

**PERAN *ENTREPRENEURIAL MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN KINERJA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH
(UMKM)
DI INDONESIA**

Oleh :
Prof. Dr. H. Zulkarnain, SE.,MM
Dosen Fakultas Ekonomi UR

**PIDATO PENGUKUHAN GURU BESAR
BIDANG ILMU MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS RIAU**

PEKANBARU, 31 JULI 2010

**Bismillahirrohmanirrohim,
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabakatuh,**

Yang terhormat;

- Ø **Bapak Gubernur Riau beserta ibu**
- Ø **Bapak Wakil Gubernur Riau beserta Ibu**
- Ø **Bapak Walikota Pekanbaru beserta Ibu**
- Ø **Bapak Wakil Walikota beserta Ibu**
- Ø **Bapak Rektor selaku Ketua Senat dan Pembantu Rektor Universitas Riau**
- Ø **Para Guru Besar dan Anggota Senat Universitas Riau**
- Ø **Pimpinan Lembaga/Pusat/Unit di Lingkungan Universitas Riau**
- Ø **Para Dekan dan Pembantu Dekan di Lingkungan Universitas Riau**
- Ø **Para Dosen dan Segenap Civitas Akademika Universitas Riau**
- Ø **Para Undangan, Ilmuan, sahabat dan handaitaulan serta keluarga yang saya muliakan.**

Pertama-tama marilah kita panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga pada pagi hari ini kita masih diberikan kesempatan untuk hadir dalam Rapat Terbuka Senat Universitas Riau dalam rangka pengukuhan saya sebagai Guru Besar dalam Bidang Ilmu Manajemen Pemasaran pada Fakultas Ekonomi Universitas Riau. Shalawat beriring salam senantiasa kita kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta Keluarga dan para Sahabat.

Dalam suasana yang penuh khidmat ini, perkenankanlah saya menyampaikan pidato Pengukuhan Guru Besar berjudul :

**“PERAN *ENTREPRENEURIAL MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN KINERJA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH
(UMKM)
DI INDONESIA”**

Sidang Senat, Hadirin, Undangan yang berbahagia .

A. PENDAHULUAN

Terinspirasi dari buku *Entrepreneurial Marketing* yang ditulis Leonard M. Lodish di *Wharton Business School* yang terdiri dari 14 bab diantaranya meliputi; *product development, pricing, advertisement, distribution channel, promotion, sales management dan brand*

management. dan *Marketing That Works* yang berusaha mengakhiri “perang paradigma” antara pemasaran dan kewirausahaan. Buku yang ditulis Leonard M. Lodish, Howard L. Morgan dan Shellye Archambeau ini menyajikan sisi taktikal pemasaran sehingga mudah untuk diimplementasikan oleh perusahaan pada semua skala, termasuk UMKM adalah untuk memberikan alat bagi pengusaha ventura untuk mendapatkan keuntungan maksimal dari biaya minimal yang dikeluarkan untuk aktivitas pemasaran. Ketiga penulis mengkritisi pentingnya memilih berbisnis dengan pasar sasaran yang tepat, banyaknya pengusaha yang terlalu percaya diri terhadap produk yang mereka pasarkan. Mereka meninggalkan suara konsumen, dan hanya mengandalkan intuisi mereka, dalam bahasa pemasaran, situasi ini dinamakan “*marketing myopia*” (rabun pemasaran) yang berisiko tingginya rasio kegagalan pada usaha baru.

Disadari atau tidak, sering terjadi perbedaan paham antara pemasaran (*marketing*) dan kewirausahaan (*entrepreneurship*). Banyak yang beranggapan bahwa *marketing* hanya bisa diimplementasikan oleh perusahaan dengan modal besar, karena untuk mengimplementasikan *marketing*, diperlukan sumber daya manusia dan finansial yang memadai. Sementara itu, kendala yang paling sering dihadapi oleh pengusaha baik mikro, kecil dan menengah adalah keterbatasan modal, sehingga muncul anggapan bahwa *marketing* hanya aktivitas pemborosan. Pernyataan itu tidak sepenuhnya salah, seringkali peneliti pemasaran memandang subjek pemasaran dari atas menara gading, dan melupakan betapa sulitnya mengimplementasikan strategi-strategi tersebut di lapangan. Bagi perusahaan berskala besar bersikukuh membangun hubungan jangka panjang (*long term relationship*), sedangkan bagi pengusaha ventura dengan modal terbatas, tidak akan ada hubungan jangka panjang tanpa transaksi jangka pendek.

Pertanyaannya, apakah pemasaran harus ditinggalkan oleh perusahaan ventura? Jawabannya “Tidak”, karena peran pemasaran ternyata paling krusial dalam menentukan kesuksesan perusahaan ventura. Pernyataan ini menjadi titik awal untuk menyusun strategi pemasaran yang jitu untuk memasuki pasar global yang kini sedang kita jalani. Banyak unit usaha yang telah berhasil dalam memproduksi, memiliki sumber finansial yang memadai, mengembangkan kreativitas dan inovasi, melakukan differensiasi produk tetapi sulit menembus pasar karena ketatnya persaingan yang dihadapi saat ini. Pasar lokal adalah merupakan langkah awal bagi usaha pemula yang dirintis dengan segala kesulitan dan tantangan yang dihadapi untuk menghadapi pasar nasional dan global.

Teori dasar tentang *Entrepreneurial Marketing* konsisten dengan teori *Resource-Advantage* (RA). Teori RA mengikuti pendekatan konvensional dari *marketing* dan *entrepreneurial*

marketing. Konsisten dengan dinamika kompetisi, *marketing* dapat memfasilitasi kemampuan perusahaan untuk menciptakan sumber-sumber baru dan meningkatkan produktivitas dari sumber-sumber yang memiliki kekuatan dan keunggulan inovasi dalam berbagai bentuk kombinasi baru sumber-sumber. Istilah *Entrepreneurial Marketing* telah digunakan dalam berbagai penelitian (Stoke, 2000 dalam Mayasari) seringkali diasosiasikan dengan kegiatan pemasaran. *Entrepreneurial Marketing* ditujukan sebagai suatu **konstruk integratif** bagi konseptual pemasaran dalam era perubahan, kompleksitas, kekacauan, kontradiksi dan pengurangan sumber-sumber.

Entrepreneurial Marketing pada awalnya merupakan dua bidang penelitian yang berbeda, namun lambat laun konsep ini terus berkembang. Secara kuantitas dan kualitas terus meningkat baik yang terkait dengan penelitian maupun tulisan dan secara teoritik maupun empiris adalah memperluas batasan tentang pengetahuan (Collinson & Shaw, 2001 dalam Kraus, 2009). Bagaimanapun, penelitian pada area *marketing* dan *entrepreneurship* memandang dua disiplin secara bersama-sama, menggantikan salah satunya (Carson *et.al.*, 1995), sedangkan beberapa penelitian menyebutkan merupakan suatu paradigma baru (Collinson, 2002). Fakta empiris menyatakan terdapat suatu hubungan permanen yang signifikan antara *enterprise's marketing* dan *entrepreneurial orientations*, keduanya secara langsung berpengaruh terhadap keberhasilan organisasi. Transformasi *entrepreneurial concepts* terhadap *marketing concepts*, seperti; strategi pemasaran, pengembangan produk, penjualan, atau perilaku pembeli. Banyak aktivitas *entrepreneurial*, seperti; identifikasi peluang baru, aplikasi teknik inovasi, komersialisasi produk, dan kepuasan konsumen membutuhkan pilihan target pasar juga aspek mendasar dari teori pemasaran. Bagaimanapun dapat disimpulkan bahwa *entrepreneur* yang sukses menggunakan cara-cara pemasaran yang non-konvensional. Meskipun begitu, interrelasi temuan-temuan penelitian antara *marketing* dan *entrepreneurship* secara ekstrim terpisah begitu jauh, dan tidak ada analisis terintegrasi dan teori yang komprehensif sebelumnya (Kraus, 2009). Oleh karena itu isu spesifik ini mampu memberikan kontribusi tentang membangun teori "*entrepreneurial marketing*". Protano, 2005, menyatakan "*entrepreneurial marketing is about gathering the evidence that convinces individuals (=people, partner's, customers & end users) surrounding venture to act & react by exploiting breakthroughs & overcoming setbacks*".

Dalam prakteknya *entrepreneurial marketing* memiliki dua dimensi yakni *mindset* dan proses. *Mindset entrepreneur's* sangat berhubungan dengan peluang dan sumber-sumber yang dikehendaki. Disisi lain proses menghendaki kombinasi tentang pedoman visi apa

yang konsumen inginkan ke depan dengan pengukuran, desain iteratif eksperimen untuk menguji visi.

Entrepreneurial marketing menggambarkan suatu peluang bilamana *entrepreneurs* secara proaktif memandang berbagai cara untuk menciptakan nilai yang diinginkan pelanggan dan membangun ekuitas pelanggan. *Entrepreneurs* tidak dibatasi oleh sumber-sumber yang dikendalikan dan inovasi yang menggambarkan tanggung jawab inti pemasaran dan berarti kunci keuntungan kompetitif yang berkelanjutan. Pendekatan *entrepreneurial marketing* menghendaki perubahan tidak hanya dalam perilaku tetapi juga sikap yang bertanggung jawab bagi aktivitas pemasaran.

Hadirin, para undangan yang berbahagia

B. PENGUATAN BUDAYA LOKAL

Jika kita merenung lebih jauh dan berpikir tentang masa depan bangsa ini, mengapa bangsa Indonesia yang memiliki sumber kekayaan alam yang berlimpah ruah belum mampu mencapai masyarakat adil dan makmur sebagaimana yang diamanatkan UUD 1945 dan dicita-citakan pendiri negeri ini. Negeri yang terkenal dengan julukan “Jamrud di Khatulistiwa”, masih memerlukan manusia-manusia brilian dan bermoral untuk menaikkan derajat bangsa ini setara dengan bangsa lainnya. Pada hakekatnya, bangsa ini memiliki warisan budaya yang bisa dibatinkan menjadi nilai-nilai sosial yang menunjang kerja keras, hemat, jujur, sabar, tekun, ulet dan bahkan terbuka untuk perubahan yang merupakan “*conditio sine qua non*” dalam kehidupan berbangsa dan bernegara di era globalisasi ini. Dapat dibayangkan bilamana kita tidak mampu mengambil peran dalam globalisasi, tentunya kita akan menjadi masyarakat yang terpinggirkan. Barangkali ini akan menjadi malapetaka bagi generasi muda dan anak cucu kita dimasa yang akan datang. Bertitik tolak dari nilai-nilai budaya yang kita miliki dapat menjadi pendorong dan semangat untuk mengelola tantangan globalisasi melalui konsep yang sederhana, realistik dan komprehensif.

Entrepreneur berikut *entrepreneurship*-nya dengan kebudayaan ibarat ikan dengan airnya. Sejarah juga telah mencatat bahwa tumbuh kembangnya individu-individu dengan jiwa wira usaha seantaro dunia memiliki hubungan timbal balik dengan kebudayaan yang melingkupinya. Sebuah kebudayaan akan melahirkan *entrepreneur-entrepreneur*, demikian pula sebaliknya *entrepreneur* telah berkontribusi dalam proses pengkayaan dan pengembangan sebuah kebudayaan. Proses inilah yang dikenal dengan dialektika fundamental hubungan kreatif antara manusia dan kebudayaan melalui eksternalisasi, objektivitasi, serta internalisasi (Berger dalam Maran, 2000).

Pada tataran yang lebih praktis, telah terbukti bahwa kemunculan *entrepreneur* berikut perilaku *entrepreneurial*-nya disebabkan oleh lingkungan etnokultural yang melingkupinya (Lambing & Kuehl, 2003). Faktor budaya yang didalamnya terdapat nilai dan kepercayaan telah mempengaruhi status dan citra para *entrepreneur* yang lalu menjadi pembeda kisah sukses para *entrepreneur*. Demikian pula lingkungan budaya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap berbagai strategi yang dijalankan para entrepreneur. Hisrich, Peters, dan Shepperd (2008) menyatakan bahwa para *entrepreneur* perlu memahami bahwa setiap elemen dalam perencanaan bisnis haruslah berkesesuaian dengan budaya lokal dalam derajat tertentu.

