

## **PENGABDIAN DOSEN**



### **PENGUATAN EKONOMI BERKELANJUTAN MELALUI UMKM DAN KOPERASI PADA MASYARAKAT PEDESAAN**

Judul :

Strategi Pengembangan & Pemasaran Produk Makanan/ Camilan  
Khas Kabupaten HSS

Ketua Tim :

Dr. Fanlia Prima Jaya, SE., MM.  
(NIDN : 1113108602)

Anggota :

Drs. H. Abd. Wahab HJ, M.Si  
(NIDN : 0003036401)  
Devi Rusvitawati, SPd., MM.  
(NIDN : 1108028902)

**PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (P2M)  
STIMI BANJARMASIN**

**2018**

## **PENGABDIAN DOSEN**



## **PENGUATAN EKONOMI BERKELANJUTAN MELALUI UMKM DAN KOPERASI PADA MASYARAKAT PEDESAAN**

Judul :

Strategi Pengembangan & Pemasaran Produk Makanan/ Camilan  
Khas Kabupaten HSS

**PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (P2M)  
STIMI BANJARMASIN**

**2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

- Judul Pengabdian Masya.** : Penguatan Ekonomi Berkelanjutan Melalui UMKM dan Koperasi pada Masyarakat Pedesaan
- Bidang Fokus** : Pengembangan Masyarakat Terpadu
- Nama Ketua Pengabdian** : Dr. Fanlia Prima Jaya, SE., MM.
- a. NIDN : 1113108602
  - b. Jabatan Fungsional : Tenaga Pengajar
  - c. Program Studi : Manajemen
  - d. No Hp : 0819 51 3939 1
  - e. Alamat surel (E-mail) : primajayaphone@gmail.com
- Anggota Pengabdian (1)**
- a. Nama Lengkap : Drs. H. Abd. Wahab HJ, M.Si
  - b. NIDN : 0003036401
  - c. Program Studi : Manajemen
- Anggota Pengabdian (2)**
- a. Nama Lengkap : Devi Rusvitawati, SPd., SE., MM.
  - b. NIDN : 1108028902
  - c. Program Studi : Manajemen
- Biaya Tahun Berjalan** : diusulkan ke Pusat P2M STIMI Banjarmasin sebesar Rp. 7.000.000,-

Banjarmasin, 15 Agustus 2018

Menyetujui,  
Ketua STIMI Banjarmasin



**Dr. Titien Agustina, M.Si**  
**NIK. 113003 0863 1992 2 036**

Ketua Pengabdian kepada Masyarakat



**Dr. Fanlia Prima Jaya, SE., MM**  
**NIK. 113003 1086 2014 1 060**

# **PENGUATAN EKONOMI BERKELANJUTAN MELALUI UMKM DAN KOPERASI PADA MASYARAKAT PEDESAAN**

Judul :

Strategi Pengembangan & Pemasaran Produk Makanan/ Camilan Khas Kabupaten HSS

Dr. Fanlia Prima Jaya, SE., MM.  
Drs. H. Abd. Wahab HJ, M.Si  
Devi Rusvitawati, S.Pd., SE., MM.

## **ABSTRAK**

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menyampaikan betapa pentingnya Penguatan ekonomi berkelanjutan melalui Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Koperasi mencoba mengajak pengembangan beberapa penciptaan produk makanan ringan khas Hulu Sungai Selatan, menjelaskan bagaimana mendapatkan perijinan dalam pembuatan produk makanan/ camilan. Memberikan pemahaman keterlibatan pemerintah dan swadaya masyarakat melalui Koperasi dalam rangka peningkatan modal usaha di Desa Baruh Kembang Kecamatan Daha Utara Kabupaten Hulu Sungai Selatan, sehingga dengan pemahaman yang diberikan dapat meningkatkan lagi kesejahteraan masyarakat pedesaan.

Sasaran pengabdian adalah Masyarakat yang memiliki UMKM khususnya pada Produk Makanan Ringan/ Camilan Khas Hulu Sungai Selatan yang berada di Desa Baruh Kembang Kecamatan Daha Utara Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Permasalahan diselesaikan dalam tiga tahapan kegiatan yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Persiapan dilakukan dengan melakukan survey pendahuluan untuk melihat kondisi di lapangan mengenai pengembangan UMKM, pelaksanaan dilakukan dengan pelatihan, menggunakan metode ceramah yaitu dengan teknik presentasi, dilanjutkan dengan diskusi Tanya jawab dan latihan sebagai bentuk kegiatan workshop pengembangan produk melalui cara pengemasan produk sampai dengan pemasaran. Evaluasi kegiatan dilakukan untuk masing-masing tahap dengan mengumpulkan dan menyimpulkan data dari masing-masing tahapan kegiatan.

Hasil kegiatan pelatihan menunjukkan tingkat keberhasilan dengan indikasi adanya kesesuaian materi dengan kebutuhan masyarakat UMKM khususnya pada produk makanan ringan/ camilan khas HSS, adanya respon positif dari peserta, dan sebagian besar (80%) peserta telah memahami konsep materi yang diberikan seperti pentingnya pengembangan kualitas produk dan ke profesionalan pengelolaan dalam menjalankan usaha.

Kata Kunci : UMKM, Koperasi, Pengembangan Produk.

## PROFIL PENGABDIAN MASYARAKAT

1. Tema : Penguatan Ekonomi Berkelanjutan melalui UMKM dan Koperasi pada Masyarakat Pedesaan
2. Judul : Strategi Pengembangan & Pemasaran Produk Makanan/ Camilan Khas Kabupaten HSS
3. Nama Mitra : Desa Baruh Kembang
4. Ketua Tim Pengusul  
Nama : Dr. Fanlia Prima Jaya, SE., MM.  
NIP/NIK : 113003 1086 2014 1 060  
NIDN : 1113108602  
Jabatan/ Golongan :  
Bidang Keahlian : Strategi Manajemen & MSDM  
No telepon/ Hp : 0819 51 39391
5. Anggota Tim Pengusul (untuk berkelompok)  
Jumlah Anggota : Dosen 2 Orang  
Nama I / Bidang Keahlian : Drs. H. Abd. Wahab HJ, M.Si / Koperasi  
Nama II / Bidang Keahlian : Devi Rusvitawati, SPd., MM. / Pemasaran Mahasiswa : 1. Chumaidi  
2. Yunik Rusmawati  
3. Aini  
4. Mahrita
6. Lokasi Kegiatan/ Mitra  
Wilayah Mitra : Desa Baruh Kembang, Kecamatan Daha Utara  
Kabupaten : Hulu Sungai Selatan  
Kota dan Provinsi : Negara, Kalimantan Selatan  
Jarak PT ke Lokasi : 142 Km
7. Target Output : UMKM Makanan Ringan/ Camilan
8. Jangka Waktu : 8 bulan
9. Biaya Total : Rp. 7.000.000,-
10. Sumber lain : Rp. ....,- (sebutkan jika ada)

Banjarmasin, 1 Oktober 2018

Ttd,



Dr. Fanlia Prima Jaya, SE., MM.

## KATA PENGANTAR

Atas berkat dan rahmat Allah SWT bahwasanya Laporan Akhir Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya. Pengabdian Masyarakat ini berjudul **“Strategi Pengembangan & Pemasaran Produk Makanan/ Camilan Khas Kabupaten HSS”**. Penulisan Laporan Akhir Pengabdian kepada Masyarakat ini termasuk sebagai bagian dari rangkaian Tridharma Perguruan Tinggi yang dilakukan oleh Dosen.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya atas perhatian, dorongan, dan dukungan dari berbagai pihak terutama kepada yang terhormat :

1. Dr. Titien Agustina, M.Si Selaku Ketua STIMI Banjarmasin yang telah banyak memberikan dukungan secara moril maupun kebijakan-kebijakan dalam Tridharma Perguruan Tinggi bagi dosen
2. Kepala Desa Baruh Kembang, Kecamatan Daha Utara Kabupaten HSS yang memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan pengabdian pada masyarakat
3. Camat Daha Utara Kabupaten HSS yang mendukung Program Pengabdian Masyarakat hingga selesai
4. **Masyarakat UMKM di** Desa Baruh Kembang, Kecamatan Daha Utara Kabupaten HSS yang bersedia meluangkan waktunya untuk diberikan pemahaman
5. Mahasiswa STIMI Banjarmasin yang terlibat dan ikut serta belajar bersama kami dan terlibat dalam tugas Tridharma ini
6. Semua pihak yang telah membantu, baik langsung maupun tidak langsung didalam penyelesaian Pengabdian kepada Masyarakat ini, penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Penulis menyadari bahwa Laporan Akhir Pengabdian kepada Masyarakat ini, masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak sekali kekurangan, sehingga saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan.

Banjarmasin, 1 Oktober 2018  
Penulis

Dr. Fanlia Prima Jaya., SE., MM.  
Beserta tim Pengabdian Masyarakat

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>PROFIL PENGABDIAN MASYARAKAT</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	5
A. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	5
B. Koperasi .....	18
<b>BAB III TUJUAN, MANFAAT DAN KERANGKAN PEMECAHAN MASALAH</b> .....	22
A. Tujuan Kegiatan .....	22
B. Manfaat Kegiatan .....	22
C. Kerangka Pemecahan Masalah .....	23
<b>BAB IV PELAKSANAAN KEGIATAN</b> .....	24
A. Realisasi Pemecahan Masalah .....	24
B. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian .....	24
C. Khalayak Sasaran .....	25
D. Relevansi Bagi Masyarakat .....	25
E. Hasil Kegiatan .....	25
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	27
A. Kesimpulan .....	27
B. Saran – saran .....	27
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	28
<b>LAMPIRAN</b> .....	29
Lampiran 1 Berita Acara.....	30
Lampiran 2 Daftar Hadir Narasumber .....	31
Lampiran 3 Daftar Hadir Peserta .....	32
Lampiran 4 Curriculum Vitae .....	34
Lampiran 5 Foto Kegiatan .....	38
Lampiran 6 Materi Pendampingan .....	40

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha bersifat sederhana dan tradisional, baik dalam hal organisasi, manajemen, metode, pola produksi, teknologi, tenaga kerja, produk, dan lokasi usaha, sehingga kebanyakan berasal dari wilayah pedesaan. Produk yang dihasilkan pun sederhana yang merupakan produk khas kerajinan tangan seperti patung, ukiran, perhiasan, mebel, dll. UMKM juga membuat barang-barang untuk keperluan konsumsi, seperti: makanan dan minuman, pakaian jadi, peralatan rumah tangga. Produk yang di hasilkan memiliki wilayah pemasaran tersendiri yang melayani kelompok pembeli tertentu, masyarakat umum bahkan sudah ada yang mampu memasuki pasar global.

Kreatifitas masyarakat diharapkan mampu bertahan dan berkembang kondisi perekonomian negara yang sekarang ini sedang mengalami pasang surut, karena sektor riil yang selama ini menjadi andalan sumber penerimaan negara seolah terhenti, hal ini dikarenakan sumber keuangan perbangkan yang bekukan. Kondisi ini berdampak fatal terhadap perekonomian negara, para pelaku ekonomi di sektor formal baik pemerintah pusat maupun daerah, sektor swasta, dan koperasi banyak yang tidak dapat mempertahankan usahanya, bahkan sulit untuk kembali untuk menjalankan usahanya dan mencapai tujuan yang diinginkan.

Usaha makanan ringan atau camilan merupakan makanan yang memiliki maksud untuk menghilangkan rasa lapar seseorang sementara waktu. Saat ini sudah banyak makanan ringan yang beredar di kabupaten Hulu Sungai Selatan yang mempunyai



bentuk, rasa, pengemasan, dan tampilan yang berbeda-beda yang dibuat semenarik mungkin untuk menarik perhatian konsumen. Konsumen dapat memilih dua macam tipe makanan yaitu makanan modern dan makanan tradisional. Makanan tradisional banyak dijumpai di pasar, warung ataupun di pinggir jalan. Sedangkan makanan modern hanya dapat ditemukan di Mall, cafe, ataupun tempat makan lainnya. Makanan modern saat ini tidak mementingkan kandungan gizi dan kesehatan yang ada pada produk tersebut, melainkan hanya mementingkan harga yang murah dan rasa yang enak. Banyak masyarakat yang lebih memilih mengkonsumsi makanan tradisional khas Kabupaten Hulu Sungai Selatan dari pada makanan modern. Berbagai macam makanan tradisional khas Kabupaten seperti wadai gapit, rimpi, dodol, puracit, pupudak, apam batil, Telur Asin, gegatas, dan masih banyak lagi makanan khas lainnya. Untuk tetap maju dalam persaingan perlu ditingkatkannya kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen yang akan mengacu kepada loyalitas konsumen. Kualitas produk adalah keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik yang memungkinkan produk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan (Kotler, 2007). Kualitas produk diartikan pula sebagai keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi, dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen (Wijaya, 2011).

Oleh sebab itu, perusahaan harus memiliki kualitas produk yang baik agar dapat memberikan loyalitas kepada konsumen Tidak hanya dari kualitas produk yang dapat mempertahankan konsumen, tetapi dengan kualitas pelayanan yang handal dapat

menarik minat konsumen dalam pembelian makanan khas Kabupatane Hulu Sungai Selatan tersebut. Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan kosumen. Memberikan pelayanan yang unggul merupakan strategi yang baik karena lebih banyak menghasilkan konsumen yang baru. Pada dasarnya kualitas pelayanan sebagai suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Bagi perusahaann kuncinya adalah menyesuaikan dan melebihi harapan mutu yang diinginkan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen menjadi sasaran strategis agar perusahaan dapat tumbuh berkembang dalam menghadapi perubahan persaingan yang sangat ketat. Kepuasan konsumen menjadi petunjuk arah dan pendorong motivasi untuk menciptakan langkah kreatif, inovatif, yang dapat membentuk keadaan masa datang. Terpenuhinya kepuasan konsumen akan menimbulkan loyalitas konsumen yang memberikan pengaruh besar terhadap perusahaan berkembang lebih maju Menurut Usmara (2003) terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan

Koperasi juga tidak kalah penting dalam rangka penguatan ekonomi berkelanjutan di Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hokum koperasi dengan melandaskan

kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Koperasi merupakan lembaga dimana orang-orang yang memiliki kepentingan relative homogeny berhimpun untuk meningkatkan kesejahteraannya. Koperasi sebagai sebuah lembaga ekonomi rakyat yang telah lama dikenal masyarakat Indonesia sebagai badan usaha bersama yang bergerak dalam bidang perekonomian, beranggotakan mereka yang umumnya berekonomian lemah yang bergabung secara sukarela dan atas dasar persamaan hak dan kewajiban melakukan suatu usaha yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan para anggotanya.

