

PENINGKATAN PERAN PERBANKAN DALAM PEMBIAYAAN UMKM: TINJAUAN ASPEK KELEMBAGAAN

Eko Yuni Prihantono*
Wahyu Wiyani**

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang

** Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Merdeka Malang

Abstract

SMEs play an important role in the economy. However, the development of SMEs in Indonesia still has many obstacles, one of which is the funding problems due to several things. One of the reasons why SMEs are still difficult to obtain credit from banks is a problem of information asymmetry between banks and SMEs applying for a loan. In the institutional aspect, one of the criteria in assessing SMEs will succeed, ie social capital. Rate non-financial aspects of using social capital becomes necessary to be considered. The premise put forward in the use of social capital is greater the social capital owned by SMEs, the success rate at the same time that business continuity is greater than that do not have or social capital is not great. The concept of social capital can increase the success and sustainability of SMEs due to the social capital that is owned, SMEs easy to obtain the trust of the stakeholders. The existence of such trust, enables SMEs to be able to accumulate assets, such as good human resources, and access to credit due to the opening of the information and the latter could get a collective action or community support activities.

Keyword: Social Capital, Collective Action

Peran penting UMKM terhadap perekonomian nasional dan daerah sudah tidak terbantahkan lagi. UMKM memiliki **posisi yang strategis**, dan **kontribusi yang jelas**. Dari sisi jumlah, pelaku UMKM di Indonesia tercatat lebih dari 48,9 juta atau sekitar 99 persen lebih dari jumlah unit usaha yang ada (Statistik UKM 2005-2006). Sementara dari sisi karakteristiknya, UMKM pun memiliki beberapa keunggulan dibanding dengan Usaha Besar (UB). Selain memiliki daya tahan yang lebih

baik terhadap krisis, UMKM tidak membutuhkan modal sebesar Usaha Besar. Di samping itu, UMKM juga lebih bersifat padat karya, menghasilkan produk-produk yang bernuansa kultural/etnik, dan banyak bersentuhan dengan aktivitas ekonomi rakyat yang tinggal di daerah pedesaan (agricultural-based). Saat ini tercatat lebih dari **53,5%** UMKM bergerak di sektor pertanian, peternakan, kehutanan dan perikanan.

Korespondensi Penulis:
Eko Yuni Prihantono :
E-mail: ekoprihantono@yahoo.com

Data empiris juga menunjukkan bahwa UMKM memberikan kontribusi yang jelas dan signifikan terhadap perekonomian. UMKM mampu menyumbang lebih dari separuh GDP nasional (55.9%) dan memberikan kontribusi sebesar 15.7% terhadap total ekspor. Dalam konteks ketenagakerjaan, UMKM pun dapat berperan sebagai katub pengaman ekonomi, karena mampu menyerap tenaga kerja lebih dari 85 juta atau sekitar 96 persen dari total penyerapan tenaga kerja (Statistik UMKM, 2006).

Dalam tinjauan spasial, peranan UMKM bagi perekonomian Jawa Timur juga sangat penting. Berdasarkan data BPS, jumlah unit usaha UMKM di Jawa Timur mencapai tidak kurang dari 2.320.000 dan memberikan kontribusi lebih dari 53% PDRB. (REDI, 2007; Dinas Koperasi dan UMKM Jatim, 2007).

Berdasarkan fakta di atas, maka tidaklah berlebihan jika dalam dokumen Program Strategi Pengurangan Kemiskinan (Poverty Reduction Strategy Program/PRSP) disebutkan bahwa pengembangan UMKM akan berkaitan langsung dengan upaya penanggulangan pengangguran dan pengentasan kemiskinan (lebih jauh baca: *"SME Development in The Poverty Reduction Program: Trade and Labor Issues"*, ILO, 2005).

Singkatnya, pengembangan dan pemberdayaan UMKM sudah selayaknya memperoleh prioritas tinggi dalam strategi pembangunan baik pada level nasional maupun daerah. Pengembangan UMKM yang dilakukan secara sungguh-sungguh adalah ekuivalen - dapat disetarakan - dengan upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat, *in-line* dengan program penanganan masalah pengangguran dan kemiskinan serta selaras dengan upaya pengurangan disparitas/ketimpangan regional&sektoral (regional and sectoral disparity). Sebaliknya, kegagalan dalam pengembangan UMKM juga akan berdampak negatif terhadap upaya pemerintah dalam menangani masalah pengangguran, kemiskinan dan ketimpangan ekonomi.

