



PERKEMBANGAN KINERJA UMKM SEBELUM DAN SESUDAH MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA)

Rizka Ramayanti , Novita

Dosen

rizka.ramayanti@trilogi.ac.id , novita_1210@trilogi.ac.id

Abstraksi : MEA memiliki tujuan untuk menjadikan ASEAN sebagai kawasan basis produksi dan pasar tunggal (pilar 1), kawasan yang berdaya saing (pilar 2), kawasan yang mengedepankan pembangunan yang merata (pilar 3), dan kawasan yang terintegrasi dengan pasar global (pilar 4). Potensi UMKM di Indonesia sangat besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat dan juga memiliki kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Untuk menghadapi kompetisi MEA, UMKM dituntut untuk dapat meningkatkan daya saing baik secara keuangan maupun non keuangan. Berkaitan dengan penilaian kinerja UMKM, pendekatan yang digunakan dalam melakukan penilaian adalah dengan menggunakan pendekatan balanced scorecard yang terdiri kinerja keuangan dan non keuangan yang dilihat dari perspektif pelanggan, proses bisnis internal, serta pertumbuhan dan pembelajaran. Pada penelitian ini, penulis ingin menguji apakah Kinerja keuangan dan non keuangan UMKM berbeda pada saat sebelum dan sesudah MEA. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari menyebarkan kuesioner kepada pelaku UMKM. Penelitian akan dilakukan di kawasan Jakarta Selatan. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2015), pertumbuhan UMKM di kawasan tersebut cukup tinggi. Data dianalisis melalui uji beda rata-rata. Pada penelitian ini ditemukan bahwa terdapat perbedaan kinerja keuangan sebelum dan setelah MEA, dan terdapat perbedaan kinerja non keuangan sebelum dan setelah Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Kata Kunci : MEA, Keuangan, Non Keuangan

PENDAHULUAN

a. Latar Belakang

MEA memiliki tujuan untuk menjadikan ASEAN sebagai kawasan basis produksi dan pasar tunggal (pilar 1), kawasan yang berdaya saing (pilar 2), kawasan yang mengedepankan pembangunan yang merata (pilar 3), dan kawasan yang terintegrasi dengan pasar global (pilar 4). Perjanjian MEA tidak hanya mengenai perdagangan dalam produk dan jasa tetapi juga berlaku dalam aliran tenaga kerja. Dampak MEA sudah dirasakan oleh Indonesia, dari data Badan Pusat Statistik (2015) arus import barang jika dibandingkan dari sebelum MEA dan Sesudah MEA terjadi kenaikan arus barang import sebesar 33.83%. Hal ini berarti arus barang yang masuk dari luar negeri lebih banyak dari pada tahun sebelumnya. Kesempatan dengan adanya MEA adalah Indonesia akan memasuki pasar baru yang lebih luas untuk

menjual produk-produknya, pemasukan tambahan dari pajak pertambahan nilai produk-produk baru yang masuk ke Indonesia dan memberikan tantangan bagi produk dalam negeri untuk memperbaiki kualitas mutu produk untuk bersaing di pasar dunia.

Potensi UMKM di Indonesia sangat besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat dan juga memiliki kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Untuk menghadapi kompetisi MEA, UMKM dituntut untuk dapat meningkatkan daya saing baik secara keuangan maupun non keuangan. UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dari kelompok usaha kecil maupun menengah. UMKM dianggap mampu menyerap tenaga kerja cukup besar dan tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi termasuk saat negara dalam



keadaan krisis ekonomi. Namun disisi lain, UMKM juga menghadapi banyak sekali permasalahan, yaitu terbatasnya modal kerja, sumber daya manusia yang rendah, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi (Sudaryanto dan Hanim, 2002 dalam Sudaryanto, dkk). Kelemahan UMKM dalam sisi pelaporan keuangan dimana UMKM belum melakukan pemisahan antara arus uang dari kegiatan usaha dan keperluan pribadi serta belum melakukan penilaian terhadap kinerjanya. Pekerjaan rumah untuk Pemerintah Indonesia termasuk pelaku usaha dan profesional dalam pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan yaitu membuat UMKM harus mampu mengadapai tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini sangat penting untuk dilakukan agar UMKM Indonesia dapat meningkatkan nilai tambah serta keunggulan bersaing menghadapi produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia dengan kualitas sama namun harga cenderung lebih murah.