Pengabdian Masyarakat ini dilakukan untuk Penguatan Ekonomi Berkelanjutan melalui UMKM dan Koperasi pada Masyarakat Pedesaan, diharapkan masyarakat pedesaan mampu mensinergikan usahanya melalui Koperasi, sehingga Ekonomi Masyarakat desa akan menjadi lebih baik lagi.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

##### **1 Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah selalu menarik untuk dikaji, bukan hanya dari aspek ketahanan, aspek pembiayaan, perolehan pinjaman atau dari aspek manajerial usaha. Pada era globalisasi khususnya dengan adanya integrasi ekonomi di Asia Tenggara, yaitu penyatuan ekonomi (Economic Union) yang menjadikan Asia Tenggara menjadi suatu komunitas perekonomian dengan basis produksi tunggal membuat UMKM harus mampu mempertahankan eksistensinya ditengah gempuran ekonomi global.

Dalam hal ini, UMKM dituntut untuk mampu bersaing dan menciptakan produk yang dapat diterima tidak hanya oleh konsumen dalam negeri (Indonesia) tetapi juga konsumen di Asia Tenggara. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) selalu hadir karena memang diperlukan. UMKM ini selalu pula dapat membuktikan ketahanannya, terutama ketika bangsa kita dilanda badai krisis ekonomi (sejak Juli 1997). UMKM ini tampak merupakan salah satu sektor usaha penyangga utama yang dapat menyerap banyak tenaga kerja.

Dari Data BPS dan Kementerian Koperasi dalam Wahyudin (2013:27), dari seluruh kelas usaha menunjukkan bahwa usaha skala kecil di Indonesia menempati porsi sekitar 99%, artinya hampir seluruh usaha di Indonesia merupakan usaha kecil, hanya 1% saja usaha menengah dan besar. Perkembangan dan Pertumbuhan UMKM

pun cukup bagus dari tahun ke tahun. Hampir dari setiap pemerintahan menekankan pada pemberdayaan UMKM. Pemerintah secara serius memberikan perhatian lebih pada sektor usaha ini. Alasannya, usaha kecil ini menjadi tulang punggung penyediaan tenaga kerja, karena perusahaan besar lebih menekankan penggunaan teknologi dari pada tenaga kerja manusia.

UMKM mampu menjadi stabilisator dan dinamisator perekonomian Indonesia. Sebagai negara berkembang, Indonesia sangat penting memperhatikan UMKM, disebabkan UMKM mempunyai kinerja lebih baik dalam tenaga kerja yang produktif, meningkatkan produktivitas tinggi, dan mampu hidup di sela-sela usaha besar. UMKM mampu menopang usaha besar, seperti menyediakan bahan mentah, suku cadang, dan bahan pendukung lainnya. UMKM juga mampu menjadi ujung tombak bagi usaha besar dalam menyalurkan dan menjual produk dari usaha besar ke konsumen. Kedudukan UMKM ini semakin mantap. Selain mampu menyerap tenaga kerja cukup banyak, UMKM ini bersifat lincah sehingga mampu bertahan di dalam kondisi yang tidak menguntungkan, seperti terjadinya krisis global seperti saat ini. Umumnya, UMKM memiliki strategi dengan membuat produk unik dan khusus sehingga tidak bersaing dengan produk dari usaha besar.

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi (Tambunan, 2012:2). Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMi), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM) dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai asset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata pertahun atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan ketiga alat ukur ini berbeda disetiap Negara.

Di Indonesia, definisi UMKM diatur berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Definisi menurut UU No. 20 Tahun 2008 tersebut adalah:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh 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 yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang.
- c. 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 atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang.

Tabel 2.1

Klasifikasi UMKM berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM

<b>Ukuran Usaha</b>	<b>Asset</b>	<b>Omset</b>
Usaha Mikro	Minimal 50 Juta	Maksimal 300 Juta
Usaha Kecil	>50 Juta – 500 Juta	Maksimal 3 Miliar
Usaha Menengah	>500 Juta – 10 Milyar	>2,5 – 50 Milyar

Sumber : UU No.20 Tahun 2008

Yang dimaksud dengan kekayaan bersih adalah hasil pengurangan total nilai kekayaan usaha (asset) dengan total nilai kewajiban, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

## 2. Peran UMKM

Sejarah perekonomian telah ditinjau kembali untuk mengkaji ulang peranan usaha skala mikro kecil dan menengah (UMKM). Beberapa kesimpulan, setidaknya hipotesis telah ditarik mengenai hal ini. Pertama, pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat sebagaimana terjadi di Jepang, telah dikaitkan dengan besaran sektor usaha kecil. Kedua, dalam penciptaan lapangan kerja di Amerika Serikat sejak perang dunia II, sumbangan UMKM ternyata tak bisa diabaikan (D.L. Birch, 1979 dalam Tambunan, 2013:3). Negara-negara berkembang yang mulai mengubah orientasinya ketika melihat pengalaman-pengalaman di negara-negara tentang peranan dan sumbangsih UMKM dalam pertumbuhan ekonomi. Usaha mikro kecil menengah (UMKM) memainkan peran-peran penting didalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di Negara-negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga di Negara-negara maju (NM). Di NM, UMKM sangat penting tidak hanya karena kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan dengan usaha besar (UB). Di NSB, khususnya Asia, Afrika, dan Amerika Latin, UMKM juga berperan sangat penting khususnya dari perspektif kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi kelompok miskin, distribusi pendapatan dan pengurangan kemiskinan. Serta pembangunan ekonomi pedesaan (Tambunan, 2012:1). Tambunan menambahkan, dilihat dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan Ekspor Non-Migas,

khususnya produk-produk manufaktur, dan inovasi serta pengembangan teknologi, peran UMKM di NSB relative rendah, dan ini sebenarnya perbedaan yang paling mencolok dengan UMKM di NM.

### 3. Karakteristik UMKM

UMKM tidak saja berbeda dengan UB, tetapi ndidalam kelompok UMKM itu sendiri terdapat perbedaan karakteristik antara UMi, UK, dan UM dalam sejumlah aspek yang mudah dilihat sehari-hari di NSB, termasuk Indonesia. Aspek-aspek tersebut termasuk orientasi pasar, profil dan pemilik usaha, sifat dari kesempatan kerja di dalam perusahaan, sistem organisasi dan manajemen yang diterapkan di dalam usaha, derajat mekanisme di dalam proses produksi, sumber-sumber dari bahan baku dan modal, lokasi tempat usaha, hubungan-hubungan eksternal, dan derajat keterlibatan perempuan sebagai pengusaha. Selain hal-hal tersebut, menurut laporan BPS tahun 2006 dalam Tambunan (2012: 6), terdapat perbedaan antara UMi, UK, dan UM dalam latar belakang atau motivasi pengusaha melakukan usaha. Perbedaan motivasin pengusaha sebenarnya harus dilihat sebagai karakteristik paling penting untuk membedakan antara UMKM dan UB, maupun antar sub-kategori di dalam kelompok UMKM itu sendiri.

Menurut laporan tersebut, sebagian pengusaha mikro di Indonesia mamunyai latar belakang ekonomi, yakni ingin memperoleh perbaikan penghasilan. Ini menunjukkan bahwa pengusaha mikro berinisiatif mencari penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya sehari-hari. Disamping itu, latar belakang menjadi pengusaha mikro karena faktor keturunan, yaitu meneruskan usaha keluarga. Dalam hal ini, banyak



faktor keluarga yang masih dominan, yakni jika orang tuanya seorang nelayan maka anaknya pun akan menjadi nelayan, dan seterusnya. Sedangkan alasan ideal pengusaha mikro adalah merasa telah dibekali keahlian tertentu. Alasan lain menjadi pengusaha mikro adalah tidak ada kesempatan untuk berkarir dibidang lain.

Selanjutnya, Tambunan (2012:8) menjelaskan, Latar belakang pengusaha kecil lebih beragam dari pada pengusaha mikro, walaupun latar belakang ekonomi juga merupakan alasan utama, tetapi sebagian lain mempunyai latar belakang lebih realistis dengan melihat prospek usaha kedepan dengan kendala modal terbatas. Sebagian besar pengusaha kecil di Indonesia mempunyai alasan berusaha karena adanya peluang bisnis dan pangsa pasar yang aman dan besar. Ada juga sejumlah pengusaha kecil beralasan bahwa itu karena faktor keturunan/warisan, dibekali keahlian dan membuka lapangan kerja baru bagi warga setempat. Meski masih terdapat sejumlah pengusaha yang beralasan karena tidak ada kesempatan dibidang lain dengan berbagai macam alasan, misalnya pendidikan formal yang rendah, atau kondisi fisik yang tidak memungkinkan. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha kecil mempunyai alasan yang lebih baik daripada UMi.

#### 4. Perkembangan UMKM

Menurut database dari Menteri Negara Koperasi dan UKM (Menekop & UKM) dan Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 1997 dalam Tambunan (2012:8), terdapat sekitar 39,7 juta usaha mikro kecil (UMK), dengan nilai penjualan rata-rata pertahun kurang dari Rp 1 Miliar per unit, atau sekitar 99,8 persen dari total unit usaha pada tahun itu. Pada tahun 1998, pada saat krisis ekonomi mencapai titik terburuknya

dengan dampak negative yang sangat besar terhadap hampir semua sector ekonomi di Indonesia, banyak perusahaan dari berbagai skala usaha mengalami kebangkrutan atau mengurangi volume kegiatan secara drastic. Pada saat itu, Menekop & UKIM memperkirakan hampir 3 juta UMK berhenti berusaha, dan jumlah usaha menengah (UM) dan usaha besar (UB) yang tutup usaha, masing-masing sekitar 12,7 dan 14,2 persen dari jumlah unit masing-masing kelompok. Lebih lanjut, Tambunan (2012:9) menjelaskan, pada tahun 2000, saat ekonomi Indonesia mulai pulih dari krisis ekonomi 1997/1998, tercatat ada sekitar 39,7 juta UMK, atau 99,85 persen dari jumlah perusahaan dari jumlah perusahaan berbagai skala di Indonesia. Pada tahun yang sama, ada sekitar 78,8 juta UM, dengan rata-rata nilai penjualan per tahun berkisar lebih dari Rp 1 juta dan kurang dari Rp 50 miliar, atau 0,14 persen dari semua usaha yang ada. Pada tahun 2005, jumlah UMK tercatat sekitar 47 juta, sedangkan jumlah UM mencapai hampir 96 juta unit. Pada tahun 2006, jumlah UMK mencapai sekitar 99,77 persen dari jumlah usaha yang ada di Indonesia, sedangkan jumlah UM dan UB, masing-masing 0,01 dan 0,22 persen.

Namun demikian, laju pertumbuhan unit usaha dari kelompok UM jauh lebih tinggi dibandingkan dengan UMK. Pada tahun 2008, jumlah populasi UMK dan UM (sebut saja UMKM) mencapai sekitar 52,3 juta unit dan bertambah lagi menjadi 52,7 juta unit pada tahun 2009, atau 99,99 persen terhadap total unit usaha di Indonesia yang berjumlah 52,769 juta unit usaha. Dilihat dari kesempatan kerja, pada tahun 2006, UMK mempekerjakan 80.933.384 orang, atau 91,14 persen dari jumlah angkatan kerja yang bekerja. Jumlah ini meningkat dari 70.282.178 orang pada tahun 2003, atau laju pertumbuhan sebesar 15,15 persen. Sedangkan UM dan UB, masing-masing 4.483.109

dan 3.388.462 orang. Jumlah pekerja di UM dan UB tersebut masing-masing menurun dan meningkat dari 8.754.615 dan 438.198 orang (atau masing-masing dengan tingkat pertumbuhan secara bersamaan), UMKM mempekerjakan hampir 91 juta orang dibandingkan UB yang hanya sekitar 2,8 juta orang (Tambunan, 2012:10). Salah satu ciri UMKM di Indonesia dan di negara berkembang lainnya, adalah biasanya kelompok industri yang sama, berlokasi berdekatan satu sama lain di suatu wilayah. Pengelompokan secara geografis menurut kelompok ini, didalam literatur industry atau UMKM, disebut klaster. Di Indonesia, banyak kegiatan UMKM, khususnya UMK, yang tersebar di daerah-daerah memang sudah berlangsung turun-temurun, dan umumnya setiap daerah memiliki spesialisasi UMKM tersendiri.

##### 5. Kondisi UMKM di Indonesia

Usaha Mikro Kecil dan Menengah telah tumbuh dan berkembang cepat dari waktu ke waktu. Perkembangan yang cukup pesat ini berdampak pada kompetisi yang semakin meningkat. Kompetisi yang meningkat cenderung menyebabkan tingkat keuntungan (rate of return) yang diperoleh UMKM mengarah pada keseimbangan. Bahkan pada kondisi tertentu, industri kecil yang tidak mampu berkompetisi akan tergusur dari persaingan usaha (Herawati, 2003:34). Krisis ekonomi yang melanda Indonesia sejak pertengahan tahun 1997 lalu, yang diawali dengan krisis nilai tukar rupiah terhadap dolar AS dan krisis moneter telah mengakibatkan perekonomian Indonesia mengalami suatu resesi ekonomi cukup besar. Krisis ini sangat berpengaruh negatif terhadap hampir seluruh lapisan golongan masyarakat dan hampir semua kegiatan perekonomian di dalam negeri, tidak terkecuali kegiatan-kegiatan yang

diakukan oleh usaha kecil dan menengah (Tambunan, 2002:11). Berkenaan dengan perubahan yang terjadi, secara fundamental penting bagi perusahaan untuk mengevaluasi kembali strategi dan kinerjanya disesuaikan dengan kondisi yang ada, sehingga mampu membangun keunggulan kompetitifnya yang merupakan faktor kunci keberhasilan usaha untuk dapat mengikuti kemajuan dan perubahan persaingan yang terjadi dewasa ini. Usaha mikro kecil dan menengah sering kali dipandang sebagai sebuah problem (Herawati, 2003:2). Terdapat berbagai alasan mengapa muncul pandangan seperti itu. Tinjauan pesrpektif kemampuan usaha mikro kecil dan menengah dianggap kurang berdaya. Sehingga pemerintah merasa perlu memberikan perhatian khusus.