Budaya bangsa itu dibentuk dari keunggulan yang ada pada budaya-budaya lokal se-Nusantara. Dengan demikian budaya-budaya lokal yang ada di Nusantara muncul dan eksis lebih dulu, sedangkan budaya bangsa muncul sesudahnya, tepatnya sesudah Negara Kesatuan Republik Indonesia diproklamirkan. Jadi budaya bangsa mewarisi nilai-nilai unggulan dari budaya-budaya lokal, dan bukan sebaliknya. Budaya-budaya lokal yang ada di Indonesia selanjutnya menjadi warisan budaya (*Cultural Heritage*) bagi bangsa Indonesia (Karmadi, 2007). Kearifan budaya suatu masyarakat merupakan kumpulan pengetahuan dan cara berpikir yang berakar dalam kebudayaan suatu etnis, yang merupakan hasil pengamatan dalam kurun waktu yang panjang. Penggal lain terhadap kearifan budaya lokal ditujukan untuk mengenal dan memahami fenomena alam melalui penelusuran informasi versi masyarakat pengguna, diantaranya tentang kewirausahaan. Pemahaman ilmiah dalam konteks kearifan budaya lokal diharapkan mampu membuka wawasan sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mengembangkan kewirausahaan secara baik dan lestari.

Disisi lain konglomerasi budaya memandulkan proses penciptaan karya seni lokal. Serangkaian pesan yang dikemas secara estetis dan menampilkan keindahan mendorong masyarakat melupakan budaya lokal dan menjauh dari realitas kehidupan. Berbagai cara dilakukan korporasi budaya untuk meyakinkan karya budaya yang mereka sajikan adalah karya terbaik. Kenyataan ini membuat kebudayaan rakyat kalah ketika dibawa ke arena korporasi. Budaya lokal suatu komunitas dianggap tidak menarik bagi komunitas lain. Globalisasi ekonomi tidak menjamin selamatnya warisan kebudayaan yang seharusnya menjadi warisan kita (Joost, 2009).

Penguatan budaya lokal sudah merupakan keharusan yang tak dapat ditawar lagi jika kita ingin bangkit dari pengaruh globalisasi yang sangat menakutkan itu. Kebijakan dan *political will* pemerintah baik pusat maupun daerah adalah "kata kuncinya". Adanya peraturan, gerakan, anjuran dan himbauan untuk mengkonsumsi produksi bangsa sendiri melalui "Gerakan Cinta Produksi Dalam Negeri", jangan hanya dijadikan slogan tetapi diimplementasikan dalam kehidupan

pejabat negara dan masyarakat. Kita terlena dan terbuai dengan sikap "*Demonstration Effect*" yang bangga menggunakan produk luar negeri. Ilustrasi sederhana yang dapat kita cermati seperti; kewajiban dan anjuran menggunakan baju batik pada hari tertentu membuat UMKM dan pasar menggeliat dan tumbuh dengan pesat di tanah air, di bumi Melayu Riau adanya Peraturan Daerah dan Peraturan Kepala Daerah untuk menggunakan kain songket, batik songket, mengkonsumsi makanan khas Riau mampu mengangkat UMKM kepermukaan sebagai pelaku ekonomi yang dapat kita handalkan dimasa yang akan datang. Nilai-nilai budaya asing dan globalisasi tidak seharusnya memarjinalkan budaya lokal yang sangat kita banggakan. Oleh karena itu komitmen semua pihak terus kita jaga sebagai penangkal kekuatan eksternal yang tidak dapat kita bendung sebagai suatu keharusan. Potensi unggulan setiap daerah harus menjadi perhatian karena sebagian besar banyak yang terabaikan karena persoalan kualitas dan pasar yang terbatas. Kerja keras dan keinginan untuk membangun dan mengembangkan sektor riil sebagai kekuatan ekonomi berada dipundak "Penguasa" dan didukung "Pengusaha" yang memegang teguh nilai-nilai budaya, nasionalisme dan kepedulian yang tinggi. Adakah orang-orang yang saya sebutkan tersebut diatas masih menghuni bumi Indonesia yang kita cintai ini ?

Hadirin, para undangan yang berbahagia,

C. ENTREPRENEUR-BERDAYA SAING DLOBAL

Entrepreneur yang diartikan wirausaha adalah seorang yang memiliki inisiatif, mengorganisir mekanisme sosial dan ekonomi dalam penciptaan sumber daya, melakukan perubahan dan inovasi, berani mengambil risiko kegagalan (Hisrich and Peter, 1998). Pengertian ini menunjukkan bahwa pada jiwa seorang *entrepreneur* terdapat keinginan-keinginan (*need*) untuk berbuat sesuatu yang baik, yang bermanfaat bagi manusia disekelilingnya. Hal ini sejalan dengan pendapat Pitts, 2008 "*To succeed, entrepreneurs need to develop their own beliefs and ideas and create a viable action plan to move these ideas forward.*" Keinginan untuk berbuat didukung oleh kemampuannya untuk mewujudkan keinginan tersebut (*drive*), mampu menciptakan suatu nilai atas suatu sumberdaya (*resources*) sehingga ia mampu menciptakan suatu yang baru (*innovate*) dan berani atas risiko kegagalan dari sesuatu yang diperbuat. Keberhasilan yang telah diraih akan semakin menambah semangat untuk berusaha dan mengembangkan lebih baik lagi. Walaupun disadari kegagalan selalu menjadi momok yang menakutkan bagi seorang wirausaha. Kadangkala kegagalan sering juga dijadikan tonggak awal seorang wirausaha untuk melanjutkan usahanya ke depan untuk mampu bersaing dalam pasar global.

Tantangan Indonesia ke depan terhadap imej dan iklim usaha yang kurang kondusif diantaranya; negara sangat tidak kompetitif, tenaga kerja yang tidak produktif, iklim investasi yang tidak kondusif (kebijakan, infrastruktur, dll) dan negara paling korupsi. Dari 133 negara, Indonesia berada pada ranking ke 123 (*Easy of Doing Business*), ke 99 (*Starting a Business*), ke 153 (*Employing Workers*), ke 68 (*Getting Credit*), ke 51 (*Protecting Investors*), ke 110 (*Paying Taxes*) dan ke 136 (*Closing a Business*). Kondisi diatas menggambarkan betapa lemahnya daya saing global Indonesia dalam percaturan pasar bebas. Hal ini menghendaki suatu **birokrasi yang terintegrasi dan diperlukan reformasi** sebagai faktor sukses yang kritis untuk ditata sedini mungkin. Untuk melihat daya saing Indonesia di dunia dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. The World Competitiveness Scoreboard

Country	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
USA	1	1	1	1	1	1	1
Singapore	4	2	3	3	2	2	3
Hong Kong	10	6	2	2	3	3	2
Switzerland	9	14	8	8	6	4	4
Australia	7	4	9	6	12	7	7
China	27	22	29	18	15	17	20
Taiwan	17	12	11	17	18	13	23
Malaysia	21	16	26	22	23	19	18
India	42	30	33	27	27	29	30
Korea	32	31	27	32	29	31	27
Thailand	28	26	25	29	31	27	26
Phillippines	41	43	40	42	45	40	43
Indonesia	49	49	50	52	54	51	42
Venezuela	51	51	51	53	55	55	57

Source : International Institute for Management Development, World Competitiveness Year Book, 2009.

Tabel diatas memperlihatkan bahwa daya saing Indonesia masih jauh dibandingkan dengan negara lainnya, walaupun pada tahun 2009 mengalami peningkatan ke ranking 42. Namun daya saing ini masih jauh dari kondisi yang diharapkan, jauh dibandingkan negara-negara dikawasan Asean dan Asia. Tantangan ini menghendaki adanya keseriusan dan komitmen yang jelas dari pemerintah, jika kita tidak ingin jauh tertinggal dari negara-negara lainnya.

Untuk memasuki pasar global, diperlukan langkah-langkah diantaranya; (1) menghasilkan produk yang berkualitas, (2) konsisten

melalui proses yang ketat terutama pengendalian mutu, (3) penayagunaan teknologi tepat guna, tetap sasaran dan relevan, serta (4) membangun dan mengembangkan jaringan pemasaran yang handal. Disamping itu juga diperlukan proses transformasi, kemitraan dan strategi yang sesuai dengan kondisi UMKM yang serba terbatas.

Hadirin, para undangan yang berbahagia,

D. EKONOMI KERAKYATAN

Istilah ekonomi rakyat sebenarnya telah dimunculkan sejak masa kolonial, Bung Hatta sebagai penggagas saat itu merekomendasikan untuk memaksimalkan kegiatan usaha ekonomi akar rumput untuk dapat berperan dalam perekonomian nasional. Pertengahan tahun 1990-an muncul tuntutan yang mengharapkan dikembangkannya ekonomi kerakyatan di tanah air, hal ini dilandasi oleh penguasaan ekonomi konglomerasi di tanah air saat itu yakni 78 persen aset negara dikuasai oleh 25 orang konglomerat. Kondisi yang mengkhawatirkan ini merupakan suatu bentuk protes atas kebijakan pemerintah yang berpihak pada usaha ekonomi skala besar yang dan mengabaikan keberadaan UMKM dan mengakibatkan ekonomi rakyat hanya menguasai sebagian kecil aset negara, jauh tertinggal di belakang yang melahirkan kesenjangan antar usaha yang semakin melebar. Kebijakan pemerintah yang berpihak pada usaha skala besar ternyata tidak mampu menjawab persoalan perekonomian bangsa, sehingga krisis ekonomi dunia membawa dampak yang buruk terhadap kehidupan masyarakat.

Dalam tatanan perekonomian kita mengenal beberapa sistem perekonomian yakni sistem ekonomi; kapitalis, sosialis, komunis dan terakhir ekonomi pasar yang sedang kita jalani saat ini. Sistem ekonomi kerakyatan pada hakekatnya belumlah diakui sebagai suatu sistem ekonomi sebagaimana sistem ekonomi lainnya. Sungguhpun demikian sistem ekonomi kerakyatan merupakan suatu pemikiran yang memerlukan kriteria dan persyaratan untuk diimplementasikan.

Ekonomi rakyat dan ekonomi kerakyatan atau perekonomian rakyat memiliki arti yang berbeda. Ekonomi rakyat menggambarkan tentang pelaku ekonominya, sedangkan perekonomian rakyat lebih menunjuk pada objek atau situasinya. Makna yang lebih luas ada dalam ekonomi kerakyatan yang mencerminkan suatu sistem perekonomian.

Pengertian lain, *ekonomi rakyat (perekonomian rakyat)* adalah ekonomi pribumi (*people's economy is indigeneous economy*), bukan aktivitas perekonomian yang berasal dari luar aktivitas masyarakat (*external economy*). Yang dimaksud dengan ekonomi rakyat adalah perekonomian atau perkembangan ekonomi kelompok masyarakat yang berkembang relatif lambat, sesuai dengan kondisi yang melekat pada kelompok masyarakat tertentu (Salim Siagian, 2001). Kegiatan

ekonomi rakyat banyak pada suatu negara atau daerah yang pada umumnya dalam keadaan tertinggal bila dibandingkan dengan perekonomian negara atau daerah bersangkutan secara rata-rata. Pengertian lain disebutkan Ekonomi Rakyat (Perekonomian Rakyat) adalah ekonomi pribumi (*people's economy is endogeneous economy*, bukan aktivitas perekonomian yang berasal dari luar aktivitas masyarakat (*external economy*). Ekonomi rakyat dimaksudkan sebagai perekonomian atau perkembangan ekonomi kelompok masyarakat yang berkembang relatif lambat, sesuai dengan kondisi yang melekat pada kelompok masyarakat tersebut.

Ekonomi rakyat adalah kegiatan ekonomi yang diselenggarakan oleh pelaku ekonomi mikro, kecil dan menengah termasuk koperasi dengan segala keterbatasannya dalam mengembangkan usaha berdasarkan potensi ekonomi yang dimiliki. *Program Ekonomi Rakyat* adalah kumpulan kegiatan-kegiatan dalam alokasi anggaran pembangunan pemerintah maupun dana pengembangan masyarakat yang tersedia dalam anggaran perusahaan, yang ditujukan untuk pengembangan ekonomi masyarakat terutama diarahkan kepada pelaku ekonomi seperti Usaha Mikro, Usaha Kecil Menengah (UMKM) dan Koperasi termasuk penduduk miskin.