Ironisnya, meskipun UMKM telah diakui mampu menunjukkan peran dan kontribusi yang besar terhadap perekonomian, namun upaya pengembangan UMKM secara kualitatif masih kurang berhasil. Hal ini dikaitkan dengan adanya harapan, bahwa keberhasilan pengembangan UMKM bukan hanya dipahami sebagai terjadinya peningkatan dalam aspek jumlah (kuantitatif), namun juga peningkatan dalam skala usaha, aspek permodalan, manajemen pengelolaan dan perluasan market. Dengan pemahaman tersebut, maka tantangan program pemberdayaan UKM adalah bagaimana mengembangkan UMKM bisa "naik kelas", mampu mentransformasikan dirinya menjadi usaha skala besar (UB). Namun demikian, pada kenyataannya, upaya pengembangan UMKM menghadapi berbagai kendala internal dan eksternal sebagai berikut (ILO, 2005):

1. Keterbatasan akses pasar (*Limited access to markets*)
2. Kesulitan akses terhadap pendanaan/modal (*Difficulty in securing finance*)
3. Lemahnya manajemen bisnis (yang berkaitan dengan kualitas SDM), kepastian suplai bahan baku serta jaminan kualitas dan layanan produk yang masih lemah (*Weak business management, certainty of raw materials supply and product/service quality*)

Dalam konteks permasalahan di atas, meskipun bukan berarti menjadi satu-satunya kendala utama, problem keterbatasan akses terhadap sumber pembiayaan formal dipandang sebagai isu sekaligus tantangan yang cukup krusial dalam rangka pengembangan UMKM saat ini.

TINJAUAN TEORITIS

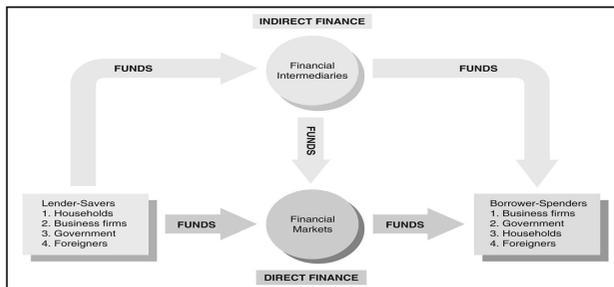
Peran Lembaga Perbankan

Harus diakui, bahwa hambatan permodalan menjadi salah satu problem mendasar yang dihadapi UMKM untuk bisa berkembang maju dan

Peningkatan Peran Perbankan dalam Pembiayaan UMKM: Tinjauan Aspek Kelembagaan

Eko Yuni Prihantono & Wahyu Wiyani

mampu “naik kelas”. Struktur modal yang rapuh akan menghambat ekspansi dan pengembangan usaha, baik dalam konteks peningkatan skala produksi maupun kemampuan melakukan perluasan pasar (penetrasi pasar). Dalam konteks permasalahan inilah, kehadiran lembaga perbankan yang menjalankan fungsinya sebagai *financial intermediaries* menjadi sangat penting untuk memecahkan problem tersebut.



Gambar 1. Model Pembiayaan (Modal) Dunia Usaha

Sumber: Mishkin F, Eakin S, 2006, *Financial Markets & Institution*, 5th ed.

Pada dasarnya, lembaga keuangan (utamanya bank) memang seharusnya berfungsi (bertugas) untuk menghimpun dana dari masyarakat yang kemudian digunakan untuk memberikan pembiayaan bagi aktivitas produktif (dunia usaha). Sebagai salah satu pelaku bisnis (*business firm*), UMKM pun, semestinya bisa menikmati fasilitas pembiayaan tersebut, sama dengan pelaku ekonomi lain (usaha besar).

Namun, dalam tataran praktis ternyata tidaklah semudah itu bagi UMKM untuk memperoleh akses pembiayaan dari lembaga perbankan. Karena, pada kenyataannya, untuk memperoleh akses pembiayaan tersebut, pelaku bisnis (UMKM) “harus” melewati mekanisme pasar, dimana bank sebagai salah satu pelaku pasar keuangan, hanya akan bersedia menyalurkan pembiayaan ke unit usaha, *jika dan hanya jika* bank akan memperoleh keuntungan dan jaminan keamanan (pengembalian pinjaman/kredit). Lebih jauh hambatan yang sering dihadapi oleh UMKM dalam memperoleh

pembiayaan dari sektor keuangan adalah sebagai berikut (Jazyńska, 2008):

1. Adanya Kesenjangan Informasi

Terjadi kesenjangan informasi antara UMKM dengan pihak pemberi pinjaman (bank, investor). Dalam hal ini bank kurang didukung dengan informasi yang cukup tentang “kualitas” dari UMKM. Hal ini terjadi karena data keuangan UMKM tidak ada, atau kurang rapi dan rinci. Dalam kasus ini maka kemudian bank bisa saja mengharuskan nilai jaminan yang tinggi atau bahkan menolak untuk memberikan alokasi pembiayaan

2. Risiko intrinsik yang relatif lebih tinggi

Investor atau perbankan, biasanya menganggap UMKM sebagai usaha yang berisiko, karena: (a) UMKM menghadapi persaingan yang tidak pasti, (b) tingkat laba yang beragam dan tingkat kegagalan yang tinggi; (c) UMKM memiliki SDM dan modal yang kurang memadai untuk menghadapi gejala krisis; (d) Sistem akuntansi tidak memadai sehingga mengurangi aksesibilitas dan reabilitas informasi tentang profitabilitas dan kemampuan membayar utang. Akibatnya, dalam pembiayaan UMKM diperlukan “biaya” yang mahal.

