

EXECUTIVE SUMMARY

HASIL KAJIAN

DEPUTI BIDANG PENGKAJIAN

SUMBERDAYA UKM DAN KOPERASI

TAHUN 2007



**KEMENTERIAN NEGARA KOPERASI DAN
USAHA KECIL DAN MENENGAH
TAHUN 2008**

Dampak Program Pemberdayaan Koperasi Dan UKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat

Penelitian yang dilakukan sejumlah peneliti dari Laboratorium Sosialogi FISIP UI ini mengevaluasi sejauh mana dampak program pemberdayaan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KUKM) yang dilakukan pemerintah dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dampak yang dimaksud di sini adalah manfaat yang bisa dirasakan masyarakat anggota/pengurus/pemilik KUKM.

Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data: field research, desk research dan penyebaran angket singkat tentang manfaat bantuan. Lokasi penelitian yang dijadikan sample adalah koperasi penerima bantuan dana PKPS BBM/P3KUM di sejumlah kota di Indonesia, yaitu : Cirebon, Jawa Barat, Brebes, Jawa Tengah, Madiun, Jawa Timur, Makasar, Sulawesi Selatan dan Medan, Sumatera Utara, dengan pola syariah dan konvensional serta bantuan fisik seperti ternak dan agribisnis.

Selain dilakukan Kementerian Negara Koperasi dan UKM, bantuan untuk menggerakkan perekonomian lokal juga diperoleh dari instansi-instansi pemerintah lainnya, seperti Departemen Perdagangan, Departemen Perindustrian, Kementerian Pemberdayaan Perempuan, Dinas Sosial Daerah, dan dari LSM/Lembaga donor Internasional. Banyaknya program bantuan ini ternyata telah memunculkan istilah “Koperasi Merpati” di masyarakat, yaitu koperasi yang dibentuk hanya untuk menerima bantuan.

Hasil penelitian menunjukkan anggota koperasi/UMKM merasakan manfaat langsung dari bantuan koperasi diantaranya : untuk menambah modal kerja, menambah penghasilan dan juga meningkatkan kesejahteraan. Sebanyak 83,6% dari 171 responden menyatakan omsetnya meningkat, sementara 53,2% mengaku sukses melakukan inovasi produk baru berkat bantuan tersebut. Selain itu sekitar 67,8% responden juga mengaku dampak program bantuan tersebut telah membantu meningkatkan kesehatan keluarga, yaitu untuk membiayai pengobatan anggota keluarga yang sakit.

Manfaat lain program ini adalah pembelajaran bahwa tanggung jawab pengelolaan keuangan keluarga bukan saja berada di pundak suami tetapi juga istri, karena untuk mendapatkan pinjaman harus ada tandatangan keduanya. Namun mayoritas responden penerima bantuan mengaku tidak tahu dari mana asal bantuan

tersebut, apakah berasal dari program PKPS-BBM, P3KUM, APBD, ataupun sumber dana lainnya. Mereka hanya faham bahwa bantuan itu berasal dari koperasi.

Bagi koperasi sendiri, bantuan permodalan dari pemerintah pusat dan pemerintah daerah terbukti sangat bermanfaat untuk menambah modal usaha, memperbanyak jumlah anggota, dan meningkatkan corporate image koperasi dan mengurangi ketergantungan para pedagang kecil kepada renternir. Sementara dari sisi pengembalian, kredit macet (non-performing loan / NPL) bantuan PKPS BBM dan P3KUM sangat bagus, kurang dari 5%.

Dari sisi teknis, mayoritas responden memiliki persepsi kuat bahwa persyaratan untuk mendapatkan kredit terlalu berbeli-belit. Itulah sebabnya masih banyak yang lebih suka pergi ke rentenir.

Bagi masyarakat luas yang bukan menjadi anggota koperasi, manfaat dari bantuan tersebut sangat sulit dikatakan ada atau tidak, karena daya dukung koperasi maupun besarnya jumlah bantuan yang diberikan hanya dapat diberikan kepada sebagian kecil saja dari anggota komunitas dimana kopersai tersebut berada.

Masalah yang cukup pelik sebenarnya adalah membuka akses koperasi bagi masyarakat miskin. Mereka umumnya mengaku kesulitan memperoleh bantuan dari koperasi, karena bukan anggota koperasi. Sementara, untuk menjadi anggota koperasi mereka harus membayar uang simpanan pokok dan simpanan wajib, kewajiban yang mustahil dilakukan masyarakat miskin. Karena itu, hasil penelitian ini menyarankan agar kelompok masyarakat miskin sebaiknya menjadi perhatian pemerintah.

Tak cukup mempermudah prosedur pengucuran dana, koperasi juga harus dibina dan diberi kemudahan mengakses teknologi informasi. Hal ini sangat penting untuk menghadapi pemilik modal besar yang masuk ke level komunitas, yang mematikan banyak koperasi serba usaha, maupun kehadiran bank swasta yang mengancam koperasi simpan pinjam. Terakhir, pemerintah juga diminta untuk meningkatkan mutu konsep-konsep pemberdayaan dengan mengacu pada perkembangan teknologi dan kemajuan manajemen modern.

Kajian Evaluasi dan Revitalisasi Kebijakan Pemerintah Di Bidang KUMKM

Kajian ini memiliki tujuan: (1) mengevaluasi kebijakan pemerintah di bidang pembangunan Koperasi dan UKM yang telah ada selama ini; (2) mengevaluasi efektifitas pelaksanaan kebijakan pemerintah di bidang Koperasi dan UKM, serta dampak pembangunan koperasi dan UKM di Indonesia terhadap produktivitas KUKM, perekonomian nasional dan kesejahteraan masyarakat; (3) mengusulkan revitalisasi kebijakan pemerintah di bidang KUKM dalam rangka meningkatkan efektifitas pembangunan KUKM di Indonesia; dan (4) Merumuskan usulan kebijakan/program pembangunan UKM yang strategis untuk mempercepat pencapaian sasaran pembangunan KUKM yang ditetapkan dalam RPJM pada tahun 2009 mendatang.

Hasil evaluasi kebijakan pemerintah mengindikasikan sebagian besar kebijakan pemerintah belum memiliki perspektif KUMKM, yang ditunjukkan oleh banyaknya peraturan perundang-undangan yang diterbitkan selama periode 20 Oktober 2004 – 31 Agustus 2007 yang kurang relevan dengan pemberdayaan KUMKM, kurang signifikan pengaruhnya terhadap KUMKM, dan kurang berdaya guna terhadap upaya pemberdayaan KUMKM.

Hasil evaluasi pelaksanaan kebijakan pemerintah dalam memberdayakan KUMKM dinilai belum efektif, karena belum optimalnya koordinasi dan sinergi program pemberdayaan KUMKM lintas instansi. Ketidakefektifan pelaksanaan pemberdayaan KUMKM di Indonesia dapat dijelaskan dengan model pengungkit; dan penyebabnya adalah: (1) massa KUMKM yang relatif rapuh terhadap upaya pemberdayaan, yang ditunjukkan oleh rendahnya kerjasama antar UMKM, terbatasnya kapasitas pengembangan usaha KUMKM secara berkelanjutan, dan kurang pro-aktif terhadap stimulan pemberdayaan oleh pemerintah - yang cenderung 'menunggu'; (2) daya penggerak yang lemah, berupa: terbatasnya dukungan APBN/APBD, kelembagaan pembina KUMKM di daerah yang kurang optimal dan program pemberdayaan yang kurang konsisten dan kurang inovatif; (3) tuas pengungkit yang terlalu lentur, akibat: lemahnya koordinasi lintas instansi, desain program yang belum mampu menstimulan dunia usaha berperan dalam pemberdayaan KUMKM, dan kurang tegasnya penegakan *reward and punishment*; (4) tumpuan pemberdayaan kurang kokoh, yang diindikasikan oleh: banyaknya peraturan perundang-undangan yang tidak memiliki perspektif KUMKM, pelaksanaan peraturan perundang-undangan yang tidak tegas, dan kelembagaan

koperasi dan UMKM yang belum solid; (5) peletakkan titik tumpuan yang belum tepat, sebagai akibat tidak adanya sistem pendataan, pemantauan, evaluasi dan pelaporan pemberdayaan KUMKM yang memadai, sehingga perencanaan dan pelaksanaan pemberdayaan belum didasarkan pada data yang akurat sesuai dinamika kebutuhan KUMKM; dan (6) Iklim usaha yang belum kondusif bagi KUMKM, berupa mahalannya biaya perizinan usaha, kurangnya perlindungan dan kepastian usaha bagi KUMKM, infrastruktur yang kurang mendukung, seperti: listrik, jalan, air bersih, dan tingginya bencana alam yang terjadi di Indonesia dalam tiga tahun terakhir. Perbaikan terhadap keenam aspek di atas dinilai mampu meningkatkan efektivitas pemberdayaan KUMKM di Indonesia.