(Zulkarnain, 2003)

Perekonomian rakyat atau ekonomi rakyat erat kaitannya dengan para pelaku ekonomi. Sedangkan sistem ekonomi yang melingkupi kegiatan ekonomi rakyat tersebut adalah sistem ekonomi kerakyatan. Dengan demikian, perekonomian yang diselenggarakan oleh rakyat adalah usaha ekonomi yang menjadi sumber penghasilan sebuah keluarga atau orang per orang. Perekonomian yang diselenggarakan oleh rakyat seperti ini merupakan perekonomian nasional yang berakar pada potensi dan kekuatan masyarakat secara luas (Mardiasmo, 2002)

Sistem ekonomi kerakyatan adalah sistem ekonomi yang mengikut sertakan seluruh lapisan masyarakat ke dalam proses pembangunan. Adapun cakupan dalam sistem ekonomi kerakyatan tersebut adalah mengenai administrasi pembangunan nasional, mulai dari sistem perencanaan hingga sistem pemantauan dan pelaporan. Karena itu sistem ekonomi kerakyatan sesungguhnya adalah demokrasi ekonomi (Salim Siagian, 2001).

Sesungguhnya ekonomi kerakyatan adalah demokrasi ekonomi. Di alam Indonesia, demokrasi ekonomi dikembangkan berdasarkan dasar negara Pancasila dan Konstitusi UUD 1945. Dengan pemahaman di atas jelas bahwa ekonomi rakyat dan ekonomi kerakyatan berbeda yakni ekonomi rakyat menyangkut kelompok masyarakat yang aktivitasnya tumbuh lambat, sedangkan ekonomi kerakyatan menyangkut sistem ekonomi yang harus dianut sesuai dengan falsafah negara kita. Selain itu Sistem Ekonomi Kerakyatan menyangkut dua aspek yakni keadilan/demokrasi ekonomi dan keberpihakan pada

ekonomi rakyat. Dengan demikian Ekonomi Kerakyatan bertumpu pada mekanisme pasar yang berkeadilan, mengikut sertakan seluruh lapisan masyarakat dalam proses pembangunan dan perlakuan yang adil bagi seluruh masyarakat. Sungguhpun demikian tujuan akhir yang ingin dicapai dalam sistem ini adalah peningkatan kesejahteraan ekonomi seluruh atau mayoritas warga masyarakat. Dengan kata lain sistem ini lebih bersifat *process oriented*, bukan *goal oriented*.

Dalam konteks pengembangan ekonomi kerakyatan ada dua aspek yang berbeda tetapi satu dalam pelaksanaannya yakni antara penumbuhan dan pengembangan UMKM. Padahal antara keduanya memiliki perbedaan yang sangat mendasar, penyamaan persepsi antara keduanya sering tidak tepat sasaran karena kedua aspek ini nyata perbedaannya. Penumbuhan usaha berarti menumbuhkan usaha dari tidak ada menjadi memiliki usaha dengan kata lain dapat dikatakan sebagai Wirausaha Baru (WUB), juga termasuk bagi penduduk miskin yang tidak berusaha lalu diberikan peluang usaha melalui program bantuan, sedangkan pengembangan lebih menekankan pada unit usaha yang sudah ada lalu dikembangkan dari mikro ke kecil dan dari kecil ke menengah. Dua aspek ini memerlukan pendekatan yang berbeda dalam berbagai aspek yang terkait dengan unit usaha yang dikembangkan karena memiliki kebutuhan yang berbeda dalam aspek manajemen usaha, permodalan, pasar dan teknologi produksi.

Hal-hal yang perlu menjadi perhatian dalam pengembangan ekonomi rakyat diantaranya, **Pertama;** memberdayakan potensi sumber daya alam secara optimal untuk kesejahteraan dan kemakmuran bersama. Dengan kata lain kita harus mampu menumbuhkan industri-industri yang berbasis bahan baku dalam negeri (*resource based industry*). **Kedua;** menyusun program-program pembangunan yang menyentuh akar ekonomi rakyat, bukan menumbuhkan industri-industri yang berbasis bahan baku impor (*foodloose industry*). **Ketiga;** menata kembali sistem dan tatanan baru dalam hal birokrasi, etos kerja, program dan strategi, serta sasaran yang hendak dicapai. **Keempat;** meningkatkan kinerja industri dalam negeri, dengan mengedepankan konsep efisiensi produksi, kualitas dan kuantitas produksi dan penggunaan teknologi tepat guna dan memiliki daya saing yang tinggi **Kelima;** menanamkan kesadaran terhadap masyarakat tentang arti pentingnya berpihak kepada industri dalam negeri melalui kampanye, sosialisasi dan dukungan peraturan yang ada. **Keenam;** mencari pasar-pasar baru bagi produksi dalam negeri, tidak terbatas pada kepentingan lokal, regional dan nasional. **Ketujuh;** memperhatikan faktor-faktor penting dalam persaingan baik pembeli, barang pengganti, pemasok, pemain baru (*new entrant*) dan pesaing itu sendiri. **Kedelapan;** meningkatkan kualitas SDM yang terlibat dalam kegiatan bisnis termasuk kemampuan bernegosiasi, *lobby*, komunikasi bisnis yang

efektif. **Kesembilan;** menanamkan sikap pentingnya budaya perusahaan (*corporate culture*), *sense of belonging*, dan *sense of crisis* sebagai tonggak untuk melangkah kedepan.

Ada beberapa aspek penting yang perlu dipertimbangkan dalam mempersiapkan model ekonomi kerakyatan diantaranya : **Pertama;** Aspek Pembinaan, salah satu bagian penting dalam pengembangan ekonomi kerakyatan berkaitan dengan unsur pembinaan baik SDM, manajemen usaha, pasar dan informasi pasar dan teknologi. Dalam konteks ini perlu dikaji lebih dalam bagaimana UMKM dapat terus dikembangkan dan peran kelembagaan baik pemerintah maupun swasta. Karena paradigma baru dalam mengembangkan UMKM memisahkan antara unsur pembinaan dan pembiayaan, walaupun hakikinya harus berjalan seiring untuk menciptakan UMKM yang tangguh dan mandiri. Pola pembinaan yang berkesinambungan merupakan hal yang penting untuk mengukur tingkat keberhasilan dan kinerja yang dimiliki oleh UMKM. Masa lalu, pola pembinaan selalu terkota-kotak antar instansi terkait sehingga kita sulit untuk menentukan apakah program pembinaan yang telah dilaksanakan berjalan efektif atau tidak. Demikian pula dengan tanggung jawab pembinaan harus jelas antara fungsi yang dilakukan oleh pemerintah, BUMN, Perusahaan Besar Swasta, Perguruan Tinggi termasuk Lembaga Swadaya Masyarakat. Pengalaman menunjukkan bahwa masing-masing berjalan sendiri-sendiri untuk menentukan arah dan tujuan, sungguhpun tercapai tetap tidak terukur. Oleh karena itu unsur pembinaan merupakan kata kunci untuk menentukan maju mundurnya program pengembangan ekonomi kerakyatan. Program pembinaan dapat dilaksanakan melalui kegiatan pendidikan dan pelatihan, sosialisasi tentang perangkat hukum dan peraturan, pendampingan dan bimbingan usaha termasuk memberikan pengetahuan-pengetahuan melalui praktek lapangan dan *in house training*. Kalau hal ini dapat dilaksanakan dengan baik maka upaya untuk mengembangkan UMKM akan dapat direalisasikan dengan baik. **Kedua;** Aspek Pembiayaan, aspek pembiayaan UMKM selama ini lebih banyak dijalankan oleh BUMN dan BUMS dalam bentuk *Corporate Social Responsibility*(CSR) sebagai tanggung jawab sosial untuk memajukan kehidupan UMKM, bahkan lebih dari pada itu kehidupan ekonomi rakyat tumbuh dan berkembang secara mandiri atau kelompok, dan tidak jarang peran tengkulak dan rentenir turut untuk menghidupkan ekonomi rakyat. Hal ini sebagai alternatif dari tidak tersentuhnya Anggaran Pembangunan pemerintah baik melalui APBN maupun APBD. Dengan diberlakukannya UU tentang Otonomi Daerah sudah muncul wacana untuk menghidupkan ekonomi rakyat melalui pembiayaan APBN dan APBD yang selama ini walaupun ada jumlahnya relatif kecil. Muncul alternatif pembiayaan, apakah menggunakan Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank. Praktek perbankan memang sulit untuk akses dalam kehidupan ekonomi lapis bawah karena terjerat prinsip

5C-nya, lalu muncul Lembaga Keuangan Alternatif seperti BPR, Koperasi Simpan Pinjam/Unit Simpan Pinjam (KSP/USP), Unit Ekonomi Desa/Kelurahan-Simpan Pinjam (UED/K-SP), BMT dan PNPM (Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat). Memang modal bukanlah satu-satunya upaya untuk mengangkat kehidupan ekonomi rakyat, namun tanpa modal juga mustahil untuk berkembang dengan baik. Perdebatan tentang ini tetap hangat dibicarakan dalam kegiatan seminar, lokakarya, dialog interaktif, *talk show* diberbagai media cetak dan elektronik. Oleh karena itu kelembagaan keuangan yang menangani pembiayaan usaha ekonomi rakyat ini perlu kajian dan pembuktian tentang keberhasilan yang telah diraih. Kita seharusnya tidak langsung mendukung atau menolak suatu terobosan yang ditawarkan, namun membicarakannya lebih jauh, apakah benar pembiayaan yang sudah ada tidak efektif atau oknum yang selalu membuat citra lembaga keuangan menjadi tidak baik. **Ketiga;** Aspek Kemitraan, aspek ini juga selalu kita lupakan bahwa untuk mendukung UMKM yang tangguh dan mandiri diperlukan adanya kerjasama yang baik UMKM dan Usaha Skala Besar dalam bentuk kemitraan. Sayangnya, kemitraan yang kita lakukan selama ini selalu melanggar prinsip-prinsip kemitraan yang baku alias kemitraan semu. Lebih banyak membantu modal usaha, lalu dikatakan bermitra., padahal kemitraan yang hakiki memiliki unsur saling memperkuat, saling menguntungkan dan saling ketergantungan. Pemerintah telah mengeluarkan PP No. 44/97 tentang kemitraan namun kita belum nampak dengan jelas, apalagi keberhasilan sebagaimana yang dilaksanakan oleh Korea dan Jepang melalui Pola Sub-Kontrak nya. **Keempat;** Aspek Yuridis Formal, terbitnya UU No. 20 tahun 2008 tentang UMKM berdampak langsung terhadap eksistensi UMKM. Seharusnya UU tersebut ditindaklanjuti dengan Peraturan Pemerintah yang lebih spesifik dengan pengembangan unit usaha termasuk diperlukannya Peraturan Daerah (Perda) untuk memperkuat aspek yuridis tersebut diatas. Banyak hal sebenarnya yang perlu diatur tentang pembinaan, pembiayaan, kemitraan, kelembagaan dan keterkaitan unsur pembina yang harus dirumuskan secara jelas, hal ini tentunya memerlukan pemikiran dan tindak lanjut yang lebih realistis sesuai dengan kondisi UMKM.

Langkah-langkah strategis yang harus diambil dalam mengedepankan ekonomi rakyat, diantaranya ; **Pertama;** menginventarisir pelaku ekonomi, potensi dan komoditi unggulan yang dapat menghadapi persaingan. Diperlukan *data base* yang akurat untuk menghimpun gerakan dan program pembinaan yang lebih terarah. **Kedua;** meningkatkan peran lembaga keuangan bank dan non bank untuk mendukung kekuatan ekonomi yang sudah muncul. **Ketiga;** mendaftarkan kekuatan pelaku ekonomi daerah untuk meraih ISO sekaligus memiliki Hak Kekayaan Atas Intelektual (HAKI) sebagai syarat untuk bersaing dan memasuki pasar bebas. **Keempat;**

menumbuhkan jaringan pasar, baik dalam maupun luar negeri untuk mengantisipasi produksi dan output ekonomi rakyat dengan memperkuat kelembagaan yang terkait dengan penguasaan pasar dan informasi pasar. **Kelima;** meningkatkan penguasaan dan penggunaan teknologi tepat guna untuk mendukung aspek kualitas dan kuantitas produksi dalam mengantisipasi permintaan. **Keenam;** meningkatkan peran dinas/instansi yang terkait dengan pengembangan ekonomi termasuk pembenahan dalam hal birokrasi dan mentalitas aparat. **Ketujuh;** melakukan perlindungan terhadap pelaku ekonomi melalui berbagai kebijakan yang memihak kepada kepentingan rakyat termasuk pengembangan pasar tradisional ditengah maraknya pasar-pasar modern berskala besar. **Kedelapan;** menunjuk atau membentuk badan/institusi yang bertanggung jawab terhadap pengembangan ekonomi rakyat. **Kesembilan;** komitmen yang tegas dan konsekuen dari pemerintah daerah dalam mensukseskan perjalanan ekonomi rakyat. **Kesepuluh;** bekerja dan memajukan ekonomi rakyat memerlukan instrumen yang jelas dan penuh kehati-hatian dengan mengacu kepada suatu konsepsi yang jelas dan transparan.