Tolak ukur keberhasilan UMKM dapat dilihat dari kinerja UMKM tersebut, dimana dalam menghadapi persaingan MEA, kinerja tidak cukup hanya dengan melihat kinerja keuangan. Kinerja non keuangan pun menjadi tolok ukur yang penting dalam meningkatkan daya saing dan nilai tambah UMKM saat ini. Kinerja nonkeuangan yang dimaksud adalah kemampuan UMKM dalam melayani konsumennya, internal proses dalam menghasilkan produk/jasa, dan pengembangan sumberdaya manusia serta teknologi. Perkembangan kinerja keuangan dan non keuangan UMKM sebelum dan sesudah MEA dalam penelitian ini diharapkan dapat intropeksi bagi UMKM dalam mengembangkan usahanya agar dapat bersaing dengan arus produk maupun jasa dari negara-negara yang menandatangani perjanjian MEA. Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi bahan masukan kepada pemerintah untuk dapat membuat kebijakan

terutama dalam melakukan peningkatan daya saing serta nilai tambah UMKM.

b. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, berikut ini adalah rumusan masalah yang ingin diteliti:

1. Apakah ada perbedaan kinerja keuangan UMKM sebelum dan sesudah MEA?

2. Apakah ada perbedaan kinerja non keuangan UMKM sebelum dan sesudah MEA?

c. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Selaras dengan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perbedaan kinerja keuangan UMKM sebelum dan sesudah MEA

2. Untuk mengetahui perbedaan kinerja non keuangan UMKM sebelum dan sesudah MEA

LANDASAN TEORI

Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)

Menurut Bapenas (2016) awal mula MEA berawal pada KTT yang dilaksanakan di Kuala Lumpur pada tanggal 1997 para pemimpin ASEAN akhirnya memutuskan untuk melakukan pengubahan ASEAN dengan menjadi suatu kawasan makmur, stabil dan sangat bersaing dalam perkembangan ekonomi yang berlaku adil dan dapat mengurangi kesenjangan dan kemiskinan sosial ekonomi (ASEAN Vision 2020). Kemudian dilanjutkan pada KTT Bali yang terjadi pada bulan Oktober pada tahun 2003, para pemimpin ASEAN mengeluarkan pernyataan bahwa Masyarakat Ekonomi ASEAN atau MEA akan menjadi sebuah tujuan dari perilaku integrasi ekonomi regional di tahun 2020, ASEAN SECURITY COMMUNITY dan beberapa komunitas sosial Budaya ASEAN merupakan dua pilar yang tidak bisa terpisahkan dari komunitas ASEAN. Seluruh pihak diharapkan agar dapat bekerja sama secara kuat didalam membangun komunitas ASEAN di tahun 2020

MEA merupakan singkatan dari Masyarakat Ekonomi ASEAN yang memiliki pola mengintegrasikan ekonomi ASEAN dengan cara membentuk sistem perdagangan bebas atau free



trade antara negara-negara anggota ASEAN. Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan satu pasar tunggal di kawasan Asia Tenggara, bertujuan untuk meningkatkan investasi asing di kawasan Asia Tenggara, termasuk Indonesia yang juga akan membuka arus perdagangan barang dan jasa dengan mudah ke negara-negara di Asia Tenggara.

Tujuan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) adalah Untuk meningkatkan stabilitas perekonomian di kawasan ASEAN, membentuk kawasan ekonomi antar negara ASEAN yang kuat dan terciptanya kawasan pasar bebas ASEAN. Pelaksanaan peningkatan daya saing nasional dan persiapan pelaksanaan Masyarakat Ekonomi ASEAN sebagaimana dimaksud berpedoman pada strategi di antaranya: Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM):

- a. Peningkatan Daya Saing UMKM dari Sisi Pembiayaan
- b. Pengembangan Daya Saing UMKM dalam Rangka Peningkatan Eligibilitas dan Kapabilitas Daya Saing UMKM;
- c. Mendorong Pemberdayaan Sektor Riil dan Daya Saing UMKM