Hasil evaluasi program pemberdayaan KUMKM oleh Kementerian Koperasi dan UKM memiliki spektrum yang sangat luas, sehingga jenis dan bentuk program yang dilaksanakan sangat bervariasi dan menyentuh seluruh sektor ekonomi. Dengan keterbatasan sumberdaya, maka program yang sangat luas dinilai kurang optimal, karena menjadi kurang fokus, menyulitkan pengendalian dan pengukuran tingkat keberhasilannya. Hal ini yang menyebabkan sulitnya untuk memperoleh *show case* keberhasilan untuk setiap program pemberdayaan yang dilaksanakan oleh Kementerian Koperasi dan UKM. Untuk itu, perlu dilakukan penyederhanaan program dan memfokuskan kegiatan pemberdayaan KUMKM pada bidang usaha yang memiliki efek pengungkit yang besar terhadap kinerja KUMKM dan perekonomian lokal.

Program perkuatan Kementerian Koperasi dan UKM seharusnya didesain sebagai berikut: (1) desain program perkuatan yang sederhana dengan target program yang jelas, karena saat ini terlalu banyak program pemberdayaan KUMKM yang dikaitkan dengan pengentasan kemiskinan dan pengangguran, sehingga mengaburkan tujuan program yang sebenarnya, serta menyulitkan proses evaluasi keberhasilannya; (2) memiliki sistem *reward and punishment* yang jelas dan tegas, karena saat ini banyak koperasi yang telah lunas mengangsur dana bergulir, namun belum tentu memperoleh perkuatan lanjutan, dan sebaliknya koperasi yang menunggak angsuran sering mendapatkan program perkuatan lanjutan; (3) program perkuatan bersifat bersaing dan disesuaikan dengan kapasitas KUMKM, serta menghindari konsep pemerataan sebagai dasar alokasinya, kecuali untuk program P3KUM dan Perkassa; (4) program diupayakan dapat meningkatkan *revenue generating* bagi KUMKM yang dapat segera direalisasikan dalam waktu singkat; (5) dukungan program perkuatan yang terintegrasi dan berkelanjutan sampai dengan KUMKM yang menjadi target dinyatakan berhasil dan dapat dijadikan *show case* bagi pemerintah daerah atau KUMKM lainnya; dan (6) program memiliki *Money* yang

terpadu dengan program, disertai pendampingan dan pembinaan yang berkelanjutan.

Program pemberdayaan KUMKM telah memberikan dampak terhadap pencapaian tujuan pembangunan nasional, berupa: meningkatnya kapasitas usaha KUMKM, meningkatnya kontribusi KUMKM terhadap pertumbuhan PDB dan ekspor nasional, meningkatnya penyerapan tenaga kerja oleh KUMKM, dan membantu mengurangi tingkat kemiskinan masyarakat. Program perkuatan Kementerian Koperasi dan UKM telah memberikan dampak bagi peningkatan kapasitas lebih dari 13.000 unit koperasi selama periode tahun 2000 – 2007, serta mampu meningkatkan omzet penjualan, modal dan keuntungan usaha UMKM anggota koperasi.

Dampak program perkuatan dari Kementerian Koperasi dan UKM per tahunnya diperkirakan sebagai berikut: (1) peningkatan kesejahteraan UMKM penerima dana perkuatan dari kenaikan keuntungan per tahunnya dalam kisaran Rp 11,07 triliun sampai dengan Rp 20,15 triliun; (2) peningkatan penyerapan tenaga kerja oleh UMKM penerima dana perkuatan diperkirakan dalam kisaran 587.275 orang sampai 1.011.418 orang per tahunnya; (3) peningkatan penyerapan tenaga kerja oleh koperasi sebanyak 17.478 orang tenaga kerja; (4) peningkatan jangkauan layanan koperasi kepada UMKM anggotanya sekitar 1.311.731 orang UMKM; (5) peningkatan omzet koperasi dari pengguliran dana perkuatan sekitar Rp 17,62 triliun; dan (6) peningkatan kesejahteraan koperasi dan anggota melalui peningkatan SHU koperasi sekitar Rp 104,7 milyar per tahunnya.

Dalam rangka meningkatkan efektivitas pemberdayaan KUMKM, maka revitalisasi kebijakan pemerintah di bidang KUMKM perlu dilaksanakan, melalui: (1) penyempurnaan peraturan perundang-undangan agar memiliki perspektif pemberdayaan KUMKM, (2) peningkatan intensitas dan kualitas pelaksanaan kebijakan pemerintah, (3) meningkatkan kualitas dan inovasi program Kementerian Koperasi dan UKM, agar dapat menjadi acuan bagi pelaksanaan pemberdayaan KUMKM oleh instansi lain, (4) mempercepat pemberdayaan KUMKM agar target sasaran pemberdayaan KUMKM yang ditetapkan dalam RPJM Nasional dapat dicapai, dan (5) meningkatkan koordinasi dan sinergi lintas pelaku untuk memberdayakan KUMKM

Studi Model Pemeringkatan Daerah dalam Pembangunan Koperasi

Isu strategis pembangunan koperasi dapat dilihat dari dua sisi. Pada satu sisi pembangunan koperasi tergantung pada partisipasi aktif berbagai pihak, yaitu kalangan koperasi sendiri, dunia usaha, pemerintah, dan masyarakat. Pada sisi lain bagaimana membangun pemahaman yang sama tentang tujuan, sasaran, dan pengukuran serta kriteria penilaian keberhasilan pembangunan itu. Membangun pemahaman yang sama sampai saat ini masih belum merata dan meluas. Hal tersebut potensial mengakibatkan tidak optimalnya dukungan pihak terkait dan tidak terjadi sinergi positif dalam pemberdayaan koperasi. Karena itu perlu dibangun suatu instrumen yang dapat mempengaruhi sejauhmana kemajuan yang diperlukan sesuai yang diharapkan. Kiat dimaksud diharapkan akan mempermudah bagi siapapun yang memiliki kepedulian dalam pembangunan koperasi, khususnya dari pemerintah, untuk mengetahui kondisi koperasi, mengukur kemajuan ataupun kekurangan untuk disempurnakan.

Dalam rangka menumbuhkembangkan semangat kompetisi masing-masing daerah untuk membangun ekonomi rakyat melalui koperasi, perlu diadakan pemeringkatan daerah yang menggambarkan kinerja sekaligus komitmen dari Pemerintah Daerah untuk pemberdayaan Koperasi dan UKM dalam semangat otonomi daerah. Upaya pemeringkatan daerah dalam pembangunan koperasi belum pernah ada. Sebelum diimplementasikan secara luas untuk seluruh daerah (propinsi, kabupaten, dan kota), diperlukan kajian khusus baik secara studi literatur, kunjungan lapangan, maupun diskusi dengan para pakar dan praktisi koperasi. Diharapkan kegiatan ini akan menambah semangat persaingan antar daerah dalam membangun ekonomi rakyat melalui koperasi. Selain itu juga untuk memperlancar koordinasi antara pusat dengan daerah.

Upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah selama ini hanya pada tataran mikro koperasi sebagai dunia usaha. Program tersebut hanya mampu memberikan atribut terhadap koperasi dalam rangka memperoleh penghargaan yang diterima setiap kejadian perayaan Hari Koperasi pada bulan Juli. Upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah lebih pada kontes pemilihan koperasi terbaik pada waktu tertentu. Daerah sangat pasif dan kurang ada upaya kreatif dimana Kepala Daerah memberikan perhatian sekedar untuk memperoleh penghargaan. Situasi itu didukung oleh sistem karena pada masa itu sistem pemerintahan sentralistik. Upaya tersebut belum mampu menggambarkan secara komprehensif pembangunan koperasi terkait dengan pembangunan ekonomi regional yang mencerminkan semangat kompetisi.

