

MODEL PEMBIAYAAN USAHA KECIL DAN MENENGAH PEMASOK KE PERITEL BESAR

Dr. KARTIB BAYU, Ir.,M.Si.
Sekolah Bisnis Dan Manajemen Institut Teknologi Bandung

Dr. DEDI SULISTIYO S, ST.,MT.
Universitas Komputer Indonesia

In running a business supplying products by SMEs to large retailer in general SMEs become weaker party. Almost all of the provisions set by large retailers, while SMEs are just as the receiving party only. This is due to the weak bargaining position (bargaining position) of SMEs. One of the constraints faced by SMEs in supplying products to large retailers is a matter of working capital. Period payments made by large retailers to SME suppliers are usually between 1 (one) up to 3 (three) months. With the payment period "relatively old", then the working capital needs of SMEs are "relatively large" for supplying large retailers.

The purpose of this study was to obtain a precise formulation of the model of financing for SME suppliers to the Big Retailers. The method used is descriptive Comparative. Engineering studies using two approaches, namely (1) literature studies (Desk Study), and (2) Survey (interviews and observation).

The results showed that: 1). SMEs Suppliers need additional working capital in the conduct of its business operations. This is caused because the pattern of payments made by the retailer to SME suppliers with the maturity (15, 30, 45 and 75 days). With this pattern many SMEs are experiencing difficulties in meeting its operational costs. 2). SME Suppliers trend pattern utilizing a conventional loan as compared with the pattern or credit schemes that already exist. This is due to schemes that have been there have not been able to accommodate the needs of SME suppliers to major retailers. 3). Financing models for SMEs Suppliers to Large Retailers need for a synergy of cooperation between SME suppliers, major retailers and management institutions financing model.

Keywords : Financing, Small Business, Medium Business and large retailer

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam menjalankan bisnis pemasokan produk oleh UKM ke Peritel besar pada umumnya UKM menjadi pihak yang lebih lemah. Hampir semua ketentuan ditetapkan oleh peritel besar, sedangkan UKM hanya sebagai pihak penerima saja. Hal ini diseb-

babkan lemahnya posisi tawar (*bargaining position*) UKM. Salah satu kendala yang dihadapi UKM dalam memasok produk ke peritel besar adalah masalah modal kerja. Periode pembayaran yang dilakukan oleh peritel besar kepada UKM pemasok biasanya antara 1 (satu) sampai dengan 3 (tiga) bulan. Dengan periode pembayaran yang "relatif lama" tersebut, maka UKM membutuhkan modal kerja yang "relatif besar" un-

tuk memasok peritel besar.

Di sisi lain kemampuan UKM umumnya hanya mampu menyediakan modal kerja kurang dari sepertiga jumlah yang dibutuhkan, maka sebagian besar modal kerja dipenuhi dengan cara meminjam pada pihak lain dengan bunga yang relatif tinggi. Namun apabila modal kerja pinjaman tidak tersedia, maka UKM bisa menghentikan pasokannya, dan menunggu pembayaran dari Peritel Besar. Kondisi ini menyebabkan ketidakpastian baik bagi UKM maupun bagi peritel.

Model kredit yang telah ada sekarang belum dapat melindungi dan memenuhi kebutuhan UKM pemasok ke peritel besar. Pembiayaan untuk UKM pemasok ke peritel besar memiliki karakteristik yang spesifik yang belum dapat diakomodasi pada model pembiayaan yang ada. Hal ini disebabkan oleh 1). Skim pembiayaan yang telah ada masih berkonsentrasi pada pembiayaan untuk proses produksi. 2). Plapon Kredit pada skim yang telah ada masih relatif kecil. 3). Masih ada beberapa skim kredit yang memerlukan agunan/jaminan 4). Skim Kredit masih berorientasi pada usaha kelompok/koperasi. 5). Belum ada skim pembiayaan yang khusus untuk menalangi pembayaran dari peritel besar.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka diperlukan model pembiayaan yang khusus untuk UKM pemasok ke peritel besar. Model pembiayaan tersebut sedapat mungkin dapat menyesuaikan dengan karakteristik UKM dan dapat memperhatikan format bisnis dari peritel besar, sehingga terjadi sinergi antara lembaga pembiayaan, UKM pemasok dan perusahaan peritel besar

Rumusan Masalah

1. Bagaimana Transaksi dan Pola pembayaran produk dari Peritel besar kepada UKM kaitannya dengan kontinuitas produk UKM.
2. Bagaimana format dan sistem bisnis

peritel besar kaitannya dengan pasokan produk dari UKM.

3. Bagaimana model-model pembiayaan UKM pemasok kepada peritel besar untuk menjamin keberlanjutan dan kontinuitas usaha UKM

Tujuan Penelitian

1. Untuk memperoleh gambaran mengenai transaksi dan pola pembayaran UKM dengan Peritel besar
2. Untuk memperoleh gambaran mengenai format dan sistem bisnis peritel besar kaitannya dengan pasokan produk dari UKM.

Untuk memperoleh model-model pembiayaan bagi UKM pemasok ke peritel besar untuk menjamin keberlanjutan dan kontinuitas usaha UKM

STUDI PUSTAKA

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peran yang strategis dalam dalam upaya mengatasi kemiskinan dan pengangguran. Namun demikian, UKM masih dihadapkan pada berbagai permasalahan yang menjadi hambatan bagi berkembangnya. Hambatan utama yang dihadapi UKM adalah lingkungan bisnis yang kurang kondusif dan rendahnya akses terhadap permodalan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM dengan Badan Pusat Statistik Propinsi Jawa Barat Tahun 2007, jumlah kelompok usaha kecil di Propinsi Jawa Barat 6.751.999 unit atau merupakan 99,89% dari keseluruhan jumlah kelompok usaha yang ada. Penyebaran kelompok usaha kecil ini masih didominasi oleh sektor pertanian dengan jumlah usaha/rumahtangga sebanyak 4.094.672 unit atau 60,57% dari total keseluruhan usaha yang ada.