Kinerja UMKM

Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia paling tidak dapat dilihat dari: (1) kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor, (2) penyedia lapangan kerja yang terbesar, (3) pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi, (5) sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor masyarakat sehingga mengurangi tingkat kemiskinan dan lain-lain (Budianto, 2014). Pengukuran kinerja disini menggunakan Balance Scorecard (BSC) yang terdiri dari kinerja keuangan dan non keuangan, dimana lahir dari sebuah penelitian yang dimotivasi karena dinilai belum adanya pendekatan pengukuran kinerja yang benar-benar mampu menciptakan nilai ekonomis masa

depan bagi perusahaan pada saat ini (Kaplan, 2000)

Pengertian sederhana dari balance scorecard adalah kartu stock yang digunakan untuk mengukur kinerja dengan memperhatikan keseimbangan antara sisi keuangan dan non keuangan, antara jangka pendek dan jangka panjang serta melibatkan factor internal dan eksternal (Rangkuti, 2013)

Dalam BSC ada empat perspektif dalam system pengukuran kinerjanya yaitu :

1. Perspektif keuangan

BSC tetap menggunakan perspektif keuangan karena ukuran keuangan sangat penting dalam memberikan ringkasan konsekuensi tindakan ekonomis yang sudah ada. Ukuran kinerja keuangan memberikan petunjuk apakah ada atau tidaknya peningkatan laba perusahaan. Tujuan keuangan berupa pertumbuhan penjualan yang cepat atau terciptanya arus kas.

2. Perspektif Pelanggan

Dalam Perspektif pelanggan disini mengidentifikasi pelanggan dan segmen pasar dimana unit bisnis tersebut bersaing dan berbagai ukuran kinerja unit bisnis dalam segmen sasaran. Ukuran utamanya terdiri atas kepuasan pelanggan dan pangsa pasar di segmen sasaran. Factor pendukung keberhasilan pelanggan ini merupakan factor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk berpindah atau tetap loyal kepada pemasoknya.

3. Perspektif Proses Bisnis Internal

Dalam proses bisnis internal ini mengidentifikasi berbagai proses internal penting yang harus dikuasai dengan baik oleh perusahaan. Proses ini memungkinkan unit bisnis untuk :

a. Memberikan proporsi nilai yang akan menarik perhatian dan mempertahankan pelanggan dalam segmen pasar sasaran.

b. Memenuhi harapan keuntungan finansial yang tinggi

Ukuran proses bisnis internal berfokus kepada berbagai proses internal yang akan berdampak besar kepada kepuasan pelanggan dan pencapaian tujuan financial UMKM. Tujuan proses bisnis internal ini akan meyoroti berbagai proses penting yang mendukung keberhasilan strategi UMKM.



4. Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran

Dalam perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran disini mengidentifikasi infrastruktur yang harus dibangun perusahaan dalam menciptakan pertumbuhan dan peningkatan kinerja jangka panjang. Hal yang bisa dilakukan oleh umkm dalam perspektif ini adalah dengan melatih para pekerja, meningkatkan teknologi dan system informasi serta menyelaraskan berbagai prosedur dan kegiatan sehari-hari umkm

METODOLOGI PENELITIAN

Sampel

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer. Pengumpulan data primer diperoleh dari hasil kunjungan lapangan ke lokasi penelitian dengan metode kuesioner kepada UMKM dan pelanggannya. Penelitian akan dilakukan di kawasan Jakarta Selatan. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2015), pertumbuhan UMKM di kawasan tersebut cukup tinggi.

Pengukuran Variabel

Berikut ini adalah mekanisme pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian:

a. Kinerja Keuangan

Variabel perspektif keuangan dilihat dari omset dan laba dari umkm sebelum dan sesudah adanya MEA. Pengukuran dilakukan dengan skala Likert 1-5, dimulai dari "sangat bagus" hingga "sangat kurang".

b. Kinerja Non Keuangan

Variabel non keuangan dilihat dari pertanyaan yang berkaitan dengan persepsi pelanggan, proses bisnis internal dan pertumbuhan dan pembelajaran umkm sebelum dan sesudah MEA. Pengukuran dilakukan dengan skala Likert 1-5, dimulai dari "sangat bagus" hingga "sangat kurang"