3. Biaya transaksi yang besar.

Akibat adanya risiko pembiayaan yang tinggi, mengakibatkan biaya administrasi dan biaya hukum, untuk memperoleh informasi menjadi sangat mahal. Ironisnya, biaya-biaya tersebut oleh perbankan dianggap sebagai biaya tetap, dan lebih sulit untuk memperolehnya kembali dalam hal pinjaman atau investasi dalam jumlah yang kecil.

4. Masalah Jaminan.

Keberadaan UMKM biasanya tidak didukung oleh asset yang bisa dijamin secara memadai, baik karena usaha masih belum mapan (masih baru) atau pun besarnya jaminan tidak sebanding dengan jumlah pembiayaan yang

diperlukan. Padahal, dalam hal pembiayaan utang, jaminan sering diminta oleh pemberi pinjaman untuk mengurangi risiko terkait kredit macet. Rasio antara jumlah jaminan yang harus diberikan dan jumlah pinjaman sering digunakan untuk mengukur besarnya kesenjangan empiris pembiayaan. Dalam hal ini, masalah jaminan sering dipandang sebagai akar permasalahan dalam akses pembiayaan UMKM.

5. Faktor-faktor kelembagaan.

Hambatan yang dihadapi UMKM di negara berkembang sering diperburuk dengan adanya problem kelembagaan, misalnya: sektor perbankan yang bermasalah, sistem hukum yang belum sempurna hingga masalah penegakannya (law enforcement) dan infrastruktur informasi yang belum memadai (contoh: tidak adanya biro kredit atau mekanisme lain untuk mengumpulkan dan bertukar informasi tentang kinerja pembayaran tentu saja memperparah kesenjangan informasi antara perusahaan dengan pemberi pinjaman/investor).

Terkait beberapa masalah di atas, dari tinjauan aspek legalitas, ternyata mayoritas UMKM di Indonesia belum berstatus badan hukum. Sebagian besar dari mereka merupakan perusahaan perorangan yang tidak berakta notaris, 4,7 persen tergolong perusahaan perorangan berakta notaris, dan hanya 1,7 persen yang sudah mempunyai badan hukum (PT/NV, CV, Firma, atau Koperasi) (lihat: Kuncoro, 2007). Sementara dari aspek pengelolaan, UMKM umumnya dikelola secara kekeluargaan dan dengan sistem administrasi dan pembukuan yang tidak standar, menjadi problem administratif yang cukup mendasar.

Singkatnya, kondisi tersebut menjadikan UMKM dipandang *un-bankable*, sehingga sulit memperoleh pembiayaan dari bank. Meskipun pada sisi lain, dari aspek tinjauan bisnis usaha UMKM

bisa saja dikatakan prospektif, namun kelemahan-kelemahan dalam berbagai aspek tersebut tetap akan menjadi *handicap* tersendiri yang membuat bank enggan menyalurkan dana ke UMKM.

Problem pembiayaan yang paling menonjol dihadapi dalam pengembangan UMKM adalah yang berada di kwadran II, dimana secara perhitungan bisnis dan analisis pasar UMKM mempunyai prospek yang bagus, namun tidak didukung dengan sistem pengelolaan / manajemen administrasi yang baik dan agunan/jaminan asset (kolateral) yang kurang memadai. Dalam tinjauan bank, bank akan dihadapkan pada resiko yang besar jika memutuskan memberikan pembiayaan usaha/modal. Namun demikian, UMKM dengan kategori tersebut tetap dimungkinkan untuk memperoleh pembiayaan bila ada "intervensi" khusus, baik dari pihak bank maupun pemerintah, misalnya dalam bentuk subsidi, penjaminan, dan pendampingan.

Peran *Social Capital* Dan *Collective Action* Dalam Peningkatan Pembiayaan UMKM

Masih rendahnya pembiayaan terhadap UMKM terjadi karena dua (2) sebab: *Pertama*, dari pihak pemberi kredit (perbankan). Bank kurang percaya terhadap kemampuan UMKM untuk memenuhi kewajiban dalam pembayaran kembali kredit yang diberikan. Dalam hal ini bank memandang bahwa UMKM sebagai usaha yang berisiko tinggi dan berpotensi menimbulkan resiko kredit macet. *Kedua*, pelaku UMKM, yang sebagian besar adalah orang pedesaan dengan tingkat pendidikan yang kurang memadai, merasa kurang familiar dengan lembaga keuangan formal (perbankan). Berurusan dengan lembaga perbankan dipandang sebagai suatu hal yang rumit dan melelahkan, yang mungkin justru dianggap akan bisa merugikan usahanya. Dengan arti kata lain, faktor kepercayaan (trust) adalah menjadi problem utama dalam masalah ini. Oleh karena itu, pendekatan kelembagaan, dengan menggunakan konsep modal

sosial (social capital) dan tindakan kolektif (collective action), dapat dipertimbangkan untuk menjadi alternatif penyelesaiannya.