UKM merupakan satu unit kelompok usaha yang sering diklaim cukup bertahan dalam

menghadapi krisis ekonomi. Hal ini didukung oleh laporan Biro Pusat Statistik dan Bank Indonesia (2006), yang menyebutkan bahwa pada masa tersebut UKM di Jawa Barat justru mampu meningkatkan kontribusinya terhadap PDB 39,8% menjadi 59,4%. Meskipun menunjukkan perbaikan, eksistensi UKM masih belum bisa terlepas dari beberapa permasalahan klasik yang menyertainya, dan salah satu masalah klasik yang dihadapi UKM adalah masalah akses modal dan kesempatan mendapatkan peluang usaha. Bagi pengusaha kecil dan menengah, persoalan permodalan (aksesibilitas terhadap modal) ternyata merupakan masalah yang utama seperti disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Jenis Kesulitan Usaha Mikro

No	Jenis Kesulitan	Usaha Kecil	Usaha Menengah
1	Kesulitan modal	34.55%	44.05%
2	Pengadaan bahan baku	20.14%	12.22%
3	Pemasaran	31.70%	34.00%
4	Kesulitan lainnya	13.6%	9.73%

Sumber: Data BPS, 2006 (diolah)

Beberapa kalangan banyak yang berasumsi bahwa UKM tidak memiliki potensi untuk didanai oleh lembaga keuangan formal. Kelompok usaha tersebut dinilai tidak layak bank (*not bankable*) karena tidak memiliki agunan, serta diasumsikan kemampuan mengembalikannya rendah, kebiasaan menabung yang rendah, dan mahal biaya transaksi. Akibat asumsi tersebut, maka aksesibilitas dari UKM terhadap sumber keuangan formal rendah termasuk UKM pemasok ke peritel besar.

UKM pemasok adalah usaha UKM yang melakukan mitra dengan peritel besar dalam proses penjualan produk (barang)

yang dihasilkannya. Definisi tentang UKM dijelaskan berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008. Dalam proses mitra tersebut peritel besar harus memberikan andil dalam membangun kemitraan bisnis dan memberikan pemberdayaan yang sejati terhadap produsen skala mikro kecil menengah. Di lain pihak, UKM yang bermitra perlu bertanggung jawab berupa pemasokan produk berkualitas dan kontinyu sesuai prasyarat toko modern. Dengan demikian, kedua pihak mampu mewujudkan peran dan fungsi masing-masing.

Peritel besar dalam memasarkan produknya disesuaikan dengan tuntutan konsumen. Menurut Cravens dan Piercy (2006), agar berhasil dalam persaingan pada lingkungan usaha yang selalu bergejolak pada masa kini, diperlukan strategi pemasaran berorientasi pasar (*market driven strategic*) yang dapat mengantisipasi seluruh keinginan dan kebutuhan konsumen didukung oleh pendapat Buchari Alma (2006) bahwa konsumen selalu memilih barang yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Konsumen dapat dikelompokkan sesuai dengan kebutuhannya.

Perkembangan Ritel di Jawa Barat cukup cepat, sejalan dengan perkembangan penduduk dan pendapatan masyarakat. Pada Tahun 2008 di Jawa Barat terdapat 125 buah Departemen store atau 18,8 persen Departemen Store berada di Jawa Barat. Supermarket sebanyak 194 buah atau 13,4 persen Supermarket berada di Jawa Barat. Minimarket sebanyak 1.300 buah atau 12,6 persen minimarket berada di Jawa Barat. Sedangkan Hipermarket sebanyak 29 buah atau 22,3 persen dari total hipermarket yang ada di Indonesia. Penyebaran peritel besar di Jawa Barat seperti pada Tabel 2.

UKM pemasok ke peritel besar posisi tawarnya masih relatif lemah, terutama

Tabel 2. Penyebaran Hypermarker di Jawa Barat

Kota	Hypermarket (gerai)				
	Carrefour	Giant	Hypermart	Makro	Indogrosir
Bekasi	2	2	2	2	-
Depok	1	2	1	-	-
Bogor	-	1	2	-	-
Bandung	4	3	2	1	1
Cianjur	-	-	1	-	-
Cilegon	-	-	1	-	-
TOTAL	7	8	9	3	1

Sumber: Mediadata, 2009

dalam hal pembayaran. Pembayaran yang relatif lama mengakibatkan UKM harus menyiapkan dana yang cukup besar untuk dapat secara kontinue memasok produk ke peritel besar. Sekalipun banyak sekali lembaga keuangan, persoalan kelangkaan modal bagi UKM pemasok tetap belum terpecahkan. Program-program kredit baik dari pemerintah maupun dari perbankan belum dapat mengakomodir kepentingan UKM pemasok. Persyaratan spesifik yang diajukan (agunan, wilayah, status keanggotaan, kelompok, dsb) mengakibatkan UMK tidak bebas memilih jenis pelayanan yang diinginkannya. Secara umum pelayanan perkreditan masih perlu dibenahi (Syaifudin, 1995)

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang dipergunakan adalah Metode Deskriptif Komparatif. Teknik studi menggunakan 2 pendekatan, yaitu (1) Studi pustaka (*Desk Studi*); dan (2) Survey lapangan (wawancara dan observasi). Jenis data yang dikumpulkan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan responden dan melakukan observasi lapangan. Sumber data sekunder diperoleh dari hasil studi pustaka, Review dokumenter. Lokasi penelitian Di wilayah

Jawa Barat. Responden UKM pemasok ke peritel besar (CV. Lycofarm), Bank Jabar Banten, Koperasi Rukun Ihtiar, Galery di Paris Van Java, hypermarket, dan Asiana Fresh Market.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Transaksi dan Pola Pembayaran UKM Pemasok ke Peritel Besar

Dalam struktur usaha ritel modern, pemasok merupakan ujung tombak dan bagian yang cukup penting bagi peritel. Oleh sebab itu, pemasok harus dijadikan sebagai mitra bisnis untuk memberikan pelayanan terbaiknya kepada konsumen. Namun pada kenyataannya pemasok seringkali dijadikan objek guna mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pihak peritel dengan jalan meningkatkan komisinya yang diambil dari pemasoknya.

Pemasokan produk ke bisnis ritel umumnya menggunakan pola konsinyasi, jatuh tempo dan beli putus. Kekhawatiran bagi pemasok adalah sistem pembayaran dari peritel yang relatif lama yakni dua minggu hingga 3 bulan setelah barang dikirim. Padahal pemasok membutuhkan uang pembayaran tersebut guna modal