Perlindungan dan bantuan usaha nampaknya menjadi suatu keharusan, mengingat jumlah tenaga kerja yang terserap dalam sektor ini cukup besar. Upaya dalam mengatasi masalah tersebut harus menjadi agenda pembangunan yang pokok, harus dilandasi oleh strategi penguatan dan pemberdayaan yang tujuannya adalah memampukan juga memandirikan lapisan pengusaha kecil. Pandangan dari perspektif lain, usaha mikro kecil dan menengah justru memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan usaha besar. Hal tersebut dapat diketahui dari kemampuannya dalam melunasi kewajiban pembayaran hutang. Hasil laporan Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN) tahun 2000 dalam Yuli (2005:5) menyebutkan bahwa dari 97,6 persen nasabah bank pengutang adalah tergolong pengusaha kecil dan menengah. Hal ini diketahui dari besarnya nilai pinjaman yaitu rata-rata dibawah 5 miliar. Sementara itu, sisanya adalah pengutang dari pengusaha besar. Kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk melakukan ekspor semakin meningkat, kendatipun krisis

ekonomi belum menunjukkan perbaikan yang cukup signifikan. Pada tahun 2000, transaksi ekspor komoditi industri kecil diantaranya pangan, sandang, dan kerajinan mampu menjangkau sebesar 3,05 milyar dollar AS, atau meningkat dari tahun sebelumnya. Sementara itu, hampir 60 persen dari produk domestik bruto (PDB) berasal dari kegiatan usaha mikro kecil dan menengah. Kondisi ini yang tidak jauh berbeda juga terjadi di masing-masing provinsi di Indonesia (Yuli, 2009:6).

#### 6. Konsep Pengembangan UMKM

Menurut Danoko (2008:2), dalam upaya penumbuhan usaha kecil, perlu diketahui karakteristik serta permasalahan dan kendala yang dihadapi oleh usaha kecil. Pada umumnya, usaha kecil mempunyai ciri sebagai berikut:

- a. Berbentuk usaha perorangan dan belum berbadan hukum
- b. Aspek legalitas usaha lemah
- c. Struktur organisasi bersifat sederhana dengan pembagian kerja yang tidak baku
- d. Kebanyakan tidak memiliki laporan keuangan dan tidak melakukan pemisahan antara kekayaan pribadi dengan kekayaan perusahaan
- e. Kualitas manajemen rendah dan jarang memiliki rencana usaha
- f. Sumber utama modal adalah modal pribadi
- g. Sumber daya manusia (SDM) terbatas
- h. Pemilik memiliki ikatan batin yang kuat dengan perusahaan, sehingga seluruh kewajiban perusahaan juga menjadi kewajiban pemilik.

Kondisi tersebut berakibat kepada:

- a. Lemahnya jaringan usaha serta keterbatasan kemampuan penetrasi dan diversifikasi pasar
- b. Skala ekonomi terlalu kecil sehingga sukar menekan biaya
- c. Margin keuntungan sangat tipis. Pengembangan aliansi strategis pengusaha Indonesia menghadapi era pasar bebas dalam pembangunan ekonomi nasional sedang dan akan menghadapi berbagai perubahan fundamental yang berlangsung dengan cepat dan perlu kesiapan dari pelakunya.

Menurut Kartasmita (1996:1), yang dimaksud dengan perubahan fundamental tersebut adalah:

- a. Terjadi di tingkat internasional yaitu proses globalisasi dengan perdagangan bebas dunia sebagai salah satu motor penggerakannya. Perubahan ini mempunyai dampak langsung pada perekonomian nasional dan usaha kecil nasional adalah globalisasi dan liberalisasi perdagangan. Globalisasi dan liberalisasi perdagangan berarti pasar dunia akan terbuka bagi produk-produk Indonesia, dan sebaliknya pasar domestik Indonesia pun akan makin terbuka pula bagi produk-produk internasional. Di pasar domestik, globalisasi menyebabkan terjadinya proses internasionalisasi sistem budaya dengan dampak langsung terhadap perilaku konsumsi masyarakat. Pergeseran pola konsumsi ini lepas dari preferensi masyarakat baik sebagai individu maupun sebagai bangsa, akan menggeser permintaan akan produk-produk nasional yang tidak memiliki ciri budaya internasional. Ditinjau dari sisi permintaan, konsumen akan membutuhkan barang

dan jasa yang semakin beragam serta menuntut jaminan kualitas yang tinggi. Tuntutan konsumen yang semakin tinggi tersebut mendorong para pelaku ekonomi di dunia industri manufaktur dan jasa untuk menerjemahkan selera konsumen pada satu kepaduan produk (product integrity). Sementara itu, ditinjau dari sisi penawaran, teknologi berperan makin besar, dan mengubah pola produksi, terutama dengan berkembangnya teknologi informasi yang membuka kemungkinan-kemungkinan yang belum terlihat batas-batasnya. Konsep desain manufaktur dan perakitan serta rekayasa keteknikan akan mengikuti pola perkembangan yang makin terspesialisasi itu. Faktor nilai (value) akan makin dominan dan merupakan fenomena global karena tidak hanya menitikberatkan pada kualitas, tetapi juga pada ketersediaan waktu (time availability) dan tingkat limbah yang dihasilkan.

- b. Perubahan fundamental kedua terjadi di dalam negeri, yaitu berlangsungnya transformasi struktur perekonomian nasional dan peningkatan pendapatan masyarakat yang diikuti oleh perubahan pola konsumsi masyarakat berkenaan dengan dinamika pembangunan ekonomi nasional itu sendiri, yaitu transformasi struktur perekonomian dari ekonomi tradisional ke ekonomi modern, dari ekonomi agraris ke ekonomi industri. Proses industrialisasi akan menghasilkan permintaan yang meningkat akan bahan-bahan baku dan barang-barang setengah jadi, serta komponen-komponen bagi industri pada berbagai tahapannya dari hulu ke hilir. Dengan demikian, permintaan akan berbagai jenis barang bukan hanya meningkat, tetapi akan semakin beragam. Di bidang jasa, juga terjadi proses yang sama, karena proses transformasi yang sedang terjadi juga menyangkut jasa-jasa yang akan

makin penting perannya dalam struktur ekonomi yang modern. Permintaan akan jasa akan semakin besar, baik volume, jenis, maupun kualitasnya. Pembangunan ekonomi juga meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, begitu pula dengan daya belinya. Hal ini berarti pasar domestik akan terus membesar dengan permintaan akan produk-produk yang makin tinggi kualitasnya, makin luas, dan makin banyak macamnya, serta makin canggih teknologinya. Perubahan-perubahan ini bersifat sangat mendasar, oleh karena itu menuntut perhatian kita bersama untuk melakukan langkah-langkah strategis sehingga perubahan-perubahan yang terjadi justru menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan oleh usaha kecil, yang jumlahnya sangat besar serta menjadi sandaran hidup sebagian besar rakyat Indonesia, untuk tumbuh dan berkembang secara alamiah, institusional, dan berkelanjutan.

Kedua-duanya menghasilkan hal yang sama, yaitu memberikan kesempatan kepada dunia usaha nasional untuk berkembang dengan kecepatan tinggi, karena proses globalisasi itu sendiri berkembang dengan cepat. Untuk dapat memanfaatkan kesempatan tersebut, terdapat syarat yang harus dipenuhi, yaitu (Kartasasmita, 1996:3):

- a. Daya Saing Peluang yang terbuka untuk mengembangkan usaha dalam perekonomian yang makin terbuka dan terintegrasi dengan ekonomi dunia hanya bisa dimanfaatkan kalau dunia usaha kita memiliki daya saing. Daya saing dihasilkan oleh produktivitas dan efisiensi serta partisipasi masyarakat yang seluas-luasnya dalam perekonomian. Produktivitas menyangkut kualitas sumber daya manusia dan pemanfaatan teknologi, juga pengelolaan sumber daya alam



secara tepat yang menjamin bukan hanya perekonomian tetapi juga keseimbangan. Efisiensi berarti sedikitnya hambatan dan berfungsinya dengan baik ekonomi sehingga mendorong biaya-biaya produksi menjadi semakin rendah.

- b. Kewirausahaan Kewirausahaan memerlukan syarat-syarat pengetahuan untuk bisa berusaha dalam dunia perekonomian modern, seperti pengetahuan yang minimal mengenai modal, pasar, manajemen usaha, teknologi, dan informasi. Berdasarkan paparan pengembangan UMKM tersebut, upaya efektif menjadikan usaha kecil dan menengah tidak saja mandiri, tetapi mampu beroperasi secara menguntungkan dan memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia, tampaknya tidak cukup hanya melalui kebijakan pemerintah. Pengusaha mikro kecil dan menengah penting memahami tipe strategi yang dipandang mampu meningkatkan kinerja usahanya dalam menghadapi situasi global yang juga penuh dengan ketidakpastian.

## **B. Koperasi**

### **1. Pengertian Koperasi**

Dilihat dari segi bahasa, secara umum koperasi berasal dari kata-kata latin yaitu Cum yang berarti dengan, dan Aperari yang berarti bekerja. Dari dua kata ini, dalam bahasa Inggris dikenal istilah Co dan Operation, yang dalam bahasa Belanda disebut dengan istilah Cooperatieve Vereniging yang berarti bekerja bersama-sama dengan orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Kata Co Operation kemudian diangkat menjadi istilah ekonomi sebagai Kooperasi yang dibakukan menjadi suatu bahasa ekonomi yang dikenal dengan istilah KOPERASI, yang berarti organisasi ekonomi

dengan keanggotaan yang sifatnya sukarela. Oleh karena itu koperasi dapat didefinisikan sebagai berikut : Koperasi adalah suatu perkumpulan atau organisasi ekonomi yang beranggotakan orang-orang atau badan-badan, yang memberikan kebebasan masuk dan keluar sebagai anggota menurut peraturan yang ada, dengan bekerja sama secara kekeluargaan menjalankan suatu usaha, dengan tujuan mempertinggi kesejahteraan jasmaniah para anggotanya (Nindyo Pramono. 1986: 9). Sedangkan menurut Muhammad Hatta yang dikutip oleh Subandi (2010: 18), koperasi didirikan sebagai persekutuan kaum lemah untuk membela keperluan hidupnya. Mencapai keperluan hidupnya dengan ongkos yang semurah-murahnya, itulah yang dituju. Pada koperasi didahulukan keperluan bersama, bukan keuntungan. Dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Pasal 1, yang dimaksud koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip Koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Pengertian di atas, maka koperasi di Indonesia mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Koperasi adalah suatu badan usaha yang pada dasarnya untuk mencapai suatu tujuan memperoleh keuntungan ekonomis.
- b. Keanggotaan koperasi bersifat sukarela, tidak boleh dipaksakan oleh siapapun dan bersifat terbuka.
- c. Pengelolaan koperasi dilakukan atas kehendak dan keputusan para anggota dan para anggota yang melaksanakan kekuasaan tertinggi berdasarkan keputusan rapat anggota.

- d. Pembagian pendapatan atau Sisa Hasil Usaha (SHU) dalam koperasi ditentukan berdasarkan perimbangan jasa usaha anggota kepada koperasi. Balas jasa terhadap modal yang diberikan kepada para anggota adalah terbatas.
- e. Koperasi berprinsip mandiri, mengandung arti bahwa koperasi dapat berdiri sendiri tanpa tergantung pada pihak lain. (R.T Sutantya Rahardja, 2002: 4)

## 2. Prinsip dan Asas Koperasi

### a. Prinsip Koperasi

Sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 15 ayat 1 UU No. 25/1992, Koperasi Indonesia melaksanakan prinsip-prinsip koperasi sebagai berikut :

- 1) Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka;
- 2) Pengelolaan dilakukan secara demokratis;
- 3) Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota;
- 4) Pembagian balas jasa yang terbatas pada modal;
- 5) Kemandirian.

### b. Asas Koperasi

Asas koperasi atau dalam bahasa Inggrisnya disebut cooperative principles ini berasal dari bahasa latin yaitu principum yang berarti basis atau landasan dan ini bisa mempunyai beberapa pengertian yaitu sebagai cita-cita utama atau kekuatan/peraturan dari organisasi (Hendrojogi, 1997: 29). Koperasi Indonesia berasaskan kekeluargaan. Hal ini secara jelas tertuang dalam ketentuan Bab II, bagian pertama, Pasal 2 UU No.

25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian yang menyatakan, “koperasi berlandaskan Pancasila dan UUD 1945 serta berdasarkan atas asas kekeluargaan”. Asas kekeluargaan ini adalah asas yang memang sesuai dengan jiwa dan keperibadian bangsa Indonesia dan telah berakar dalam jiwa bangsa Indonesia (R.T Sutantya Rahardja, 2002: 37). Koperasi sebagai suatu usaha bersama harus mencerminkan ketentuan-ketentuan sebagaimana dalam kehidupan keluarga. Dalam suatu keluarga, segala sesuatu yang dikerjakan secara bersama-sama ditujukan untuk kepentingan bersama seluruh anggota keluarga. Usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan ini biasanya disebut gotong royong. Gotong royong dalam pengertian kerja sama pada koperasi mempunyai pengertian yang luas, yaitu sebagai berikut : a. Gotong royong dalam lingkup organisasi; b. Bersifat terus menerus dan dinamis; c. Dalam bidang atau hubungan ekonomi; d. Dilaksanakan dengan terencana dan berkesinambungan. (Muhammad Firdaus dan Agus Edhi Susanto. 2004: 42)

## **BAB III**

### **TUJUAN, MANFAAT DAN KERANGKA PEMECAHAN MASALAH**

#### **A. Tujuan Kegiatan**

- 1 Menjelaskan betapa pentingnya Penguatan ekonomi berkelanjutan melalui Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM).
- 2 Menjelaskan betapa pentingnya Penguatan ekonomi berkelanjutan melalui Koperasi
- 3 Menjelaskan Bagaimana pengembangan beberapa penciptaan produk makanan ringan
- 4 Menjelaskan bagaimana mendapatkan perijinan dalam pembuatan produk makanan/ camilan.
- 5 Menjelaskan bagaimana keterlibatan pemerintah dan swadaya masyarakat melalui Koperasi dalam rangka peningkatan modal usaha.