Modal Sosial

Schmid (2002:3) menyatakan, bahwa social capital dikonseptualisasikan sebagai “factory” yang menghasilkan utilitas. Ini berbeda dengan barang dan utilitas yang dihasilkan oleh pabrik seperti transfer material. Konsepsi ini konsisten dengan Woolcock’s (1997: 35) yang menyatakan bahwa definisi social capital seharusnya lebih ditekankan pada sumbernya ketimbang konsekuensinya. Teori modal sosial pertama kali diperkenalkan oleh Pierre Bourdieu melalui tulisannya yang berjudul “*Le Capital Social: Notes Provisoires*”, dipublikasikan pada akhir tahun 1970-an. Namun publikasi tersebut tidak banyak memperoleh perhatian dari para ilmuwan, karena disampaikan dalam bahasa Perancis.

Social capital mengacu pada kualitas hubungan antar manusia dalam suatu kelompok sosial yang mampu membuat anggota kelompok untuk saling berkerjasama dalam mencapai keuntungan bersama. Secara lebih formal, Putnam mendefinisikan *social capital* sebagai jejaring (networks), norma(norms) dan kepercayaan social (social trust) yang memfasilitasi kerjasama dan koordinasi untuk mencapai manfaat bersama (Krishna, 2003:67)

Modal sosial memiliki karakteristik yang berbeda jika dibandingkan dengan dua (2) jenis modal lainnya yang lebih dulu populer dalam bidang ilmu sosial, yakni financial capital dan human capital. Dalam hal ini, modal sosial baru eksis bila ia berinteraksi dengan struktur sosial. Atas dasar itu, Coleman mendefinisikan modal sosial berdasarkan fungsinya. Menurutnya, modal sosial bukanlah entitas tunggal, tetapi entitas majemuk yang mengandung dua elemen, yaitu: 1) modal sosial mencakup beberapa aspek dari struktur

sosial; dan (ii) modal sosial memfasilitasi tindakan tertentu dari pelaku (aktor)-baik individu maupun perusahaan-di dalam struktur tersebut (within the structure). Dari perspektif ini, modal sosial dipandang bersifat produktif, yakni mampu membuat pencapaian tujuan tertentu yang tidak mungkin diraih bila keberadaannya tidak eksis.

Coleman menyebut setidaknya terdapat tiga (3) bentuk dari modal sosial. **Pertama**, struktur kewajiban (obligations), ekspektasi, dan kepercayaan. Dalam konteks ini, bentuk modal sosial tergantung dari dua elemen kunci: kepercayaan dari lingkungan sosial dan perluasan aktual dari kewajiban yang sudah dipenuhi (obligation held). Dari perspektif ini, individu yang bermukim dalam struktur sosial dengan saling kepercayaan tinggi memiliki modal sosial yang lebih baik daripada situasi sebaliknya.

Kedua, jaringan informasi (information channels). Informasi sangatlah penting sebagai basis tindakan. Tetapi harus disadari bahwa informasi itu mahal, tidak gratis. Pada level yang paling minimum, di mana ini perlu mendapatkan perhatian, informasi selalu terbatas. Tentu saja, individu yang memiliki jaringan lebih luas akan lebih mudah (dan murah) untuk memperoleh informasi, sehingga bisa dikatakan modal sosialnya tinggi; demikian pula sebaliknya.

Ketiga, norma dan sanksi yang efektif (norms and effective sanctions). Norma dalam sebuah komunitas yang mendukung individu untuk memperoleh prestasi (achievement) tentu saja bisa digolongkan sebagai bentuk modal sosial yang sangat penting. Contoh lainnya, norma yang berlaku secara kuat dan efektif dalam sebuah komunitas yang bisa mempengaruhi orang-orang muda, mempunyai potensi untuk mendidik generasi muda tersebut memanfaatkan waktu sebaik-baiknya (having a good time).

Meskipun terdapat banyak definisi dan interpretasi tentang konsep, namun telah terdapat suatu peningkatan konsensus bahwa modal sosial

merupakan kemampuan pelaku ekonomi untuk mengamankan benefit melalui keanggotaannya dalam suatu jejaring sosial atau struktur sosial lainnya (Portes, 1998:6). Berbagai konsepsi tentang *human relationship* yang mempengaruhi perekonomian dan perkembangan sosial pun telah banyak dieksplorasi. *Social networks* adalah suatu asset produktif, yang bisa membuat *physical input* atau skill menjadi lebih berdaya guna. Suatu pemahaman yang diyakini di sini adalah bahwa *social network* dipandang mampu menurunkan biaya informasi.

