



# Usaha Kecil Butuh Dukungan Asosiasi Pengusaha

**Y**ogyakarta sebagai kota budaya, kota pendidikan dan kota pariwisata memiliki ribuan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Berbagai UMKM tumbuh di kota kecil yang merupakan ibukota Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) ini. Namun tanpa peran dan pembinaan serius industri UMKM Yogyakarta bisa tergilas dengan industri pabrikan apalagi di tengah arus globalisasi dewasa ini.

Hal itu nampaknya disadari betul oleh Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Kota Yogyakarta. Sejak delapan tahun terakhir, Dekranasda Kota Yogyakarta gencar melakukan pembinaan terhadap UMKM dari pelatihan hingga pemasaran produk. Berikut petikan wawancara wartawan *Republika* **Yullaningsih** dengan Ketua Dekranasda Kota Yogyakarta **Hj Dyah Suminar SE** yang juga Dirut Margaria Group.

Dihaturkan Kepada Yth. :

1. Walikota Yogyakarta
2. Wakil Walikota Yogyakarta
3. Sekretaris Daerah

**Sektor apa yang dominan menopang dan menggerakkan roda perekonomian Kota Yogyakarta?**

Untuk wilayah Kota Yogyakarta sektor yang cukup dominan menopang perekonomian kita adalah masih di sektor riil. Kota Yogyakarta ini sangat unik, kita ini kota pariwisata tetapi juga kota pendidikan. Selain ini Yogyakarta ini menjadi *jujukan* empat kabupaten lain di DIY karena kita memang pusat kota provinsi DIY karenanya sektor riil di Yogyakarta tumbuh dengan baik dan menjadi penopang perekonomian masyarakat.

Banyak pengusaha besar tetapi lebih banyak pengrajin dan pedagang kecil di kota ini. Karenanya sektor riil yang ada di Yogyakarta tidak bisa begitu saja meninggalkan pedagang kecil ataupun perajin kecil, mulai sovenir, batik dan jenis kerajinan lainnya. Saya sendiri di perusahaan yang saya kelola juga melibatkan peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) hampir 35 persen produk kita dari UMKM.

**Kondisi UMKM di Yogya sendiri seperti apa?**

UMKM di Yogyakarta ini sangat lama menyesuaikan diri dengan permintaan pasar. Produk-produk yang mereka bikin tidak selalu sesuai dengan keinginan pasar. Karenanya dibutuhkan uluran tangan tersendiri dari para pengusaha besar lewat asosiasi maupun dari Dekranasda sebagai ibu asuh mereka untuk itu. Bagaimana ibu asuh ini bisa membantu mereka untuk berkembang dan maju dengan baik. Ini memang membutuhkan kesadaran bersama antara pengusaha besar lewat asosiasi itu sendiri atau Dekranasda dengan para UMKM tersebut. Mereka harus sama-sama sadar dan saling mengisi untuk maju bersama-sama.

Contohnya saja, pedagang bakso itu banyak, tetapi bagaimana menciptakan bakso yang enak sehingga dilirik oleh Assosiasi Jasa Boga Indonesia (AJBI) Yogyakarta. Pengusaha jasa boga seperti catering tidak mungkin membuatnya sendiri. Jika ada UMKM yang bisa memproduksi bakso enak, pasti itu akan mereka ambil. Begitupula peniti jilbab misalnya. Dari dulu bentuknya seperti



itu, jika ada UMKM yang bisa memberikan asesoris yang bagus dan menambah ragam hias peniti maka otomatis peniti produk UMKM itu akan diambil pengusaha tekstil dan toko-toko pakaian. Tetapi bagaimana UMKM bisa menciptakan desain dan rasa baru jika mereka tidak bisa melihat kemauan pasar. Di sinilah peran uluran tangan itu. Perlu ada forum tersendiri antara asosiasi pengusaha dan UMKM untuk maju bersama-sama.

**Peranan ibu asuh seperti apa yang telah dilakukan Dekranasda Yogya dalam membantu UMKM ini?**

Kita terus melakukan pendampingan dan pembinaan pada UMKM di Yogyakarta dari awal hingga akhir di sektor pemasaran. Kita latih para UMKM yang masuk dalam binaan kami dengan berbagai desain produk yang sesuai permintaan pasar. Kita minta UMKM yang kita bina melakukan presentasi produk yang mereka miliki. Dari situ kita telaah kelemahan dan kelebihan mereka. Setelah itu kita beri mereka pelatihan sesuai dengan kebutuhan mereka. Kita datangkan beberapa pakar di bidang desain dan teknologi untuk itu.

Selain pelatihan produk juga kita lakukan pelatihan manajemen bagi mereka. Terakhir kita lakukan pelatihan kajian produk. Di sini UMKM telah melakukan inovasi produk dan kita lakukan pendampingan untuk pemasarannya. Untuk mensejajarkan produk UMKM dengan produk industri maka pemasaran untuk test produk ini kita gelar di Mall di Yogyakarta. Produk UMKM Yogya itu sudah saatnya sejajar dengan produk perusahaan.

Terakhir sebelum bulan Ramadhan kemarin kita juga menggelar pameran produk UMKM di Malioboro Mall. Dalam test produk dengan pameran ini kita tidak bicara omset atau perolehan penjualan akhir. Tetapi yang dibutuhkan adalah kesan pasar terhadap produk yang dihasilkan UMKM itu sendiri. Kesan pasar inilah yang justru bisa dikembangkan untuk produk selanjutnya.