Metode Analisis data

Data yang terkumpul kemudian ditabulasi dan hanya data yang memenuhi syarat saja yang diolah lebih lanjut. Data diolah dan dianalisis melalui Uji Beda Dua Rata-Rata dengan menggunakan SPSS Statistics. Sebelum itu juga dilakukan Uji Validitas dan Realibilitas untuk

melihat jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan yang diberikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Rincian Pengembalian Kuesioner

Sebelum melakukan penyebaran kuesioner kepada responden, penulis terlebih dahulu melakukan pilot study pada bulan Mei 2017. Tahap ini dilakukan untuk menguji apakah pernyataan yang tertera dalam kuesioner dapat dipahami oleh calon responden ataukah tidak. Pilot study dilakukan pada mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Trilogi semester IV, dosen S1 Akuntansi Universitas Trilogi, dan beberapa pelaku usaha di kawasan kalibata City. Setelah semua pernyataan dalam kuesioner dapat dipahami, tahapan selanjutnya adalah menyebarkan kuesioner kepada responden. Penyebaran kuesioner ini dilakukan dengan dua metode. Pertama, menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden. Sesuai dengan ruang lingkup penelitian, penyebaran kuesioner dilakukan di kawasan Jakarta Selatan.

Dari 200 kuesioner yang disebar, hanya 125 kuesioner yang dikembalikan. Dari keseluruhan kuesioner yang dikembalikan, hanya 91 kuesioner yang dapat dianalisis lebih lanjut. Sisanya tidak dapat digunakan karena kuesioner tidak diisi dengan lengkap. Kurangnya data responden merupakan salah satu kendala dalam penelitian ini.

Kedua, penyebaran kuesioner juga dilakukan secara online. Menurut penulis metode kedua ini adalah salah satu solusi dari adanya keterbatasan waktu dan dana penelitian. Dari penyebaran kuesioner secara online, penulis dapat mengumpulkan 30 kuesioner. Namun, 12 di antaranya tidak dapat dianalisis lebih lanjut lantaran kuesioner tidak diisi dengan lengkap dan daerah usaha tidak di Jakarta selatan. Dengan demikian, total kuesioner yang dianalisis lebih lanjut adalah 109 kuesioner. Rincian pengembalian kuesioner tersaji dalam Tabel 1.



Tabel 1: Rincian Pengembalian Kuesioner

Metode Penyebaran Kuesioner	Kuesioner Disebar	Kuesioner Kembali	Kuesioner Gugur	Kuesioner Diolah
Langsung	200	125	34	91
Online	-	30	12	18
Total		155	45	109

Sumber: Data primer yang diolah

Analisis Uji Instrumen Data

Analisis Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dipergunakan untuk mengukur apa yang diukur. Adapun caranya adalah dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item pertanyaan dengan skor total individu. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program SPSS for Windows Versi 21.00. Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan terhadap 109 responden. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai rhitung (Corrected Item-Total Correlation) > rtabel sebesar 0.188, untuk $df = 109 - 2 = 107$; $\alpha = 0,05$ maka item/ pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya.

Uji Validitas Kuesioner Keuangan

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel Keuangan adalah sebagai berikut:

Tabel 2: Hasil Uji Validitas Variabel Keuangan

Item-Total Statistics			
	Corrected Item-Total Correlation	R table	Kriteria
Keuangan_1_15	.366	0.188	Valid
Keuangan_1_16	.458	0.188	Valid
Keuangan_2_15	.453	0.188	Valid
Keuangan_2_16	.448	0.188	Valid
Keuangan_3_15	.511	0.188	Valid
Keuangan_3_16	.493	0.188	Valid
Keuangan_4_15	.468	0.188	Valid
Keuangan_4_16	.519	0.188	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 2. maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variable keuangan memiliki status valid, karena nilai rhitung (Corrected Item-Total Correlation) > rtabel sebesar 0,188

Uji Validitas Kuesioner Non Keuangan

1. Uji Validitas Kuesioner Variabel Pelanggan
 Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel Pelanggan adalah sebagai berikut:

Tabel 3: Hasil Uji Validitas Variabel Pelanggan

Item-Total Statistics			
	Corrected Item-Total Correlation	R table	Kriteria
Pelanggan_1_15	.381	0.188	Valid
Pelanggan_1_16	.467	0.188	Valid
Pelanggan_2_15	.400	0.188	Valid
Pelanggan_2_16	.337	0.188	Valid
Pelanggan_3_15	.299	0.188	Valid
Pelanggan_3_16	.401	0.188	Valid
Pelanggan_4_15	.418	0.188	Valid
Pelanggan_4_16	.443	0.188	Valid
Pelanggan_5_15	.319	0.188	Valid
Pelanggan_5_16	.410	0.188	Valid
Pelanggan_6_15	.365	0.188	Valid
Pelanggan_6_16	.550	0.188	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 3. maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variable Pelanggan memiliki status valid, karena nilai rhitung (Corrected Item-Total Correlation) > rtabel sebesar 0,188

2. Uji Validitas Kuesioner Variabel Proses Bisnis Internal

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel Proses Bisnis Internal adalah sebagai berikut:

Tabel 4: Hasil Uji Validitas Proses Bisnis Internal

Item-Total Statistics			
	Corrected Item-Total Correlation	R tabel	Kriteria
BI_1_15	.489	0.188	Valid
BI_1_16	.419	0.188	Valid



BI_2_15	.412	0.188	Valid
BI_2_16	.270	0.188	Valid
BI_3_15	.450	0.188	Valid
BI_3_16	.349	0.188	Valid
BI_4_15	.631	0.188	Valid
BI_4_16	.392	0.188	Valid
BI_5_15	.461	0.188	Valid
BI_5_16	.361	0.188	Valid
BI_6_15	.465	0.188	Valid
BI_6_16	.431	0.188	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 4. maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variable Proses Bisnis Internal memiliki status valid, karena nilai rhitung (Corrected Item-Total Correlation) > rtabel sebesar 0,188

3. Uji Validitas Kuesioner Variabel Pertumbuhan dan Pembelajaran

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel Pertumbuhan dan Pembelajaran adalah sebagai berikut:

Tabel 5: Hasil Uji Validitas Pertumbuhan dan Pembelajaran

Item-Total Statistics			
	Corrected Item-Total Correlation	R tabel	Kriteria
PP_1_15	.552	0.188	Valid
PP_1_16	.602	0.188	Valid
PP_2_15	.500	0.188	Valid
PP_2_16	.489	0.188	Valid
PP_3_15	.553	0.188	Valid
PP_3_16	.475	0.188	Valid
PP_4_15	.580	0.188	Valid
PP_4_16	.533	0.188	Valid
PP_5_15	.683	0.188	Valid
PP_5_16	.675	0.188	Valid
PP_6_15	.603	0.188	Valid
PP_6_16	.607	0.188	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 5. maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variable Pertumbuhan dan Pembelajaran memiliki status valid, karena nilai rhitung (Corrected Item-Total Correlation) > rtabel sebesar 0,188

Berdasarkan Tabel 6. uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Jadi hasil koefisien reliabilitas variable Keuangan adalah sebesar r alfa = 0,765, instrument materi pelanggan adalah sebesar r alfa = 0,760, Proses Bisnis Internal adalah sebesar r alfa = 0,786, Pertumbuhan dan Pembelajaran adalah sebesar r alfa = 0,877, ternyata memiliki nilai "Alpha Cronbach" lebih besar dari 0,600, yang berarti keempat instrumen dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan

Tabel 6: Hasil Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics			
	Cronbach's Alpha R alfa	Cronbach's Alpha R kritis	Kriteria
Keuangan	.765	0.600	Reliabel
Pelanggan	.760	0.600	Reliabel
Proses Bisnis Internal	.786	0.600	Reliabel
Pertumbuhan dan Pembelajaran	.877	0.600	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah

Analisis Hipotesis

1. Kinerja Keuangan

Sebelum masuk pada analisis terhadap output untuk uji Wilcoxon, maka melihat dahulu output ranks. Berikut adalah table output ranks variable kinerja keuangan:

Tabel 7: Hasil Uji Ranking variabel Kinerja Keuangan

Ranks				
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kin_Keu_Stlh	Negative	2 ^d	65.25	130.50
MEA -	Ranks			



Kin_Keu_Sbl MEA	Positive Ranks	103 ^e	52.76	5434.50
	Ties	4 ^f		
	Total	109		

Sumber : Data primer yang diolah .