Dari berbagai definisi tentang *social capital* dapat dinyatakan bahwa *social capital* mencakup *institutions, relationships, attitudes* dan *values* yang mengarahkan dan menggerakkan interaksi-interaksi antar orang dan memberikan kontribusi terhadap pembangunan sosial dan ekonomi. Menurut World Bank (1998) *social capital* tidaklah sederhana hanya sebagai penjumlahan dari institusi-institusi yang dibentuk oleh masyarakat, tetapi juga merupakan perekat dan penguat yang menyatukan mereka secara bersama-sama. *Social capital* meliputi *shared values* dan *rules* bagi perilaku sosial yang terekspresikan dalam hubungan-hubungan antar personal, *trust* dan *common sense* tentang tanggung jawab terhadap masyarakat, semua hal tersebut menjadikan masyarakat lebih dari sekedar kumpulan individu-individu.

Mendasarkan pada beberapa pengertian dan elemen penyusun *social capital* seperti tersebut dalam Tabel 1, nampaknya dapat dilakukan suatu generalisasi dan simplifikasi tentang elemen-elemen utama dari *social capital*. Simpulan sederhana dan umum yang dapat diajukan tentang elemen utama *social capital* mencakup *norms, reciprocity, trust, dan network*. Keempat elemen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku kerjasama untuk mencapai hasil yang diinginkan yang mampu mengakomodasi kepentingan individu yang melakukan kerjasama maupun kelompok secara kolektif.

Secara nyata dalam keseharian, apabila dicermati secara mendalam, semua perilaku aktivitas sosial-ekonomi warga masyarakat lokal melekat dalam jaringan hubungan-hubungan sosialnya. *Social capital* dan kepercayaan (*trust*) dapat membuat dan memungkinkan transaksi-transaksi ekonomi menjadi lebih efisien dengan memberikan kemungkinan bagi pihak-pihak yang terkait untuk bisa: (1) mengakses lebih banyak informasi, (2) memungkinkan mereka untuk saling mengkoordinasikan kegiatan untuk kepentingan bersama, dan (3) dapat mengurangi atau bahkan menghilangkan *opportunistic behavior* melalui transaksi-transaksi yang terjadi berulang-ulang dalam rentang waktu yang panjang.

Secara inheren *social capital* mengandung *social sense*. Hampir semua bentuk *social capital* terbentuk dan tumbuh melalui gabungan atau kombinasi tindakan dari beberapa orang. Keputusan masing-masing pemain atau pelaku memiliki konsekwensi kepada semua anggota kelompok atau group. Sehingga hal tersebut mencerminkan suatu atribut dari struktur sosial. Seperti dikemukakan oleh Dhesi (2000:201) bahwa *social capital* bukan merupakan *private property* dari orang yang mendapat manfaat darinya. Hal ini hanya akan muncul dan tumbuh kalau dilakukan secara bersama (*shared*). Sehingga *social capital* bisa dikatakan sebagai *property* dari *public good*. (lihat: Dowla, 1995:8). *Social capital* akan tumbuh dan semakin berkembang kalau digunakan secara bersama dan sebaliknya akan mengalami kemunduran atau penurunan bahkan suatu kepunahan dan kematian kalau tidak digunakan atau dilembagakan secara bersama.

Keberadaan UMKM dengan pelaku usaha di pedesaan dengan tingkat pendidikan yang relatif rendah, membuat mereka kurang familiar dengan lembaga keuangan formal (bank) (lihat: Brata; 2005). Dalam konteks permasalahan ini, Narayan and Pritchet (1997) menyatakan bahwa *social capital* dapat menurunkan resiko *moral hazard* dan prob-

lem adverse selection sehingga memungkinkan terjadinya aliran dana yang lebih baik dari kreditor dan borrower. Dalam hal ini jaminan dari kelompok dan tekanan dari jejaring social (social network) akan sangat penting untuk meningkatkan kinerja kredit (lihat: Rhyne and Otero, 1994). Studi yang dilakukan Grootaert (1999) menyimpulkan bahwa rumah tangga yang memiliki modal sosial yang lebih tinggi akan memiliki kemampuan mengakses kredit yang lebih besar pula. Disamping itu, Individu yang merupakan anggota asosiasi juga memiliki kemampuan akses terhadap kredit yang lebih besar dibanding yang bukan anggota.

Beberapa waktu terakhir telah dilakukan sejumlah penelitian untuk melihat hubungan antara lembaga pembiayaan mikro dan modal sosial. Thierry Van Bastelaer (1999) meneliti bagaimana social capital mampu mengurangi biaya imperfect information, dengan mengambil contoh kasus Grameen Bank. Dia menyatakan bahwa sumber capital social adalah berasal dari hubungan yang erat antara staff dan anggota dan hubungan patron-client antara debitor (penerima kredit) dan kreditor (pemberi kredit). Sementara itu, Seibel (2000), meneliti tentang hubungan antara modal sosial dan microfinance di Philipina. Hasilnya menunjukkan adanya kesuksesan atas replikasi atau penerapan ulang atas beberapa norma yang diadopsi dari Grameen Bank (hard core of social capital) seperti: komitmen moral yang tinggi dari pimpinan yang didasarkan atas nilai-nilai yang diperoleh dari pelatihan, aturan pemilihan dan penegekan aturan yang kuat dan disiplin kredit. Namun ia menambahkan, bahwa keberhasilan lembaga pembiayaan mikro di luar Bangladesh perlu untuk menambahkan unsur tambahan dan dimensi lokal dari modl sosial. Pada penelitian lainnya yang dilakukan di Peru oleh Karlan (2001), diperoleh hasil bahwa modal sosial dapat meningkatkan kemampuan untuk membayar pinjaman dan menabung yang lebih tinggi. Lebih dari itu, social capital mampu membedakan antara kelalaian