Gambar 1. Alur Transaksi Pembayaran dari Toserba Yogya dan Griya

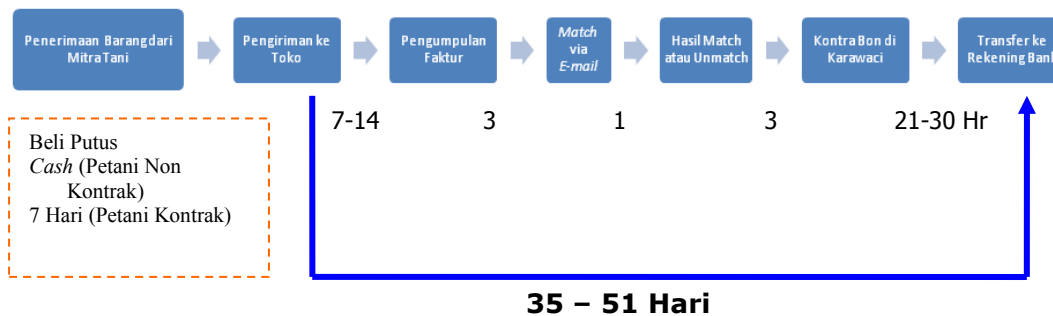
melanjutkan usahanya, terutama petani-petani kecil dan pengrajin. Hambatan pemasok adalah keterbatasan likuiditas dan beratnya ketentuan yang ditetapkan peritel. Kesulitan timbul jika proses pembayaran dari peritel besar mengalami penundaan. Hal ini menyebabkan bertambahnya dana yang harus dicadangkan. Alur pembayaran yang dialami perusahaan agribisnis Lyco farm dari beberapa peritel di Bandung dan Cirebon seperti disajikan pada Gambar 1.

Berdasarkan Gambar 1. bahwa pembayaran yang diterima UKM pemasok dari Peritel besar yaitu Toserba Yogya dan Griya antara 35 - 49 hari. Artinya pembayaran paling cepat diterima oleh UKM 35 hari dan bahkan sampai bisa 49 hari. Dilain pihak bahwa memasok produk ke peritel tersebut

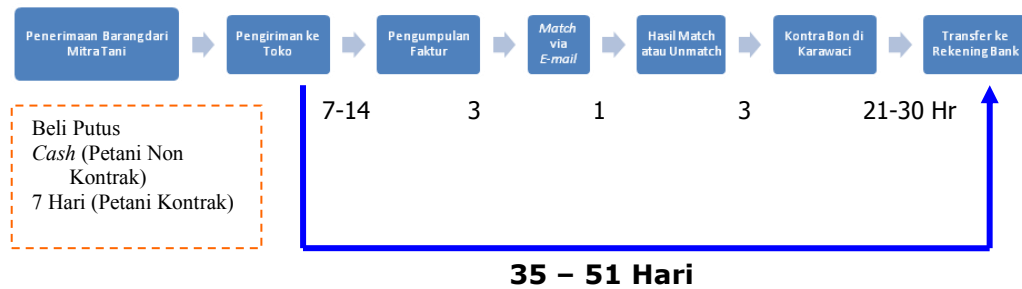
harus dilakukan tiap hari. Alur transaksi pembayaran UKM pemasok dari Galery di Paris Van Java Bandung disajikan pada Gambar 2.

Berdasarkan Gambar 2. bahwa pembayaran yang diterima UKM pemasok dari Peritel besar yaitu Gallery Paris Van Java Bandung antara 35 - 60 hari. Artinya pembayaran paling cepat diterima oleh UKM 35 hari dan bahkan sampai 60 hari. Dilain pihak bahwa memasok produk ke peritel tersebut harus dilakukan tiap hari dan pembayaran ke petani maksimal 7 hari. Alur transaksi pembayaran UKM pemasok dari Hipermarket Bekasi disajikan pada Gambar 3.

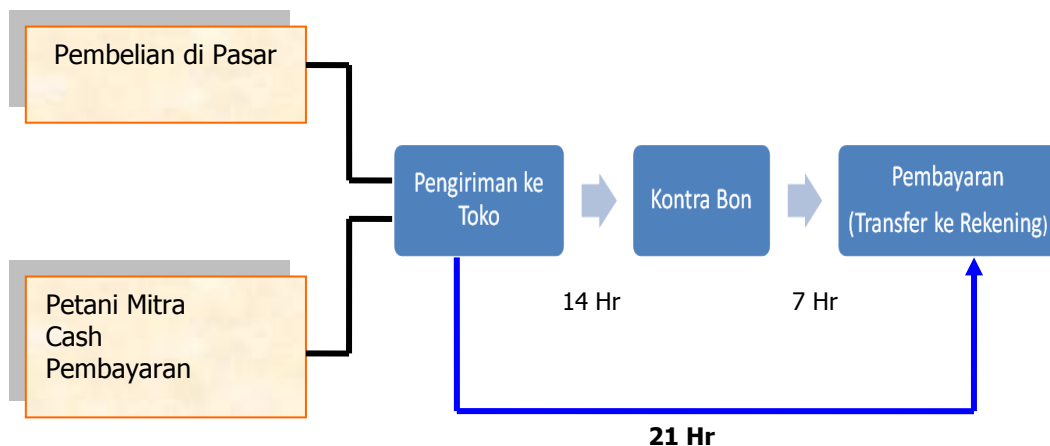
Berdasarkan Gambar 3. bahwa pembayaran yang diterima UKM pemasok dari Peritel



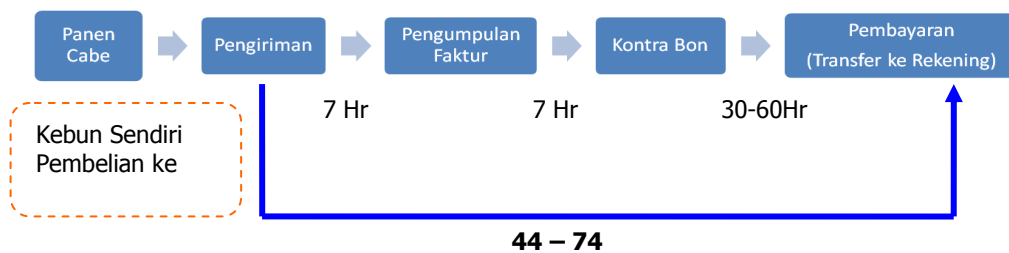
Gambar 2. Alur Transaksi Pembayaran Papaya Fresh dari Gallery di Paris van Java Bandung



Gambar 3. Alur Transaksi Pembayaran dari Hypermarket (Gudang DC Cibitung Bekasi)



Gambar 4. Alur Transaksi Pembayaran Asiana Fresh Market (Rancaekek Kabupaten Bandung)



Gambar 5. Alur Transaksi Pembayaran dari PT HEINZ-ABC Karawang (Cabe Olahan)

besar yaitu Hypermarket antara 35 - 51 hari. Artinya pembayaran paling cepat diterima oleh UKM 35 hari dan bahkan sampai 51 hari. Dilain pihak bahwa memasok produk ke peritel tersebut harus dilakukan tiap hari. Alur transaksi pembayaran UKM pemasok dari Asiana Fresh Market disajikan pada Gambar 4.

