kebetulan, bakat, terpaksa, sengaja dibentuk, dan wirausaha murni. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar wanita berwirausaha karena alasan kebutuhan dan karena hal-hal yang secara umum disebut faktor *push*, *pull* dan faktor lingkungan.

Penelitian lain dilakukan oleh Buttner dan Dorothy (2007) dengan judul *“Women’s Organizational Exodus to Entrepreneurship : Self-Reported Motivations and Correlates with Success”*. Penelitian ini dilakukan terhadap 129 wanita eksekutif dan profesional di Amerika Serikat yang meninggalkan organisasi besar dan beralih menjadi wirausaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah motivasi dan kesuksesan yang mempengaruhi wanita untuk beralih menjadi wirausaha, juga menyelidiki tentang alasan wanita meninggalkan pekerjaan dan beralih menjadi wirausaha. Motivasi dianggap sebagai variabel yang mempengaruhi wanita untuk beralih dari karyawan organisasi menjadi entrepreneur. Hal yang memotivasi wanita tersebut disebut dengan istilah faktor yang menarik (*pull factors*) meliputi adanya tantangan yang menarik dan peluang untuk menentukan kehidupannya sendiri dan ini merupakan hal yang

paling penting. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alasan wanita meninggalkan organisasi adalah adanya hubungan yang kompleks dalam hal motivasi untuk memulai berwirausaha.

E. Kerangka Konseptual

Berdasar kajian teori dan penelitian-penelitian terdahulu, maka kerangka konsep penelitian dapat diajukan seperti gambar tersebut di bawah ini



F. Definisi Operasional

Dengan diberlakukannya pasar tunggal regional ASEAN (*ASEAN Economic Community*), maka terbukanya pasar bebas sehingga mengalirnya bergai jenis produk yang mutu dan standarnya lebih baik dari Negara kita. Masuknya produk-produk ini terbukanya persaingan pasar yang harga dan merk yang telah memiliki branding. Untuk menghadapi persaingan ini dibutuhkan kesiapan pengusaha untuk memanfaatkan peluang terbukanya pasar, dengan dilandasi peningkatan produk, servis dan teknologi dan skill kewirausahaan. Siap tidaknya wirausaha wanita (UMKM) akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi secara makro, karena kontribusi usaha ini memberikan kontribusi pada pendapatan nasional yang cukup signifikan. Pertumbuhan ini tentunya akan berdampak pada eksistensi atau keberdaan usaha, jika mampu mengatasi persaingan maka usaha yang dijalankan dapat berkembang sesuai dengan rencana perusahaan. Perusahaan akan tumbuh dan berkembang serta mampu menghadapi pasar tunggal ASEAN secara kompetitif.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian diskriptif kualitatif dengan metode *indepth* dengan pengambilan sampel secara *purposive random sampling*. Metode ini dipergunakan mengingat sulitnya mendapatkan waktu luang bagi calon responden/informan untuk mendapatkan informasi yang bisa dipertanggungjawabkan akan keabsahannya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sebab bagi peneliti kualitatif fenomena dapat dimengerti maknanya secara baik apabila dilakukan interaksi dengan subyek melalui wawancara

mendalam dan observasi pada latar, dimana fenomena tersebut berlangsung dan disamping itu untuk melengkapi data yang diperlukan:

1. Data sekunder didapat dengan mengumpulkan dokumen pelbagai kebijakan dan program pemerintah dalam persiapan pemberlakuan pasar tunggal ASEAN. Dokumen yang diharapkan dapat digunakan sebagai data pendukung antara lain kareakteristik/frofil lembaga, peraturan-peraturan guna mendukung program. Data dikumpulkn secara acak dengan pedoman pada azas kelayakan, yakni peneliti merasa cukup terhadap data bersangkutan dan dianggap telah representatif. Data sekunder ini mempunyai peran besar untuk menjadi bahan perbandingan antara fakta yang ditemui dilapangan
2. Wawancara mendalam (*depth interview*) digunakan untuk memperoleh dan menggali informasi mengenai pengalaman-pengalaman informan dalam menangani perusahaan serta kesiapannya menghadapi MEA. Dalam wawancara mendalam ini berharap dilakukan dengan pimpinan lembaga kewanitaan atau otoritas yang berkaitan dengan topik penelitian dengan menggunakan instrument berupa *interview guide*
3. Observasi dilakukan dengan pengamatan dan pencatatan langsung atas segala yang ada kaitannya dengan obyek penelitian, teknik sebagai alat untuk melengkapi teknik lainnya.jikan berupa naratif dari data yang dimiliki dari informasi dan selanjutnya dintepretasikan