yang disengaja dan kelalaian yang disebabkan oleh karena karakter kepribadian yang negatif (Dowla, 1995:8)

Tindakan Kolektif (Collective Action)

Modal sosial dapat digunakan untuk membantu dalam membentuk tindakan kolektif dan pembuatan keputusan kolektif. Dalam hal ini, tindakan kolektif dapat digunakan sebagai suatu tools untuk meminimalkan biaya transaksi sehingga dapat menghasilkan benefit yang optimal. Sebagai salah satu contohnya adalah di Indonesia, terdapat sebuah adat-istiadat kuat budaya saling tolong-menolong dalam mencapai suatu tujuan tertentu, yang dilakukan secara bersama (gotong royong), dimana sering dilakukan dengan maksud membangun atau memelihara infrastruktur lokal. Studi yang dilakukan Grootaert (1999), diperoleh hasil bahwa orang yang menjadi anggota suatu asoisasi akan lebih terlibat dalam suatu tindakan kolektif. Hal ini menjadi bukti terhadap karakter sosial dari modal sosial, bahwa jaringan dan interaksi yang dihasilkan karena aspek sosial, religius, keuangan dan tujuan-tujuan lainnya akan bisa berkembang menjadi partisipasi yang lebih tinggi dalam berbagai aktivitas yang akan menguntungkan masyarakat secara luas. Selain itu, juga diperoleh temuan bahwa keanggotaan dalam organisasi yang heterogen secara internal akan menghasilkan manfaat terbesar terhadap rumah tangga, baik dalam konteks kesejahteraan secara umum maupun dalam bentuk akses terhadap kredit maupun tabungan.

Dalam kasus tindakan kolektif, hasil yang berlawanan diperoleh, dimana partisipasi tertinggi dalam suatu tindakan kolektif justru dihasilkan dari kenggotaan organisasi yang secara internal lebih homogen. Dalam hal ini, tindakan kolektif akan lebih mudah terbentuk/dihasilkan dari suatu organisasi yang mana anggotanya memiliki golongan famili yang sama dan atau kepercayaan/

agama yang sama. Terkait dengan hal tersebut, Kähkönen (1999) menyatakan bahwa homogenitas dari kekerabatan, kasta dan latar belakang kesukuan akan membantu terbentuknya tindakan kolektif dalam kasus penyediaan air. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kesejahteraan keluarga utamanya dihasilkan dari pertukaran pengetahuan, sedangkan kemampuan mengorganisasi tindakan kolektif lebih diakibatkan dari faktor kepercayaan (trust) dan persepsi terhadap barang milik/kepentingan bersama.

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM: PERSPEKTIF KELEMBAGAAN

Bertolak dari pemahaman konseptual di atas, maka dalam rangka untuk meningkatkan peran pembiayaan perbankan dalam pengembangan, berikut adalah beberapa elemen kebijakan yang bisa dilakukan dari sudut kelembagaan sebagai berikut:

1. Membangun “trust” .

Kurang derasnya arus penyaluran kredit oleh perbankan terhadap UMKM, utamanya disebabkan oleh faktor kepercayaan (trust). Meskipun dari sudut pandang bisnis dinilai prospektif, UMKM sering dipandang dengan sebelah mata oleh perbankan dan dinilai kurang memiliki kemampuan pengembalian kredit yang memadai. Sebaliknya, sebagian besar pelaku UMKM yang memiliki latar belakang pendidikan kurang memadai dan berada pada lingkungan dengan *banking minded* yang rendah memandang, bahwa berurusan dengan lembaga keuangan formal hanya akan mengakibatkan beban biaya transaksi yang lebih tinggi dan bahkan bisa merugikan usahanya.

Bertolak dari permasalahan tersebut, maka faktor kepercayaan atau trust diharapkan akan bisa menjadi suatu solusi kebuntuan tersebut. Dalam hal ini Bank semestinya percaya dan yakin bahwa pengusaha UMKM akan mampu

memenuhi kewajibannya dalam membayar cicilan hutang, sementara pengusaha UMKM percaya bahwa bank, melalui kredit yang disalurkan, sungguh-sungguh didasari keinginan untuk membantu mengatasi masalah permodalan/pembiayaan yang dihadapi oleh UMKM.