Berdasarkan Gambar 4 bahwa pembayaran yang diterima UKM pemasok dari Peritel besar yaitu Asiana Fresh Market 21 hari. Artinya pembayaran yang diterima oleh UKM setelah 21 hari barang/produk dikirim. Dilain pihak bahwa memasok produk ke

peritel tersebut harus dilakukan tiap hari. Sedangkan alur transaksi pembayaran UMKMK pemasok dari PT HEINZ - ABC Karawang (Cabe Olah) disajikan pada Gambar 5.

Berdasarkan Gambar 5 bahwa pembayaran yang diterima UKM pemasok dari Peritel besar yaitu PT HEINZ - ABC Karawang antara 44 - 74 hari. Artinya pembayaran yang diterima oleh UKM paling cepat setelah 44 hari barang/produk dikirim dan bahkan bias mencapai 74 hari setelah berang/produk di kirim. Dilain pihak bahwa memasok produk ke peritel tersebut harus dilakukan tiap hari.

Dengan adanya alur transaksi pembayaran yang cukup lama dari peritel besar kepada UKM, maka UKM perlu menyediakan modal yang cukup selama menunggu pembayaran dari peritel besar. Kasus pada Lifo Farm untuk supply ke Toserba Yogya dan Toserba Griya harus tersedia modal sebesar Rp 174.000.000,00. Untuk supply ke Gallery Paris Van Java Rp 2.500.000,00. Untuk supply ke Hipermarket harus tersedia modal (Dana) sebanyak 243.000.000,00. Sedang dana yang harus tersedia untuk supply ke Asiana Fresh Market sebesar Rp 17.000.000. Pada Kasus Lyco Farm dana yang diperlukan untuk mensupply barang ke peritel besar sebelum menerima pembayaran dari peritel besar sebesar Rp 435.000.000,00.

UKM Pemasok dapat menyediakan semua kebutuhan peritel jika dana tersedia. Jika dana yang tersedia hanya 50 persen bahkan kurang dari dana yang dibutuhkan, maka pemasok akan mengalami penurunan pendapatan dan bahkan UKM akan menghentikan produksinya sementara sambil menunggu pembayaran dari peritel besar.

Format dan Sistem Bisnis Peritel Besar

Pesatnya perkembangan peritel besar disebabkan tuntutan konsumen, di mana konsumen membutuhkan kenikmatan untuk memilih, baik ditunjang oleh kenyamanan ruang belanjanya maupun kelengkapan produknya yang bisa mengakomodasi berbagai kebutuhan konsumen. Hal ini juga seiring dengan maraknya segmentasi pasar. Kini hampir semua produk di-*leverage* ke dalam banyak segmen. Contohnya produk sampo sekarang ada sampo bayi, remaja dan dewasa. Belum lagi berdasarkan fungsinya, ada yang menonjolkan kandungan vitamin, antiketombe, penghitam, hingga ke produk vitalitas. Otomatis hal ini membutuhkan pola merchandising yang baik dan tertata. Pasar tradisionl sudah tentu tidak bisa menampung aspirasi itu, sebab lokasi ruang pergerakannya sangat terbatas. Yang paling cocok adalah peritel besar dengan tempatnya yang luas dan nyaman, pilihan produknya juga sangat lengkap.

Secara umum pembelian barang dari pemasok oleh peritel besar dilakukan secara beli putus, jatuh tempo dan konsinyasi. Dalam cara beli putus pemasok mendapat pembayaran cash setelah menyerahkan barangnya. Jatuh tempo waktu pembayaran ditentukan beberapa hari setelah barang diterima, Sementara itu cara konsinyasi pembayaran ke pemasok hanya terhadap barang-barang yang laku saja, atau jika tidak laku barang bisa ditukar.

Term of payment merupakan bagian dari negoisasi, sesuatu yang normal dalam bisnis. Pemasok akan memiliki kekuatan dalam bargaining kalau brand-nya sudah kuat dan laku. Karena itu dalam pola kontrak peritel besart-supplayer ini, pemasok harus meningkatkan kekuatan merek produknya, agar bisa mengimbangi kekuatan posisi tawar dari peritel besar. Begitu juga dalam distribusi pasokan barang-barangnya, karena mengandalkan volume besar (bisa lebih dari 50 - 60 ribu item produk) peritel besar merasa mampu

menyerap produk dalam jumlah yang besar, sehingga tidak mau lagi membeli produk melalui perantara (distributor), melainkan bila dimungkinkan akan langsung berhubungan dengan produsennya. Para produsen tentunya banyak yang tidak bisa mengelak dengan tawaran seperti itu, sebab melihat potensi penjualannya berjumlah besar.

Dalam menciptakan arus pendapatan pola peritel besar terbagi dua: Pertama, mengutip dari margin produk yang dijualnya, yang merupakan bisnis intinya. Kedua, mengutip fee dari berbagai jalur yang disebut juga another income. Selain aneka fee tersebut, banyak hypermarket juga menambah sumber pendapatan dari rental space seperti adanya checkout centre atau rak dekat kasir, yang dijual per shelf dengan harga Rp 100 - 200 ribu per bulan.

Meskipun dibebani berbagai pungutan, peritel besar tetap menjadi daya tarik yang kuat bagi pemasok karena beberapa keunggulan yang ditawarkannya. Selain itu, banyak pemasok-pemasok melihat, menjual di peritel besar memungkinkan meraih omzet dalam jumlah besar hanya melalui beberapa gerai yang mudah dikontrol. Hal ini dimungkinkan karena rata-rata gerai peritel besar Indonesia punya luas 5 ribu m². Selain itu, bagi pemasok, bisa menjual produknya di peritel besar juga menjadi gengsi tersendiri, karena berarti produknya diakui peritel modern.

Penjualan produk oleh peritel besar dilakukan secara langsung kepada konsumen. Produk yang dijual telah dilengkapi oleh label harga yang jelas, sehingga tidak terjadi tawar-menawar harga antara pembeli dan penjual. Penjualan yang dilakukan dalam partai kecil (eceran) ini umumnya dibayar secara cash dengan uang kontan maupun dengan menggunakan kartu kredit ataupun kartu debit.