#### **B. Manfaat Kegiatan**

Setelah mengetahui strategi dan tatacara meningkatkan kualitas produk dan permodalan UMKM di Kabupaten Hulu Sungai Selatan Kecamatan Daha Utara Desa Baruh Kembang, di harapkan Masyarakat sekitar dapat meningkatkan lagi perekonomian hidupnya dan dapat menambah kesejahteraan keluarga, sehingga desa Baruh Kembang akan terus maju, karena setiap keluarga memilik pola pikir berdagang dan bisa menciptakan produk-produk khas Kabupaten Hulu Sungai Selatan.

### **C. Kerangka Pemecahan Masalah**

Alternatif pemecahan masalah dilakukan dengan mengadakan pelatihan dalam pembuatan pengemasan produk bahan makanan, sosialisasi pembuatan ijin – ijin produk makanan, pemberian pemahaman melalui sosialisasi pentingnya bekerjasama dengan koperasi dan dinas-dinas terkait dalam rangka pemasaran dan pengembangan produk. Sehingga UMKM dapat terus berkembang secara berkelanjutan di Desa Baruh Kembang, Kecamatan Daha Utara Kabupaten Hulu Sungai Selatan.

## **BAB IV**

### **PELAKSANAAN KEGIATAN**

#### **A. Realisasi Pemecahan Masalah**

Sebelum kegiatan dilaksanakan maka dilakukan persiapan-persiapan sebagai berikut :

1. Melakukan studi pustaka tentang UMKM dan Koperasi sebagai penguatan peekonomian berkelanjutan bagi masyarakat di Desa Baruh Kembang Kecamatan Daha Utara, Kabupaten Hulu Sungai Selatan.
2. Melakukan persiapan alat dan bahan untuk pelatihan serta sosialisasi pentingnya pengembangan produk mulai dari kemasan samapai pembuatan produk jadi dan ijin-ijin yang diberikan pada produk tersebut beserta fungsinya bagi masyarakat UMKM di Desa Baruh Kembang Kecamatan Daha Utara, Kabupaten Hulu Sungai Selatan
3. Menentukan waktu pelaksanaan dan lamanya kegiatan pengabdian bersama-sama tim pelaksana
4. Menentukan dan mempersiapkan materi yang akan disampaikan dalam kegiatan pengabdian masyarakat.

#### **B. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian berlangsung pada hari Senin, 27 Agustus 2018 Jam 08.00 s.d 17.00 Wita, dengan dihadiri 21 Orang yang memiliki UMKM di Desa Baruh Kembang Kecamatan Daha Utara, Kabupaten Hulu Sungai Selatan.

### **C. Khalayak Sasaran**

Khalayak sasaran yang dipilih adalah masyarakat yang memiliki UMKM Produk bahan Makanan/ Camilan Khas Hulu Sungai Selatan di Desa Baruh Kembang Kecamatan Daha Utara, Kabupaten Hulu Sungai Selatan

### **D. Relevansi Bagi Masyarakat**

Kegiatan pengabdian ini memiliki relevansi dengan penguatan Ekonomi Berkelanjutan bagi Masyarakat melalui UMKM dan Koperasi di Desa Baruh Kembang Kecamatan Daha Utara, Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Berdasarkan hasil survey sebelum pelaksanaan, diketahui bahwa masyarakat Desa Baruh Kembang memiliki banyak sekali UMKM terhadap bidang pangan atau makanan/ camilan khas Hulu Sungai yang memang perlu pengembangan produk mulai dari kemasan serta perijinan yang belum mereka ketahui fungsi dan kegunaannya, serta pengembangan dan penambahan modal usaha melalui koperasi.

### **E. Hasil Kegiatan**

#### **1. Hasil Pelatihan**

Berdasarkan wawancara, Tanya jawab dan pengamatan langsung selama kegiatan berlangsung, kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan hasil sebagai berikut :

- a. Meningkatnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat UMKM di Desa Baruh Kembang Kecamatan Daha Utara, Kabupaten Hulu Sungai Selatan terhadap pengembangan produk dan perijinan



- b. Meningkatnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat UMKM di Desa Baruh Kembang Kecamatan Daha Utara, Kabupaten Hulu Sungai Selatan terhadap lembaga Koperasi yang bisa dijadikan sebagai fasilitas untuk mengembangkan kegiatan UMKM dan Permodalan UMKM.

## 2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

Beberapa faktor yang mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah besarnya minat dan antusiasme peserta selama kegiatan, sehingga kegiatan berlangsung dengan lancar dan efektif, sedangkan faktor penghambatnya adalah keterbatasan waktu pelatihan dan fasilitas peralatan yang masih minim.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Dari Kegiatan Pengabdian Pda Masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Pengetahuan dan pemahaman Masyarakat UMKM Desa Baruh Kembang, Kecamatan Daha Utara Kabupaten Hulu Sungai Selatan menjadi meningkat.
2. Keterampilan Masyarakat UMKM Desa Baruh Kembang, Kecamatan Daha Utara Kabupaten Hulu Sungai Selatan dalam pembuatan kemasan yang menarik dan pemasaran menjadi meningkat.

#### **B. Saran**

Mengingat besarnya manfaat kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, maka selanjutnya perlu :

1. Mengadakan sosialisasi dan pelatihan serupa pada masyarakat UMKM lain di kecamatan yang lain, dengan materi yang sama.
2. Adanya kesinambungan program pasca kegiatan pengabdian ini sehingga para masyarakat di desa dapat mengembangkan UMKM nya serta dapat berkontribusi dalam penguatan ekonomi berkelanjutan ditingkat regional maupun international.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Usmara, (2003), Strategi Baru Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Amoro Book.
- Cantika, Yuli Sri Budi, 2005. Manajemen Sumber Daya Manusia. UMM Press, Malang
- Danoko, Florence. 2008. Strategi Pengembangan Usaha Kecil. Universitas Kristen Krida Wacana. Jakarta.
- Firdaus, Muhammad dan Agus Edhi Susanto. 2004. Perkoperasian. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Hendrojogi. 1997. Koperasi: Azas - azas Teori dan Praktek. Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1997
- Herawati, D. 2009. Modifikasi pati sagu dengan teknik heat moisture treatment (HMT) dan aplikasinya dalam memperbaiki kualitas bihun. Tesis. Institut Pertanian Bogor.
- Kartasasmita, G.1996. Pembangunan untuk Rakyat: Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan. Jakarta : CIDES
- Kotler, Philip. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Jakarta. Indeks
- Nindyo Pramono, 1986, Beberapa Aspek Koperasi pada Umumnya dan Koperasi Indonesia di dalam Perkembangan, Yogyakarta: TPK Gunung Mulia.
- Rahardja, R.T. Sutantya. 2000. Hukum Koperasi Indonesia. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Subandi. (2010). Ekonomi Koperasi : Teori dan Praktek. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tambunan, Rudi M. (2013) Pedoman Penyusunan Standard Operating Procedures (SOP). Edisi kedua, Maiestas Publishing, Jakarta.
- Tambunan, Tulus, “Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia : isu-isu penting”, Jakarta : LP3ES, 2012.
- Undang – Undang Koperasi Pasal 1 No. 25 Tahun 1992
- Wijaya Tony, 2011. Manajemen Kualitas Jasa, Jakarta :PT Indeks



YAYASAN PENDIDIKAN KORPRI PROVINSI KALIMANTAN SELATAN  
SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN INDONESIA  
(STIMI) BANJARMASIN

PUSAT PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT (P2M)

Jurusan Manajemen (S1) : Status Terakreditasi, SK. BAN-PT No : 0937/SK/BAN-PT/ Akred/S/III/2017, 29 Maret 2017  
Jurusan Sekretaris (D3) : Status Tendaftar, SK. Dirjen Dikti No.42/Dikti/Kep/1997, 30 Oktober 1997

Koripan No.26 Telp. 0511-3258263 Fax. 0511-3265264 Banjarmasin | Website : www.stimi-bjm.ac.id | Email : p2m@stimi-bjm.ac.id

BERITA ACARA

PELAKSANAAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Pada hari ini Senin, tanggal 27 bulan Agustus tahun 2018 telah diadakan kegiatan pengabdian masyarakat berupa acara Pelatihan dan Sosialisasi.

Ketua	: Dr. Fanlia Prima Jaya, SE., MM	(Dosen)
Anggota	: Drs. H. Abd Wahab HJ, M.Si	(Dosen)
	Devi Rusvitawati	(Dosen)
	Hj. Sampurnawati, SE	(Praktisi)
	Alfiannor, A. Md., S. Pd	(Tenaga Kependidikan)
	Fitriani, A. Md	(Tenaga Kependidikan)
	Chumaidi	(Mahasiswa)
	Yunik Rusmawati	(Mahasiswa)
	Aini	(Mahasiswa)
	Mahrta	(Mahasiswa)

Jumlah peserta yang hadir : \_\_\_\_\_ orang (*terlampir*)

Lama waktu : \_\_\_\_\_ menit

Dengan Judul : "Penguatan Ekonomi Berkelanjutan Melalui UMKM dan Koperasi pada Masyarakat Pedesaan" (*Materi terlampir*)

Bertempat : Desa Baruh Kembang Kecamatan Daha Utara

Pusat P2M STIMI Banjarmasin  
Penanggung jawab,



Dr. Fanlia Prima Jaya, SE., MM  
NRP. 113003 1086 2014 1 060

Kepala Desa  
Baruh Kembang





**DAFTAR HADIR NARASUMBER & DOSEN PENGABDI**  
Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM)  
Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Banjarmasin

Hari/ Tanggal : Minggu, 26 Agustus 2018  
Waktu : 09.30 sd. 12.30 WITA  
Tempat : Desa Baruh Kembang Kecamatan Daha Utara Kabupaten HSS  
Tema : Penguatan Ekonomi Berkelanjutan Melalui UMKM dan Koperasi pada Masyarakat Pedesaan.

No.	Nama	Tanda Tangan
1.	Hj. Sampurnawati, SE.	1.
2.	Dr. Fanlia Prima Jaya, SE., MM.	2.
3.	Drs. H. Abd Wahab, MSi	3.
4.	Devi Rusvitawati, SPd., SE., MM.	4.



**DAFTAR HADIR**  
Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM)  
Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Banjarmasin

Hari/ Tanggal : Minggu, 26 Agustus 2018  
Waktu : 09.30 sd. 12.30 WITA  
Tempat : Desa Baruh Kembang Kecamatan Daha Utara Kabupaten HSS  
Tema : Penguatan Ekonomi Berkelanjutan Melalui UMKM dan Koperasi pada Masyarakat Pedesaan.

No.	Nama	Tanda Tangan
1.	Robransyah	1.
2.	Eka Rezky Yolanda	2.
3.	Ana Purwati	3.
4.	Jamiah	4.
5.	Mutalifah	5.
6.	Masri	6.
7.	Kastaniah	7.
8.	MURTIJATI . Sag	8.
9.	Masnun	9.
10.	MASNI	10.
11.	NORSAWA	11.
12.	Salmah	12.
13.	FALIMAH	13.
14.	Normin	14.
15.	Rusminah	15.
16.	Jumrah	16.

No.	Nama	Tanda Tangan
17.	Rabiatul	17. <i>Rabiatul</i>
18.	Marni	18. <i>Marni</i>
19.	Hj. Masnan	19. <i>Hj. Masnan</i>
20.	Milanie Rieta	20. <i>Milanie Rieta</i>
21.	NAZAR Amin	21. <i>NAZAR Amin</i>
22.		22.
23.		23.
24.		24.
25.		25.
26.		26.
27.		27.
28.		28.
29.		29.
30.		30.
31.		31.
32.		32.
33.		33.
34.		34.
35.		35.





Peng. Komputer	S1	Manajemen	
Aplik. Komputer	S1	Manajemen	
Met. Penelitian	S1	Manajemen	
Kewirausahaan	S1	Manajemen	
Studi Kel Bisnis	S1	Manajemen	
M Perbankan	S1	Manajemen	
Bank & Lembag.	S1	Manajemen	
M. Pemasaran	S1	Manajemen	
M. Penjualan	S1	Manajemen	

### PRODUK BAHAN AJAR

Mata Kuliah	Program Pendidikan	Jenis Bahan Ajar (cetak dan non cetak)	Sem/Tahun Akademik
Teori Eko Mikro	S1	Buku ajar	
Teori Eko Makro	S1	Buku ajar	
Pend. Pancasila	S1	Buku ajar	
M. Operasional	S1	Download Slide ajar	
P. Manajemen	S1	Download Slide ajar	
Statistik	S1	Download Slide ajar	
Peng. Komputer	S1	Modul Ajar	
Aplik. Komputer	S1	Modul ajar	
Met. Penelitian	S1	Buku ajar	
Kewirausahaan	S1	Download Slide ajar	
Studi Kel Bisnis	S1	Download Slide ajar	
M Perbankan	S1	Download Slide ajar	
Bank & Lembag.	S1	Download Slide ajar	
M. Pemasaran	S1	Download Slide ajar	
M. Penjualan	S1	Download Slide ajar	

### PENGALAMAN PENELITIAN

Tahun	Judul Penelitian	Ketua/Anggota Tim	Sumber Dana
2018	The Influence of Person Organization Fit (POFit), and Developing Expectancy on Organizational Citizenship Behaviour (OCB) and Employee Performance of Local Water Companies in South Kalimantan Province	Ketua : Fanlia Prima J  Anggota : - Sulaiman - Ruidiansyah - Devi - Rusvitawati	Mandiri
2017	Organizational Citizenship Behavior As Intervening Variables of The Influence of Person Job Fit And Person Organization Fit On Employee Performance on Local Water Companies in South	Ketua : Fanlia Prima J  Anggota : - Ujjianto - R Nugroho	Mandiri

	Kalimantan Province		
2017	Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen melalui variabel intervening kepuasan konsumen pada warung kelontong di kecamatan banjarmasin timur	Ketua : Fanlia Prima J  Anggota : G Suryasari	STIMI Banjarmasin
2015	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Intervening Kepuasan Konsumen Pada Restaurant Ayam Bakar Wong Solo Cabang Banjarmasin	Fanlia Prima J	Mandiri

## KARYA ILMIAH

### A. Buku

Tahun	Judul	Penerbit/Jurnal
2017	Buku Teori Ekonomi Makro	PJ Komputer
2016	Buku Teori Ekonomi Mikro	PJ Komputer
2015	Buku Metodologi Penelitian	PJ Komputer
2014	Buku Pendidikan Pancasila	PJ Komputer

### B. Jurnal

Tahun	Judul	Penerbit/Jurnal
2018	The Influence of Person Organization Fit (POFit), and Developing Expectancy on Organizational Citizenship Behaviour (OCB) and Employee Peformance of Local Water Companies in South Kalimantan Province	Bicces
2017	Organizational Citizenship Behavior As Intervening Variables of The Influence of Person Job Fit And Person Organization Fit On Employee Performance on Local Water Companies in South Kalimantan Province	IJBMI
2017	Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen melalui variabel intervening kepuasan konsumen pada warung kelontong di kecamatan banjarmasin timur	JRIMK
2015	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Intervening Kepuasan Konsumen Pada Restaurant Ayam Bakar Wong Solo Cabang Banjarmasin	Al'Ulum

## JABATAN DALAM PENGELOLAAN INSTITUSI

Peran/Jabatan	Institusi (Univ., Fak., Jur., Lab., Studio, dll)	Jangka waktu
Kepala	Unit Penjaminan Mutu	2018 sd. 2021

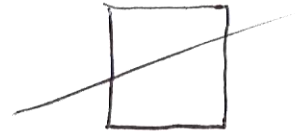
### ORGANISASI PROFESI/ILMIAH

Tahun	Jenis>Nama Organisasi	Jabatan/Jenjang Keanggotaan
2018	SINTA	Verificator

Saya menyatakan bahwa semua keterangan dalam **Curriculum Vitae** ini adalah benar dan apabila terdapat kesalahan, saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Banjarmasin, 1 Oktober 2018

Yang menyatakan,



(Dr. Fanlia Prima Jaya, SE., MM.)