Untuk menumbuhkan kepercayaan tersebut maka diperlukan komunikasi dan hubungan secara terus-menerus yang didasarkan pada rasa saling membutuhkan dan prinsip kesetaraan dan bukan didasarkan atas rasa superioritas satu pihak terhadap pihak yang lain. Dengan demikian akan muncul rasa ikut memiliki secara bersama-sama atas usaha yang dijalankan. Keberhasilan adalah milik bersama, sebaliknya jika gagal juga akan menjadi tanggungjawab bersama.

Dalam sudut pandang ekonomi kelembagaan, faktor kepercayaan diyakini akan mampu mengurangi mahalannya biaya transaksi (biaya keamanan pengawasan dan monitorong) dari aktiitas penyaluran kredit. (lihat Arrow, 1974, in credit we trust).

2. Menciptakan Norma (Value):

Kepercayaan tidak akan kuat dan bertahan lama jika tidak dibangun oleh sejumlah nilai (value) sebagai fondasinya. Untuk itu peningkatan interkasi perbankan dan UMKM dalam pembiayaan permodalan perlu diperlengkapi dengan nilai-nilai berikut:

- Membangun prinsip transparansi antar pihak (bank dan UMKM) untuk mengurangi rasa saling mencurigai dan menghasilkan informasi yang simetris sehingga mengurangi perilaku *adverse selection* dan *moral hazard*. Hal ini bisa ditempuh dengan peningkatan frekuensi dan kualitas komunikasi diantara keduanya, misalnya dengan melakukan pembinaan dan pertemuan rutin antara pihak dengan para kreditor.

Peningkatan Peran Perbankan dalam Pembiayaan UMKM: Tinjauan Aspek Kelembagaan

Eko Yuni Prihantono & Wahyu Wiyani

- Untuk “menularkan” value yang ingin dibangun dengan spektrum lebih luas, dapat dilakukan dengan membentuk **asosiasi peminjam**, yang merupakan kombinasi dari anggota yang sudah menerima kredit dan mempunyai kinerja dan reputasi baik dan anggota lain yang belum menerima pembiayaan kredit. Asosiasi ini selanjutnya dipimpin oleh seseorang yang paling dipercaya dan memiliki pengaruh besar diantara komunitas tersebut.
 - Untuk membangun sikap, mental, karakter dan martabat, maka perlu untuk menekankan bahwa kredit bukanlah suatu “charity”, namun sebagai suatu bentuk social obligations, yang akan memunculkan kewajiban bagi kedua belah pihak.
 - Menggalang dukungan dari pihak pemerintah untuk ikut berpartisipasi aktif dalam skema pembiayaan UMKM ini, baik dalam peningkatan kapasitas dan kualitas pengelolaan UMKM, yang dapat dibangun melalui sejumlah program yang dimiliki pemerintah seperti program pendampingan, pendidikan dan pelatihan.
3. Menciptakan Jaringan (network)
- Kenggotaan dan partisipasi aktif dalam asosiasi local, termasuk yang tidak memiliki tujuan utama keuangan, juga memberikan kontribusi terhadap aksesibilitas kredit. Inilah yang menunjukkan bahwa social capital memang sungguh-sungguh “social”, dimana bahwa pembangunan jaringan dan kepercayaan diantara anggota dalam konteks sosial akan berdampak pada manfaat keuangan, seperti makin mudahnya akses terhadap kredit. Interpretasi terhadap social capital telah diajukan oleh beberapa penulis seperti Putnam (1993), Dasgupta (1988) dan Fukuyama (1995). Sharma dan Zeller (1997) menyatakan bahwa jumlah asosiasi yang ada di Bangladesh memberikan dampak positif terhadap kinerja

kelompok kredit. Sementara itu Kähkönen (1999) juga menyatakan bahwa tindakan komunitas untuk mengembangkan system penyaluran air adalah dipengaruhi oleh eksistensi dari jaringan lain diluar non-air, dan asosiasi-asosiasi dalam masyarakat. Hasil-hasil tersebut menunjukkan bahwa heterogenitas internal dari asosiasi akan meningkatkan akses terhadap kredit.

Menurut Putnam (1993), jaringan bisa bersifat **vertikal** (menghubungkan antara pihak yang tidak sederajat dan kekuatan yang tidak sama dan ada ketergantungan), maupun yang bersifat **horisontal** (menghubung antar pihak sederajat dalam kekuatan dan statusnya). Dalam konteks pengembangan pembiayaan UMKM, jaringan dapat diciptakan dengan dua (2) cara, yaitu:

- (1). Menggunakan sistem traditional *patron-client* (vertikal).
- (2). Menggunakan factor kedekatan/hubungan famili (horisontal)

Lebih dari pada itu, untuk meningkatkan dan memperluas pemahaman tentang pentingnya peran perbankan dalam pembiayaan UMKM, dapat melalui peningkatan interaksi yang efektif baik antar anggota asosiasi maupun antara anggota dengan non-anggota. Disamping itu, untuk menjelaskan fungsi peran bank bagi pembiayaan UMKM, maka para petugas (officer) dipetugas bank harus bersikap fleksibel dan menggunakan pendekatan yang mendasarkan pada norma dan nilai-nilai masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Akerlof, George. (1976). The Economics of Caste and of the Rat Race and Other Woeful Tales. *Quarterly Journal of Economics*, 90(4), 599-617
- Akerlof, G. (1997). Social Distance and Social Decisions. *Econometrica*, 65 (5): 1005-27.