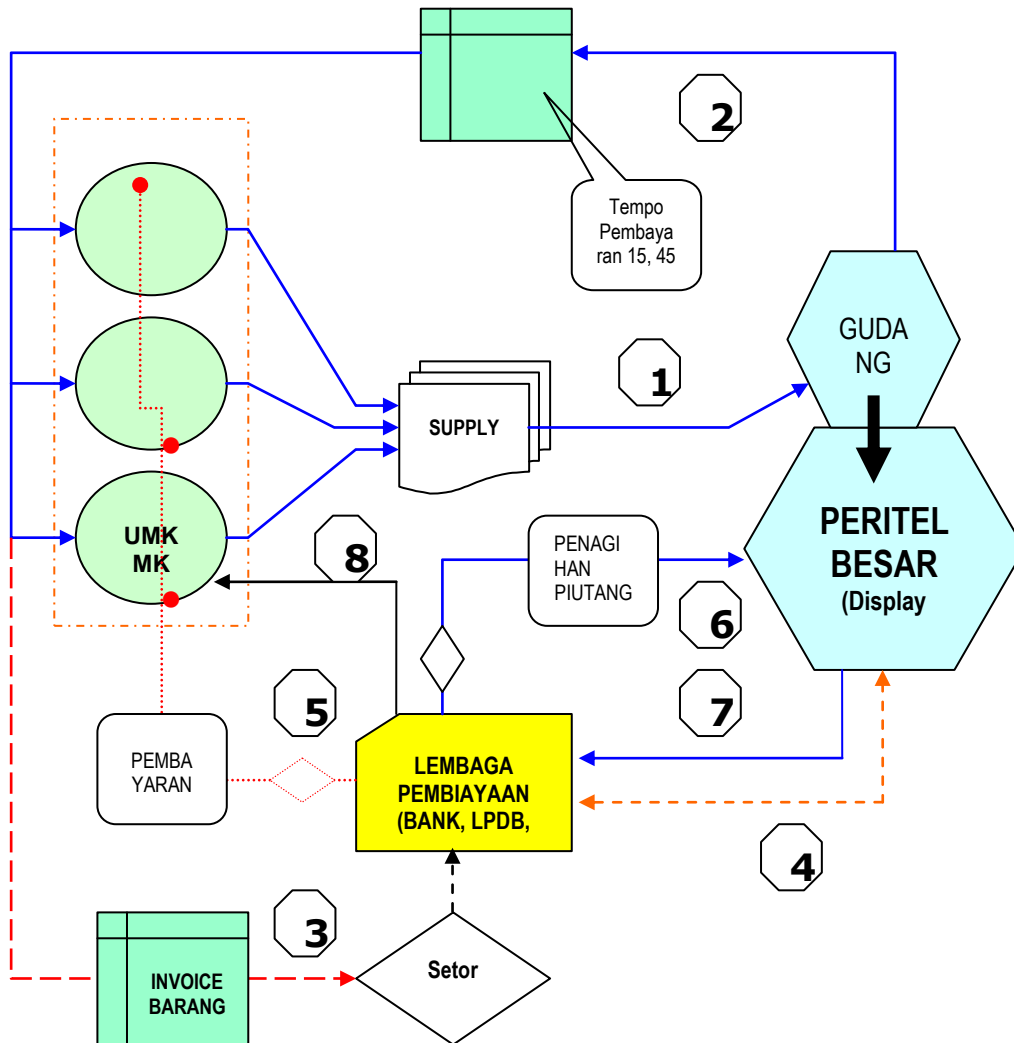
Model Pembiayaan UKM Pemasok ke Peritel Besar

Model pembiayaan untuk melindungi UKM pemasok peritel besar secara garis besar melibatkan 3 lembaga yaitu UKM, Peritel besar dan Lembaga Pengelola Keuangan. Ketiga lembaga tersebut merupakan satu sistem yang saling terkait yang memiliki peran dan fungsi yang berbeda, namun harus saling mendukung, dan saling ketergantungan sehingga diperlukan adanya sinergitas diantara ketiga lembaga tersebut. Oleh karena itu perlu disusun mekanisme kerja yang jelas diantara ketiga lembaga tersebut. Model pembiayaan untuk Melindungi UKM pemasok ke Peritel besar seperti pada Gambar 6.

Keterangan Gambar 6:

1. UKM memasok/mensuply barang/produk kepada Peritel Besar
2. Setelah mensuply barang/Produk UKM akan menerima Invoice (Faktur) dengan lama pembayaran 15 - 75 hari, setelah barang diterima oleh Peritel Besar.
3. Invoice produk/barang UKM di kirimkan kepada lembaga pengelola/pelaksana skim pembiayaan (Bank/NON bank/Koperasi/LPDB)
4. Lembaga Pengelola/Pelaksana Skim pembiayaan melakukan koordinasi dengan Peritel besar untuk klarifikasi tentang kebenaran invoice.
5. Setelah koordinasi dengan Peritel besar dan invoiceny telah divalidasi, maka Lembaga Pengelola membayar 80 persen dari invoice yang diajukan UKM.
6. Setelah jatuh tempo, maka Lembaga pengelola/pelaksana skim pembiayaan melakukan penagihan kepada peritel besar atas Invoice dari UKM.
7. Peritel besar melakukan pembayaran kepada Lembaga Pengelola/pelaksana skim pembiayaan sebanyak 100 %.
8. Lembaga pembiayaan membayarkan sisa pembayaran kepada UKM setelah di potong pokok pembayaran 80% dan fee lembaga pengelola/pelaksana skim pembiayaan (tergantung kesepakatan Lembaga pembiayaan dan UKM).

Model Kredit di atas, berbeda dengan model kredit yang telah ada, di mana model



Gambar 6. Mekanisme Pelaksanaan Model Pembiayaan UKM Pemasok ke Peritel Besar

pembiayaan ini khusus untuk membantu pembiayaan bagi UKM pemasok ke peritel besar. Beberapa kelebihan dari model pembiayaan ini adalah :

1). Bagi UKM

- a. Permodalan usaha akan terjamin, tidak menunggu jatuh tempo pembayaran.
- b. Proses Produksi akan berjalan secara berkelanjutan.
- c. Jumlah dan kualitas produk dapat

disesuaikan dengan permintaan dari peritel besar.

- d. Untuk memperoleh permodalan usaha tidak memerlukan jaminan, cukup dengan invoice barang/produk dari peritel besar.

e.

2). Bagi Perusahaan Peritel Besar

- a. Kuantitas dan kualitas barang akan tersedia dengan cukup, tanpa adanya kekhawatiran kurangnya pasokan dari UKM.

- b. Dalam pembayaran barang/produk ke UKM akan relatif mudah, karena hanya berhubungan dengan lembaga pembiayaan.

3). Bagi Lembaga Pembiayaan

- a. Resiko kredit bermasalah atau kredit macet dapat diminimalisir.
- b. Jangka waktu pengembalian pinjaman relatif singkat paling lama 2,5 bulan
- c. Perputaran dana (uang) pada lembaga pembiayaan akan relatif cepat.
- d. Mengurangi biaya untuk memeriksa kelayakan usaha dan atau menilai jaminan.