Sejalan dengan era reformasi dan globalisasi, mencari jawaban atas permasalahan di atas merupakan bagian dari perubahan proses pembangunan berdasarkan otonomi daerah. Kepala Daerah diberikan kewenangan yang besar dalam pembangunan dengan pelimpahan urusan pembangunan termasuk koperasi, sehingga Kepala Daerah juga harus ikut bertanggungjawab terhadap keberhasilan pembangunan koperasi. Bagaimana model dan indikator pembangunan koperasi yang terintegrasi dengan pembangunan daerah dan nasional menjadi permasalahan yang perlu dipecahkan melalui studi ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah menemukenali indikator-indikator penilaian dalam pembangunan daerah dalam bidang perkoperasian dan merumuskan model pemeringkatan daerah dalam pembangunan koperasi. Manfaat studi ini adalah sebagai bahan masukan untuk pemeringkatan beberapa daerah dalam pembangunan koperasi, memotivasi Pemerintah Daerah dan pemangku kepentingan dalam pembangunan koperasi. dan meningkatkan semangat kompetisi antar daerah dalam pembangunan koperasi.

Lingkup kegiatan dikaitkan dengan lokasi maka sesuai dengan perumusan dan penetapan indikator dan bobotnya, akan dilakukan dua tahapan operasional kegiatan. Tahap Pertama adalah menjaring, menentukan, dan menetapkan indikator dan bobot indikator dengan cara *Focus Group Discussion* (FGD) yang dilaksanakan di Jakarta. Para pemangku kepentingan dari sisi swasta adalah gerakan koperasi, pengamat pembangunan dan koperasi, akademisi, dan Kadin yang membidangi UKM, dan dari pihak pemerintah adalah birokrat yang terkait langsung dengan pembangunan koperasi. FGD menghasilkan bobot indikator. Metode pembobotan dilakukan dengan metode Delphi. Tahap kedua adalah tahap survey. Survey mengumpulkan data dilaksanakan di 5 (lima) propinsi sebagai sampel uji sahih. Pengumpulan data dan informasi dilakukan di masing-masing iibukota propinsi. Survey menghasilkan data untuk menentukan parameter dan indeks indikator. Lokasi studi sebanyak lima propinsi, yakni Sumatera Utara, Sumatera Barat, Bali, Sulawesi Selatan, dan Nusa Tenggara Barat.

Sebagai upaya untuk mengetahui posisi daerah, studi pemeringkatan daerah ini mencakup beberapa prinsip yaitu : (1) hubungan integratif, adanya hubungan integratif antara pembangunan koperasi daerah dengan nasional, pembangunan daerah dengan pembangunan nasional, pembangunan koperasi dengan pembangunan daerah dan nasional, (2) transparansi dan obyektifitas, tranparansi dan obyektifitas dalam *assesment* pemeringkatan, dengan pengertian bahwa dilakukan secara terbuka, jelas, rasional, dan dapat dipertanggung-jawabkan secara ilmiah dalam pengukuran indikator, (3) berbasis daerah, produk pemeringkatan daerah dalam pembangunan koperasi berbasis daerah, artinya, proses dan hasilnya merupakan kepentingan daerah, gerakan koperasi, dan masyarakat setempat dan (4) tidak bersifat tetap, tingkat peringkat dari satu daerah tidak bersifat tetap, melainkan dapat berubah sesuai dengan perkembangannya, karena peringkat suatu

daerah akan ditentukan oleh kinerja daerah itu sendiri dan (5) terukur, upaya pemeringkatan daerah dalam pembangunan koperasi juga dimaksudkan sebagai alat monitoring dan evaluasi. Prinsip dasar dalam monitoring dan evaluasi adalah keterukuran setiap indikator. Oleh karena itu indikator dalam pemeringkatan ini harus terukur (*measurable*).

Kesimpulan dari studi ini adalah sebagai berikut :

1. Indikator daerah dalam pembangunan koperasi mencakup 3 (tiga) kelompok indikator, yaitu indikator kelembagaan koperasi, indikator usaha, dan indikator peran pemerintah dan pembangunan wilayah. Indikator berjumlah 18 yaitu : (1) Jumlah koperasi, (2) Jumlah anggota koperasi, (3) Kualitas koperasi, yang terdiri atas : (a) koperasi aktif, (b) pelaksanaan RAT, (c) koperasi penerima penghargaan, dan (d) koperasi klasifikasi, (4) Peningkatan kualitas sumberdaya manusia koperasi, (5) Volume usaha (output) koperasi, (6) Permodalan koperasi, (7) Tabungan / simpanan anggota koperasi, (8) Investasi koperasi, (9) Asset koperasi, (10) Ekspor koperasi, (11) Kredit perbankan untuk koperasi, (12) Sisa Hasil Usaha (SHU), (13) Dana perkuatan untuk koperasi, (14) Dana dekonsentrasi untuk pembangunan koperasi, (15) Anggaran pembangunan koperasi daerah, (16) Penyerapan tenaga kerja koperasi, (17) Nilai tambah koperasi, (18) Pembayaran pajak koperasi.
2. Indikator yang termasuk dalam bobot lima besar teratas adalah kualitas koperasi, anggaran pembangunan koperasi daerah, peningkatan kualitas SDM, volume usaha, dan jumlah koperasi. Sedangkan indikator yang termasuk dalam lima besar terbawah adalah ekspor koperasi, pajak koperasi, SHU, kredit koperasi, dan asset koperasi.
3. Indikator-indikator yang dihasilkan dalam studi ini sangat memadai untuk menjelaskan performa daerah dalam pembangunan koperasi, karena indikator tersebut mewakili koperasi, pembangunan wilayah dan nasional.
4. Model untuk analisis pemeringkatan disebut sebagai *Cooperative Development Regional Performance (CDRP)*. Model ini sangat memadai untuk menjelaskan pemeringkatan karena menggunakan metode indeks yang merangkum berbagai indikator yang berbeda jenis dan menginteraksikan performa koperasi (*Regional Cooperative Size / RCS*) dengan pembangunan wilayah dan nasional (*Regional Development Size / RDS*) secara integratif. Untuk menentukan rating dan peringkat digunakan *Cooperative Index of CDRP (CICDRP)*.
5. RCS yang tinggi pada sebuah propinsi belum tentu menunjukkan kemampuan propinsi dalam pembangunan koperasi, karena masih sangat tergantung pada kemampuan ekonomi propinsi tersebut (RDS). Dalam kasus ini ditunjukkan oleh Sumatera Utara dan Sulawesi Selatan antara lain jumlah koperasi.

6. Dari uji sahih penerapan model diperoleh peringkat propinsi sampel dalam pembangunan koperasi pada tahun 2006 secara berturut-turut adalah : (1) Bali, (2) Sulawesi Selatan, (3) NTB, (4) Sumatera Barat, (5) Sumatera Utara. Bali dan Sulawesi Selatan selalu berada pada posisi peringkat teratas selama tahun 2004 – 2006.
7. Dari uji sahih penerapan model CDRP, Propinsi Bali pada umumnya menunjukkan performa baik.
8. Persediaan data sangat terbatas untuk analisis secara komprehensif berdasarkan model CDRP. Data yang tidak tersedia dan belum menjadi bagian dari statistik pembangunan koperasi dan wilayah adalah : (1) Pembiayaan pendidikan koperasi, (2) Investasi koperasi, (3) Asset dunia usaha propinsi dan nasional, (4) Ekspor koperasi, (5) Kredit perbankan untuk koperasi, (6) Dana perkuatan / bergulir, (7) Dana dekonsentrasi, (8) Nilai tambah koperasi, (9) Pembayaran pajak koperasi.
9. Pemingkatan ini dapat berguna dalam penetapan kebijakan pemerintah pusat dan daerah untuk periode berikutnya. Juga sekaligus dapat memberikan potret kepemimpinan daerah baik pihak eksekutif maupun legislatif daerah yang bersangkutan.