Perjalanan ekonomi rakyat masih panjang dan jauh kedepan serta upaya memajukannya memerlukan kesungguhan dan nurani para pemimpin dengan segala pengorbanannya. *Small is Beautifull* (kecil itu indah), namun keindahan itu tidak akan pernah kita nikmati tanpa memperhatikan dan peduli terhadap yang kecil itu. Lidi bila dihimpun dalam suatu ikatan akan berfaedah untuk membersihkan, barangkali ikatan itu yang perlu kita pikirkan yakni bagaimana ekonomi rakyat mampu bangkit di negeri ini. Tahun 2010, tidak akan banyak perubahan yang berarti kalau konsepsi, instrumen dan strategi untuk memberdayakan ekonomi rakyat belum menyatu dalam suatu ikatan, kolaborasi antar kekuatan dan kebijakan lah yang akan menentukan.

Hadirin, para undangan yang berbahagia,

E. PEMBERDAYAAN UMKM

Pemberdayaan (*empowerment*) merupakan suatu konsep yang paling sering digunakan dalam kurun waktu akhir-akhir ini. Seringkali pemahaman tentang pemberdayaan selalu mempersalinggantikan, memang tidak ada pemahaman yang benar secara absolut, tetapi upaya untuk memahami suatu konsep dengan baik merupakan langkah awal sebuah program pembangunan yang baik.

Kecenderungan bertambahnya angka kemiskinan dan pengangguran akhir-akhir ini merupakan dampak yang sulit untuk dihindarkan, diantaranya pengaruh ekonomi global, kelangkaan dan

mahalnya sumber energi, fundamental ekonomi nasional yang belum kokoh termasuk kondisi sosial politik yang belum stabil karena adanya kepentingan akan kekuasaan pemimpin di negeri ini. Kegagalan dalam melaksanakan berbagai program yang terkait dengan kepentingan masyarakat menjadi titik perhatian dari berbagai kalangan seperti meninabobokkan masyarakat dengan berbagai bantuan langsung, melakukan subsidi dan seterusnya menyebabkan beban anggaran pembangunan semakin berat.

Persoalan-persoalan diatas seakan-akan merupakan beban pemerintah semata, padahal untuk memberdayakan masyarakat juga merupakan tanggung jawab sosial perusahaan dan masyarakat pada umumnya untuk ikut berpartisipasi menanggulangnya. Kolaborasi antara pemerintah, dunia usaha dan partisipasi masyarakat pada hakekatnya dapat membantu mengurangi beban masyarakat yang demikian berat terutama karena terjadinya kenaikan harga dan tingginya biaya hidup yang harus ditanggung dengan penghasilan yang rendah.

Program jangka pendek yang selama ini dijalankan, tidak banyak merubah kehidupan masyarakat, sifatnya sesaat dan bahkan banyak menimbulkan sikap benalu. Masyarakat selalu menanti uluran tangan dari pemerintah untuk mengurangi beban hidupnya, namun dalam prakteknya program Bantuan Langsung Tunai (BLT) banyak menimbulkan persoalan dan sering tidak tepat sasaran. Sekali lagi istilah memberi pancing dan ikan, tetap akan menjadi pilihan yang sulit. Kegagalan inilah yang mengilhami bahwa program pemberdayaan masyarakat merupakan jawaban yang terbaik agar masyarakat dapat terus mandiri dengan melihat potensi yang dimiliki agar sifat ketergantungan terhadap orang lain dapat dieliminir dan menjadi mandiri agar semuanya dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi keberhasilan program pembangunan nasional.

Program pemberdayaan masyarakat memerlukan perencanaan jangka panjang dan terintegrasi antara pemerintah, dunia usaha dan masyarakat. Integrasi ini diharapkan dapat mengatasi persoalan dan kerancuan yang sering dihadapi karena tidak adanya koordinasi yang baik antar komponen yang membantu program pemberdayaan ini. Hal yang terpenting dalam program pemberdayaan kita selalu dihadapkan pada persoalan data yang tidak akurat di lapangan sehingga diperlukan verifikasi data, orientasi dan pemberian keterampilan serta perlunya menanamkan sikap optimis kepada masyarakat dalam bentuk penyadaran, pengkapasitasan dan pendayaan untuk merubah keterbatasan menjadi kemapanan. Program pemberdayaan memerlukan tahapan dan dilaksanakan secara berkesinambungan, sepanjang kehidupan masyarakat masih memerlukan perhatian dan stimulasi yang diperlukan.

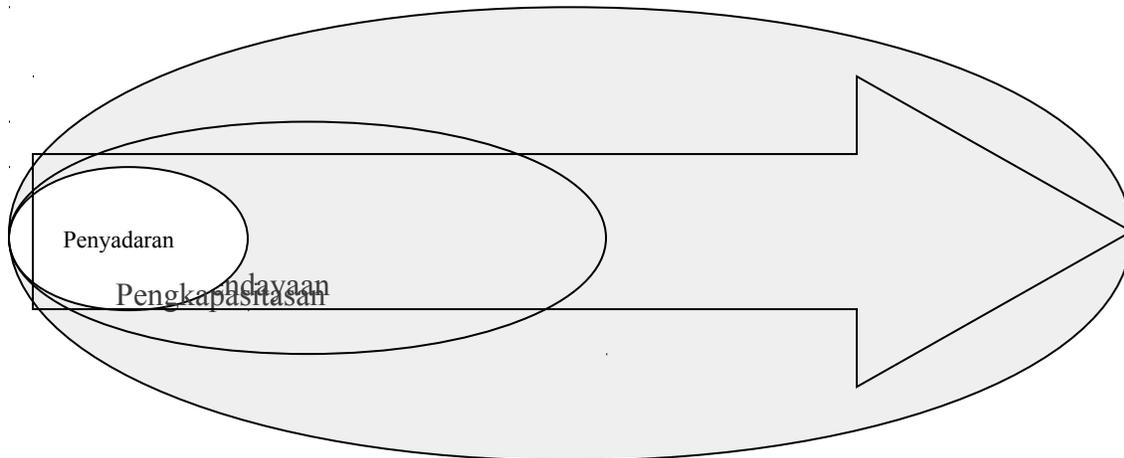
Pemberdayaan, merupakan arti kekuatan yang berasal dari dalam, tetapi dapat diperkuat dengan unsur-unsur penguatan yang

diserap dari luar. Pemberdayaan merupakan sebuah konsep untuk memotong lingkaran setan yang menghubungkan *power* dengan pembagian kesejahteraan. Oleh karena itu pemberdayaan bertujuan dua arah. **Pertama;** melepaskan belenggu kemiskinan dan keterbelakangan. **Kedua;** memperkuat posisi lapisan masyarakat dalam struktur kekuasaan (Ginanjari Kartasasmita, 1996).

Selanjutnya dinyatakan, upaya pemberdayaan masyarakat dapat dilihat dari tiga sisi. **Pertama;** menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Disini titik tolaknya adalah bahwa setiap manusia, setiap masyarakat, memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Artinya, tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa daya. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun itu, dengan mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya mengembangkannya. **Kedua;** memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat (*empowering*). Dalam rangka ini diperlukan langkah-langkah lebih positif, selain dari hanya menciptakan iklim dan suasana. Penguatan ini meliputi langkah-langkah nyata, dan menyangkut berbagai penyediaan (*input*), serta pembukaan akses terhadap berbagai peluang (*opportunities*) yang akan membuat masyarakat semakin berdaya. Untuk itu perlu ada "program khusus" bagi masyarakat yang kurang berdaya, karena program-program umum yang berlaku untuk semua, tidak selalu dapat menyentuh. **Ketiga;** memberdayakan mengandung pula arti melindungi. Dalam proses pemberdayaan, harus dicegah yang lemah menjadi bertambah lemah, oleh karena kekurangberdaya dalam menghadapi yang kuat. Melindungi tidak berarti mengisolasi atau menutupi, karena hal itu justru akan mengerdilkan yang kecil dan melunglaikan yang lemah. Melindungi harus dilihat sebagai upaya untuk mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang, serta eksploitasi yang kuat atas yang lemah.

Pendekatan utama dalam konsep pemberdayaan adalah bahwa masyarakat tidak dijadikan objek dari berbagai proyek pembangunan, tetapi merupakan subjek dari upaya pembangunan itu sendiri. Konsep pemberdayaan masyarakat merupakan sebuah konsep yang "relatif baru". Ia bertolak belakang dengan konsep pembangunan yang berorientasi kepada "proyek". Artinya, peran birokrasi yang besar, seringkali dijalankan sebagai program pemerintah, tetapi masyarakat itu sendiri tidak terlibat di dalamnya.

Pemberdayaan adalah sebuah "proses menjadi", bukan sebuah "proses instan". Sebagai proses, pemberdayaan mempunyai tiga tahapan : penyadaran, pengkapasitasan, dan pendayaan (Randy dan Riant, 2007). Proses tersebut dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini :



Gambar 1. Tiga Tahapan Pemberdayaan

Konsep “*empowerment*” (pemberdayaan) muncul karena dua premis mayor, yakni kegagalan dan harapan. Kegagalan yang dimaksud adalah gagalnya model-model pembangunan ekonomi dalam menanggulangi kemiskinan dan lingkungan yang berkelanjutan. Sementara itu, harapan muncul karena adanya alternatif-alternatif pembangunan yang memasukkan nilai-nilai demokrasi, persamaan gender, persamaan antar generasi, dan pertumbuhan ekonomi yang memadai. Kegagalan dan harapan bukanlah alat ukur dan hasil kerja ilmu-ilmu sosial, melainkan lebih merupakan cermin dari nilai-nilai normatif dan moral. Kegagalan dan harapan akan merasa sangat nyata pada tingkat individu dan masyarakat. Pada tingkat yang lebih luas, yang dirasakan adalah gejala kegagalan dan harapan. Dengan demikian, “pemberdayaan masyarakat”, pada hakikatnya adalah nilai kolektif pemberdayaan individual (Friedmann, 1992).

Konsep “*empowerment*” sebagai konsep alternatif pembangunan pada intinya menekankan pada otonomi pengambilan keputusan dari suatu kelompok masyarakat, yang berlandas pada sumberdaya pribadi, langsung (melalui partisipasi), demokratis, dan pembelajaran sosial melalui pengalaman langsung. Sebagai titik fokusnya adalah lokalitas sebab “*civil society*” akan merasa siap diberdayakan lewat isu-isu lokal. Namun, Friedmann juga mengingatkan bahwa adalah sangat tidak realistis apabila kekuatan-kekuatan ekonomi dan struktur-struktur diluar “*civil society*”. Oleh karena itu pemberdayaan masyarakat tidak hanya sebatas, namun juga secara politis sehingga pada akhirnya masyarakat akan memiliki posisi tawar baik secara nasional maupun internasional (Friedmann, 1992). Selanjutnya Friedmann menyatakan bahwa konsep “*empowerment*” merupakan hasil kerja proses interaktif baik tatanan ideologis maupun pada tataran implementasi. Pada tataran ideologis, konsep “*empowerment*” merupakan hasil interaksi antara konsep “*top down-bottom up*”, antara *growth strategy* dan *people-centered*

strategy". Pada tataran implementasi, interaktif akan terjadi lewat pertarungan antara otonomi.

Usman (2003) menjelaskan bahwa dalam pengertian terminologis, pemberdayaan (*empowerment*) dapat didefinisikan sebagai "upaya untuk mengaktualisasikan potensi yang sudah dimiliki oleh masyarakat". Dalam konteks ini, secara implisit pemberdayaan mengandung unsur "partisipasi" yang seharusnya dimunculkan dari dalam diri masyarakat itu sendiri. Pearse dan Stiefel (1979) sendiri lebih cenderung memberikan istilah "pemberdayaan partisipatif", yang mengandung bentuk-bentuk seperti: menghormati kekhasan lokal, dekonsentrasi kekuasaan dan peningkatan kemandirian.