Analisis dalam penelitian ini setelah data terkumpul kemudian direduksi yaitu data disaring melalui pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar. Lebih lanjut penyajian data disajikan secara naratif dari data yang dimiliki

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunitas ASEAN merupakan salah satu target yang dicanangkan terwujud pada 31 Desember 2015. ASEAN sebagai sebuah organisasi internasional di kawasan Asia Tenggara. Komunitas ASEAN ini memiliki semangat untuk “**menyatukan**” seluruh warga masyarakat Asia Tenggara dalam satu wadah komunitas besar, dimana interaksi antar masyarakat, perputaran barang dan jasa,tidak lagi terbatas oleh *state boundaries*. Lingkungan strategis yang berubah di tingkat regional kawasan tersebut memiliki dampak dan tantangan tersendiri bagi para pengusaha. Proses integrasi ekonomi, politik dan social budaya di kawasan akan berdampak besar pada aspek kehidupan usaha para pengusaha Bali

Setelah pemaparan berbagai dampak yang terjadi, maka peneliti akan memberikan analisis terkait dengan tantangan dan strategi yang harus dihadapi oleh para pengusaha wanita Bali.

1. Menurut A.A Sagung IstriPramaswari pengusaha sandal dan sepatu dengan bahan baku kain endek yang telah memilii outlet di duan tempat yakni di Centro dan Beach Walk, mengatakan :”Meskipun MEA akan diberlakukan saya tidak kuatir mengingat produk yang saya tawarkan sudah memiliki pasar tersendiri. Bahan baku dan pendukung lainnya tidak mengalami masalah, karena bahan baku berupa kain endek merupakan produk kearifan local Bali dan sangat sulit dibuat oleh pengusaha luar. Untuk market leader saya akui tidak mampu mengingat modal dan akses ke pasar internasional masih terbatas. Meskipun demikian banyak wisatawan menjadi konsumen sebagai oelh-oleh kenegara asalnya.

Lebih lanjut ia mengatakan untuk menghadapi MEA pada akhir tahun 2015 ini serta untuk memberikan kenyamanan konsumen saya sedang mengurus Standar Nasional Indonesia (SNI) dan bagi pemerintah sudah saatnya intens bersinergi kepada para pengusaha, karena banyak hal dihadapi oleh para pengusaha local.

2. Nuke Kurniawati Lestari, pengerajin Software dan Konsultan IT di Jalan Cokroaminoto yang telah menangani system IT di pemerintahan dan perusahaan, mengatakan: "Saya tetap semangat dan perberlakuan pasar tunggal ASEAN sebagai hal yang baru tentu ada manfaatnya. Merubah mindset pasar sudah barang tentu menjadi prioritas. Kekhawatiran atas adanya produk-produk luar yang membajiri Indonesia menjadikan konsumen memiliki alternative pilihan dan keputusan yang bijak bagi konsumen. Produk yang saya hasilkan telah mengikuti mengikuti kebutuhan dan kepentingan konsumen. Kebutuhan ini banyak tercermin pada budaya perusahaan local, untuk itu saya rasa tidak ada kekhawatiran bagi saya pemberlakuan MEA. Meskipun produk-produk luar sejenis dengan produk yang saya hasilkan masuk kedalam negeri belum tentu bisa langsung menyentuh kebutuhan konsumen local, karena konsumen saya telah memiliki budaya perusahaan. Produk luar tentu akan lebih banyak bersifat universal tidak sespesefic yang dibutuhkan konsumen local. Sebagai pengerajin Software saya juga telah memproduksi software aplikasi dan edukasi dengan gambar-gambar kartun untuk kebutuhan masyarakat local seperti membuat aneka bumbu bali antara lain membuat sambal matah, base Rajang, Ngelawar dan sebagainya dengan tokoh "Warung Wayan" yang cukup banyak diminati oleh masyarakat Australia dan taiwan
3. Sang Ayu Alit Wilantari pengerajin asesoris (Hand made) memiliki outlet di berbagi tempat, mengatakan kwatir ya kwatir tetapi tetap harus dihadapi. Produk yang saya hasilkan ini kombinasi dengan kearifan local bali dan pelestarian alam yakni memanfaatkan buah pinus yang ada didaerah kintamani. Dengan keunikan yang dimiliki ini menjadi produk unggulan bagi konsumen wanita yang senang memanfaatkan bros, bando dan asosoris lainnya untuk meningkatkan percaya diri dalam penampilan. Dengan adanya outlet di Centro, produk yang dihasilkan sangat diminati oleh wisatwan manca Negara. Kekhawatiran yang paling dirasakan kurang kompaknya para pengusaha dan pemerintah dalam mempersiapkan pasar tunggal ASEAN tersebut, sehingga sering informasi sapa pada pihak tertentu
4. Shinta Dyan Kurniawati, Pengusaha Jasa Boga Dan Kuliner
Berbicara masalah kuliner berarti berbicara masalah taste atau selera, meskipun selera itu bisa berubah sewaktu-waktu, namun tidaklah demikian bagi mereka yang mengenal sejak kecil masalah rasa masakan tradisional yang sudah berlaku secara turun temurun. Selama target pasar saya penduduk lokal persoalan pemberlakuan MEA tidak mengkhawatirkan. Jika konsumen beralih ke produk luar lebih banyak bersifat fisiografi untuk mengikuti jaman, dan saya yakin hal itu hanya bersifat sementara.