Untuk mengaplikasikan model pembiayaan untuk UKM pemasok peritel besar, di Jawa Barat dapat diaplikasikan oleh Bank Pembangunan Daerah (BPD) yang merupakan salah satu Bank milik pemerintah terbesar di provinsi Jawa Barat Banten. Nasabah Bank Jabar Banten saat ini 90% terdiri dari individu, sedangkan 10% lagi adalah *corporate business*. Dilihat pada misi Bank Jabar-Banten bahwa dalam lima tahun yang akan datang, Bank Jabar-Banten menargetkan adanya pergeseran proporsi jumlah nasabah, khususnya nasabah *corporate business* menjadi 40%.

Produk-Produk Kredit Bank Jabar-Banten yang telah ada adalah : 1). Kredit Modal Kerja Umum (KMKU), 2). Kredit Investasi Umum (KIU), 3). Kredit Mikro Utama, 4). Kredit Mikro Utama - Individu, 5). Kredit Mikro Utama - Kelompok (Pasar), dan 6). Kredit Mikro Utama Linkage Program. Produkproduk kredit yang dikeluarkan oleh Bank Jabar Banten, belum dapat mengakomodasi skim pembiayaan untuk UKM pemasok ke peritel besar, karena skim pembiayaan untuk UKM pemasok ke peritel besar memiliki karakteristik dan spesifikasi khusus yang berbeda dengan produk-produk kredit yang lainnya. Disisi lain bahwa pemberian kredit pada UKM

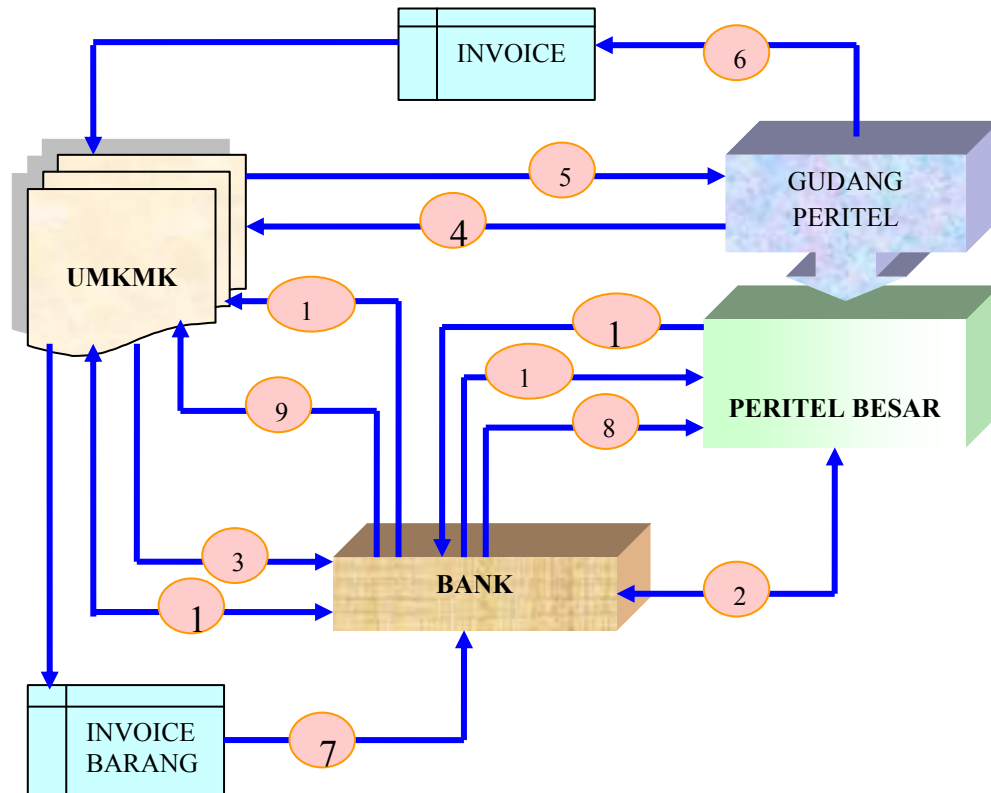
pemasok ke peritel besar merupakan potensi yang dapat digarap oleh Bank Jabar Banten.

Karakteristik yang menjadi keunggulan dari model kredit ini adalah bahwa UKM memiliki invoice barang/produk dari peritel besar sebagai surat berharga untuk penagihan ke peritel besar. Dilain pihak juga bahwa peritel besar dapat berperan sebagai penjamin (Avalis) atau sebagai Jaminan Badan usaha (Corporate guarantee) bagi Bank Jabar Banten. Dengan demikian bagi bank Jabar-Banten bahwa model kredit bagi UKM pemasok ke peritel besar cukup potensial untuk dikembangkan.

Berdasarkan karakteristik dari model kredit untuk UKM pemasok ke peritel besar dan beberapa keunggulannya, maka Bank Jabar Banten dapat menambah produk/skim kredit baru yang khusus untuk kredit bagi UKM pemasok ke peritel besar. Alternatif model kredit untuk UKM pemasok ke peritel besar adalah *Kredit Mikro Perdagangan*. Skema Model Kredit Mikro Perdagangan Bank Jabar-Banten disajikan pada Gambar 7.

Keterangan Gambar 7:

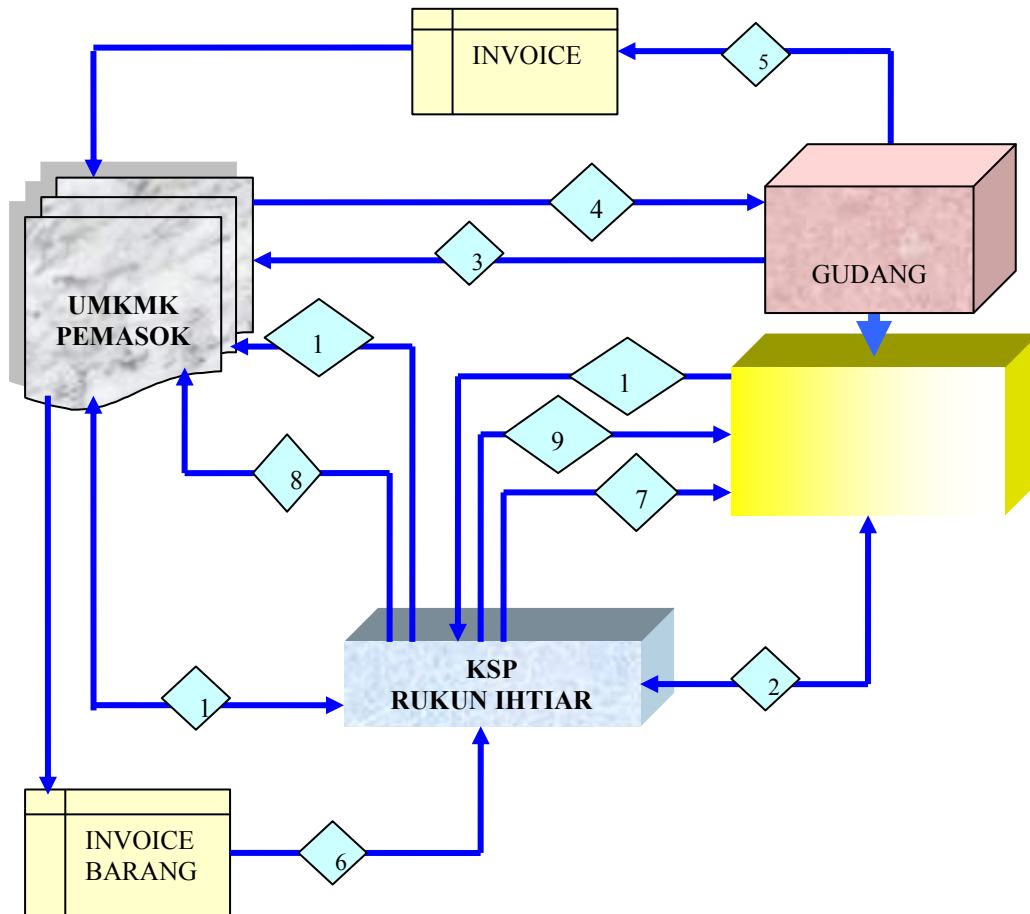
1. UKM Mengajukan permohonan kepada Bank Jabar Banten untuk mendapatkan Fasilitas Kredit Perdagangan.
2. Bank Jabar-Banten mengadakan kerjasama (MOU) di mana pihak Perusahaan Peritel Besar bersedia menjadi Avalis (penjamin) untuk UKM pemasok ke Peritel Besar.
3. UKM Membuka rekening Tabungan pada Bank Jabar-Banten.
4. Peritel Besar mengirimkan Purchase Order (PO) produk kepada UKM.
5. UKM mensuply (mengirim) barang/Produk ke Peritel Besar sesuai PO.
6. UKM menerima invoice barang/Produk dari Peritel besar sebagai bukti penagihan pembayaran produk sesuai dengan jatuh tempo yang telah ditentukan.



Gambar 7. Skema Model Kredit Mikro Perdagangan Bank Jabar-Banten UKM Pemasok Peritel Besar

7. Invoice produk sebagai surat berharga untuk penagihan di dikirimkan ke Bank BJB.
8. Bank Jabar-Banten melakukan koordinasi dengan Peritel besar untuk mengecek kebenaran (keabsahan) dari Invoice barang/produk dari UKM.
9. Setelah dilakukan penilaian terhadap keabsahan Invoice barang UKM dari Peritel Besar, maka Bank Jabar Banten melakukan pemberian kredit kepada UKM yang besarnya 80 persen dari nilai Invoice barang melalui No. Rekening UKM.
10. Setelah jatuh tempo berdasarkan invoice barang, maka Bank Jabar-Banten melakukan/mengajukan penagihan kepada Peritel besar sesuai Invoice barang UKM.
11. Peritel Besar membayar invoice barang UKM kepada Bank Jabar Banten.
12. Bank Jabar Banten membayar sisa pembayaran kepada UKM sebanyak 20 persen dari nilai Invoice barang dipotong dengan jasa/bunga kredit.

Selain Bank Untuk mengaplikasikan model pembiayaan untuk UKM pemasok ke peritel besar, adalah KSP/USP. Salah satu KSP/USP yang dapat mengaplikasikan model pembiayaan ini adalah KSP Rukun Ikhtiar Kota Bandung. Berdasarkan kegiatan usaha simpan pinjam yang ada pada KSP Rukun Ihtiar, maka skim pembiayaan untuk UKM pemasok ke peritel besar belum dapat di akomodasi secara spesipik. Anggota (UKM) pemasok ke peritel besar memiliki Invoice barang sebagai surat berharga untuk penagihan pada peritel besar, namun untuk penagihan tersebut menunggu jatuh



Gambar 8. Model Pembiayaan Dana Talangan KSP bagi Anggota (UKM) Pemasok ke Peritel Besar

tempo, sedangkan proses produksi harus tetap berjalan. Dilain pihak juga bahwa pihak peritel besar dapat berperan sebagai penjamin (corporate guarantee).

Untuk membantu keberlanjutan dan pengembangan usaha anggota (UKM), maka KSP Rukun Ihtiar perlu untuk menyediakan jenis pinjaman yang khusus untuk anggota (UKM) pemasok ke peritel besar. Alternatif jenis pinjaman adalah **pinjaman dana talangan** koperasi bagi anggota (UKM) pemasok ke peritel besar. Skema pinjaman dana talangan koperasi untuk anggota (UKM) ke peritel besar di sajikan pada Gambar 8.

Keterangan Gambar 8:

1. UKM Mengajukan permohonan kepada KSP untuk memanfaatkan pelayanan dari koperasi berupa pinjaman untuk perdagangan
2. KSP mengadakan kerjasama (MOU) di mana pihak Perusahaan Peritel besar bersedia menjadi Avalis (penjamin) pinjaman untuk UKM pemasok
3. Peritel Besar mengirimkan Purchase Order (PO) barang/produk yang di butuhkan kepada UKM.
4. UKM mensuply (mengirim) barang/ Produk ke Peritel Besar sesuai PO.
5. UKM menerima invoice barang/Produk

dari Peritel besar sebagai bukti penagihan pembayaran barang/produk sesuai dengan jatuh tempo.

6. Invoice barang/produk sebagai surat berharga untuk penagihan di storkan/dikirimkan kepada KSP.
7. KSP melakukan koordinasi dengan peritel besar untuk mengecek kebenaran (keabsahan) dari Invoice barang/produk dari UKM.
8. Setelah dilakukan penilaian terhadap keabsahan Invoice barang UKM dari peritel besar, maka KSP memberikan pinjaman kepada UKM yang besarnya 80 -90 persen dari nilai invoice.
9. Setelah jatuh tempo berdasarkan invoice barang, maka KSP melakukan/mengajukan penagihan kepada Peritel besar sesuai dengan Invoice barang dari UKM.
10. Peritel besar membayar invoice barang UKM kepada KSP
11. KSP membayar sisa pembayaran kepada UKM sebanyak 10 - 20 persen dari nilai Invoice barang dipotong dengan jasa pinjaman.