Rekomendasi yang perlu mendapat perhatian adalah sebagai berikut :

1. Indikator dan model CDRP yang dihasilkan pada studi ini dapat digunakan untuk memeringkat seluruh propinsi, kabupaten, dan kota di Indonesia.
2. Untuk meningkatkan posisi daerah dalam pembangunan koperasi, pemerintah pusat dan daerah perlu memperhatikan indikator yang bernilai rendah.
3. Dalam rangka pemeringkatan daerah (propinsi, kabupaten, dan kota) dalam pembangunan koperasi sebaiknya menggunakan model CDRP.
4. Pemerintah Pusat dan setiap Pemerintah Daerah (Kementerian Negara KUKM, Dinas-dinas KUKM, BPS Daerah dan Pusat) sebaiknya menampilkan statistik pembangunan koperasi sesuai dengan indikator-indikator pemeringkatan ini. Dalam rangka ini, Menteri Negara KUKM mengeluarkan kebijakan dalam bentuk Peraturan Menteri Negara KUKM (Permen KUKM).
5. Untuk mengetahui sejauhmana posisi masing-masing daerah dalam pembangunan koperasi dan meningkatkan semangat berkompetisi dan dayasaing dalam era globalisasi, sebaiknya dilaksanakan kegiatan pemeringkatan daerah (propinsi, kabupaten, kota) setiap tahun.
6. Untuk menjaga independensi dan obyektifitas, pelaksana pemeringkatan daerah dalam pembangunan koperasi sebaiknya oleh lembaga independen yang mempunyai kompetensi dalam bidang *assessment / rating*.

7. Perlu dilakukan sosialisasi kepada masing-masing *stakeholder* baik tingkat pusat maupun tingkat daerah.
8. Perlu dilakukan pelatihan kepada petugas yang terkait dengan implementasi pemeringkatan baik dari unsur pemerintah tingkat pusat maupun daerah.

Kajian Komparasi - Evaluatif Terhadap Kredit Mikro dan Model Grameen Bank

Perkembangan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) di Indonesia saat ini boleh jadi paling dinamis dibandingkan dengan perkembangan lembaga yang sama di negara-negara lain di dunia. Demikian seperti diungkap oleh Penelitian Rosengard dkk. (2007). Namun, berbeda dengan Bangladesh yang mengandalkan Grameen Bank, perkembangan LKM di Indonesia ditandai oleh keberagaman teknologi keuangan, mulai dari lembaga syariah, *tanggung renteng*, koperasi, serta replikasi Grameen dan konvensional. Pola pengelolaan lembaga ini juga beragam, baik oleh pemerintah, LSM dan swasta.

Hal ini ditunjukkan oleh hasil penelitian yang dilakukan sejumlah peneliti dari Laboratorium Sosiologi FISIP-UI. Keberagaman ini menarik perhatian kalangan akademisi, donor dan pengambil kebijakan publik. Penelitian ini menyimpulkan keberhasilan dan kegagalan LKM bukan hanya dipengaruhi oleh modal ekonomi, melainkan juga oleh modal sosial yang dimiliki lembaga tersebut.

Sebuah LKM dinilai memiliki modal sosial bila aset dan jumlah anggotanya semakin meningkat, serta tingkat ketergantungan subsidi dan kredit bermasalahnya rendah. Modal sosial memainkan peran strategis, mengingat LKM memiliki dua tujuan, yakni memaksimalkan keuntungan dan memberdayakan ekonomi rakyat. Untuk mencapai kedua tujuan tersebut, LKM perlu mengembangkan model Kepemimpinan dan organisasi yang sesuai dengan konteks masyarakat akan membuat LKM tersebut gagal.

Penelitian ini dilakukan untuk menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja LKM dan dampaknya pada kondisi sosial ekonomi rumah tangga anggota dan masyarakat setempat. Selain itu juga untuk memberikan rekomendasi kepada para perumus kebijakan publik dalam mendorong perkembangan LKM di Indonesia.

Sebagai obyek penelitian dipilih enam LKM di berbagai kota yang telah beroperasi sedikitnya 5 tahun, sehingga teruji kelangsungabn hidupnya. Keenam LKM tersebut adalah Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Kab. Jembrana, Propinsi Bali; Koperasi SBW (Setia Bakti Wanita) dan Mitra Karya di Kab. Malang, Jawa Timur; BKK (Badan Kredit Kecamatan) Kab. Demak, Jawa Tengah; Lumbung Pitih Nagari (LPN) Padang, Sumatera Barat; dan Credit Union Pancur Kasih (CUPK) Pontianak, Kalimantan Barat.

Makro, Meso dan Mikro

Keberhasilan Credit Union Pancur Kasih (CUPK) di Kalimantan Barat, dan Lembaga Perkreditan Desa (PKD) di Kab. Jembrana, Bali jelas amat dipengaruhi oleh kekayaan modal sosial yang dimiliki. CUPK merupakan LKM paling kaya dalam kepemilikan modal sosial. Modal sosial ini dibangun para pemimpinnya, para pejuang ekonomi kerakyatan. Pada skala makro, pembentukan CUPK ini diawali dengan gerakan sosial lewat pembentukan kelompok-kelompok perlawanan di tingkat komunitas melawan perusak lingkungan dan lahan kehutanan. Pembentukan kelompok masyarakat ini telah memudahkan mereka menjadi anggota CUPK. Pemimpin gerakan di tingkat komunitas memainkan peran penting dalam mendorong anggotanya menjadi anggota CUPK. Dalam konteks masyarakat Dyak di Kalbar, intervensi ekonomi (pembentukan LKM) harus diawali dengan kerja budaya antara lain lewat gerakan sosial. Intervensi ekonomi semata tidak akan berhasil baik tanpa diikuti intervensi non ekonomi.

Pada skala meso, CUPK berhasil membentuk Badan Koordinasi Koperasi Kredit Daerah (BP3D) sebagai pusat jaringan antar Credit Union. Badan ini memainkan peran penting dalam membawa credit union menjadi lembaga keuangan modern. Pada skala mikro CUPK memiliki kepemimpinan yang kredibel yang selalu menyuarakan Credit Union bukan sekedar sebagai lembaga keuangan simpan pinjam. Namun juga sebagai gerakan menabung dan memberdayakan ekonomi kerakyatan. Seruan ini telah menjadi darah kehidupan para pengelola dan anggota credit union. Di samping itu, CUPK berhasil melakukan inovasi dalam membentuk prouk tabungan dan pinjaman yang sesuai dengan kebiasaan sosial masyarakatnya. Itulah sebabnya sebagian besar anggotanya berhasil merubah pola pengelolaan ekonomi rumah tangga dan konsumtif menjadi produktif.

Berbeda dengan CUPK, keberhasilan LPD di Bali ditandai oleh modal sosial makro sebagai warisan historis, bukan dibentuk oleh para pemimpinnya. Perasaan malu bila anggota LPD tidak mengembalikan pinjamannya merupakan bagian dari nilai budaya (*norms of generalised trust*) masyarakat Bali. Itulah sebabnya persentase kredit bernasalah di LPD tergolong kecil, dibawah 5 %. Pada skala meso dan mikro, LPD mampu mengembangkan hubungan saling menguntungkan dengan Pemda setempat. ***Norms of generalised trust*** juga telah mendorong transparansi keuangan di tingkat manajemen LPD.

Sementara itu, keberhasilan koperasi wanita di Malang lebih disebabkan oleh berhasilnya pendiri dan pengurus koperasi dalam mengembangkan modal sosial pada skala mikro, berupa pengembangan hubungan kekeluargaan dan personal, solidaritas, kepercayaan dan kontrol yang kuat antar sesama anggota. Selain itu,

keberhasilan ini di dorong oleh pola kepemimpinan yang kolegial yang demokratis dan terbuka, serta kemampuan koperasi untuk modifikasi model pinjaman dan produk tabungan. Selain itu, keberhasilan koperasi wanita juga dipengaruhi adanya modal sosial di tingkat meso, yaitu berupa jaringan dengan koperasi sekundernya dan jaringan dengan pelaku-pelaku usaha lain, seperti suplayer dan anggota-anggota organisasi sosial lainnya.

Pada LPN Limau Manis di Sumatera Barat, hampir serupa dengan LPD di Bali, modal sosial pada skala makro disokong oleh nilai-nilai budaya setempat. Ketua Kerapatan Adat Nagari (KAN) dapat memegang peran penting untuk melancarkan kredit macet di LPN. Pada skala meso, meso, jaringan kerjasama yang dibentuk dengan bank Nagari juga membantu LPN dalam mengatasi kredit macet.