Negative ranks atau selisih (negative) antara hasil Kinerja keuangan sebelum dan sesudah MEA adalah 2, dimana nilai 2 ini menunjukkan terdapat dua UMKM yang mengalami penurunan kinerja keuangan UMKM setelah adanya MEA. Positive ranks menunjukkan ada 103 UMKM yang mengalami peningkatan kinerja keuangan setelah adanya MEA, sedangkan nilai ties 4 menunjukkan terdapat 4 UMKM yang tidak mengalami penurunan atau peningkatan kinerja keuangannya dengan adanya MEA.

Berdasarkan hasil perhitungan uji Wilcoxon variable kinerja Keuangan adalah sebagai berikut:

Untuk membuktikan apakah perbedaan yang terjadi tersebut adalah signifikan, maka dilakukan uji beda dua rata-rata dengan Uji Wilcoxon program SPSS. Hasil uji dapat dilihat pada Tabel 8 di bawah ini.

Tabel 8: Hasil Uji Beda Kinerja Keuangan

Test Statistics ^a	
	Kin_Keu_Stl MEA - Kin_Keu_Sbl MEA
Z	-8.566 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

Sumber: Data primer yang diolah

Variabel kinerja keuangan memiliki P-value 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak, dan H₁ diterima, berarti menurut responden yang merupakan pelaku UMKM merasakan ada perbedaan kinerja keuangan usaha mereka sebelum MEA dengan sesudah MEA. Pelaku UMKM melihat dengan adanya MEA, mereka memiliki peluang yang lebih besar dalam memasarkan produk/jasanya. Produk/jasa yang

ditawarkan tidak hanya menarik minat beli para konsumen Indonesia namun juga memiliki kesempatan memasuki pasar negara-negara ASEAN. Setelah MEA, menurut pelaku UMKM, mereka mengalami peningkatan jumlah produk yang tersedia untuk dijual setiap bulannya. Selain itu, UMKM juga mengalami peningkatan aset tetap seperti estalase, komputer, jaringan internet, dll yang dapat menunjang kegiatan operasional dan juga ukm mengalami peningkatan laba setiap bulannya.

2. Kinerja Non Keuangan

Analisis terhadap output ranks variable kinerja non keuangan adalah sebagai berikut:

Tabel 9: Hasil Uji Ranking variabel Kinerja Non Keuangan

Ranks				
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kin_Non_Keu_Ssdh_ MEA - Kin_Non_Keu_Sblm_ MEA	Negative Ranks	1 ^d	3.00	3.00
	Positive Ranks	107 ^e	54.98	5883.00
	Ties	1 ^f		
	Total	109		

Sumber: Data primer yang diolah

Negative ranks atau selisih (negative) antara hasil Kinerja Non keuangan sebelum dan sesudah MEA adalah 1, dimana nilai 1 ini menunjukkan terdapat satu UMKM yang mengalami penurunan kinerja keuangan UMKM setelah adanya MEA. Positive ranks menunjukkan ada 107 UMKM yang mengalami peningkatan kinerja keuangan setelah adanya MEA, sedangkan nilai ties 1 menunjukkan terdapat 1 UMKM yang tidak mengalami penurunan atau peningkatan kinerja keuangannya dengan adanya MEA.



Tabel 10: Hasil Uji Beda Kinerja Non Keuangan

	Kin_Non_Keu_Ssdh_MEA - Kin_Non_Keu_Sblm_MEA
Z	-9.020 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