Keunggulan dari jenis pinjaman dana talangan koperasi bagi anggota (UKM) pemasok ke peritel besar sebagai berikut :

1. Bagi Anggota (UKM) Pemasok

- a. Proses produksi dapat terus berjalan, tanpa menunggu pembayaran dari peritel besar.
- b. Dapat memenuhi pesanan dari peritel besar dengan kuantitas, kualitas dan kontinuitas produk yang sesuai pesanan peritel besar.
- c. Jaminan untuk memperoleh pinjaman dana talangan koperasi cukup dengan invoice barang/produk dari peritel besar disamping itu juga ada jaminan (corporate guarantee) dari peritel besar.
- d. Pada akhir tahun akan memperoleh SHU yang lebih besar, karena adanya tambahan SHU dari jasa pinjaman.

2. Bagi KSP

- a. Resiko pinjaman bermasalah/macet

dari anggota relatif rendah

- b. Dapat membantu mendukung dan mengembangkan usaha anggota
- c. Berputaran dana pinjaman relatif cepat
- d. Pinjaman dana yang disalurkan kepada anggota bertambah besar, dengan demikian SHU koperasi akan bertambah.

3. Bagi Peritel Besar

- a. Persediaan barang/produk akan memadai sesuai kebutuhan
- b. Pembayaran Invoice barang cukup pada satu lembaga yaitu KSP, sehingga waktu dan biaya akan lebih efisien.
- c. Kuantitas dan kontinuitas produk dari anggota koperasi (UKM) akan terjamin.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pola pembayaran produk UKM dari Peritel besar pada umumnya dilakukan konsiyasi dan jatuh tempo (15 - 75 hari). Dilain pihak pasokan barang harus dilakukan secara continue, sehingga UKM membutuhkan modal kerja yang cukup besar. Dengan pola tersebut banyak UKM yang mengalami kendala dalam memenuhi modal kerjanya. Sementara skim-skim kredit yang ada belum dapat mengakomodir kebutuhan UKM pemasok ke peritel besar.
2. Format bisnis peritel besar dirancang untuk memnuhi tuntutan konsumen, di mana konsumen membutuhkan kenikmatan untuk memilih, baik ditunjang oleh kenyamanan ruang belanjanya maupun kelengkapan produknya yang bisa mengakomodasi berbagai kebutuhan konsumen. Secara umum pembelian barang dari pemasok oleh peritel besar dilakukan secara beli

putus, jatuh tempo dan konsinyasi.

3. Model pembiayaan untuk perlindungan UKM Pemasok ke Peritel Besar perlu adanya kerjasama yang sinergi antara UKM pemasok, peritel besar dan lembaga keuangan baik bank maupun non bank. Model pembiayaan tersebut memiliki karakteristik yang spesifik dan berbeda dengan model pembiayaan yang telah ada. Alternatif lembaga untuk mengelola skim pembiayaan UKM pemasok ke peritel besar yaitu dikelola langsung oleh Lembaga Pengelolaan Dana Bergulir (LPDB), Koperasi dengan model dana talangan dan Bank dengan skim Kredit perdagangan.

Saran-Saran

1. Diperlukan landasan hukum yang lebih kuat setingkat peraturan pemerintah (PP) maupun keputusan presiden dalam mengatur model pembiayaan untuk melindungi UKM Pemasok ke Peritel besar.
2. Untuk memperlancar proses pelaksanaan model pembiayaan, sebaiknya difasilitasi oleh Pemerintah.
3. Alternatif Model-model pembiayaan UKM pemasok ke peritel besar dapat diaplikasikan melalui LPDB, perbankan atau melalui KSP sebaiknya mempertimbangkan kondisi dan karakteristik dari UKM
4. Untuk mengimplementasikan model pembiayaan ini dan menjadi sebuah program sebaiknya dilakukan dahulu Pilot Project, sehingga dalam pelaksanaan dapat lebih baik dan lebih sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

Achjar Iljas. 2004. Reformasi Sistem Pembiayaan Usaha Kecil. Global Mahardika Publication dan Modal Research, Jakarta.

Ashari. 2006. Potensi Lembaga Keuangan Mikro (LKM) dalam Pembangunan

Ekonomi Pedesaan dan Kebijakan Pengembangannya. Dalam Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian. Volume 4 No. 2 Juni 2006 : 146 – 164.

Biro Pusat Statistik 2004. *Statistik Usaha Kecil Menengah*. Badan Pusat Statistik, Jakarta.

Badan Pusat Statistik Jawa Barat. 2007. *Jawa Barat dalam Angka 2006*. Bandung: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat.

Buchari Alma. 2006. *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung, Alfabeta.

Cravens David W. and Piercy Nigel F. 2006. *Strategic Marketing*. Eighth Edition. UAS : Mc-Graw Hill. Higher Education

Dinas Koperasi dan UKM Jawa Barat. 2007. Laporan Tahunan Dinas KUKM Jabar. Dinas KUKM Jabar, Bandung.

Djoko Retnadi. 2007. Peran Kredit UMKM, Peluang dan Tantangan. Dalam Economic Review No. 207.Maret 2007.

Kotler, Phillip. 2004. *Ten Peddly Markting Sin*. Jakarta : Erlangga.

Mediadata. 2009. Dalam www.md.bg.com

Muhammad Taufiq, 2003, Strategi Pengembangan UKM pada era otonomi daerah dan perdagangan bebas. Jurnal Ekonomi Rakyat.9.1-4

Sjaifudian, Hetifah, Dedi Haryadi, Maspiyai. 1995. *Strategi dan Agenda Pengembangan Usaha Kecil*. Akatiga, Bandung.

Sri Mulyati Tri Subari. Kebijakan dan Strategi Pengembangan Bank Indonesia dalam Mendukung Pelayanan Keuangan yang Berkelanjutan bagi UMKM. Makalah Workshop Berbagi Pengetahuan dan Sumber daya Keuangan Mikro di Indonesia. Tanggal 27 Agustus 2004., Jakarta.

Sukardi, HM. 2002. *Studi Kelembagaan dan Sistem Pembiayaan Usaha Kecil dan Menengah*. Proceeding Simposium Nasional Riset Ekonomi dan Manajemen I, Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia, Surabaya 29 Juni 2002 .