Foto – Foto Kegiatan









## PERANCANGAN & PENGEMBANGAN PRODUK

Oleh :  
Dr. Fanlia Prima Jaya, SE., MM.

### PERANCANGAN & PENGEMBANGAN PRODUK

- Bahasan, bagaimana merancang dan mengembangkan produk-produk baru, serta merancang kembali produk-produk lama.

#### PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN TUJUAN ORGANISASI MELAKUKAN PENELITIAN AL:

1. Mencari hubungan kimiawi dan fisikil dasar terutama yang harus dilakukannya bagi produk dan proses perusahaan sendiri

2. Menemukan penggunaan baru bagi produk atau jasa perusahaan sekarang
3. Pengembangan berbagai produk & jasa baru
4. Mengurangi biaya produksi dan jasa sekarang melalui perbaikan operasi dan proses produksi perusahaan
5. Pengembangan pengujian dan spesifikasi bagi operasi dan bahan-bahan yang dibeli
6. Menganalisa produk dan jasa pesaing
7. Menemukan penggunaan yang menguntungkan dari produk sampingan atau sisa-sisa bahan proses produksi

### BERBAGAI SUMBER GAGASAN

- Orang pemasaran → kebutuhan dan keinginan konsumen
- Orang produksi → kesempatan untuk memperbaiki metode-metode dan proses-proses



## DESIGN BY IMITATION

Program pengembangan produk hampir semua perusahaan biasanya diarahkan pada pengembangan produk tiruan yang sukses di pasar dari perusahaan lain.

Desain tiruan ditampan melalui revers engineering yaitu : membeli produk yang akan ditiru untuk dipelajari

3

## FAKTOR2 YANG PERLU DIPERHATIKAN OLEH FUNGSI PEMASARAN, OPERASI AL:

1. Globalisasi selera konsumen, globalisasi pasar menumbuhkan keinginan yang sama. Misal bisnis franchise.
2. Segmentasi pasar, karena adanya perbedaan selera konsumen.
3. Kondisi lokal. Misal karena pengaruh kebiasaan atau selera masyarakat
4. Teknologi

4

## 4 macam pendekatan dalam strategi pengembangan produk

1. Memodifikasi bauran produk. Misal: dlm satu lini ada produk sabun , pasta gigi detergen
2. Perluasan lini produk. misal : Menambah lini baru
3. Menambah citra manfaat produk . misal: product complement, spt penyedap rasa roycy ditambah dgn menerbitkan buku resep
4. Deversifikasi produk. Misal : dgn menciptakan produk br / produk sekelas konsumen lain misal setingkat lebih rendah / lbh tinggi

3

## PRODUCT LIFE CYCLES (PLC)/ SIKLUS KEHIDUPAN PRODUK

- Adalah konsep yang menyatakan, hampir semua produk baru yang ditawarkan pada masyarakat menjalani suatu siklus kehidupan yang terdiri atas empat tahap dalam periode waktu terbatas

4

TAHAP TAHAP PLC MEMBUKA KESEMPATAN BARU DAN MENIMBULKAN MASALAH BARU BAGI MANAJEMEN PRODUKSI



Dengan mengetahui kedudukan produk dalam plc sehingga dapat dirumuskan rencana perbaikan desain & pengembangan produk yg lebih baik

## TAHAPAN PLC

1. Tahap pengenalan (*introduktion*), produk baru dikenalkan
  - Ciri; terdapat masalah kelambatan dalam perluasan kapasitas produksi
  - Masalah teknis belum dapat diatasi
  - Harga produk tinggi
2. Tahap pertumbuhan (*growth*), produk diperbaiki dan distandardisasi
  - Ciri; produk dapat diandalkan dalam penggunaan
  - Harga lebih rendah
  - Konsumen membeli dengan sedikit desakan
  - Kuantitas penjualan perusahaan meningkat pesat

3. Tahap kejenuhan (*maturity*), produk matang dan keandalan dalam performance

- Ciri; harga wajar
- Volume penjualan mulai menurun karena pembeli potensial telah memiliki produk sehingga penjualan tergantung dari penggantian dan penambahan penduduk
- Tugas manajemen adl inovasi produk

4. Tahap penurunan (*decline*) produk digantikan dengan yang baru

Strategi pengembangan produk → international standart

- Proses pengembangan produk yang lebih baik, lebih canggih, lebih berkualitas, lebih murah dengan produk sebelumnya
- Pengembangan produk untuk menjadi unggulan daya saing

Faktor pendorong strategi pengembangan produk al:

1. Perubahan selera konsumen
2. Efisiensi
3. Keinginan meningkatkan kualitas produk
4. Kemerostan kinerja perusahaan
5. Melemahnya bargaining position dalam menghadapi para supplier bahan baku, suku cadang dan komponen
6. Pesaing semakin kuat
7. Perubahan teknologi
8. Usia produk semakin pendek

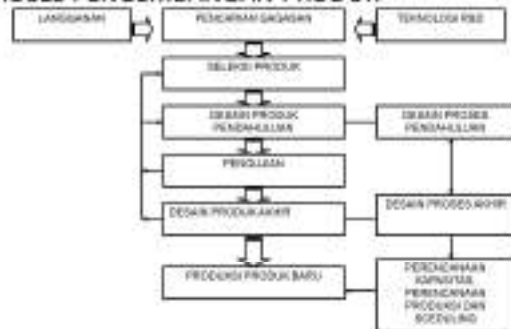
33

## Proses Pengembangan Produk Baru

- Tiap-tiap organisasi mempunyai pendekatan yang berbeda untuk pengembangan produk tetapi pada dasarnya langkah-langkah yang ditempuh adalah sama dan secara sistematis yang digambarkan pada PROSES PENGEMBANGAN PRODUK BARU seperti gambar berikut :

34

### PROSES PENGEMBANGAN PRODUK



35

## 1. SELEKSI PRODUK

- Tahap ini, agar keputusan dapat objektif digunakan metode daftar penilaian (*scoring*).
- Beberapa faktor penimbang diberi bobot oleh anggota direksi atau tenaga ahli dalam bidang sejenis.
- Contoh: Lembar Evaluasi Gagasan Produk seperti tabel berikut,

36

Tabel EVALUASI GAGASAN-PRODUK

No	Syarat keberhasilan	Pembobotan (O)	Perilaian (R)					Nilai (O) X (R)
			Sangat Baik (10)	Baik (9)	Sedang (8)	Jelek (7)	Sangat Jelek (6)	
1	Vol. Penjualan	0,20	*					2
2	Perbandingan Pasar	0,05	*					1
3	Persaingan	0,05	*					1
4	Bahan Baku	0,10		*				1
5	Resiko Teknis	0,10		*				1
6	Kemampuan dg Bisnis Utama	0,20		*				2
7	Milai Tambah	0,10		*				1
8	Terpaparkan pd Produk Sebarang	0,20				*		2
	Total							27

- Dari Tabel tsb. Disimpulkan produk lolos dari penyaringan karena nilainya 27.
- Setelah lolos dilakukan analisis finansial dengan rumus:

$$RI = \frac{P_T \times P_c \times AV \times P \times L}{TDC}$$

Dengan keterangan sebagai berikut :

- RI : Return on Investment  
 PT : Probabilitas Keberhasilan Teknikal ( $0 \leq PT \leq 1$ )  
 Pc : Probabilitas Keberhasilan Komersial dalam pasar ( $0 \leq Pc \leq 1$ )  
 AV : Volume Tahunan (penjualan produk total dalam unit)  
 P : Kontribusi laba per unit produk yang dijual dalam rupiah (harga minus biaya)  
 L : Waktu kehidupan produk dalam tahun  
 TDC : Biaya pengembangan produk total dalam rupiah

- Tahapan-tahapan analisis tersebut meskipun diupayakan dengan obyektif tetapi manajer perusahaan harus melakukan pengecekan terhadap teknik-teknik penyaringan untuk meloloskan ide-ide pengembangan produk.

## 2. DESAIN PRODUK PENDAHULUAN

- Dalam hal ini perlu diketahui ciri-ciri produk terpilih.  
 Contoh : industri permen untuk anak-anak adalah, bagaimana komposisinya, kenampakannya, ukurannya, bagaimana penyimpanan produk, umur simpan dan sebagainya.

- Prototipe merupakan produk baru dari suatu kegiatan uji coba produksi skala kecil.
- Perusahaan akan mengalami *Trade off* yaitu akibat dari kondisi yang saling berlawanan antara biaya, kualitas dan nilai produk hasil akhir dari kegiatan diatas berupa disain yang dapat bersaing dipasar yang siap diproduksi.

21

### 3. PENGUJIAN (TESTING)

- Prototipe kemudian diuji hasilnya ditinjau dari aspek pemasaran dan kemampuan tehnikal produk.
- Kegiatan pengujian pasar sangat penting karena meskipun produk berkualitas tetapi tidak layak jual juga tidak ada artinya dan kegiatan ini disebut Uji Pasar. Dalam hal ini prototipe produk baru dilempar kesekelompok konsumen untuk dicoba dan dari uji ini diketahui pendapat konsumen mengenai produk baru tersebut.

22

### 4. DESAIN AKHIR

- Disain akhir meliputi spesifikasi produk mulai dari komposisi kimiawi, ciri-ciri bahan pengemas dan gambar, demikian juga dengan metode bakunya sehingga memudahkan bagian produksi.
- Contoh: pembuatan permen yang bernilai gizi untuk anak-anak. Hasil prototipe menunjukkan rasa tidak disukai oleh anak-anak karena kurang manis, maka perlu diubah kembali sehingga rasa tersebut sesuai dengan selera anak-anak.

23

### HAMBATAN PENGEMBANGAN PRODUK BARU

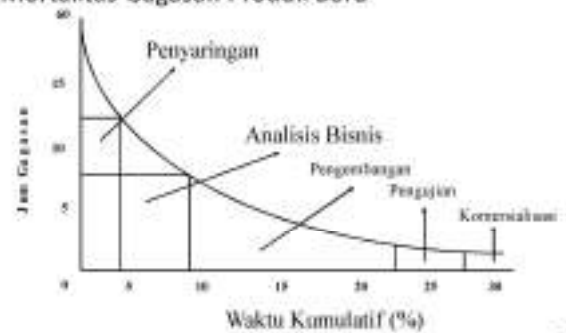
1. Gagasan-gagasan yang masuk masih kurang.
2. Persaingan pasar yang sangat berat, dengan teknologi yang lebih canggih misalnya industri-industri suplemen.
3. Peran pemerintah yang kadang-kadang memberikan batasan-batasan yang berat misalnya keselamatan lingkungan.
4. Biaya untuk pengembangan produk baru, mulai dari pencarian gagasan, pelaksanaan penelitian dan melakukan uji pasar sehingga produk harus benar-benar unggul.

24

5. Produk baru meskipun sudah diluncurkan uji konsumen bisa gagal karena tidak memenuhi harapan atau tidak sesuai dengan selera; rasa, bau, dan aroma yang diinginkan.

6. Banyaknya perusahaan-perusahaan yang akan meniru setelah peluncuran produk baru. Hal ini menyebabkan waktu kehidupan yang pendek. Kondisi urutan di atas ditunjukkan pada Gambar berikut

### Mortalitas Gagasan Produk Baru



### 5 Parameter penguji kinerja pengembangan produk

- Kualitas produk
- Ongkos produk
- Waktu yang diperlukan untuk pengembangan
- Ongkos pengembangan
- Kapabilitas pengembangan

### DESAIN PRODUK & SPESIFIKASI KUALITAS

- Kegiatan penelitian dan pengembangan yang telah dibahas dimuka memberikan latar belakang yang diperlukan bagi desain produk dan jasa baru serta spesifikasi kualitasnya, sehingga menghasilkan produk yang banyak dan menghasilkan laba.

#### Keputusan mengenai desain atau rancang bangun:

- Pertama manajemen harus membuat keputusan yang menyangkut *Trade Off* antara bentuk dan fungsi (Kurva I & II → Total nilai dari misal 2 faktor yang satu turun yang satu naik).
- Kedua, masalah bahan baku yang digunakan dan harus memilih serta mempertimbangkan faktor-faktor antara lain
  - a) harga bahan,
  - b) spesifikasinya,
  - c) biaya-biaya pemrosesannya.