**Peran pemerintah sendiri dalam hal ini apa?**

Secara modal sebenarnya banyak dana yang dimiliki pemerintah dan saya lihat di Kota Yogyakarta itu sudah dilakukan dengan modal bergilir melalui program-program yang langsung ke wilayah. Hanya saja terkadang bicara anggaran seringkali penggunaan dana itu cukup kaku. Namun terlepas dari hal itu, yang juga harus bisa diperankan oleh pemerintah termasuk pemerintah daerah dalam pembinaan UMKM ini adalah bagaimana pemerintah bisa memfasilitasi antara pengusaha besar melalui asosiasi dengan UMKM itu sendiri agar bisa bersinergi satu sama lain. Tanpa peran ini maka UMKM kita tidak akan berkembang dengan pesat.

Selain itu, pemerintah juga bisa berperan dalam mendekatkan produk UMKM itu sendiri ke pasar secara nyata. Ini bisa dilakukan dengan pemberian kebijakan misalnya kewajiban seragam batik bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan siswa se-

kepada Yth. :

gubernur  
Kota Yogyakarta  
Walikota Yogyakarta  
Kabupaten Daerah

di .....  
.....

kepada Yth. :

Instansi

Nilai Berita

000

kolah. Para pejabat memakai pakaian batik saat melakukan kunjungan kerja dan sebagainya. Pendekatan produk langsung ini perlu dibangun dan ini peran pemerintah. Melalui pendekatan tersebut maka lambat laun produk UMKM akan menjadi andalan di daerah dan negaranya sendiri.

Peran lain adalah melakukan *mapping* (pemetaan) data industri UMKM di satu wilayah. Dengan pemetaan yang jelas maka pemerintah bisa memahami secara baik potensi yang bisa dikembangkan di setiap wilayah. Pendekatan pengembangan UMKM juga bisa dilakukan secara mengena jika pemetaan tersebut ada.

**Namun di era globalisasi ini, banyak produk luar masuk ke Indonesia termasuk Yogyakarta dengan harga yang sangat murah. Apakah UMKM Yogya bisa bertahan dengan hal itu?**

Jika bicara pabrikan kita memang kalah. Seperti halnya produk Cina misalnya yang dijual di mana-mana sangat murah. Itu karena campur tangan pemerintah sangat tinggi sehingga ongkos produksi pabrik di Cina menjadi bisa ditekan dan harga produknya juga murah. Di Indonesia hal itu tidak terjadi.

Karenanya untuk produk pabrikan kita mungkin kalah. Tetapi saya percaya untuk produk UMKM kita justru masih memiliki celah dan mempunyai nilai tersendiri untuk tetap eksis di tengah globalisasi saat ini.

Produk-produk UMKM kita ini memiliki sentuhan tersendiri dan khas. Itu tidak bisa dibuat oleh pabrik begitu saja. Nilai seni yang ada di produk UMKM kita inilah yang justru akan membuat produk kita tetap diminati pasar.

#### **Apa kendala yang dihadapi UMKM?**

Itulah, UMKM kita ini terkadang juga tidak konsisten untuk terus belajar memproduksi hal-hal baru dengan desain baru atau penambahan bahan baru. UMKM kita sering terjebak dengan produk yang sudah laku sehingga mereka berfikir jika produk itu terus diproduksi maka akan laku terus menerus. Padahal tanpa sentuhan tambahan atau inovasi lain lambat laun produk itu akan ditinggalkan. Belajar, belajar dan belajar itulah kunci yang harus dilakukan UMKM kita. Dan untuk belajar itu mereka butuh uluran tangan dari ibu asuh mereka yaitu asosiasi pengusaha atau Dekranasda. ■ ed: heri



## BIODATA

**Nama** : Hj Dyah Suminar, SE  
**Tempat/Tanggal lahir** : Cilacap, 13 November 1956  
**Alamat** : Jl. Golo No 19 Yogyakarta

**Suami** : H Herry Zudianto

**Anak:**

1. Alfita Ratna Hapsari
2. Arief Nur Wibawanto
3. Annisa Rahma Herdyana

**Pengalaman Organisasi:**

1. Ketua TP PKK Kota Yogyakarta 2001 - sekarang
2. Ketua Dewan Kerajinan Nasional Kota Yogyakarta 2002 - sekarang
3. Ketua Yayasan Kanker Indonesia  
Cabang Kota Yogyakarta 2001 - sekarang
4. Ketua Umum BPC AKU (Asosiasi Kelompok UPPKS)  
Kota Yogyakarta 2003 - sekarang
5. Sekretaris DPD Tiara Kusuma DIY
6. Ketua Rumah Pemulihan Gizi Balita Kota Yogyakarta 2009 - sekarang

**Pengalaman Usaha:**

Dirut Margaria Group



Instansi	Nilai Berita	Sifat	Tindak Lanjut
1. Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Per	Positif	Segera	Untuk Diketahui
2. TP. PKK/ Dekranasda			

Yogyakarta, 19 Januari 2025  
Kepala

**Ig. Trihastono, S.Sos. MM**  
NIP. 19690723 199603 1 005