Pengikat (bonding), Penghubung (bridging), Penyambung (linking)

Meski LKM di Indonesia mencatat sejumlah keberhasilan, namun penelitian ini juga menunjukkan bahwa *bridging social capital* tidak berkembang sepesat *bonding social capital*. Walau telah menjangkau desa, kabupaten hingga propinsi, keanggotaan dan kepengurusan CUPK di Kalimantan Barat tetap di dominasi oleh etnik Dayak. Bridging dengan etnik lain kurang berkembang. Barangkali gagasan rekonsiliasi credit union yang telah dijalankan dan disupervisi Yayasan Karya Sosial Pancur Kasih, lembaga induk CUPK, dapat mempercepat bridging ini. BK3D juga dapat memainkan peran linking untuk menjembatani perbedaan etnisitas ini. Bila inovasi rekonsiliasi credit union ini berhasil, Indonesia dapat menyaksikan lahirnya LKM bukan saja sebagai lembaga keuangan namun juga medium pembangunan perdamaian antar golongan di masa depan.

Berbeda dengan CUPK, LPD Bali ditandai dengan *bonding social capital* yang sempit. Karena LPD hanya menjangkau masyarakat di tingkat desa adat. Akibatnya, bridging antar LPD sulit dibentuk. Kesulitan ini besar kemungkinan karena lembaga keuangan ini lebih memokuskan pada tujuan-tujuan keagamaan di bandingkan dengan tujuan komersial.

Hal yang sama terjadi pada Koperasi "Wanita Setia Bakti Wanita Malang" bridging social capital dengan lembaga lain tidak terlalu berkembang. Padahal untuk memacu perkembangan koperasi ke depan, jaringan dengan lembaga lain mutlak diperlukan. Dengan jaringan yang lebih banyak, Koperasi dapat meningkatkan mutu dan memperkaya jenis pelayanan kepada anggota, sekaligus sebagai investasi dalam menghadap persaingan dengan lembaga lain sejenis di masa depan.

Pada kasus Koperasi Setia Bakti Wanita, peran pengurus koperasi dalam melakukan upaya *bridging social capital* secara kelembagaan tetap dimungkinkan karena kewenangan dan otoritas pengurus dalam menjalankan koperasi sangat besar. Namun yang menjadi persoalan adalah secara kelembagaan, koperasi ini ternyata belum menciptakan pola kaderisasi yang mampu menghasilkan calon-calon pimpinan yang memiliki visi yang berpandangan keluar (*outward looking*).

Sedangkan BKK di Kab. Demak, Jawa Tengah mengalami kesulitan dalam mengembangkan *bridging social capital* justru diberlakukannya UU Perbankan tahun 1992 dan 1998. Sejak keluarnya UU Perbankan ini maka kegiatan operasional BKK diatur oleh insitusi Bank Indonesia. BKK merupakan bentuk emberio dan LKM BPR-BKK. BPR-BKK merupakan LKM yang melayani kredit usaha kecil dan menengah, sedangkan BKK melayani kredit mikro. Kedua UU Perbankan tersebut membawa akibat yang tidak diharapkan bagi perkembangan BKK pada saat ini perlahan-lahan menata kembali manajemen dan kinerja mereka.

Tantangan dan Rekomendasi

Penelitian ini menguak sejumlah tantangan yang dihadapi LKM di masa depan. Pertama, persoalan yang berkaitan dengan otonomi daerah. Di beberapa daerah, Pemda setempat merencanakan mengenakan pajak daerah atas Sisa Hasil Usaha (SHU) dan deviden anggota. Jika tidak dipikirkan dengan hati-hati, regulasi ini bisa mengancam perkembangan LKM di masa depan. Kedua, persoalan berkaitan dengan RUU Keuangan Mikro. Salah satu pasal dalam RUU ini mewajibkan setiap LKM yang telah memiliki aset minimal Rp 1 miliar berubah menjadi Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Bila RUU ini disahkan, UU ini dapat menghilangkan sisi pemberdayaan sosial ekonomi LKM.

Baru-baru ini pemerintah memperkenalkan Kredit Usaha Rakyat. Pemerintah, lewat lembaga penjaminan, menyediakan dan lebih dari Rp. 1,4 triliun untuk pengembangan usaha mikro. Sesuai dengan saran Presiden dalam pertemuannya dengan pimpinan NU dan Muhammadiyah, agar perlunya menyiapkan 200.000 pelaku usaha untuk mengelola dana tersebut. Hasil studi ini dapat digunakan sebagai salah satu pertimbangan untuk menilai apakah suatu LKM/Koperasi dapat disebut LKM/Koperasi merpati (muncul hanya kalau ada dana), *koperasi Pedati* (bergerak kalau ada dana) ataukah *koperasi sejati* (berkembang karena kekuatan dari anggota).

Kajian Efektivitas Model Promosi Pemasaran Produk UKM

Kajian ini bertujuan : a).Mengukur dampak kegiatan promosi pemasaran produk UMKM dalam berbagai bentuk, baik yang dilaksanakan di dalam maupun di luar negeri, terhadap peningkatan omset, laba, penyerapan tenaga, perbaikan teknologi serta pengembangan sistem manajemen Usaha UMKM, b).Mengetahui permasalahan yang dihadapi dan faktor-faktor dominan yang mempengaruhi efektifitas kegiatan promosi pemasaran produk UMKM, serta, c). Mengetahui bentuk program promosi yang paling efektif dan efisien dalam mendukung pengembangan usaha UMKM yang diindikasikan dari peningkatan omset dan laba UMKM.

Adapun temuan hasil kajian ini antara lain:

1. Dari empat bentuk promosi yang secara umum pernah diikuti oleh UMKM (Pameran, Trading Board, Misi/Kontak Dagang dan Temu Bisnis), Pameran merupakan bentuk promosi yang paling banyak diikuti. Selama lima tahun terakhir UMKM telah mengikuti 73 kali kegiatan promosi dengan peserta sebanyak 4.289 orang, meskipun jumlah ini relatif kecil dibandingkan dengan jumlah UMKM yang diperkirakan sekarang ini telah mencapai lebih kurang 49 juta unit usaha.
2. Beberapa masalah yang sering timbul dan mengurangi efektifitas promosi adalah; a) perencanaan yang bersifat parsial sektoral (tidak terkoordinasi); b) Kesesuaian lokasi dengan produk yang akan dipromosikan terutama yang berkaitan dengan demand atas barang yang akan dipromosikan serta; c) waktu penyelenggaraan dengan sifat barang dan fluktuasi permintaan atas barang tersebut.
3. Program promosi nyata mempengaruhi peningkatan Omset UMKM dari rata-rata Rp 119,8 juta menjadi Rp 158,2 juta per tahun, atau meningkat sebesar Rp 33,6 juta per tahun (28,04%). Tetapi peningkatan Omset ini hanya berjalan selama tiga tahun, sedangkan pada tahun ke empat omset mulai menurun kembali.
4. Promosi berdampak positif terhadap peningkatan laba UMKM, yang ditunjukkan dari meningkatnya rata-rata laba UMKM dari Rp 74,72 juta menjadi Rp 97,19 juta atau sebesar Rp 22,47 juta (30,07 % dari laba sebelumnya). Peningkatan laba bersifat kuadratik terhadap peningkatan Omset. Ada enam variabel bebas yang berpengaruh nyata terhadap peningkatan laba yaitu : 1) Kondisi internal UMKM; 2) Jenis produk; 3) Frekuensi keikutsertaan; 4) Jumlah pesaing; 5) Bentuk promosi dan; 6) Lokasi promosi