Sumber: Data primer yang diolah

Variabel kinerja non keuangan memiliki P-value 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak, dan H₁ diterima, berarti menurut responden yang merupakan pelaku UMKM merasakan ada perbedaan kinerja non keuangan usaha mereka sebelum MEA dengan sesudah MEA. Peningkatan non keuangan dilihat dari pelanggan dikarenakan UMKM secara rutin melakukan promosi melalui pameran dan media sosial. Peran media social sangat membantu pelaku usaha khususnya UMKM dalam mengenalkan produk/jasa yang dihasilkan tidak terbatas untuk pasar Indonesia namun juga ke pasar internasional. Program kerja yang lebih baik dan terarah dengan melibatkan pihak internal dan eksternal dalam proses pengembangan usaha UMKM dapat meningkatkan kinerja dari non keuangan dari segi proses bisnis. Untuk mendapatkan peningkatan inovasi dari pihak internal beberapa UMKM mengajukan proposal yang diajukan kepada pihak bank/koperasi untuk memperoleh modal usaha dimana sebelumnya mereka tidak membuat hal tersebut. Dan salah satu cara yang dilakukan oleh UMKM dalam Peningkatan kinerja non keuangan dari segi pertumbuhan dan pembelajaran ini yaitu menetapkan standar dalam penerimaan karyawan dan mengikuti program pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM secara berkelanjutan. Dalam menghadapi MEA, UMKM juga memaksimalkan pemanfaatan teknologi informasi seperti (web/blog/media social) dalam memasarkan usahanya.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas, terdapat perbedaan antara kinerja keuangan dan non keuangan sebelum dan setelah MEA. Hal ini selaras dengan teori yang ada jika dengan adanya MEA akan ada perbedaan Kinerja Keuangan dan non keuangan. Dimana setelah ada kebijakan MEA terjadi peningkatan kinerja keuangan UMKM yaitu adanya peningkatan jumlah produk yang tersedia dijual, peningkatan asset yang dimiliki UMKM yang menunjang kegiatan operasionalnya serta peningkatan dalam perolehan keuangannya setiap bulannya. Selanjutnya dalam kinerja non keuangan untuk meningkatkan jumlah pelanggan, dengan adanya MEA mendorong UMKM lebih giat dalam melakukan kegiatan promosi baik lewat pameran ataupun media social serta melakukan kegiatan penjualan secara online. UMKM juga merasakan adanya perbedaan dalam kinerja proses bisnis internal setelah adanya MEA, dimana UMKM melakukan proses inovasi, manajemen nilai pelanggan, dan kecepatan proses operasional bisnis. Dan untuk kinerja pertumbuhan pembelajaran, perbedaan dirasakan UMKM dalam peningkatan kemampuan UMKM, pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan usahanya, serta peningkatan kepuasan karyawan.

Keterbatasan

Subjek penelitian masih terbatas pada wilayah cukup sempit, hanya satu kota. Dan Tahun penelitian yang hanya 1 tahun. Hal ini tentunya dapat menghambat dalam menggeneralisasi hasil penelitian.

Saran

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya berkaitan dengan hasil penelitian ini adalah lokasi penelitian diperluas dan tahun sebelum dan setelah MEA dibedakan 2 atau 3 tahun. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan menjadi lebih valid dan dapat mencerminkan keadaan yang sesungguhnya.

REFERENSI

Badan Pusat Statistik (2015).



- Bapenas (2016)
- Herawati, Vica. 2010. Analisis Pengaruh ASEAN CHINA free Trade Agreement (ACFTA) Terhadap Kinerja Keuangan yang Dilihat Dari Penjualan Pada UKM Tekstil Di Pekalongan. Skripsi Universitas Diponegoro : Semarang
- Julita dan Sari, Eka (2015) Startegi Generik porter bagi UMKM dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) (Studi kasus: UMKM di KABUPATEN Deli Serdang). SNEMA : Universitas Negeri Padang
- Kaplan, R. S. dan Norton, D. P. 2000. Balance Scorecard Menerapkan Stategi Manajemen Menjadi Aksi (alih Bahasa Peter, R. Y) Jakarta: Erlangga
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2013).
- Mulyadi. 2001. Balance scorecard : Alat manajemen kontemporer untuk pelipat ganda kinerja keuangan perusahaan. Jakarta : Salemba Empat
- Rangkuti, F. 2008. Analis SWOT Teknik Membedah kasus bisnis. Jakarta : PT Gramedia
- Sagoro, Endra M. 2013. Dampak ASEAN CHINA free Trade Agreement (ACFTA) dan ASEAN INDIA Trade Area (AIFTA) Terhadap Kinerja Keuangan Industri Kreatif di Yogyakarta Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta : Yogyakarta
- Setyanto, Alief. (2015). Startegi Pemberdayaan UMKM dalam Menghadap Perdagangan Bebas Kawasan ASEAN : Studi Kampung Batik Laweyan. Jurnal Ekonomi dan bisnis Etikonomi vol 14 (2), pp 205-220.
- Tedjasukmana, Budiarto. 2014. Potret UMKM Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015. The 7th NCFB and Doctoral Colloquium 2014