Freire (1992) lebih jauh menjelaskan bahwa proses pemberdayaan merupakan metode yang berusaha mengubah persepsi termasuk mengubah motivasi atau dorongan seseorang dalam lingkungan masyarakat, sehingga memungkinkan individu beradaptasi dengan lingkungannya. Untuk menumbuhkan kesadaran dan motivasi/dorongan dalam diri seseorang, sebenarnya diperlukan "intervensi" atau "stimulasi" yang berasal dari luar, seperti rangsangan/stimulasi dana bantuan dari pemerintah, lingkungan yang terkait dengannya dan lain-lain. Hal ini karena motivasi seseorang dapat berkembang tidak lepas dari "kemampuan" seseorang yang ditentukan oleh tingkat pendidikan, pengalaman kerja/keterampilan kerja, lingkungan kerja dan budaya yang melekat pada masyarakat tersebut.

Pemberdayaan UMKM menjadi sangat strategis, karena potensinya yang sangat besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya. Eksistensi dan peran UMKM sepatutnya menjadi perhatian yang serius dari pemerintah, tidak hanya membuat program-program populis dan tidak berkesinambungan, tetapi lebih dari itu menggalang gerakan-gerakan secara menyeluruh dalam berbagai sektor agar menjadi kekuatan ekonomi yang berakar dari bawah. Belajar pengalaman masa lalu, krisis ekonomi 1997 membuat negeri ini porak poranda dan mengalami keruntuhan ekonomi yang menyebabkan penderitaan rakyat yang tak terhingga, usaha skala besar gulur tikar, UMKM lah yang menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Konglomerasi yang diganjal dengan utang luar negeri yang tidak terkendali pada saat itu 78 % aset negara dikuasai oleh konglomerat dan menyisakan berbagai persoalan dan melahirkan regulasi dari pemerintah.

Peranan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah lama dipercaya sebagai bagian yang penting dalam mendukung perkembangan ekonomi di suatu negara (CDASED, 1999; Mazzarol, Volery Doss & Thein, 1999), memandang peranan penting UMKM dalam konteks ini termasuk pengentasan kemiskinan melalui

penciptaan lapangan kerja baru. Terlepas dari berbagai persoalan yang dihadapi UMKM untuk tumbuh dan berkembang sebagai suatu unit bisnis memerlukan perhatian serius dari *stakeholders* agar dapat menjadi pelaku usaha yang handal dan mandiri dalam tatanan perekonomian nasional. Tidak dapat kita pungkiri bahwa keberadaan UMKM dapat menopang perekonomian nasional, pengalaman masa lalu konglomerat yang menguasai begitu banyak aset dibandingkan UMKM hancur dan gulung tikar ketika badai krisis mulai melanda negeri ini. UMKM merupakan penyelamat ekonomi Indonesia dari keterpurukan karena mampu bertahan dalam situasi yang demikian parah. Namun keberadaan UMKM tidak dapat tumbuh dalam artian kualitas, melainkan hanya tumbuh dalam artian kuantitas-jumlahnya demikian banyak dan bahkan cenderung tidak terkendali, bak jamur dimusim hujan, begitu banyak yang tumbuh demikian banyak pula yang hilang karena ketidakmampuan bertahan dalam menghadapi pasar.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM jumlah tenaga kerja UMKM yang bekerja di sektor riil sebanyak 53,3 juta orang, sedangkan jumlah tenaga kerja UMKM di sektor informal sebanyak 37,3 juta orang. Jumlah yang sangat potensial untuk mengembangkan perekonomian Indonesia ke depan bila mendapat perhatian dan pembinaan yang serius dari pemerintah. Belajar dari pengalaman Pemerintah Thailand yang berhasil mengembangkan program OTOP (*One Tambon One Product*) sehingga program ini mampu mengangkat dan mendorong sektor pertanian sebagai basis kekuatan ekonomi Thailand. *Royal Project* yang ditangani oleh Raja secara langsung memberikan dampak yang sangat signifikan bagi kemajuan perekonomian berbasis agribisnis dengan suku bunga 4 %. Demikian dengan Pemerintah Taiwan yang mengembangkan OVOP (*One Village One Product*) yang mampu mengangkat perekonomian Taiwan semakin maju dan disegani dikawasan Asia. Untuk meningkatkan perekonomian rakyat dan penyerapan tenaga kerja, pemerintah telah mengadopsi program OVOP di Garut, Cianjur-Jawa Barat, Badung dan Bangli di Bali. Produk pengembangan di empat daerah tersebut telah menjadi percontohan berbasis hortikultura. Segelintir *pilot project* yang dilaksanakan pemerintah sepertinya berjalan lamban karena bukan merupakan gerakan nasional secara menyeluruh, berjalan tertatih-tatih menunggu keberhasilan *project* padahal potensi yang ada memerlukan gerakan cepat untuk menyelamatkan perekonomian nasional dari keterpurukan dan ketergantungan dengan negara lain, apalagi ekonomi global menghendaki kemampuan, kompetensi dan daya saing yang tinggi.

Peran dan kontribusi UMKM dalam tatanan perekonomian nasional memiliki arti yang sangat strategis dan perlu mendapatkan perhatian yang serius dari pemerintah karena potensinya yang begitu besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, sekaligus

menjadi tumpuan sumber pendapatan bagi sebagian masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya. Eksistensi UMKM pada tahun 2008 mencapai 51.257.537 unit usaha, dan merupakan 99,99 persen dari pelaku usaha nasional. Oleh karena itu dalam tatanan ekonomi nasional seharusnya tidak diragukan lagi kontribusinya terhadap penciptaan investasi nasional, dalam penyerapan tenaga kerja nasional dan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, devisa nasional dan investasi nasional. Melihat pertumbuhan dan perkembangan yang begitu pesat menghendaki adanya penataan kembali unit-unit usaha produktif melalui program-program pembinaan dan pengembangan baik yang berasal dari pemerintah maupun dunia usaha melalui "*Corporate Social Responsibility*".

Persoalan klasik yang ada pada UMKM masih berkuat pada persoalan keterbatasan permodalan, manajemen usaha, akses dan sumber informasi pasar, teknologi produksi dan rendahnya kepemilikan aset yang dapat menopang keberhasilan usaha. Peran pemerintah untuk menciptakan regulasi dan mendorong lahirnya UMKM yang tangguh dan handal menjadi penting, disamping diperlukan adanya kemitraan usaha dengan usaha skala besar yang dilandasi prinsip; saling menguntungkan, saling membutuhkan dan saling ketergantungan. Dorongan pemerintah dalam bentuk regulasi dan bantuan selalu dihadapkan persoalan koordinasi antara pemerintah pusat dan daerah, sehingga keterpaduan dalam pelaksanaan selalu mengalami hambatan. Sumber pembiayaan yang dikeluarkan oleh pemerintah pusat seharusnya diikuti pola pembinaan yang intensif oleh pemerintah daerah termasuk program *sharing budget* adakalanya tidak berjalan sebagaimana yang diharapkan.

Krisis ekonomi beberapa tahun yang lalu memberikan pembelajaran yang sangat berharga bagi kita semua pihak baik pemerintah, dunia usaha maupun masyarakat. Banyak hikmah yang dapat dipetik dari krisis tersebut yakni UMKM dapat dijadikan tulang punggung perekonomian nasional akibat banyak usaha skala besar yang gulung tikar karena terlitit utang luar negeri. Keterpurukan ekonomi akibat krisis tersebut begitu lambat pulih dibandingkan dengan negara lain, walaupun secara bertahap dapat diatasi tetapi memerlukan waktu yang cukup lama. Pengaruh ekonomi global sewaktu-waktu dapat memunculkan kembali krisis dan hal tersebut harus diwaspadai dengan meningkatkan peran UMKM yang lebih optimal dalam tatanan ekonomi nasional.

Ketahanan UMKM sebagai pelaku ekonomi selama ini memang telah teruji, namun bukan berarti harus dibiarkan tumbuh dan berkembang tanpa kendali. Persaingan pasar yang begitu pesat di era perdagangan bebas menghendaki adanya perubahan paradigma baru dalam memperkuat posisi UMKM agar tahan terhadap gejolak yang sewaktu-waktu dapat berubah. Oleh karena itu potensi ekonomi dan wilayah yang ada pada masing-masing daerah harus dikembangkan

berdasarkan produk atau komoditi unggulan. Pengembangan sektor riil dalam berbagai sektor ekonomi seperti sektor; pertanian, perikanan, peternakan, kehutanan, industri pengolahan, pertambangan dan galian, keuangan dan persewaan serta jasa-jasa dan lain-lainnya dapat dilakukan dan memberikan kontribusi terhadap perekonomian nasional.

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300 juta. *Usaha Kecil* adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Memiliki kekayaan bersih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp. 500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 300 juta sampai dengan paling banyak Rp. 2,5 milyar. *Usaha Menengah* adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp. 500 juta sampai dengan paling banyak Rp. 10 milyar tidak termasuk tanah dan bangunan atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2,5 milyar sampai dengan Rp. 50 milyar.

Revitalisasi UMKM dalam berbagai sektor ekonomi adalah sangat strategis dan urgen untuk dilakukan oleh pemerintah. Pembinaan dari hulu ke hilir termasuk ketersediaan lembaga keuangan bank dan non bank termasuk akses dan sumber informasi pasar harus menjadi titik perhatian jika menginginkan UMKM tumbuh dan berkembang secara wajar. Tatanan lembaga pembinaan dan pembiayaan selalu terputus dan tidak memiliki keterkaitan sehingga sulit untuk menyelesaikan persoalan UMKM secara utuh seperti keterkaitan antara produksi dan pemasaran, manajemen usaha dan kinerja usaha, pembiayaan dan kecukupan modal dan lain sebagainya.

Hadirin, para undangan yang berbahagia,

F. PENUTUP

Dari uraian yang telah dipaparkan diatas dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Peran *entrprenerial marketing* sangat strategis dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional melalui peningkatan kinerja UMKM dengan memperhatikan potensi,

kelemahan-kelemahan dan program pembinaan antar *stakeholders* yang terkait.

2. Keterkaitan *entrepreneur* dan *entrepreneurship* dengan kebudayaan merupakan dialektika fundamental melalui tahapan eksternalisasi, objektivitas dan internalisasi. Penguatan budaya lokal sudah merupakan keharusan dan urgen untuk diperhatikan sebagai tonggak awal untuk melahirkan *entrepreneur-entrepreneur* yang dapat diandalkan dalam menopang perekonomian daerah dan nasional.
3. Ekonomi rakyat dan sistem ekonomi kerakyatan sebagai bagian penting perekonomian nasional seharusnya mendapat perhatian yang serius dari pemerintah melalui regulasi yang integratif dan komprehensif, walaupun percepatan pertumbuhan ekonomi diyakini melalui industrialisasi. Ingat, transformasi itu tidak semudah membalik telapak tangan karena menyangkut nasib rakyat banyak.
4. Pemberdayaan UMKM bukan pekerjaan sehari, melainkan memerlukan proses jangka panjang yang menjadi tanggung jawab pemerintah sebagai lokomotif penggerak utama kemajuan, disamping adanya peran dunia usaha sebagai pendorong melalui kemitraan usaha dan *Corporate Social Responsibility*.
5. Kebersamaan dalam memacu kemajuan ekonomi nasional, seharusnya tidak dalam proses pembelajaran terus menerus, melainkan melalui tindakan nyata dan bersinergi "*Yang Besar Silahkan Jalan, Yang Kecil Tidak Terinjak*"

UCAPAN TERIMA KASIH

Sebelum saya mengakhiri pidato pengukuhan ini, perkenankanlah saya menyampaikan ucapan terima kasih kepada Pemerintah Republik Indonesia melalui Menteri Pendidikan Nasional yang telah memberikan kepercayaan kepada saya untuk memangku jabatan akademik tertinggi sebagai Guru Besar dalam bidang Manajemen Pemasaran pada Fakultas Ekonomi Universitas Riau.

Selanjutnya ucapan terima kasih kepada Rektor Universitas Riau Prof. Dr. H. Ashaluddin Jalis, MS beserta PR I, Prof. Dr. Ir. H. Aras Mulyadi, DEA, PR II Dr. Yanuar, M.Sc, PR III Drs. H. Rahmat, MT dan PR IV Dr. Adi Prayitno, M.Sc dan anggota Senat Universitas Riau yang telah memberikan rekomendasi pengusulan Guru Besar saya. Demikian pula kepada Prof.Dr. Zulfadil, SE.MBA., yang telah memberikan pertimbangan kelayakan akademik untuk menyandang jabatan prestisius ini.