Di masa lampau kekuatan dan daya saing sebuah bangsa dalam percaturan ekonomi dan perdagangan internasional ditentukan oleh keunggulan komparatif (*comparative advantage*) yang terkait erat dengan "keunggulan" sumber kekayaan alam yang dimiliki. Namun dalam

perkembangannya konsep dan keyakinan tersebut terbantahkan, dimana pada pertengahan 1985, Prof. Michael Porter dari Harvard University, menyajikan gagasan baru, teori keunggulan kompetitif (*competitive advantage theory*) sebagai sumber daya saing yang kemudian praktis meruntuhkan keyakinan lama bahwa kekayaan alamlah yang menentukan tinggi rendahnya daya saing suatu bangsa. Pemahaman mengenai pentingnya daya saing berkembang seiring dengan semakin berkembangnya globalisasi dan perdagangan bebas. Daya saing secara garis besar diukur berdasarkan kondisi institusi, kebijakan, dan faktor-faktor yang menentukan tingkat produktivitas perusahaan. Hal ini tercermin pada kesuksesan pengusaha wanita Bali dengan produk sepatu nyaman yaitu:

5. *Niluh Jelantik dengan dengan nama lengkap Ni Luh Putu Ary Pertami Djelantik; persoalan pasar tunggal atau pasar global baginya tidak mengkwatirkan bagi pengusaha Bali asal kuta ini yang memproduksi sepatu high class. Bali dengan keterbukaan dan dianugerahi keindahan alam dan budaya yang adiluhung, mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Bali. Menurut saya masalah ekonomi global bukan masalah baru. Jauh sebelum ada pasar bebas ini orang bali sudah berinteraksi dengan masyarakat internasional. Lebih-lebih sejak dilaksanakannya PATA di Bali, pertumbuhan pariwisata berkembang pesat dan membawa multiplier effect terhadap kehidupan masyarakat Bali. Persoalan akan diberlakukannya pasar tunggal ASEAN (MEA) justru kita harus memetik manfaat atas diberlakukannya MEA tersebut. Ini menandakan persaingan akan semakin ketat, jika produk-produk yang kita hasilkan berkualitas dan memenuhi standar yang ditentukan maka produk yang kita hasilkan akan dicari oleh konsumen.*

Lebih lanjut beliau mengatakan pada awalnya sepatu yang saya hasilkan belum mendapat tempat dimata konsumen, tetapi dengan tekad, motivasi dan inovasi, sepatu yang dihasilkan nyaman dipakai. Untuk membedakan dengan produsen sepatu lainnya, Nilou fokus ke pembuatan sepatu dengan tumit antara 10 cm hingga 12 cm. Menurut Niluh, sepatu tumit tinggi yang baik adalah sepatu yang tetap nyaman dipakai meski sudah dipakai selama delapan jam. Niluh mengakui inspirasi merancang sepatu didapat dari mana saja. Baik pada saat sedang membaca buku favorit yang membahas arsitektur dan interior desain maupun ketika berada di Niluh Djelantik atelier bersama para pembuat sepatu. Ide-ide yang muncul ini biasanya langsung Niluh berikan konsepnya kepada sang shoes maker dan mereka langsung menerjemahkannya menjadi sepasang sepatu yang cantik. Sepatu-sepatunya kebanyakan memakai bahan baku kulit asli, dikombinasikan dengan karung goni, kuningan, kayu, hingga manik-manik. Atas nama eksklusivitas, Nilou menghargai sepasang sepatunya hingga Rp 4 juta. Omzet perusahaan yang diraih pun terbilang besar, mencapai Rp 800 juta untuk setiap bulan. Hingga kini produk-produk yang dihasilkan dimanfaatkan oleh kaum selebritis Amerika dan Eropa seperti Sejumlah selebriti Hollywood papan atas, seperti Uma Thurman, supermodel Gisele Bundchen dan Tara Reid, dan Robyn Gibson (mantan istri Mel Gibson) merupakan sebagian perempuan yang fanatik memakai sepatu Nilou. Sepatu made in Bali ini kini dipajang di ratusan etalase di 20 negara di dunia, selain di kantor pusat Nilou di Denpasar.