5. Selama lima tahun sesudah dilakukannya promosi pemasaran, penyerapan tenaga kerja bertambah sebanyak 1,27 orang yaitu dari 4,00 menjadi 5,27 orang per UMKM, atau meningkat sebesar 31,75 %. Pada tahun ke lima diketahui bahwa tenaga yang masih digunakan oleh UMKM tercatat sebesar 5,08 % atau hanya menurun sebesar 0,19 orang
6. Promosi berdampak positif terhadap peningkatan teknologi produksi yang ditunjukkan dengan peningkatan nilai skor teknologi produksi dari 1,96 sebelum promosi (masuk katagori kurang), menjadi 2,33 (masuk katagori sedang).
7. Promosi pemasaran berdampak positif terhadap pengembangan sistem manajemen yang usaha yang diindikasikan dari meningkatnya nilai rata-rata kemampuan sistem manajemen usaha UMKM.
8. Hasil pengujian nilai bobot dari terhadap keempat bentuk kegiatan promosi pemasaran, menunjukkan urutan tingkat keberhasilan (Ranking) : 1) Trading Board nilai bobot 227,19; 2) Temu Bisnis, nilai bobot 184,14; 3) Pameran nilai bobot 180,36 dan; 4) Misi Dagang dengan nilai bobot 157,61. Tiga indikator keberhasilan yang paling menonjol dari Trading Board adalah : a) Peningkatan omset; b) Peningkatan laba dan; c) Peningkatan penyerapan tenaga kerja. Keberhasilan Trading Board dalam mendukung kemampuan UMKM untuk mengembangkan akses pemasarannya disebabkan oleh : a) Waktu promosi yang cukup panjang (lama); b) Biaya promosi relatif rendah; serta c) jenis produksi yang dipromosikan bisa sangat beragam.
9. Pameran merupakan bentuk promosi yang menempati urutan ketiga dalam mencapai nilai bobot kelayakan. Bentuk promosi ini mempunyai kehandalan dari aspek penyerapan tenaga kerja dan jumlah pembeli. Kehandalan dari aspek penyerapan tenaga kerja diduga karena : 1) Produk yang dipromosikan adalah barang-barang hasil kerajinan, yang dalam proses pembuatannya bersifat padat karya; b) Pameran dapat memberikan inspirasi kepada pihak-pihak lain untuk membuat barang-barang sejenis yang dinilai memiliki prospek ekonomi cukup besar, serta; c) Pameran memperkenalkan produk-produk tertentu yang tadinya belum banyak dikenal, sehingga berdampak pada pengembangan kegiatan ekonomi pada hulunya (back word efect) dan industri hilirnya (fore ward efect).
10. Adanya kecenderungan UMKM menilai keberhasilan kegiatan promosi dalam bentuk pameran, hanya dari sisi pembelian langsung. Penilaian ini kurang tepat, karena idealnya keberhasilan pameran ditunjukkan dari keberhasilan pengembangan permintaan yang berdampak pada peningkatan permintaan barang dan peningkatan nilai omset.

Dari berbagai hasil pengamatan dan analisis di atas dapat disimpulkan : 1) Permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan pemasaran UMKM adalah masih kurangnya program-program promosi pemasaran dan sosialisasi program-program tersebut; 2) Oleh karena relatif besarnya biaya promosi, maka keikutsertaan usaha mikro menjadi tidak layak dan Promosi pemasaran dalam berbagai bentuknya sangat bermanfaat dalam mendukung peningkatan akses UMKM terhadap pasar; 3) Bentuk promosi yang dinilai paling efektif (mempunyai nilai bobot tertinggi) adalah Trading Board; 4). Untuk mengembangkan Trading Board perlu dilakukan sosialisasi kegunaan dari program promosi tersebut ke daerah-daerah, sehingga dapat mendorong pemerintah Daerah untuk membangun Trading Board di banyak tempat. Beberapa faktor yang diduga berpengaruh nyata terhadap berbagai aspek penilaian keberhasilan promosi pemasaran adalah : a) Bentuk promosi; b) Biaya promosi; c) Waktu dan tempat promosi; d) Jenis barang yang dipromosikan; dan e) penyelenggara promosi.

Dari temuan dan kesimpulan kajian disarankan sebagai berikut : 1) untuk memperbesar keikutsertaan UMKM dalam program promosi yang diperlukan adalah : a) memperbanyak program-promosi melalui kerjasama dengan para stakeholder; b) Memfasilitasi kegiatan promosi ; c) mendorong UMKM untuk ikut dalam program tersebut, dengan membuktikan bahwa kegiatan ini akan dapat memberikan manfaat ekonomi; d) memberdayakan UMKM untuk mampu ikut serta dalam kegiatan promosi; e) membangun kaitan (lingkage) yang saling menguntungkan antar UMKM dan antara dengan semua stake holder lainnya. 2) Meningkatkan penyuluhan dan sosialisai program promosi dan; 3) Untuk meningkatkan efektifitas promosi yang diperlukan adalah usaha-usaha : a) menggunakan bentuk promosi yang sesuai dengan sasaran konsumen; b) jenis barang yang akan dipromosikan; c) Waktu dan tempat promosi yang sesuai dan; d) memperhitungkan biaya promosi dengan kemampuan UMKM dan prediksi dampak promosi yang akan didapatkan oleh UMKM peserta.

Kajian Efektifitas Model Penumbuhan Klaster Bisnis UKM Berbasis Agribisnis

Tujuan kajian ini adalah untuk (1) mengkaji efektifitas penumbuhan klaster bisnis UKM pada sentra-sentra UKM Kementerian Koperasi dan UKM yang bergerak di sektor agribisnis. (2) menetapkan faktor dominan yang mempengaruhi penumbuhan klaster bisnis UKM berbasis agribisnis, dan (3) menyusun rumusan model penumbuhan klaster bisnis UMKM berbasis agribisnis.

Data dan informasi yang dibutuhkan untuk mendukung tujuan kajian dikumpulkan melalui studi literatur dan survey lapangan ke 7 daerah kajian yaitu: (1) Lampung, (2) Jawa Barat, (3) Jawa Tengah, (4) Jawa Timur, (5) NTB, (6) Kalimantan Selatan, dan (7) Sulawesi Selatan. Sebagian besar data dikumpulkan dari pengusaha di dalam sentra, pengurus dan pengelola koperasi penyalur MAP sentra, pengurus BDS, dan pejabat Dinas Koperasi dan UKM di daerah kajian. Data dan informasi dikumpulkan melalui *personel assisted questionnaire*, wawancara dan diskusi terarah.

Kajian menggunakan kerangka Karakteristik Klaster, indikator Efektivitas Bantuan Pemerintah, dan komponen penyusun Sub-Sektor Agribisnis dalam menyusun instrumen penelitian, disamping variabel-variabel pengukuran indikator pertumbuhan klaster dan UKM lainnya. Sebagian besar data diolah menggunakan statistik deskriptif untuk memberikan gambaran yang lebih baik dan berguna mengenai indikator yang diamati dan sebagian diteruskan pengolahannya dengan metode inferensial seperti analisis Diskriminan, Faktor, dan Chi-square untuk mencari faktor-faktor dominan yang berperan dalam penumbuhan klaster dan hubungan-hubungan antar faktor yang diamati.

Efektifitas Penumbuhan Klaster Bisnis UKM

Hasil kajian menunjukkan program sentra UKM belum efektif dalam menumbuhkan klaster bisnis UKM di bidang agribisnis. Hal ini tampak pada kenyataan: (1) Hanya ada 2 sentra dari 22 sentra yang diamati (sekitar 9.1%) yang mampu secara penuh menumbuhkan ciri klaster setelah mendapat perkuatan lebih dari 3 tahun. Hal ini menunjukkan kinerja penumbuhan ciri-ciri klaster pada sentra-sentra yang difasilitasi dalam program ini amat rendah. (2) Hasil analisis chi-square menunjukkan bahwa hubungan antara dukungan yang diberikan dengan kelengkapan pemilikan karakteristik klaster ternyata tidak berasosiasi secara signifikan. Pandangan terhadap hasil pengamatan menunjukkan bahwa sentra yang

memiliki ciri klaster yang lengkap tidak pernah mendapatkan dukungan BDS dan hanya sebagian yang memperoleh dukungan MAP dengan baik. Hal ini berarti pemilikan karakteristik klaster tidak disebabkan oleh dukungan yang diberikan oleh program sentra UKM. (3) Indikator efektifitas pelaksanaan program Pemerintah yang lain adalah nilai *additionality* dan *deadweight* yang terjadi di sentra yang mendapat perkuatan. Hasil pengamatan menunjukkan pada 41% sentra, pelaksanaan program sentra UKM tergolong Absolut *Deadweight*. Artinya, pelaksanaan program hanya terbuang begitu saja seperti “tenggelam” (*deadweight*). Di 27% sentra tergolong *partial*, sedangkan pada 32% tergolong *zero deadweight*. Dari ukuran *additionality* tampak sekitar 55% sentra tidak menunjukkan kegiatan penambahan investasi akibat pelaksanaan program, sedangkan pada 45% lainnya menunjukkan adanya tanda-tanda penambahan investasi akibat pelaksanaan program. Nilai tersebut diatas dapat juga dipandang bahwa 55% peserta program sentra menjadi tergantung pada bantuan yang diberikan dan tidak mendorong keinginan berinvestasi. Hasil ini menunjukkan upaya penumbuhan klaster bisnis di sentra UKM berbasis agribisnis, belumlah efektif.