#### STANDARISASI

- Standar merupakan kata yang mempunyai arti yang sangat penting yaitu memberikan ukuran-ukuran spesifik tertentu yang dibuat dan dijual.
- Pembatasan jumlah ukuran-ukuran dan juga komponen-komponen penyusunannya sering disebut Simplifikasi atau penyederhanaan.
- Standarisasi bukan hanya penyederhanaan tetapi merupakan suatu kegiatan untuk menentukan ukuran, rasa, aroma dan ciri-ciri lain yang selalu sama dan tidak berbeda-beda yang mencerminkan spesifikasi dari produk.

#### KEUNTUNGAN STANDARISASI

- Adanya standarisasi terhadap bahan & alat-alat proses memudahkan untuk kegiatan proses konversi dari bahan baku menjadi bahan jadi. contoh : pembuatan Mie Istant bahan baku utama adalah tepung terigu, suplier tepung diharapkan mengirim bahan tepung dgn kadar air 5 %, bila kadar airnya lebih maka ditolak.
- Demikian juga saat penyimpanan diharapkan ruang penyimpanan tidak berlembab, sehingga produk tidak akan menyerap air lagi. Kondisi penyimpanan yg standar sangat diperlukan. Cara ini lebih mudah dan tidak akan membingungkan bagian pengolahan.

#### KELEMAHAN STANDARISASI & SIMPLIFIKASI

- Banyak perusahaan yang mengolah bahan dalam jumlah standar sulit mendapatkannya. Untuk pengolahan bahan Hortikultura, misalnya mendapatkan umur panen yang optimal sangat sulit.
- Perusahaan kecil sulit mendapatkan bahan standar dengan harga murah, jadi lebih cenderung menjual harga murah dengan kualitas tidak standar dan teknologi sederhana.
- Bagi industri pangan besar standarisasi lebih menguntungkan karena sudah dikenal, harga jual mahal dan order cukup besar.

## RELIABILITY (KEANDALAN)

- Keandalan produk pangan sangat ditentukan oleh daya simpannya dan juga waktu kejenuhan pasar.
- Peran R&D adalah membuat produk dengan kualitas standar.
- Contoh:  
Membuat minyak goreng yang tidak tengik sampai 12 bulan dan tetap bagus karena proses yang digunakan sudah baku atau dapat diandalkan.

31

Ada beberapa macam aspek yang perlu ditinjau:

1. Keandalan dari suatu proses berkaitan dengan umur kehidupan produk,
2. Penggunaannya apakah dapat digunakan diatas batas normal atau tidak,
3. Keandalan berkaitan dengan komponen-komponen produk secara keseluruhan.

32

- Terima kasih

33



## PACKAGING

UDINUS Entrepreneur Center

## **FUNGSI KEMASAN**

**Gabungan dari ILMU, SENI dan TEKNOLOGI untuk melindungi produk yang dikemas terhadap pengaruh lingkungan yang merusak**

2  
UDINUS Entrepreneur Center

## **FUNGSI KEMASAN**

- Sebagai wadah
- Pelindung produk didalamnya
- Komunikasi antara produsen dan konsumen dan lain-lain

3  
UDINUS Entrepreneur Center

## **TUJUAN KEMASAN YANG BAIK**

- Mengurangi biaya per unit
- Mempromosikan penjualan, penjualan eceran serta penerimaan produk oleh konsumen
- Meningkatkan kinerja penjualan dan keuntungan / laba
- Mengurangi limbah atau bahan terbuang pada proses pengemasan
- Menambah jangkauan pasar dan membina pasar yang baru
- Meningkatkan kenyamanan konsumen
- Mengurangi kerusakan
- Meningkatkan pengendalian pada transportasi.

UDINUS Entrepreneur Center

## JENIS KEMASAN

- Kemasan ritel: plastik, kertas, gelas,
- karton, aluminium foil dan lain-lain



5

UDINUS Entrepreneur Center

## Kemasan ritel:



6

UDINUS Entrepreneur Center


Kemasan transport: Kotak Karton Gelombang, Jerigen, Drum dan lainlain



7

UDINUS Entrepreneur Center

## KEMASAN HARUS:

- **Kuat, menarik dan dapat menjual dengan sendirinya**
- **Mudah untuk diletakkan**
- **Memiliki barcode**
- **Tidak terlalu besar atau kecil**
- **Disesuaikan dengan nilai barang dan daya beli**
- **Sesuai dengan keperluan pasar** 

8

UDINUS Entrepreneur Center

### PERATURAN KEMASAN MAKANAN (MENTERI KESEHATAN)

- Wadah makanan harus dapat melindungi isi
- Wadah harus dibuat dari bahan yang tidak melepaskan zat yang dapat mengganggu kesehatan



### PERATURAN KEMASAN YANG KONTAK LANGSUNG DENGAN MAKANAN (FOOD GRADE)

- Migrasi
- Kandungan logam berbahaya (Pb,Cd)

### PERATURAN KEMASAN UNTUK UNI EROPA

- Kandungan jumlah logam: Pb,Cd,Hg dan
- Cr+6 kurang dari 100 ppm



### TIPS UNTUK DESAIN KEMASAN

- 70% keputusan konsumen muncul dalam jarak 1 m dari produk
- 70% penjualan dipengaruhi oleh warna



## KEMASAN PANGAN

- ☉ Kemasan pangan sesungguhnya seumur dgn peradaban manusia
- ☉ Aneka ragam kemasan pangan tersedia
- ☉ Peran kemasan pangan beragam (wadah, pelindung, transportasi, promosi, dls)
- ☉ Trend : jenis dan volume penggunaan meningkat (sangat dinamis) dari waktu ke waktu seiring dgn kemajuan IPTEK
- ☉ Interaksi kemasan dgn pangan (a.l. melalui migrasi monomer, residu, katalis, plastisizer, antioksidan, dls) berpotensi menimbulkan risiko thd kesehatan
- ☉ Banyak negara tlg mengatur kemasan pangan (*positive list* dan *negative list* zat kontak langsung dgn pangan, *food contact substances*)
- ☉ Di tingkat nasional, ketentuan ttg kemasan pangan dimuat dlm UU No. 7/1996 tentang Pangan dan PP No. 28/2004 ttg keamanan, mutu dan gizi pangan
- ☉ Telah dikeluarkan regulasi pelaksanaan berupa Peraturan Kepala Badan POM No. 00.05.55.6497/2007 ttg Bahan Kemasan Pangan.

13

UDINUS Entrepreneur Center

## DEFINISI KEMASAN PANGAN

*Bahan yg digunakan untuk mewadahi dan atau membungkus pangan, baik yang bersentuhan LANGSUNG dengan pangan maupun tidak*

*(UU No. 7 TAHUN 1996 TENTANG PANGAN)*

14

UDINUS Entrepreneur Center

## FUNGSI KEMASAN PANGAN

- ☉ Sbg **WADAH** (penyimpanan, penataan, transportasi)
- ☉ Memberi **PROTEKSI** dan perpanjangan daya tahan pangan agar terhindar dari kerusakan secara :
  - ☞ fisik (mekanikal, cahaya)
  - ☞ kimiawi (permeasi gas, kelembaban/uap air)
  - ☞ biologik (mikroba, kapang)
- ☉ Sbg media **PROMOSI** dan informasi



15

UDINUS Entrepreneur Center

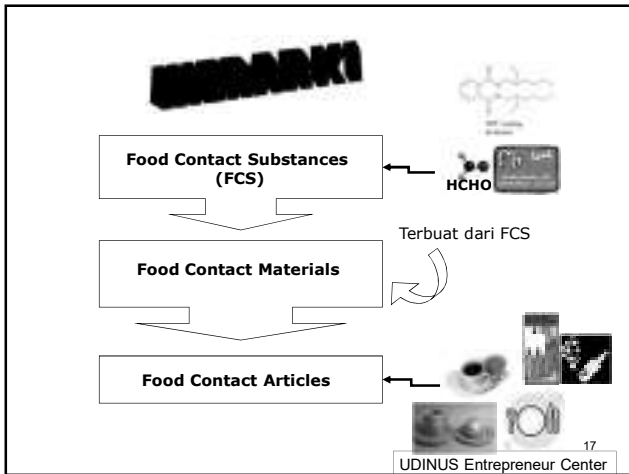
## KLASIFIKASI KEMASAN PANGAN

FOKUS PERHATIAN UTAMA



16

UDINUS Entrepreneur Center



**SISTEM PELACAKAN CULYACIL BUKU PERMENDAGRIAN**

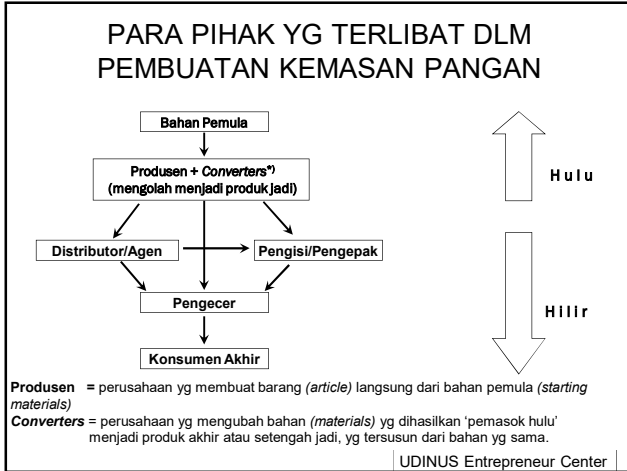
18  
UDINUS Entrepreneur Center

**UJI KEMASAN**

19  
UDINUS Entrepreneur Center

**UJI MIGRASI**

20  
UDINUS Entrepreneur Center



- ### JENIS BAHAN KEMASAN (FOOD CONTACT MATERIALS)
- (Peraturan Ka Badan POM No: HK.00.05.55.6497 Thn 2007)
1. Plastik (termasuk *varnishes* dan *coating*)
  2. Selulosa teregenerasikan (*Regenerated cellulose*)
  3. Elastomer dan karet
  4. Kertas dan karton
  5. Keramik
  6. Kaca/ gelas
  7. Logam dan paduan logam (*alloy*)
  8. Kayu/ gabus
  9. *Produk tekstil*
  10. Lilin parafin dan mikrokristal
- UDINUS Entrepreneur Center

- REGULATION (EC) No 1935/2004 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on materials and articles intended to come into contact with food
- Ada 17 item bahan kemasan pangan**
- |  |  |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Active and intelligent materials and articles</li> <li>2. Adhesives</li> <li>3. Ceramics</li> <li>4. Cork</li> <li>5. Rubbers</li> <li>6. Glass</li> <li>7. Ion-exchange resins</li> <li>8. Metals and alloys</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>9. Paper and board</li> <li>10. Plastics</li> <li>11. Printing inks</li> <li>12. Regenerated cellulose</li> <li>13. Silicones</li> <li>14. Textiles</li> <li>15. Varnishes and coatings</li> <li>16. Waxes</li> <li>17. Wood</li> </ol> |
|--|--|
- UDINUS Entrepreneur Center

- ### ACTIVE DAN INTELLIGENT PACKAGING
- Active Packaging**
- Kemasan yg dibuat sedemikian rupa utk mengatasi masalah yg dijumpai dlm produksi dan distribusi pangan, dan dpt **memperpanjang masa simpan** atau **meningkatkan keamanan pangan atau sifat organoleptik**. Mis. O<sub>2</sub> absorber, moisture regulators, CO<sub>2</sub> absorber, aldehyde scavengers, sulfite scavengers, heat releasers, antimicrobial-releasing systems, antioxidant releasers, flavor releasers, color releasers, dls.
- Intelligent Packaging**
- Kemasan yg dirancang utk memonitor kondisi pangan dlm kemasan dgn **memberi informasi mengenai kualitas pangan** selama transportasi dan penyimpanan. Mis. indikator kebocoran gas, indikator waktu-suhu dan indikator kerusakan krn mikroba
- Catatan :*  
 Berbeda dgn Active Packaging, Intelligent Packaging TIDAK mempengaruhi pangan.
- UDINUS Entrepreneur Center

## INTERAKSI *FOOD CONTACT SUBSTANCES* DENGAN PANGAN

- Migrasi/ *desorption* (perpindahan **komponen dalam kemasan pangan** ke dalam pangan)
- Sorpsi (perpindahan **komponen pangan** ke dalam kemasan pangan) – tergantung pH, suhu, struktur kimia, jenis pelarut)
- Permeasi (perpindahan molekul gas, uap dan cairan melalui kemasan pangan ke lingkungan sekitar dan sebaliknya) – memacu pertumbuhan mikroba

UDINUS Entrepreneur Center

## RANGKUMAN FAKTOR YG MENGENDALIKAN BESARNYA MIGRASI

- Migrasi MENINGKAT, jika :
  - ↗ durasi kontak >>>
  - ↗ suhu kontak >>>
  - ↗ konsentrasi FCS tinggi
  - ↗ luas permukaan kontak besar
  - ↗ pangan agresif
- Migrasi MENURUN, jika :
  - ↗ BM FCS besar
  - ↗ pangan kering atau kontak tak langsung
  - ↗ difusitas bahan kemasan rendah
  - ↗ adanya lapisan penyekat

UDINUS Entrepreneur Center

## JENIS MIGRAN/FCS

- ⊗ Residu monomer penyusun polimer (Mis. VCM dalam PVC)
- ⊗ Aditif polimer/plastik ;
  - pelentur/*plasticizer* mis. ester ftalat, ester adipat (DEHA)
  - *stabilizer* mis. Pb, Cd, Zn, Sn(CH<sub>3</sub>)<sub>3</sub>, ESBO
  - pewarna mis. senyawa krom, TiO<sub>2</sub>
  - anti oksidan mis. BHT, DLTPD, Tris(2,4-di-tert-butyl fenil) fosfat ester
  - anti blok, mis. gliserol stearat, SiO<sub>2</sub>
  - katalis mis. Sb<sub>2</sub>O<sub>3</sub>
  - antistatik mis. BEA, dls
- ⊗ Hasil degradasi plastik (mis. formaldehid dari urea-formaldehid dan melamin-formaldehid) : formaldehid dan melamin