Kepada Dekan Fakultas Ekonomi yang juga Ketua Senat Fakultas Ekonomi Universitas Riau Drs. Kennedy, MM.Ak. beserta Pembantu Dekan, Seluruh Anggota Senat Fakultas Ekonomi, Ketua dan Sekretaris Jurusan Manajemen, Ketua Laboratorium, rekan-rekan dosen Jurusan Manajemen dan Dosen Fakultas Ekonomi pada umumnya beserta seluruh pegawai, yang telah bersusah payah mempersiapkan administrasi usulan Guru Besar sampai pada acara pengukuhan termasuk rekan-rekan Panitia yang terlibat dalam acara pengukuhan pada hari ini.

Saya menghaturkan terima kasih yang tiada terhingga kepada Ibu Prof. Dr. Hj. Djumilah Zain, SE selaku promotor, Bapak Prof. Dr. H. Armanu Thoyib, SE. M.Sc dan Prof. Dr. H. Ubud Salim, SE.,MA selaku Co-Promotor Disertasi pada Program Pasca Sarjana di Universitas Brawijaya Malang. Demikian pula kepada Prof. Dr. H. Eka Afnan Troena, SE, Prof. Dr. H.M. Syafei Idrus, SE.,M.Sc, Prof. Dr. Margono Setiawan, SE.,SU, Prof. Dr. Surachman, MSIE. Prof. Dr. Tulus Haryono, SE.,MS dan Dr. Jumahir yang banyak memberikan inspirasi dan dorongan untuk menyelesaikan studi. Demikian pula kepada rekan-rekan seangkatan Prof. Dr. H. Yohanas Oemar, MM, Prof. Dr. H. Amries Rusli Tanjung, MM, Prof. Dr. Dra. Sri Indrastuti, MM, Prof. Dr. Hj. Djanimar Djamin, MS, Dr. Teddy Chandra, SE.,MM, Dr. H. Kasman Arifin, SE., MM, Dr. Ir. H. Ahmad Helmi, M.Sc., MM, MP, M.Ag, Dr. Ir. H. Firdaus Ces, Dr. Ir. Dadi Komardi, M.Eng, Dr. Ir. Asmara H. Komara, MM dan lain-lainnya.

Saya sangat berhutang budi kepada pada Prof. Dr.Ir. H. E. Gumbira Said, MA. Dev. yang telah memberikan rekomendasi saya untuk mengikuti pendidikan Pasca Sarjana pada Program Magister Manajemen Agribisnis IPB. Hal yang sama juga kepada pembimbing Prof. Dr. Ir. H. Syamsul Maarif, M.Sc dan Dr. Ir. Nunung Kusnadi, MS

yang berhasil dan membimbing saya untuk meraih gelar Magister Manajemen. Demikian pula dengan rekan-rekan seperjuangan diantaranya; Ir. Alexander Maha, MM., Ir. Ebsan Marihot Sianipar, MM dan lain-lainnya.

Selanjutnya kepada para dosen-dosen saya baik yang masih aktif, yang sudah purna tugas, maupun yang sudah mendahului kita. Diantara dosen yang banyak membantu dan membentuk kepribadian saya baik selagi mahasiswa hingga menjadi dosen, diantaranya Bapak Drs. H. Said Syahbuddin (Alm), Bapak Drs. H.B. Nazar Dahlan (Alm), Bapak Drs. Ongku Sati Hasibuan (Alm), Bapak Drs. H. Yusrizal, Bapak Drs. H. Roesdi Ilyas, Bapak Drs. H. Muchtar Mariso, Ibu Dra. Hj. Nuraini, Ibu Dra. Hj. Deliwarni Idroes, Ibu Dra. Djusmanidar, Ibu Dra. Hj. Sulistyowati, MM dan lain-lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Mereka semua sangat berjasa dalam membimbing dan mengantarkan keberhasilan saya pada hari ini. Bagi yang telah mendahului kita semoga arwahnya diterima disisi Allah SWT dan dilapangkan kuburnya, Amin. Bagi yang purna tugas semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan kemudahan semasa hidupnya. Bagi yang masih aktif saya berdoa semoga diberi kesehatan dan dapat melaksanakan tugasnya sampai masa purna tugas. Demikian pula dengan teman-teman seangkatan saya tahun 1980 diantaranya Hadiyati, Basrul, Ebsyi Rasidi, Syafrul Rajab dan lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang turut mendorong saya untuk kembali ke kampus untuk mengabdikan di almamater. Guru-guru ku waktu di jenjang SMEA diantaranya Bapak Nazam Hasan, BA, Dahlena Lubis (Alm), Bapak Drs. Yasmi Jali, BA. Di SMP Muhammadiyah diantaranya Bapak Syaiful Anwar (Alm), Bapak Syarifkal Rasyid, BA (Alm), rekan-rekan di SMEA Tembilahan tahun 1980. Di jenjang SD diantaranya Bapak Yakub (Alm), Bapak Nazaruddin (Alm) dan Bapak Mahidin.

Ucapan terima kasih juga khusus saya sampaikan kepada Bapak H.M. Rusli Zainal, SE.MP Gubernur Riau yang banyak membantu baik moril maupun materil selama mengikuti studi S3. Demikian juga kepada Walikota Pekanbaru Bapak Drs. H. Herman Abdullah, MM dan Wakil Walikota Pekanbaru Bapak Drs. H. Erizal Muluk beserta jajarannya, yang telah memberi bantuan dan perhatian selama saya mengikuti studi serta memberi saya kesempatan untuk membantu jajaran Pemerintah Kota Pekanbaru atas penugasan dari Universitas Riau sejak tahun 2001 sampai sekarang. Terima kasih yang tak terhingga kepada Bapak Drs. H. Ruslaini Rahman, M.Si, Bapak Drs. H. Kastalani Rahman, M.Si, Bapak Ir. Yusman Amin, M.Eng. Sc., Bapak Ir. Dedi Gusriadi, MT dan lainnya Yang juga turut membina dan bekerjasama selama saya mengabdikan hingga kembali ke almamater saya, insyaallah tahun depan.

Demikian pula kepada Bapak Drs. H. R. Mambang Mit selaku Ketua ISEI Cabang Pekanbaru Koordinator Propinsi Riau, Bapak Drs. H.

Anwar Rahman dan rekan-rekan pengurus ISEI lainnya yang selama ini selalu bekerjasama untuk memajukan organisasi ini ke depan.

Teramat sangat istimewa kepada istriku tercinta Hj. Chaerani Daeng Usman, lebih dari 20 tahun mendampingi saya, setia menunggu dan selalu sabar dalam perjalanan hidup ini dikala senang dan susah. Semoga pengabdian dan ketabahannya menjadi amal yang dilandasi oleh ketulusan dan keikhlasan dalam mengurus suami serta buah hati kami anak-anakku tersayang Rizky Perdana Putera (Mahasiswa FE UR), Ichsan Satya Anugerah (Siswa SMAN 10) dan Ilmi Fajar Ramadhan (Siswa SDN 018-Bukit Raya). Mereka semua merupakan sumber inspirasi dan penyemangat hidup saya selama meniti karir ini. Semoga mereka menjadi anak-anak yang sholeh, berhasil dan sukses dalam kehidupan.

Pada saat yang khidmat ini kenangan saya tertuju kepada Yang Mulia kedua orang tuaku. Almarhum Ayahanda Aminuddin Ali Yatim yang hari ini tidak dapat melihat anaknya berdiri diatas podium ini untuk menyaksikan pengukuhan Guru Besar FE UR, yang telah banyak mendorong saya untuk mengabdikan diri di Universitas Riau. Ibunda Hj. Aminah, yang telah melahirkan, membesarkan, dan mendidik saya dengan penuh kasih sayang dan keikhlasan mereka adalah pelita hidup saya, dari lubuk hati yang paling dalam saya menghaturkan rasa bhakti, rasa hormat serta terima kasih yang tidak terhingga, semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda atas segala amal perbuatannya. Pada hari ini Ibunda masih dapat hadir pada acara pengukuhan ini. Demikian pula dengan kakak ku Hj. Martinah, Asril, Indra Surya dan adik-adikku Hj. Wismayani, AKP. H. Rafizal Amin, Hj. Masniari, Razwin, Desmaryati dan Rita Hartati.

Semoga pengukuhan Guru Besar saya pada hari ini diridhoi dan diberkahi Allah SWT dan sebagai toggak awal saya untuk berbuat dan mengabdikan bagi kepentingan almamater, bangsa dan negara.
Wabillahitaufiq Walhidaya, Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekanbaru, 31 Juli 2010

CURRICULUM VITAE

I. Data Pribadi

Nama Lengkap : Prof. Dr. H. Zulkarnain, SE., MM
Tempat lahir : Rengat
Tanggal lahir : 18 Juli 1960
Agama : Islam
Pekerjaan : Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Universitas Riau
Jabatan/Golongan : Lektor Kepala/IV-C
Bidang Keahlian/Spesialisasi : Manajemen Pemasaran

II. Data Keluarga

Nama Istri : Hj. Chaerani Daeng Usman
Nama Anak : 1. Rizky Perdana Putera
2. Ichsan Satya Anugerah
3. Ilmi Fajar Ramadhan
Orang Tua : (Alm) Aminuddin AY- Hj. Aminah
Alamat : Perumahan Duta Mas, Blok A3/1
Telp. (0761) 71644 HP. 08127523322-081378654999
e-mail : zkarnain18 @ Yahoo.co.id.

III. RIWAYAT PENDIDIKAN

1967-1972 : Sekolah Dasar Negeri No. 7 Tembilahan
1973-1976 : SMP Muhammadiyah Tembilahan
1977-1980 : SMEA Negeri Tembilahan
1980.1985 : Fakultas Ekonomi Universitas Riau
1997-1998 : Program Studi Magister Manajemen Agribisnis
Program Pasca Sarjana–Institut Pertanian Bogor
2003-2008 : Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas
Brawijaya Malang

IV. RIWAYAT PEKERJAAN

1987-sekarang : Dosen Tetap Fakultas Ekonomi UNRI
1992-1997 : Wakil Ketua Dewan Himpunan Lembaga Latihan Swasta
Indonesia (DPD HILLSI) Daerah Tk. I Riau
1993-1994 : Manajer Pemasaran CV. Aquita

- 1995-1999 : Peneliti Pusat Pengkajian Ekonomi dan Dunia Usaha (PPE-PDU)
- 1995 : Instruktur Pusat Pembinaan Pengembangan Koperasi dan Pengusaha Kecil (P3KPK) Fakultas Ekonomi UNRI
- 1996-sekarang : Instruktur Lembaga Pelatihan Manajemen Usaha Kecil Pada Berbagai BUMN dan Lembaga Latihan Swasta
- 1999-sekarang : Dosen Pada Program Magister Manajemen UNRI
- 2000-2004 : Anggota Dewan Lembaga Pengembangan Jasa Konstruksi (LPJK) Provinsi Riau.
- 2000-2007 : Direktur Lembaga Pelatihan Pengembangan Usaha Kecil/Koperasi (LPPUK)
- 2000-sekarang : Dewan Pendiri Yayasan Pengembangan Ekonomi Rakyat (YASPER)
- 2001- 2006 : Ketua Badan Pengkajian dan Pengembangan Manajemen (BPPM) Fakultas Ekonomi Universitas Riau.
- 2001-Sekarang : Koordinator Tim Pengkaji/Pendamping Pemerintah Kota Pekanbaru
- 2007-2009 : Koordinator Tim Ahli Program Ekonomi Kerakyatan Propinsi Riau.
- 1999-Sekarang : 1. Dosen Pasca Sarjana Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Riau.
- 2008-Sekarang : 2. Dosen Pasca Sarjana Prodi Magister Sains Fakultas Ekonomi Universitas Riau.
3. Dosen Pasca Sarjana Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Riau.