Faktor Dominan Yang Mempengaruhi Penumbuhan Klaster Bisnis UKM

Hasil analisis-diskriminan-bertahap menunjukkan perbedaan antara sentra yang berhasil dan yang tidak berhasil menumbuhkan ciri klaster adalah variabel-variabel (1) keberadaan kelompok, (2) kombinasi sumberdaya, (3) interaksi dalam institusi bersama, (4) tahap sentra dan (5) spesialisasi. Hasil analisis faktor memunculkan saran nama faktor yang mungkin yaitu: (1) kemampuan memenuhi kebutuhan pasar, (2) interaksi kelompok untuk kerjasama produksi, (3) institusi bersama dan (4) kemauan investasi. Dimana masing-masing faktor dibentuk oleh kumpulan variabel-variabel.

Hasil analisis ini memberikan petunjuk tentang faktor dominan yang mungkin mempengaruhi efektifitas penumbuhan klaster bisnis UKM. Jika diperhatikan, ada banyak faktor yang muncul, namun jika dikelompokkan ulang, maka faktor dan variabel tersebut dapat dikelompokkan menjadi (1) faktor penggerak, (2) faktor yang menghubungkan/menterjemahkan/mentransmisikan daya penggerak ke sasaran penumbuhan sentra ke klaster, dan (3) faktor yang menunjang hubungan atau kegiatan transmisi tersebut. Hasil ini kemudian membawa kajian pada penggunaan metaphor (kiasan) untuk menjelaskan faktor-faktor tersebut. Metaphor yang digunakan adalah MEKANISME PENGUNGKIT. Dalam kasus pengembangan sentra UKM, Massa yang ingin digerakkan adalah sentra UKM yang akan “dipindahkan” dari tataran lama (sentra sederhana) ke tataran baru (sentra dinamis

dan klaster). Untuk mengangkat massa ini Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM memberikan Daya Penggerak berbentuk fasilitasi dan dukungan perkuatan kepada sentra. Daya penggerak ini ditransmisikan oleh Tuas Pengungkit ke massa UKM di sentra dengan bertumpu pada Titik Tumpu. Yang diharapkan terjadi adalah Pemerintah dapat menyalurkan Daya yang cukup dan disalurkan secara efektif melalui tuas pengungkit sehingga mengangkat Massa UKM dari tataran sederhana ke tataran klaster.

Berdasarkan prinsip pengungkit tersebut, maka analogi masalah-masalah yang dihadapi program sentra UKM dalam tumbuh dan berkembang menjadi klaster agribisnis, dapat digolongkan ke dalam 5 kelompok masalah/faktor berikut ini yaitu: (1) Daya Penggerak terlalu kecil, (2) Massa terlalu rapuh, (3) Pengungkit terlalu lemah/lentur, (4) Titik tumpu terlalu rendah dan (5) Pengungkit tidak diletakkan pada titik yang benar.

Daya penggerak terlalu kecil dapat dipandang sebagai (1) Sejak awal memang daya perkuatan yang disediakan terlalu kecil dibandingkan dengan massa UKM yang harus diangkatnya, atau (2) pada awalnya daya perkuatan yang disediakan cukup, namun karena suatu keadaan daya tekan ini menjadi melemah sehingga menjadi terlalu kecil untuk mampu mengangkat sentra ke tataran barunya. Kondisi pertama biasanya terjadi pada sentra yang rata-rata omzet per anggotanya, jauh lebih besar dari total jumlah dana MAP yang dialokasikan pada sentra tersebut. Sedangkan kondisi kedua terjadi jika salah satu komponen daya penggerak hilang atau melemah. Dari dua keadaan ini, kondisi kedua adalah hal yang lebih banyak terjadi. Kondisi kedua ini (daya perkuatan mengecil/melemah) tercermin pada kenyataan bahwa sebagian besar sentra yang diamati, saat ini telah berjalan tanpa komponen perkuatan yang lengkap. Seperti diketahui, model perkuatan program sentra UKM mensyaratkan keberadaan (1) dukungan keuangan melalui MAP dan (2) dukungan non-keuangan melalui BDS. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa selepas tahun pertama periode perkuatan, ada 33% sentra agribisnis yang kehilangan salah satu komponen pendukungnya (dapat BDS atau KSP-nya menjadi tidak aktif), nilai ini kemudian meningkat menjadi sekitar 78% selepas tahun ke dua periode perkuatan, dan pada tahun ke tiga nilai ini meningkat menjadi 87.5%. Artinya kebanyakan sentra kehilangan/kehabisan daya penggerak terlalu cepat sebelum mampu menggerakkan massa UKM ke tataran yang lebih tinggi. Akibatnya, daya dorong program sentra UKM yang disediakan tidak mampu mengangkat sentra UKM ke tingkat kapasitas dan produktivitas yang lebih tinggi, apalagi menumbuhkannya ke tahapan klaster.

Massa Terlalu Rapuh. Hasil analisis diskriminan menunjukkan keberadaan kelompok dan kombinasi sumberdaya antara UKM merupakan faktor diskriminan

yang ada dalam sentra yang berhasil menumbuhkan ciri klaster. Hasil ini menunjukkan Massa UKM/Sentra perlu memiliki unsur perekat (atau modal sosial, menurut JICA) jika ingin berhasil tumbuh dari sentra ke klaster. Modal sosial ini dibentuk oleh faktor perilaku seperti: kemauan dan kebiasaan untuk bekerjasama, berkelompok, dan kemauan berkomitmen pada tujuan bersama jangka panjang (unsur kelompok dan interaksi ini muncul baik dalam analisis diskriminan dan faktor yang dilakukan). Ketika unsur perekat ini hilang, upaya yang dilakukan (daya penggerak/perkuatan yang diberikan) kendatipun menghasilkan pergerakan, tetapi tidak menyebabkan massa UKM terangkat ke tataran yang lebih tinggi. Massa cenderung pecah dalam pergerakan/perkuatan.

Hasil ini tercermin dari hasil pengamatan kepada sentra yang menunjukkan bahwa pembentukan kelompok atau kebiasaan berkelompok hanya ada di 39% dari sentra yang diamati. Sedangkan 61% sisanya tidak menunjukkan tanda-tanda adanya pembentukan kelompok di dalam sentra. Demikian pula untuk kerjasama, kajian belum banyak menemukan kerjasama antar pengusaha di dalam sentra agribisnis yang diamati. Tampak baru sekitar 24% sentra yang memiliki bentuk kerjasama pemasaran dan 19% sentra yang memiliki bentuk kerjasama yang berhubungan dengan bahan baku di sentra nya.

Batang pengungkit akan menghantarkan daya penggerak ke beban secara tepat, kuat dan efektif. Dalam kasus pengembangan UKM melalui sentra agribisnis dan penumbuhan sentra ke klaster agribisnis, mekanisme transmisi ini menghubungkan antara Perkuatan dan Rangsangan lain yang diberikan kepada Sentra UKM sehingga menggerakkan sentra ke tataran yang lebih tinggi. Pengamatan kepada sentra menunjukkan bahwa kompetensi daerah dan masyarakat, kualitas SDM pelaksana dukungan, kejelasan dan kelengkapan peraturan pelaksanaan, kejelasan visi dan kesiapan aparat pemerintah daerah, serta koordinasi dan komunikasi yang efektif antar pelaku adalah faktor-faktor yang mendekati peran tuas pengungkit ini. Masalahnya adalah faktor-faktor ini kerap hilang sehingga melemahkan atau melenturkan kekuatan batang pengungkit sehingga tidak berhasil “mengangkat” sentra ke tataran klaster.

Faktor titik tumpu ini adalah kemauan/etos kerja yang kuat, pola pikir wirausaha, kemampuan berinovasi, keunikan produk, ketersediaan pasar, dukungan keberadaan sarana dan prasarana industri dan keuangan di daerah, konsistensi dan keberlanjutan kebijakan, serta penegakan aturan. Titik tumpu yang lemah/terlalu rendah tidak akan menghasilkan mekanisme pengungkitan yang efektif dalam “mengangkat” sentra ke tataran klaster.

Masalah lain dari kemampuan program sentra UKM menumbuhkan klaster UKM berbasis agribisnis adalah upaya perkuatan yang diberikan **Tidak Disalurkan/ditransmisikan Pada Tempat Yang Tepat** sehingga kehilangan efektifitas daya perkuatannya. Masalah ini umumnya muncul ketika upaya perkuatan yang diberikan tidak sesuai dengan kebutuhan sesungguhnya dari sentra UKM/pengusaha tersebut.