27

UDINUS Entrepreneur Center

## UJI MIGRASI & SIMULAN YANG DIGUNAKAN

- ⊗ Menurut Peraturan Kepala BPOM RI No. HK 00.05.55.6497 tahun 2007 tentang Bahan kemasan Pangan:
- ⊗ Uji Migrasi dilakukan terhadap kemasan kosong atau pangan
- ⊗ Kemasan kosong dilakukan uji terhadap ekstrak total dari simulan air, heptan dan alkohol 8%, dan migrasi spesifik dengan simulan air, asam asetat 3%, etanol 15% dan minyak zaitun

28

UDINUS Entrepreneur Center

**JENIS POLIMER DI BERAGAS PAKETAN**  
**“PVC TI BUKAN” INI ADALAH PLASTIK**

JENIS POLIMER	KODE	SIFAT	PENGGUNAAN
Polietylena tereftalat (PET)		Jernih, kuat, tahan pelarut, kedap gas dan air, melunak pd suhu 80°C	Botol minuman, minyak goreng, selai, peanut butter, kecap dan sambal, fray biskuit
HDPE		Keras hingga semi fleksibel, tahan tgd BK dan kelembaban, permeabel thd gas, permukaan berilin (waxy), buram (opaque), mdh diwarnai, diproses dan dibentuk, melunak pd suhu 75°C	Botol susu cair dan juice, tutup plastik, kantong belanja dan wadah es krim
Polivinil Klorida (PVC)		Kuat, keras, bisa jernih, bentuk dpt diubah dgn pelarut, melunak pd suhu 80°C	Botol jus, air mineral, minyak sayur, kecap, sambal, pembungkus pangan (food wrap)
LDPE		Mdh diproses, kuat, fleksibel, kedap air, permukaan berilin, tdk jernih tapi tembus cahaya, melunak pd suhu 70°C	Pot yoghurt, kantong belanja (kresek), kantong rol dan pangan segar, botol yg dpt ditekan
Polipropilen (PP)		Keras tapi fleksibel, kuat, permukaan berilin, tdk jernih tapi tembus cahaya, tahan thd BK, panas dan minyak, melunak pd suhu 140°C	Pembungkus biskuit, kantong chips kentang, krat seraseila, pita perekat kemasan dan sedotan
Polistiren (PS)		Jernih sep. kaca, kaku, getas, buram, tergrh lemak dan pelarut, mdh dibentuk, melunak pd suhu 95°C	Wadah pangan beku, sendok, garpu
Polikarbonat (PC)		Keras, jernih, secara termal sangat stabil	Galon air mineral, botol susu bayi
Melamin-formaldehid (MF)	Tdk dpt didaur ulang (termoset)	Keras, kuat, mdh diwarnai, bebas rasa dan bau, tahan pelarut dan noda, kurang tahan thd asam dan alkali	Gelas, mangkok, piring alat makan

Catatan : Urea-Formaldehid (UF) tdk tahan thd panas sh

### Typical Hazards of Selected Food Contact Substances

Food Contact Materials	Food Contact Substances	Bahaya	Sumber
PVC	Vinyl Chloride Monomer (VCM)	(karsinogen kategori 1),	IARC
	Ftalat ester (Mis. DEHP, BBP, DOP, dls)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Endocrine Disrupter Chemicals (EDC)</li> <li>Mengganggu fungsi hati dan ginjal</li> </ul>	<a href="http://www.toxnet.nlm.nih.gov">http://www.toxnet.nlm.nih.gov</a>
	Timbal (Pb)	Racun ginjal dan syaraf (menurunkan IQ)	Agency of Toxic Substances and Diseases Registry (ATSDR)
	Kadmium (Cd)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Racun ginjal</li> <li>Karsinogen kategori 1</li> </ul>	ATSDR IARC
	Krom, Cr (VI)	Karsinogen kategori 1	IARC

### Typical Hazards of Selected Food Contact Substances

Food Contact Materials	Food Contact Substances	Bahaya	Sumber
Urea-atau Melamin-formaldehid	Formaldehid	EDC, karsinogenik	WHO, FDA, EFSA, IARC
Polikarbonat	Bisfenol A	EDC	<a href="http://www.toxnet.nlm.nih.gov">http://www.toxnet.nlm.nih.gov</a>
Elemen Pemanas Air, alat masak	Pb	Racun ginjal dan syaraf (menurunkan IQ)	Agency of Toxic Substances and Diseases Registry
	Cr (VI)	Karsinogen kat. 1	IARC
Polistiren	Monomer Stiren	<ul style="list-style-type: none"> <li>EDC</li> <li>Karsinogen kat. 2B</li> </ul>	<a href="http://www.glorianet.org">www.glorianet.org</a> IARC

### Typical Hazards of Selected Food Contact Substances (CONT.)

Food Contact Materials	Food Contact Substances	Bahaya	Sumber
Epoxy resins and vinylic organosols used in internal can coatings	BADGE	• Karsinogen kat. 3	IARC
Elastomer or rubber teats and soothers	Nitrosamin	• Karsinogen kat. 2B	IARC



## REVIEW DAN AMANDEMEN REGULASI

### Justifikasi:

- Untuk mengakomodasi perkembangan iptek (mis penambahan jenis bahan dasar dan aditif) dan mempertimbangkan ketentuan di negara lain
- Luasnya penggunaan aditif tertentu, yg sebagian diantaranya berbahaya (misalnya pemlastis dan penstabil) maka batas maksimumnya perlu ditetapkan

33

UDINUS Entrepreneur Center

## ISU BISFENOL A (BPA)

- Diduga merupakan *endocrine disrupter chemical*
- Sejak Agustus 2008, botol susu bayi yg terbuat dari polikarbonat (PC) DILARANG di Kanada.
- Konsensus antara otoritas di Amerika Serikat, Kanada, Eropa, dan Jepang menyatakan bahwa batas paparan BPA dari kemasan pangan tidak menimbulkan risiko kesehatan seketika pada populasi umum termasuk bayi dan anak kecil.
- Pada bln Juni 2009, FDA mengumumkan utk mereview status BPA

34

UDINUS Entrepreneur Center

## LOGO KEMASAN PANGAN

Untuk kemasan yang kontak langsung dengan pangan, pada label spy tertera frasa : 'cocok untuk pangan' atau *'for food use'* atau *'food grade'* atau mencantumkan logo gelas dan garpu sbb:



35

UDINUS Entrepreneur Center



UDINUS Entrepreneur Center

## PENGERTIAN, ASAS DAN PRINSIP KOPERASI

### POKOK BAHASAN

- ⦿ Pengertian, landasan, asas, dan tujuan koperasi
- ⦿ Sejarah dan peran prinsip koperasi
- ⦿ Prinsip koperasi Rochdale dan Indonesia
- ⦿ Ciri-ciri koperasi

### PENDAHULUAN

- ⦿ Pendiri koperasi pertama kali di Inggris adalah Robert Owen.
- ⦿ Berkembang di Inggris setelah revolusi industri, pada pertengahan abad XIX (tahun 1844), dipelopori oleh Charles Howard di Rochdale.
- ⦿ Gerakan yang digunakan oleh masyarakat ekonomi lemah, terutama buruh yang penghasilannya sangat kecil.
- ⦿ Bertujuan untuk memecahkan persoalan ekonomi akibat tekanan pemilik perusahaan yang menyebabkan ekonominya makin melemah.

### PENDAHULUAN

- ⦿ Menyebar ke beberapa negara, termasuk Indonesia.
- ⦿ Masuk ke Indonesia pada akhir abad XIX (tahun 1896), dipelopori oleh R.A. Wiriadmaja.
- ⦿ Secara resmi lahir pada tanggal 12 Juli 1947, pada kongres I di Tasikmalaya.
- ⦿ Soko guru perekonomian Indonesia untuk menuju masyarakat yang adil dan makmur.

## KOPERASI

- ⦿ Dari Bahasa Inggris, *Cooperation ( atau copetative)* berarti Kerjasama, yakni kata *co* yang berarti bersama-sama dan *operation* yang berarti bekerja.
- ⦿ Dari bahasa Belanda adalah *Cooperatik*.
- ⦿ Koperasi bukan hanya berarti kerjasama, tetapi sudah merupakan lembaga ekonomi.
- ⦿ Koperasi sering disebut sebagai organisasi yang '*demokrasi*' dan '*partisipatif*'.

## KOPERASI

- ⦿ Koperasi adalah salah satu bangun usaha yang secara legal ada dalam Undang-Undang Dasar tahun 1945 pasal 33 ayat 1 berbunyi ; "Perekonomian disusun berdasarkan usaha bersama berdasar asas kekeluargaan".

## KOPERASI

- ⦿ Koperasi didirikan sebagai persekutuan kaum lemah untuk membela keperluan hidupnya (Muhammad Hatta, 1994).

## KOPERASI

- *Cooperative is an autonomous association of persons united voluntarily to meet their common aconomic, social, and cultural needs and aspiration through a jointly-owned and democratically-controlled enterprise*
- Koperasi adalah assosiasi yang bersifat otonom dengan keanggotaan bersifat terbuka dan sukarela untuk meningkatkan kebutuhan ekonomi, social dan budaya melalui usaha bersama saling membantu dan mengontrol usahanya secara demokratis (*International Cooperative Alliance-ICA*).

## KOPERASI

- Perkumpulan orang, yang bergabung secara sukarela untuk mewujudkan tujuan bersama, melalui pembentukan suatu organisasi yang diawasi secara demokratis, dengan memberi kontribusi yang sama sebanyak jumlah yang diperlukan, turut serta menanggung risiko yang layak, untuk memperoleh kemanfaatan dari kegiatan usaha, dimana para anggota berperan serta secara aktif (*International Labour Organisation* -ILO, melalui rekomendasi No. 127).

## KOPERASI

- Badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan (UU No. 25 tahun 1992).

## DIFINISI KOPERASI

- Suatu perkumpulan yang didirikan oleh orang-orang yang memiliki kemampuan ekonomi terbatas, yang bertujuan untuk memperjuangkan peningkatan kesejahteraan ekonomi anggotanya.
- Melayani anggota yang macam pelayanannya sesuai dengan macam koperasi.
- Bentuk kerjasama bersifat terbuka dan sukarela.
- Masing-masing anggota koperasi mempunyai hak dan kewajiban yang sama.
- Masing-masing anggota koperasi berkewajiban untuk mengembangkan serta mengawasi jalannya koperasi.
- Resiko dan keuntungan koperasi ditanggung dan dibagi secara adil.

## LANDASAN KOPERASI

- Landasan Idiil: Pancasila
- Landasan struktural: UUD 1945

### **ASAS KOPERASI**

- ◉ Kekeluargaan

### **TUJUAN KOPERASI**

- ◉ “Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945” (pasal 3 UU Perkoperasian No. 25 tahun 1992).

### **TUJUAN KOPERASI**

- ◉ Memajukan kesejahteraan anggotanya,
- ◉ Memajukan kesejahteraan masyarakat.
- ◉ Ikut serta membangun tatanan perekonomian nasional.

### **SEJARAH PRINSIP KOPERASI**

- ◉ Prinsip-prinsip koperasi bermula dari peraturan umum mengenai pengelolaan koperasi yang dikembangkan oleh pelopor-pelopor koperasi di Rochdale, yang dikenal dengan “prinsip-prinsip Rochdale”.

## SEJARAH PRINSIP KOPERASI

- ⦿ Menurut Fauguet (1951), ada 4 prinsip yang harus dipenuhi oleh setiap badan usaha yang ingin menamakan dirinya koperasi:
  - Adanya pengaturan tentang keanggotaan organisasi yang berdasarkan kesukarelaan.
  - Adanya ketentuan atau peraturan tentang persamaan hak antara para anggota.
  - Adanya ketentuan atau peraturan tentang partisipasi anggota dalam ketatalaksanaan dan usaha koperasi.
  - Adanya ketentuan tentang perbandingan yang seimbang terhadap hasil usaha yang diperoleh, sesuai dengan pemanfaatan jasa koperasi oleh para anggotanya.

## PERAN PRINSIP KOPERASI

- ⦿ Sebagai pedoman pelaksanaan usaha koperasi dalam mencapai tujuan
- ⦿ Sebagai ciri-ciri khas koperasi, yang membedakannya dengan bentuk badan lainnya.

## PRINSIP KOPERASI ROCHDALE

- ⦿ Barang-barang dijual bukan barang palsu dan timbangannya benar.
- ⦿ Penjualan barang dengan tunai.
- ⦿ Harga penjualan menurut harga pasar.
- ⦿ Sisa hasil usaha (keuntungan) dibagikan kepada para anggota menurut pertimbangan jumlah pembelian tiap-tiap anggota koperasi.
- ⦿ Masing-masing anggota mempunyai satu suara.
- ⦿ Netral dalam politik dan keagamaan.

## PRINSIP KOPERASI ICA

- ⦿ Keanggotaan bersifat terbuka.
- ⦿ Pengawasan dilakukan secara demokratis.
- ⦿ Pembagian sisa hasil usaha didasarkan partisipasi masing-masing dalam usaha koperasi.
- ⦿ Bunga yang terbatas atas modal.
- ⦿ Netral dalam lapangan politik.
- ⦿ Tata niaga yang dijalankan secara tunai.
- ⦿ Menyelenggarakan pendidikan.

## **PRINSIP KOPERASI DI INDONESIA**

- ◎ UU No.25 tahun 1992:
  - Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka
  - Pengelolaan dilakukan secara demokratis
  - Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota
  - Pemberian balas jasa yang terbatas pada modal
  - Kemandirian

## **CIRI-CIRI KOPERASI**

- ◎ Dilihat dari segi pelakunya
  - Koperasi adalah organisasi ekonomi yang beranggotakan orang-orang yang pada umumnya memiliki kemampuan ekonomi terbatas, yang secara sukarela menyatukan dirinya di dalam koperasi.
- ◎ Dilihat dari tujuan usahanya
  - Memperjuangkan kepentingan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi para anggotanya.
- ◎ Dilihat dari segi hubungan dengan negara
  - Organisasi ekonomi yang mengakar pada masyarakat lapisan bawah

**Pengembangan Rencana Bisnis Di Bidang TIK:  
Regulasi Dan Prosedur Pendirian Usaha**

Bentuk-bentuk usaha (CV, perseorangan,  
perseroan, koperasi, dll.)