- Brata, A. Gunadi. 2005. Accessing Formal Credit: Social Capital versus Social Position (Lesson from a Javanese Village). *Paper prepared for The 7th IRSA International Conference, Jakarta: August 3-4, 2005*
- Dowla, Asif. 2005. In Credit we Trust: Building Social Capital by Grameen Bank in Bangladesh. *Journal of Socio-Economics*.
- Edward Miguel, Paul Gertler, David I. Levine. 2002. Did Industrialization Destroy Social Capital in Indonesia?. University of Berkeley, USA
- Fukuyama, F. (1995). *Trust*. New York: Free Press.
- Grootaert, Christiaan. 1999. Social Capital, Household Welfare and Poverty in Indonesia, Local Level Institutions Study. *Social Development Department Environmentally and Socially Sustainable*. Revised Draft, The World Bank.
- Grootaert, Christiaan. 2001. Does social capital help the poor?: A Synthesis of Findings from the Local Level Institutions Studies in Bolivia, Burkina Faso and Indonesia. *The World Bank Social Development Family Environmentally and Socially Sustainable Development Network*
- Jazyńska, Scott. 2008. Masalahnya Terlalu Rumit. *Majalah Kompetitivenss at the Frontier*. Edisi Agustus. MM FE UI
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. Sektor Riil dan UMKM Pasca Inpres No.6/2007. diakses di <http://www.mudrajad.com>.
- Karlan, D. 2001. Social Capital and Group Banking Processed, Department of Economics, MIT
- Krishna, Anirudh. 2003. Understanding, Measuring and Utilizing Social Capital: Clarifying Concepts and Presenting a Field Application from India. *Capri Working Paper No. 28*
- Knack, S. and P. Keefer. (1997). Does Social Capital Have An Economic Payoff? A Cross-Country Investigation. *Quarterly Journal of Economics*, 1252-88
- Mishkin, Frederich, Eakin S. 2006. *Financial Markets & Institution*, 5th ed.
- Ostrom, E., et.al. (1993). *Institutional Incentives and Sustainable Development: Infrastructure Policies in Perspective*. Boulder: Westview
- Portes, A. 1998. Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology. *Annual Review of Sociology* (24)
- Robison, L. and M. Siles (1997). *Social Capital and Household Income Distribution in the United States, 1980-1990*. East Lansing, Michigan State University. Department of Agricultural Economics. Report No. 595
- Statistik UKM 2005-2006
- Statistik Ekonomi Keuangan Daerah (SEKDA), 2008, Bank Indonesia
- Seibel, 2000. How Value Creates Value: Social Capital in Microfinance-The Case of Philippines. *Rural Finance Working Paper*, No.B8, International Fund for Agricultural Development
- Van Bastelaer, Thierry. 1999. Imperfect Information, Social Capital and the Poor's Access to Credit. *Working Paper No. 234, Center for Institutional Reform and the Informal Sector (IRIS)*. University of Maryland
- Warjiyo, Perry, 2004, Pembiayaan Pembangunan Sektor UMKM: Perkembangan dan Strategi Ke Depan. *Infokop Nomor 25 Tahun XX*
- Woolcock, M. 1997. Social Capital and Economic Development: Towards A Theoretical Synthesis and Policy Framework. *Theory and Society*, 1-57.
- Woolcock, M. 1998. Social Capital and Economic Development: Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework. *Theory and Society* 27(2), 151-208.
- World Bank. 1998. The Local Level Institutions Study: Program Description and Prototype Questionnaires. *Local Level Institutions Working Paper No. 2, Social Development Department*. Washington, DC: World Bank.

Peningkatan Peran Perbankan dalam Pembiayaan UMKM: Tinjauan Aspek Kelembagaan

Eko Yuni Prihantono & Wahyu Wiyani

- Wibowo, Wisnu. 2008. Peran Lembaga Perbankan Terhadap Pengembangan UMKM di Jawa Timur. makalah disampaikan pada *Pendidikan dan Pelatihan Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Bagi Aparatur Pemerintahan Kabupaten dan Kota di Provinsi Jatim*. Badiklat Provinsi Jawa Timur, 14 -19 September 2008
- _____, 2005, SME Development in The Poverty Reduction Program: Trade and Labor Issues. Laporan Publikasi ILO
- _____,2007. Kebijakan dan Peluang Pengembangan Koperasi dan UMKM di Jawa Timur. Dinas Koperasi, PKM, Materi Seminar