V. PENUTUP

A. Simpulan

Mengingat perbelakuan pasar tunggal ASEAN (MEA) sudah beberapa bulan lagi yakni 31 Desember 2015, maka tidak ada kata untuk menunda. Dari kajian yang peneliti paparkan, maka beberapa hal menjadi kesimpulan peneliti :

1. Para Pengusaha wanita Bali optimis menghadapi pasar tunggal ASEAN
2. Pangsa pasar produk yang telah dihasilkan sudah mampu menembus pasar internasional yang tidak hanya pada pasar ASEAN
3. Melalui tekad, kemauan untuk berwirausaha sebagai pilihan adalah cermin bagi pengusaha menghadapi resiko, maka pengusaha termotivasi untuk memperluas skala perusahaan

B. Keterbatasan Penelitian

Setiap penelitian tentu memiliki keterbatasan. Beberapa keterbatasan yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini hanya dilakukan satu provinsi dengan mengambil sampel secara purposive sehingga hasilnya tidak bisa digeneralisasi di luar wilayah penelitian.
2. Variabel dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini masih bersifat terbatas, mengingat masih banyak variabel dan indikator yang dapat mempengaruhi dalam menghadapi persaingan lebih-lebih yang bersifat internasional.

C. Saran

Saran yang dapat diajukan bagi pengambil kebijakan, dalam hal ini pihak pemerintah yang diwakili oleh dinas terkait adalah sebagai berikut. Meningkatkan intensitas dan kemampuan sumberdaya manusia, mengingat semakin kompleksnya persoalan yang akan dihadapi oleh pengusaha wanita Bali, melalui kemudahan dan stimulus bagi pengusaha ekspor

DAFTAR PUSTAKA

- Achsani, Noer Azam, 2008. *Integrasi Ekonomi ASEAN; Antara Peluang dan Ancaman*. The Brighten Institute.<http://brighten.or.id>
- Akrasane, Narongchai. 2002. Institutional Reforms to Achieve ASEAN Economic Integration, dalam Denis Hew.
- Alma, Buchari, 2001, *Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta.
- Arifin, Syamsul dkk., 2007. *Integrasi Keuangan dan Moneter di Asia Timur; Peluang dan Tantangan Bagi Indonesia*, Jakarta; Gramedia
- Arifin, Samsul. dkk. 2015. *Masyarakat Ekonomi ASEAN Memperkuat Sinergi ASEAN di Tengah Kompetisi Global*. Jakarta; Elex Media Komputindo, 2008.
- Bogdan, Robert C. dan Kopp Sari Biklen. 1982. *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*, London, Allyn and Bacon.
- Bisnis dan Ekonomi. 2015. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wanita Berwirausaha Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis* Vol.9 No. 1 Maret 2015,

- Buttner, H & Dorothy PM, 1997, Women`s Organizational Exodus to Entrepreneurship : Selt-Reported Motivations and Correlates with Success, *Journal of Small Business Management* Vol. 35(1), p 34-36
- Direktorat Kerjasama ASEAN, ASEAN 1999. *Selayang Pandang*, Jakarta; Ditjen Kerjasama ASEAN Departemen Luar Negeri RI.
- Hurlock, Elizabeth B, 1991, *Psikologi Perkembangan*, Jakarta : Erlangga.
- Inayati, Ratna Shofi. 2000. *33 Tahun ASEAN, Keberhasilan dan Kegagalan di Dalam menuju ASEAN Vision 2020; Tantangan dan Inisiatif*. Editor; Ganewati Wuryandari. Puslitbang Politik dan Kewilayahan LIPI.
- Laporan Kongres Wanita. 2015. *Strategi Pengusaha Wanita Menghadapi MEA*. Di Selenggarakan di Jakarta 2014.
- Leindenfrost, N, 1992, *Families in Transition*, Austri : International Federation for Home Economics
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif* : Edisi Revisi, Bandung: Rosda Karya.
- Murniati, Nunuk P, 2004, *Getar Gender*, Magelang : Indonesia Tera.
- Nainggolan, Poltak Partogi. 2012 “Tantangan Menuju Komunitas ASEAN 2015 *ASEAN Community 2015) Analisis CSIS*, Vol.41, No.3.
- Orhan, M & Don Scott, 201, Why Women enter into Entrepreneurship A Explanatory Model, *Woman and Management Review*, Vol.16(5), p.232-243.
- Robbins, Stephen P,2001, *Perilaku Organisasi*, jilid I, Jakarta : Prenhallindo