**Mengapa Mendirikan Badan Usaha ?**

- Untuk Hidup
- Bebas dan tidak terikat
- Dorongan Sosial
- Mendapat Kekuasaan
- Melanjutkan Usaha Orang Tua

**Faktor-faktor yang Harus Dihadapi Dalam  
Pendirian Badan Usaha**

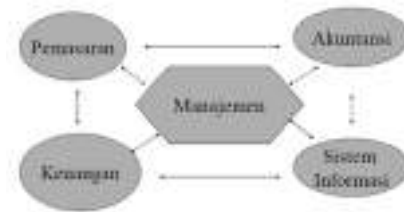
1. Barang dan Jasa yang akan dijual
2. Pemasaran barang dan jasa
3. Penentuan harga
4. Pembelian
5. Kebutuhan Tenaga Kerja
6. Organisasi intern
7. Pembelanjaan
8. Jenis badan usaha yang akan dipilih, dll



### Badan Hukum Sebuah Perusahaan

- Sebuah Usaha yang dilindungi oleh hukum dan perundang-undangan yang berlaku pada suatu negara
- Memiliki hak dan kewajiban kepada Negara

### Fungsi-Fungsi yang Terlibat Dalam Bisnis



### Bagaimana Keputusan Bisnis Mempengaruhi Pendapatan Perusahaan



### Definisi

- Manajemen: cara bagaimana karyawan dan sumber-sumber lain digunakan oleh perusahaan
- Pemasaran: Cara bagaimana produk/jasa dikembangkan, diberi harga, didistribusikan dan dipromosikan kepada pelanggan
- Keuangan: Cara bagaimana perusahaan mendapatkan dan menggunakan dana untuk operasi bisnisnya

### Definisi

- Akuntansi: ringkasan dan analisis suatu kondisi keuangan suatu perusahaan.
- Sistem Informasi: Meliputi teknologi Informasi, masyarakat dan prosedur yang bekerja sama untuk memberikan Informasi yang cocok kepada karyawan perusahaan sehingga mereka dapat membuat keputusan bisnis

### Arti Organisasi Intern

- Merupakan kerangka struktur kewajiban dan tanggung jawab
- Alat manajemen untuk mengkombinasikan faktor-faktor produksi dalam mencapai tujuan
- Alat untuk membagi kekuasaan dan tanggung jawab pada struktur intern

### Tanggung Jawab sosial Perusahaan

- Kesempatan kerja
- Latihan dalam pekerjaan (job training)
- Tunjangan bagi karyawan
- Tunjangan pendidikan
- Derma/sumbangan sosial
- Riset-riset ilmiah
- Kegiatan-kegiatan kebudayaan

### Hak-hak Konsumen

- Keselamatan Produksi
- Perlakuan yang adil dan jujur
- Data yang lengkap dan akurat
- Tarif yang diberlakukan
- Perincian pendapatan, pengeluaran dan laba pada saham yang akan di beli
- Pengaduan

## Bentuk-Bentuk Badan Usaha

Terdapat beberapa macam badan usaha yang bisa Anda pilih saat ingin mendirikan bisnis secara resmi. Jenis-jenis badan usaha yang paling banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia yaitu perusahaan perseorangan, firma, CV, PT, koperasi dan yayasan.

## Perusahaan Perseorangan

- Perusahaan Perseorangan adalah bentuk usaha yang paling sederhana.
- Pemilik Perusahaan Perseorangan hanya satu orang dan pembentukannya tanpa izin serta tata cara yang rumit misalnya membuka toko kelontong atau kedai makan.
- Biasanya Perusahaan Perseorangan dibuat oleh pengusaha yang bermodal kecil dengan sumber daya dan kuantitas produksi yang terbatas.

## Perusahaan Perseorangan

- Bentuk usaha jenis ini paling mudah didirikan, seperti juga pembubarannya yang mudah dilakukan – tidak memerlukan persetujuan pihak lain karena pemiliknya hanya satu orang.
- Dalam Perusahaan Perseorangan tanggung jawab pemilik tidak terbatas, sehingga segala hutang yang timbul pelunasannya ditanggung oleh pemilik sampai pada harta kekayaan pribadi – seperti juga seluruh keuntungannya yang dapat dinikmati sendiri oleh pemilik usaha.

## Persekutuan Perdata

- Persekutuan Perdata diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata). Menurut pasal 1618 KUH Perdata, Persekutuan Perdata merupakan *“suatu perjanjian di mana dua orang atau lebih mengikatkan diri untuk memasukkan sesuatu ke dalam persekutuan dengan maksud untuk membagi keuntungan yang terjadi karenanya.”*
- Suatu Persekutuan Perdata dibuat berdasarkan perjanjian oleh para pihak yang mendirikannya.

### Persekutuan Perdata

- Dalam perjanjian itu para pihak berjanji memasukan sesuatu (modal) ke dalam persekutuan, dan hasil dari usaha yang dijalankan (keuntungan) kemudian dibagi diantara para pihak sesuai perjanjian.
- Perjanjian Persekutuan Perdata dapat dibuat secara sederhana, tidak memerlukan proses dan tata cara yang rumit.

### Persekutuan Komanditer (Commanditaire Vennotschaap/CV)

- Pada prinsipnya Persekutuan Komanditer adalah Persekutuan Firma - Perkembangan lebih lanjut dari Persekutuan Firma.
- Jika Firma hanya terdiri dari para sekutu yang secara aktif menjalankan perusahaan, maka dalam Komanditer terdapat sekutu pasif yang hanya memasukan modal.
- Jika sebuah Firma membutuhkan tambahan modal, misalnya, Firma tersebut dapat memasukan pihak lain sebagai sekutu baru yang hanya memasukan modalnya tapi tidak terlibat secara aktif dalam menjalankan perusahaan.

### Persekutuan Komanditer (Commanditaire Vennotschaap/CV)

- Dalam hal ini, sekutu yang baru masuk tersebut merupakan **sekutu pasif**, sedangkan sekutu yang menjalankan perusahaan adalah **sekutu aktif**.
- Jika sekutu aktif menjalankan perusahaan dan menanggung kerugian sampai harta kekayaan pribadi, maka dalam Komanditer tanggung jawab sekutu pasif terbatas hanya pada modal yang dimasukkannya ke dalam perusahaan – tidak meliputi harta kekayaan pribadi sekutu pasif.

### Perseroan Terbatas (PT)

- Perseroan Terbatas (PT) adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, dan melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham.
- Sebagai badan hukum, sebuah PT dianggap layaknya orang-perorangan secara individu yang dapat melakukan perbuatan hukum sendiri, memiliki harta kekayaan sendiri dan dapat menuntut serta dituntut di muka pengadilan.
- Untuk menjadikannya sebagai badan hukum PT, sebuah perusahaan harus mengikuti tata cara pembuatan, pendaftaran dan pengumuman sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT).

### Perseroan Terbatas (PT)

- Sebagai persekutuan modal, sebuah PT didirikan oleh para pendiri yang masing-masing memasukan modal berdasarkan perjanjian.
- Modal tersebut terbagi dalam saham yang masing-masing saham mempunyai nilai yang secara keseluruhan menjadi modal perusahaan.
- Tanggung jawab para pendiri PT adalah sebatas modal yang disetorkan ke dalam PT dan tidak meliputi harta kekayaan pribadi mereka.

### Perseroan Terbatas (PT)

- Menurut UU PT, Modal PT terbagi atas **Modal Dasar**, **Modal Ditempatkan** dan **Modal Disetor**.
- Modal Dasar adalah modal keseluruhan PT sebagaimana yang dinyatakan dalam Akta Pendiriannya, yaitu nilai yang menunjukkan besarnya nilai perusahaan.
- Modal ditempatkan adalah bagian Modal Dasar yang wajib dipenuhi/disetor oleh masing-masing para pemegang saham ke dalam perusahaan.
- Modal Disetor adalah Modal Ditempatkan yang secara nyata telah disetorkan.

### Prosedur & Legalitas Pendirian Usaha

### Prosedur & Legalitas Perusahaan

- Perizinan usaha adalah alat untuk membina, mengarahkan, mengawasi, dan menerbitkan penerbitan usaha.
- Mengenai persiapan pendirian usaha berdasarkan proposal usaha ada 6 hal yang perlu dipersiapkan dalam mempersiapkan pendirian usaha, yaitu pengurusan izin usaha, penentuan tempat/ lokasi usaha, pengadaan fasilitas produksi dan bahan baku produksi, perekrutan dan penempatan SDM (Sumber Daya Manusia), dan persiapan administrasi usaha.

### 1. Membuat Surat Ijin Tempat Usaha (SITU) Surat Ijin Gangguan (HO)

- Surat Ijin Tempat Usaha (SITU) merupakan pemberian izin tempat usaha yang kepada seseorang atau badan usaha yang tidak menimbulkan gangguan atau kerusakan lingkungan di lokasi tertentu.
- Sedangkan Surat Ijin Gangguan (HO) adalah pemberian izin tempat usaha kepada perusahaan atau badan di lokasi tertentu yang dapat menimbulkan bahaya, gangguan, atau kerusakan lingkungan.
- Surat Ijin Tempat Usaha (SITU) dan Surat Ijin Gangguan (HO/Hinder Ordonantie) harus diperpanjang atau didaftar setiap lima tahun sekali.

### 1. Membuat Surat Ijin Tempat Usaha (SITU) Surat Ijin Gangguan (HO)

- Langkah-langkah untuk mendapatkan Surat Ijin Tempat Usaha (SITU) dan Surat Ijin Gangguan (HO), yaitu sebagai berikut.
  - a. Membuat surat izin tetangga
  - b. Membuat surat keterangan domisili perusahaan

### 1. Membuat Surat Ijin Tempat Usaha (SITU) Surat Ijin Gangguan (HO)

Dokumen yang diperlukan untuk membuat Surat Ijin Tempat Usaha (SITU) dan Surat Ijin Gangguan (HO), antara lain :

1. Fotocopy KTP pemohon
2. Foto pemohon ukuran 3 x 4 cm sebanyak 2 buah
3. Formulir isian lengkap dan sudah ditandatangani
4. Fotocopy pelunasan PBB tahun berjalan
5. Fotocopy IMB (Izin Mendirikan Bangunan)
6. Fotocopy sertifikat tanah atau akta tanah

### 1. Membuat Surat Ijin Tempat Usaha (SITU) Surat Ijin Gangguan (HO)

7. Denah lokasi tempat usaha
8. Surat pernyataan tidak keberatan dari tetangga (Izin Tetangga) yang diketahui RT/RW
9. Izin sewa atau kontrak
10. Surat keterangan domisili perusahaan
11. Fotocopy akta pendirian perusahaan dari notaris
12. Berita acara pemeriksaan lapangan

## 2. Membuat Nomor Rekening Perusahaan

- Sebelum membuat akta pendirian perusahaan, notaris akan menanyakan berapa presentase saham masing-masing pemilik. Oleh sebab itu harus melakukan hal berikut ini.
  - Membuat nomor rekening atas nama perusahaan
  - Melakukan setoran modal
  - Menyerahkan bukti setoran

## 3. Membuat Nama Logo dan Merek Perusahaan

- Merancang dan mendesain identitas dari usaha yang meliputi:
  - Nama perusahaan
  - Logo perusahaan
  - Alamat perusahaan
  - Kartu nama dan tag line (slogan)
  - Kop surat dan dokumen-dokumen lainnya
  - Stempel perusahaan
  - Maksud dan tujuan usaha
  - Jumlah usaha
  - Susunan direksi dan komisaris (khusus untuk PT)

## 4. Membuat Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

- Sudah menjadi ketetapan pemerintah bahwa setiap wajib pajak baik individu maupun pemilik perusahaan harus mempunyai Nomor Induk Wajib Pajak (NPWP).
- Apabila omset penjualan mulai berkembang dan terus meningkat dalam jumlah tertentu diwajibkan mendaftarkan perusahaan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) dan akan diberikan Nomor Pengukuhan Pengusaha Kena Pajak (NPPKP).
- Wajib pajak yang tidak mendaftarkan diri ke Kantor Pelayanan Pajak akan dikenakan sanksi pidana sesuai pasal 39 Undang-Undang No. 16 Tahun 2000 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang No.6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakannya.

## 5. Membuat Akta Pendirian Perusahaan

- Kesepakatan tersebut dituangkan dalam akta pendirian perusahaan yang dibuat dihadapan notaris. Hal ini bertujuan untuk :
  1. Menghindari terjadinya perselisihan
  2. Memberikan penjelasan status kepemilikan perusahaan
  3. Mencantumkan nilai saham (Presentase kepemilikan)
  4. Mengetahui besarnya modal

### 5. Membuat Akta Pendirian Perusahaan

- Surat perizinan yang hanya ditandatangani di atas materai oleh RT/RW dianggap kurang sah di hadapan hukum.
- Untuk membuat akta pendirian perusahaan diperlukan dokumen2 berikut :
  1. Fotocopy Kartu Tanda Penduduk (KTP) para pendiri
  2. Fotocopy Kartu Keluarga (KK)
  3. Fotocopy NPWP penanggung jawab
  4. Foto penanggung jawab perusahaan ukuran 3 x 4
  5. Fotocopy lunas PBB tahun terakhir
  6. Fotocopy surat kontrakan/ sewa kantor
  7. Surat keterangan domisili dari pengelola gedung
  8. Surat keterangan domisili dari RT/RW
  9. Foto kantor tampak depan, tampak dalam (ruangan berisi meja, kursi, dan komputer)

### 5. Membuat Akta Pendirian Perusahaan

- Setelah mendapatkan akta pendirian perusahaan, harus mendaftarkan dan mengesahkan perusahaan ke kementerian terkait, yaitu :
  1. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia
  2. Kementerian tenaga Kerja
  3. Kementerian Perindustrian dan Kementerian Perdagangan
  4. Kementerian Pekerjaan Umum

### 6. Membuat Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

- Berdasarkan peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 tentang penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan
- SIUP adalah surat izin untuk dapat melakukan kegiatan usaha perdagangan yang dikeluarkan instansi Pemerintah melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan sesuai dengan tempat/domisili perusahaan.
- SIUP dapat di berikan kepada para wirausaha baik perseorangan, CV, PT, BUMN, firma, ataupun koperasi.

**The End**