V. KURSUS/PELATIHAN/*WORKSHOP*/LOKAKARYA

1987

1. *Workshop Instructional Improvement* di Pekanbaru
2. Peserta penataran dan Lokakarya Sistem Kredit Semester di Pekanbaru

1989

1. Magang Marketing Managemen FE Universitas Indonesia IUC-UI di Jakarta
2. Kursus singkat Ekonomi Regional IUC-UI di Jakarta
3. Seminar Lokakarya *Urban and Regional Economics* IUC-UI di Jakarta

1990

1. Kursus singkat Perilaku Konsumen IUC-UI di Jakarta
2. Kursus singkat Menejemen Keuangan IUC-UI Jakarta

1992

1. Panitia Pelaksana Penlok Metodologi Pengabdian Pada Masyarakat Tenaga Akademis FE UNRI

1993

1. Peserta Lokakarya Penyusunan Satuan Acara Perkuliahan (SAP) Jurusan Manajemen FE UNRI
2. Peserta Penataran Manajemen Sumber Daya Manusia HEDS PROJECT di Pekanbaru
3. Peserta Workshop Perdagangan Internasional HEDS PROJECT di Pekanbaru

1994

1. Peserta Penataran Manajemen Operasional II HEDS PROJECT di Pekanbaru
2. Peserta Lokakarya Pembahasan Studi Kasus Pemasaran di UNSYIAH Banda Aceh
3. Peserta *Workshop On Case Writing Method of Marketing Management* HEDS PROJECT di Pekanbaru

1996

1. Panitia Pelaksana Pelatihan Penggunaan Instrumentasi Untuk Meningkatkan Mutu Dan Produktivitas Industri HEDS PROJECT di Pekanbaru
2. Peserta *Workshop Statistics Package for Social Science (SPSS+PC+)* FE-UNRI di Pekanbaru

2008

1. Peserta "*Achievement Motivation Training* "Sang Pembelajar"- Andri Wongso, Hotel Pangeran, 25 Agustus 2008.
2. Peserta Studi Banding "Pengembangan Sektor Pertanian dan Agribisnis – Pemerintah Kota Pekanbaru di Thailand.

VI. KEGIATAN PENELITIAN

1985

1. Prospek Pengembangan Industri Sagu di Kabupaten Indragiri Hilir (skripsi)

1988

1. Ketua Peneliti Pengaruh Perbedaan Sistem Produksi Terhadap Tingkat Pengembalian Investasi Industri Sagu di Kabupaten Indragiri Hilir

1992

1. Anggota Peneliti Pemasaran Gula Enau Di Kecamatan Rambah Kabupaten Kampar

1993

1. Anggota Peneliti Peranan Lembaga Pendidikan Komputer Dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia

1994

1. Ketua Peneliti Mekanisme Pemasaran Hasil Produksi Kopra Di Kabupaten Indragiri Hilir
2. Anggota Peneliti Peranan Lembaga Swasta Dalam Pembangunan Sumber Daya Manusia Di Kotamadya Pekanbaru

1995

1. Anggota Peneliti Pola Pembinaan dan Pengembangan Usaha Koperasi Pedagang Pasar (Koppas) di Provinsi Riau
2. Ketua Peneliti Prospek Pengembangan Industri Kecil Makanan Dan Faktor Yang Mempengaruhinya Di Kecamatan Tembilahan

1996

1. Anggota Peneliti Analisis Komparatif Pemberian Upah Buruh Sebelum Dan Sesudah UMR Di Salah Satu Perusahaan *Plywood* di Pekanbaru
2. Anggota Peneliti Perencanaan Tenaga Kerja Daerah Kabupaten DATI II Kampar
3. **Peneliti Utama** Survey Angkatan Kerja Daerah (SAKERDA) Kotamadya Pekanbaru 1996
4. Anggota Peneliti Dampak Penataran P 4 Terhadap Perilaku Siswa SLTA di Provinsi Riau

1997

1. **Ketua Peneliti** Analisis Perilaku Konsumen Berbelanja Pada Supermarket di Kotamadya Pekanbaru.

1998

1. Strategi Pengembangan Pola Kemitraan Pengusaha Kecil/Koperasi dan Pengusaha Menengah/Besar/BUMN di Propinsi Riau (Tesis)

2000

1. **Ketua Peneliti** “Kajian Tentang Industri Kecil” di Kota Batam
2. Peneliti Profil Investasi Di Kabupaten Indragiri Hilir
3. Peneliti “Kawasan Tertinggal “ di Propinsi Riau

2001

1. **Ketua Peneliti** Identifikasi Kebutuhan Pelatihan Dalam Rangka Pengembangan Industri Kecil Menengah Di Provinsi Riau.
1. Peneliti Profil Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Provinsi Riau

2002

1. **Ketua Peneliti** “Revitalisasi KUKM di Provinsi Riau”, Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Riau.
2. **Ketua Peneliti** “Identifikasi Kebutuhan Pelatihan Dalam Rangka Pengembangan Usaha Kecil Menengah di Kota Pekanbaru”, Dinas Koperasi dan UKM Kota Pekanbaru.

2004

1. **Ketua Peneliti** Pendataan Objek Pajak dan Retribusi Daerah Kota Pekanbaru
2. **Ketua Peneliti** Identifikasi Penduduk Miskin Kabupaten Indragiri Hilir.
3. **Ketua Peneliti** “Pelaksanaan Penempatan Pegawai Dalam Sistim Organisasi dan Tata Laksana (SOT) pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Siak Pekanbaru.

2006

1. **Ketua Peneliti** Kajian Potensi Pajak dan Retribusi Kabupaten Indragiri Hilir

2007

1. **Ketua Peneliti** Kajian Beberapa Sektor Penerimaan Pendapatan Asli Daerah(Retribusi Parkir Ditepi Jalan Umum dan Pelayanan Pelabuhan Kapal) dan Pajak Hotel dan Restoran)di Kabupaten Bengkalis.

2008

1. Program Pemberdayaan Pengaruhnya Terhadap Kompetensi Wirausaha dan Pertumbuhan Usaha Kecil di Provinsi Riau (Disertasi).

2009

1. **Ketua Peneliti**, Studi Penyempurnaan Program Ekonomi Kerakyatan, Biro Administrasi Perekonomian Provinsi Riau dengan Badan Kajian Manajemen dan Pengembangan Bisnis FE UR.
2. **Peneliti Utama**, Intensifikasi dan Ekstensifikasi Penyusunan Data Potensi Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) Tahun 2009, Dinas Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru dengan Badan Kajian Manajemen dan Pengembangan Bisnis FE UR.
3. **Peneliti Utama**, Identifikasi, Evaluasi Pemetaan Program Kredit Ekonomi Kerakyatan dan Strategi Pengembangan serta Pemberdayaan Pemanfaat Program, Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Riau dengan Badan Kajian Manajemen dan Pengembangan Bisnis FE UR.

VII. SEMINAR

1987

1. Peserta seminar Mencari Terobosan Baru Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Riau Dalam Pembangunan Menuju Tahun 2001 di Pekanbaru

1988

1. Peserta seminar Mencari Terobosan Baru Untuk Meningkatkan Peran Dunia Industri Dalam Pembangunan Repelita V di Pekanbaru
2. Peserta seminar Mencari Bentuk Kepeloporan Pemuda Dalam Gerak Langkah Pembangunan Koperasi di Daerah Riau pada Pelita V di Pekanbaru

1994

1. Peserta Seminar Pasar Modal, Peranannya Dalam Pemenuhan Dana Investasi Pada PJP II Bapepam-FE UNRI di Pekanbaru.

1995

1. Ketua Panitia Pelaksana Seminar Riau Menghadapi IMS-GT, AFTA dan APEC Sebuah Sumbangan Pemikiran-UNRI Pekanbaru
2. Peserta Seminar Nasional Mencari Pemerintahan Yang Menjamin Keberpihakan Pembangunan Kepada Masyarakat – UNRI

1996

1. Sekretaris Simposium Nasional Sagu II di Pekanbaru
2. Bendaharawan *The Sixth Internasional Sago Symposium* di Pekanbaru

2000

1. Pemakalah Seminar Dalam Rangka Hari Koperasi ke-52 Kota Pekanbaru.

2001

1. Pemakalah Seminar Sehari “Pemberdayaan KP-RI” di Kabupaten Indragiri Hilir.
2. Ceramah Ilmiah “*Good Governance*” di PT. Asuransi Jasa Raharja Cabang Pekanbaru.

2007

1. Pembicara Seminar “Refleksi Ekonomi Pekanbaru Tahun 2006 dan Proyeksi Tahun 2007, Penyelenggara KADIN Kota Pekanbaru, Hotel *Quality* Pekanbaru.
2. Peserta Seminar Sehari “*Service Recovery Strategy*” – Mengubah Kekecewaan Pelanggan/Publik Menjadi Kekuatan Pengendali”, *BePe Management* dan Inkubator Bisnis, Pekanbaru.
3. Peserta “*Agrifood, Veterinery, Authority (AVA)* Singapore – 2 nd *Vegetables and Fruits Indonesia*, Pasir Panjang 26 Oktober 2007, Singapore.

2008

1. Pembicara Seminar Nasional : “*Pengentasan Kemiskinan Perspektif Ekonomi Kerakyatan*”, Disampaikan pada acara Seminar Dinamika Demokratisasi Pada Pasca Orde Baru di Indonesia, tanggal 20 Januari 2008.

2009

1. Ketua Panitia Pelaksana Seminar Nasional “Optimalisasi Perencanaan Anggaran dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Dalam Mendukung Sistem Keuangan Daerah Berbasis Kinerja”, Tanggal 18 Juli 2009, Pekanbaru.
2. Pemakalah Seminar “Produktivitas Provinsi Riau-Dari Sudut Pandang Akademisi”, Dinas Tenaga Kerja Provinsi Riau, Pekanbaru.
3. Pemakalah Seminar “Identifikasi, Evaluasi, Pemetaan Program-Program Kredit Ekonomi Kerakyatan dan Strategi Pengembangan Serta Pemberdayaan Pemanfaatan Program Tahun 2009, Balitbang Provinsi Riau.

2010

1. Pemakalah “Seminar Nasional Kewirausahaan I”, Universitas Brawijaya Malang, Tanggal 20 Januari 2010.

2. Pemakalah Seminar “Sentralisasi Fiskal, Kemiskinan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, ISEI Cabang Pekanbaru Koordinator Provinsi Riau, Tanggal 20 Februari 2010.

VIII. KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

1995

1. Ketua Pelaksana Bimbingan & Penyuluhan Manajemen Usaha Kecil (MUK) Industri Kecil Makanan dan Minuman di Kelurahan Tembilahan Hulu Kecamatan Tembilahan
2. Tenaga Penatar Pelatihan Manajemen Usaha Kecil Bagi Pengusaha Kecil di Propinsi Riau

1996

1. Tenaga Penatar Pelatihan MUK Bagi Pengusaha Kecil dan Koperasi Mitra Binaan PT (Persero) Angkasa Pura II
2. Tenaga Penatar Pelatihan Manajemen Usaha Kecil Bagi Pengusaha Kecil di Provinsi Riau
3. Tenaga Penatar Pelatihan MUK Bagi Pengusaha Kecil dan Koperasi Mitra Binaan PT (Persero) ASTEK di Propinsi Riau
4. Tenaga Penatar Penataran Peningkatan Kemampuan Dan Peran Dekopin Di Daerah Riau
5. Tenaga Penatar Pelatihan Manajemen Usaha Kecil Bagi PK Binaan PT. Tambang Timah Bangka
6. Tenaga Penatar Pelatihan Manajemen Usaha Kecil Bagi PK Binaan PT (Persero) Pelabuhan Indonesia
7. Tenaga Penatar Pelatihan Manajemen Usaha Kecil Bagi Pengusaha Kecil dan Koperasi Mitra Binaan PT (Persero) Angkasa Pura II.

2005

1. Tenaga Penceramah “Kewirausahaan” pada acara Pelatihan Pengentasan Kemiskinan Terpadu Kota Pekanbaru, Aula Kantor Walikota Pekanbaru.

2007

1. Tenaga Penatar Manajemen Pemasaran pada Pelatihan Kewirausahaan (Mengembangkan Inovasi dan Kreativitas), Pusat Pengembangan Wiraswasta Indonesia Riau, Hotel Indrayani, Pekanbaru.
2. Tenaga Penatar Perda No. 11 Tahun 2001, pada acara Sosialisasi Kebijakan Tentang Usaha Kecil Menengah, Kepmenegkop No. 98 Tahun 2004 dan Perda No. 11 Tahun 2001, Hotel Indrapura, Pekanbaru.
3. Tenaga Penceramah “Peran BPR Dalam Pengembangan Ekonomi”, pada kegiatan “*In House Training* Pembekalan Pegawai Bank PD. BPR Dana Amanah Kabupaten Pelalawan, Hotel Indrayani, Pekanbaru.
4. Tenaga Penceramah “Kewirausahaan” pada acara Pelatihan Kewirausahaan Perempuan Produksi Amplang Tenggiri dan Lempuk Durian, Aula Balai Latihan Tenaga Kerja (BLTK), Pekanbaru

2008

1. Tenaga Penceramah Pembinaan Usaha Kecil, disampaikan pada acara Pembekalan Mahasiswa KKN UNRI, tanggal 9 Februari 2008, Pekanbaru.

2009

1. Narasumber "*Workshop* Pembahasan Kasus dan Jurnal Ilmiah, Universitas Islam Indragiri

IX. PENULISAN BUKU/JURNAL/KARYA ILMIAH/PENGHARGAAN

Penulisan Buku :

1. Tahun 2001 bersama kawan-kawan menerbitkan buku "**Petani Usaha Kecil dan Koperasi Berwawasan Ekonomi Kerakyatan**" , Penerbit UNRI Press, Pekanbaru.
2. Tahun 2001 menerbitkan buku pertama yakni "**Membangun Ekonomi Rakyat**", *Persepsi Tentang Pemberdayaan Usaha Kecil dan Koperasi Di Riau*. Penerbit UNRI Press Pekanbaru.
3. Tahun 2002 juga menerbitkan buku "**Membangun Ekonomi Rakyat**" *Persepsi Tentang Pemberdayaan Ekonomi Rakyat*, Penerbit Adicita, Yogyakarta.
4. Tahun 2006 menerbitkan buku "**Kewirausahaan-Strategi Pemberdayaan UKM dan Penduduk Miskin**". Penerbit Adicita Yogyakarta.
5. Tahun 2008 bersama kawan-kawan menerbitkan buku "**Demokrasi, Pembangunan Sosial dan Keadilan Sosial**", Penerbit *Red Post Press* Pekanbaru.
6. Tahun 2010 menerbitkan buku "**Pemberdayaan Masyarakat Miskin**", Penerbit Apel Media, Yogyakarta.

Penulisan Jurnal Penelitian :

1. Tahun 2001, "*Identifikasi Kebutuhan Pelatihan Dalam Rangka Pengembangan Industri Kecil-Menengah di Propinsi Riau*", No. ISSN 0825, Volume X No. 2 Juli-Desember 2001, Lembaga Penelitian Universitas Riau.
2. Tahun 2004, "*Identifikasi Penduduk Miskin di Kabupaten Indragiri Hilir*", ISSN 14010-3575, SK Akreditasi : 23^a/DIKTI/Kep/2004, Volume XI No. 19/Februari 2007, Pusat Penelitian Industri dan Perkotaan Universitas Riau.
3. Tahun 2008, "*Program Pemberdayaan Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Usaha Kecil di Propinsi Riau*", ISSN : 1693-5241, Volume 6 N0. 3, Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM), Terakreditasi SK. Dirjen Dikti No. 43/DIKTI/KEP/2008, Universitas Brawijaya Malang.
4. Kompetensi Wirausaha : Pengaruhnya Bagi Pertumbuhan Usaha Kecil dan Hubungannya dengan Tingkat Pendidikan Formal. ISSN : 1693-5241, Volume 7 No. 3 Agustus 2009, Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM), Terakreditasi SK. Dirjen Dikti No. 43/DIKTI/KEP/2008, Universitas Brawijaya Malang.

Penulisan di Majalah Ilmiah dan Penghargaan:

1. *"Menyelamatkan Industri Kecil Dalam Kemitraan"*, Media Indag, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Riau, Tahun 2006, Pekanbaru.
2. *"Pola Pemberdayaan Masyarakat Miskin"*, Majalah *"Economica"* Media-Komunikasi ISEI Riau, Edisi Maret-April 2008, Pekanbaru.
3. *"Mewujudkan Program Pemberdayaan Masyarakat Yang Hakiki"*, Majalah *"Economica"* Media-Komunikasi ISEI Riau, Edisi Mei - Juni 2008, Pekanbaru.
4. *"Kompetensi Wirausaha" Perspektif Pertumbuhan dan Pendidikan di Propinsi Riau*, Majalah *"Economica"* Media-Komunikasi ISEI Riau, Edisi Juni-Juli 2009, Pekanbaru
5. *"Urgensi Pengembangan PEK Dalam Konteks Perekonomian Riau Kedepan"*, Majalah *"Economica"* Media-Komunikasi ISEI Riau, Edisi 14 Tahun 2010.
6. Dekopin Kota Pekanbaru, Pemenang Terbaik III, Lomba Karya Tulis Hari Koperasi ke 52, Tahun 2003, Pekanbaru.
7. *RM Books* (Rakyat Merdeka Group), *"Sebagai Kontributor Ahli Dalam Penyusunan Buku Geliat Pembangunan Kota Pekanbaru-Menuju Kota Terkemuka Indonesia"*, Jakarta Juli 2009.

2. MATA KULIAH YANG DIASUH

Strata 1 :

1. Manajemen Strategik
2. Manajemen Pemasaran
3. Manajemen Koperasi dan Usaha Kecil
4. Perilaku Konsumen
5. Analisis Perilaku Karyawan
6. Bisnis Internasional
7. Kewirausahaan

Strata 2 :

1. Manajemen Strategik (Madya)
2. Manajemen Strategik dan Kebijakan Usaha (MSKU)
3. Seminar Manajemen Strategik
4. Manajemen Pemasaran
5. Seminar Manajemen Pemasaran
6. Pemasaran Internasional
7. Analisis Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran (APKKP)
8. Riset Pemasaran

Materi Pelatihan

1. *Salesmanship* (Ilmu Menjual)
2. Ekonomi Kerakyatan
3. Manajemen Usaha Kecil
4. Manajemen Koperasi
5. Kewirausahaan
6. Manajemen Pemasaran

DAFTAR PUSTAKA

- Baum, J. Robert, Edwin A. Locke and Ken G. Smith., 2001, *A Multidimensional Model of Venture Growth*. Academy of Management Journal 44 (2) : 292-302.
- Badan Pengembangan Sumber Daya Koperasi dan Pengusaha Kecil Menengah, 2001, *Sistim Distribusi dan Perdagangan Eceran*, Deputi Bidang pengembangan Usaha Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, Jakarta.
- Drucker, P.F. 1985, *Innovation and Entrpreneurship* : Practice and Principles, New York : Harper and Row.
- Freire, Paulo, 1992, *Pedagogy of the Pressed*, New York, The Continuum Publishing Company.
- Friedmann, Jhon, 1992, *Empowerment, : The Ploitics of Alternative Development*, Cambridge Mass, Blackwell Publisher.
- Hamid, Edi Suandi, 2010, *Implementasi Ekonomi Kerakyatan Untuk Mengatasi Kemiskinan*, Makalah disampaikan pada Seminar ISEI Cabang Pekanbaru Koordinator Propinsi Riau, 20 Februari 2010.
- Hills, Gerald E. and Claes M. Hultman, 2006, *11 Entrepreneurial Marketing*, paper presented From Marketing-Broadening the Horizons by Stefan Lagrosen & Goran Sevansson.
- Hisrich, R.D., and M.P. Peters, 1998, *Entrepreneurship*, Fourt Edition, California : McGraw-Hill.
- Hisrich, Robert D., Peters, Michael P., Sheperd, Dean A., 2008, *Entrepreneurship*, International Edition, Seventh Edition, Mc. Graw Hill.
- Irawan, Bambang BRM., 2010, *Entrepreneurs dan Budaya Lokal di Kota Solo*, Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta, Makalah Disampaikan pada Seminar Nsional Kewirausahaan I - Malang.
- Joost, Smiers, 2009, *Memperjuangkan Keanekaragaman Budaya di Era Globalisasi*, Penerbit Insist Press, Cetakan Pertama, Jakarta.
- Junardy, Y.W., 2010, *Competing In The Emerging Market (Entrepreneurial Leadership Challenge)*, Seminar Nasional Kewirausahaan I, Universitas Brawijaya, Malang,
- Karmadi, Agus Dono, 2007, *Budaya Lokal Sebagai Warisan Budaya dan Upaya Pelestariannya*, Makalah disampaikan pada Dailog Budaya Daerah Jawa Tengah yang diselenggarakan oleh Balai Pelestarian

- Sejarah dan Nilai Tradisional Yogyakarta*, bekerjasama dengan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Propinsi Jawa Tengah, Semarang 8-9 Mei 2007.
- Kartasasmita, Ginandjar, 1996, "*Strategi Pengembangan Usaha Kecil. Kesempatan dan Tantangan Dalam Proses Transformasi Global dan Nasional*", Makalah disampaikan pada Seminar Nasional dalam rangka HUT ke-20, Jakarta, 26 September 1996.
- Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 116/KMK.016/1994 tentang *Pedoman Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi Melalui Pemanfaatan Dana Dari Bagian Laba Badan Usaha Milik Negara*, Jakarta.
- Kementrian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, *Statistik Usaha Kecil Mengah Tahun 2007-2008*, Jakarta.
- Kao, John, 1991, *The Entrepreneur*, Prentice Hall, Singapura.
- Lambing, Peggy A., Kuelh, Charles R., 2003, *Entrepreneurship*, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, Third Edition.
- Marbun, BN, 1993, *Kekuatan dan Kelemahan Perusahaan Kecil*, PT. Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta.
- Meredith, Geoffrey G., Robert E. Nelson, Philip A. Neck, 1989, *Kewirausahaan, Teori dan Praktek*, Seri Manajemen No. 07, Penerbit PT. Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta.
- Maran, Rafael Rangga, 2000, *Manusia dan Kebudayaan Dalam Perspektif Ilmu Budaya Dasar*, Penerbit Rineka Cipta.
- Mayasari, Iin, Anita Maharani dan Iyus Wiladi, 2009, *Entrepreneurial Marketing For Small and Medium Enterprises Business, An Explatory Study on Entrepreneurial Performance*, Universitas Paramadina, Jakarta.
- Osborne, David dan Ted Gaebler, 2002, *Mewirausahakan Birokrasi (Reinventing Government)*, Penerbit PPM, Jakarta.
- Protano, Marco, 2005, *Entrepreneurial Marketing*, University of Edinburgh Spring.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 44 Tahun 1997 tentang *Kemitraan*, Jakarta.
- Rose, Raduan Ches, Naresh Kumar & Lim Li Yen, 2006, The Dynamics of Entrepreneurs' Succes Factors In Influencing Venture Growth, *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability, Volume II, Issue 2*.

- Shefferd, Dean A., Richard Attenson and Andrew Crouch, 2000, New Venture Strategy and Profitability : A Venture Capitalist's Assesment, *Journal of Business Venturing* 15.499-467.
- Siagian, Salim, 2001, *Sistim Ekonomi Kerakyatan*, Majalah Usahawan, Jakarta. No. 02 Th XXX Pebruari 2001
- Usman, Husaini dan Akbar P. Setiadi, 2003, *Metodologi Penelitian Sosial*, Penerbit PT. Bumi Aksara, Jakarta
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang *Usaha Mikro Kecil dan Menengah*.
- Yusuf, A., 1995, Critical Success Factors fo Small Business; Perceptions of South Pacific Entrepreneurs, *Journal of Small Business Management*, 33 (2), 68-73.
- Wrihatnolo, Randy R. dan Diant Nugroho Dwidjowijoto, 2007, *Manajemen Pemberdayaan- Sebuah Pengantar dan Panduan Untuk Pemberdayaan Masyarakat*, Penerbit PT. Elex Media Komptindo, Jakarta.
- Zimmerer, TW and N.M. Scarborough, 2005, *Essential of Entrepreneurship and Small Business Management 4 th*, Pearson Prentice Hall, Singapore.
- Zulkarnain, 2001, *Membangun Ekonomi Rakyat, Persepsi Tentang Pemberdayaan Usaha Kecil dan Koperasi Di Riau*, Penerbit UNRI Press, Pekanbaru.
- Zulkarnain, 2003, *Membangun Ekonomi Rakyat, Persepsi tentang Pemberdayaan Ekonomi Rakyat*, Penerbit Adicita, Jogjakarta.
- Zulkarnain, 2006, *Kewirausahaan- Strategi Pemberdayaan UKM dan Pemeberdayaan Masyarakat Miskin*, , Penerbit Adicita, Jogjakarta.
- Zulkarnain, 2010, *Pemberdayaan Masyarakat Miskin*, Penerbit Apel Media, Yogyakarta.