Upaya Penumbuhan Klaster Bisnis UKM

Secara umum, model pengembangan klaster ada 4 jenis, yaitu (1) model joint production, (2) model sub-kontrak, (3) model integrasi vertikal, dan (4) integrasi horizontal. Hasil pengamatan menunjukkan sentra yang berhasil menumbuhkan ciri klaster bisnisnya memiliki model integrasi vertikal, atau sering disebut dengan istilah inti-plasma, dalam pelaksanaan kegiatan produksi produk sentranya. Inti dibangun oleh koperasi yang dikelola dan dijalankan secara baik dan profesional, sedangkan Plasma adalah UKM dalam sentra yang bekerja secara baik, berkelompok, bekerjasama, menghidupkan institusi bersama untuk mendukung rantai pasok produknya dan menyusun/memahami rencana bisnis yang dibuat secara partisipatif bersama dengan koperasi sebagai inti.

Dimasa depan, upaya penumbuhan klaster bisnis di sentra UKM yang difasilitasi perlu diarahkan untuk mewujudkan, melengkapi, memperbaiki, dan memperkuat bagian-bagian dari unsur-unsur pengungkit tersebut diatas agar dapat berjalan secara baik mencapai tujuan pembentukan klaster UKM yang sehat dan dinamis.

Kajian Prospek Koperasi dari Perspektif Multidisplin Ilmu

Dewasa ini, terutama dalam era milenium kedua, telah terjadi sejumlah perubahan di berbagai lingkungan, baik di lingkungan dunia usaha, teknologi, ilmu pengetahuan, sosial, maupun dalam aspek-aspek tatanan budaya masyarakat. Di Indonesia, eksistensi koperasi semakin dipertanyakan, sebab oleh sementara kalangan menganggap pertumbuhannya *stagnant* dan kualitasnya cenderung enggan beranjak dari posisi ketergantungan. Beberapa pertanyaan mendasar yang beredar belakangan ini antara lain adalah 1) *apakah koperasi masih relevan dikembangkan dalam lingkungan masyarakat Indonesia yang mengalami berbagai perubahan ?* 2) *jikalau koperasi masih relevan, mengapa koperasi dianggap belum berkembang di Indonesia?* 3) *apakah dalam kondisi masyarakat Indonesia seperti itu masih kondusif bagi pengembangan ekonomi rakyat melalui pendekatan kelompok/koperasi ?* 4) *apakah proses pengembangan koperasi di Indonesia masih sejalan dengan konsep-teori ekonomi, manajemen, sosial, psikologi, hukum yang berlaku umum ?* 5) *apakah berkoperasi merupakan salah satu pilihan untuk mensejahterakan masyarakat ?* 6) *Bagaimanakah pola pengembangan koperasi di masa depan pada lingkungan yang dinamis?* Kegagalan ini patut diantisipasi sebab koperasi telah melibatkan jutaan anggota masyarakat termasuk pengorbanan terhadap sekian banyak sumberdaya. Sementara itu, masih terdapat banyak orang yang menghendaki dan meyakini bahwa koperasi layak dipertahankan dan dikembangkan.

Untuk itu maka diperlukan kajian yang diharapkan memberikan suatu perspektif yang relatif komprehensif melalui berbagai tinjauan disiplin ilmu (ekonomi, manajemen bisnis, sosial budaya, psikologi, manajemen koperasi dan hukum) guna menjawab tantangan di masa depan.

Tujuan kajian ini adalah (1) mengetahui prospek pengembangan koperasi di Indonesia ditinjau dari perspektif ilmu ekonomi, manajemen bisnis, sosial budaya, psikologi, manajemen koperasi dan hukum; (2) menyusun rekomendasi tentang pendekatan pemberdayaan koperasi dalam lingkungan yang berubah dengan mempertimbangkan dimensi ekonomi, manajemen bisnis, sosial budaya, psikologi, manajemen koperasi dan hukum.

Penelitian ini bersifat eksploratif dengan mendalami kerangka teori-teori dan pengalaman dari berbagai negara dan observasi praktek-praktek perkoperasian dalam negeri di tingkat nasional dan di berbagai daerah pada 6 (enam) propinsi yaitu

Sulawesi Utara, Kalimantan Barat, Jawa Barat, Jawa Timur, Sumatera Utara dan Lampung.

Hasil kajian ini telah dibahas lintas instansi dan diperoleh pandangan-pandangan para ahli tentang prospek koperasi dari perspektif ilmu ekonomi, manajemen koperasi, manajemen bisnis, psikologi, sosial budaya, dan hukum.

Adapun pokok-pokok kesimpulan dari perspektif multidisiplin ilmu antara lain :

1. Ilmu Ekonomi :

- Dalam ilmu ekonomi difokuskan pada upaya pemanfaatan sumberdaya untuk mencapai kesejahteraan manusia dan agar masyarakat mampu memasuki pasar. Keberhasilan koperasi merupakan upaya masyarakat untuk berorganisasi dalam menggali kemampuan bersama memasuki pasar dan meningkatkan kesejahteraan anggota koperasi sehingga keberadaan koperasi merupakan strategi dalam pemberdayaan masyarakat.
- Pengalaman di negara-negara maju ternyata juga tempat tumbuhnya koperasi, yang menandakan bahwa dalam ekonomi liberal keberadaan koperasi masih dapat tumbuh.
- Koperasi di Indonesia dapat survive atau bahkan berkembang, apabila koperasi melakukan seperti yang dilakukan oleh perusahaan lain dan BUMN, terutama dalam hal SDM, pola manajemen, struktur organisasi, teknologi, dan pengetahuan mengenai sektor dan pasar yang dilayani.
- Koperasi di Indonesia memiliki tanggung jawab jauh lebih besar daripada tanggung jawab bisnis yang menekankan pada efisiensi, produktivitas, keuntungan, daya saing, dan sangat dipengaruhi oleh politik negara atau intervensi pemerintah dibandingkan koperasi di negara maju.

2. Manajemen Koperasi (Ilmu-ilmu perkoperasian):

- Meskipun di berbagai negara telah menetapkan secara eksplisit jenis mazhab dalam pembangunan koperasi, tetapi di Indonesia belum ada penjelasan tentang mazhab.
- Penerapan mazhab koperasi di Indonesia menunjukkan berada posisi "campuran" artinya koperasi di Indonesia memperhatikan aspek-aspek rasional-ekonomis (efisiensi koperasi), namun tetap mengindahkan atau melandaskan pada nilai-nilai/prinsip koperasi. Secara cita-cita (Pasal 33 UUD 1945), mazhab yang ingin kita anut adalah mazhab persemakmuran, namun

pada saat ini koperasi sebagai penyangga utama ekonomi belum terwujud di Indonesia.

- Untuk lebih memberikan penilaian yang lebih objektif terhadap efisiensi koperasi secara integratif, maka dalam formulasi efisiensi koperasi selain mencantumkan nilai SHU, juga perlu disertakan nilai **Manfaat Ekonomi Langsung (MEL)** yang diberikan oleh koperasi kepada anggota pada saat transaksi, karena tanpa pencantuman nilai MEL maka pengukuran efisiensi menjadi tidak objektif.
- Prinsip pengambilan keputusan *one man one vote* adalah prinsip yang universal koperasi yang tidak bisa ditawar, namun dalam implementasinya khususnya dalam Rapat Anggota dapat dilakukan dengan dua alternatif pilihan yaitu penyampaian hak suara secara langsung dan secara perwakilan.
- Manajemen keanggotaan harus dijadikan bagian terintegrasi dari penyusunan rencana pengembangan usaha koperasi. Jika manajemen keanggotaan berjalan secara efektif dan efisien maka partisipasi insentif akan meningkat dan akan diikuti peningkatan volume transaksi.
- Pengendalian internal di koperasi sudah memadai, namun sering tidak efektif karena adanya ketidakseimbangan pemahaman tentang manajemen koperasi secara keseluruhan ataupun manajemen keuangan koperasi secara khusus pada sebagian dari unsur koperasi khususnya para anggota koperasi.
- Istilah SHU dalam koperasi perlu diperjelas sebagai surplus agar ada upaya maximum profit.

3. Ilmu Manajemen Bisnis :

- Dari disiplin ilmu manajemen bisnis, perubahan lingkungan bisnis global mendorong organisasi bisnis untuk menerapkan disiplin ilmu manajemen modern yang mendorong reformulasi tujuan, reformulasi strategi, restrukturisasi, dan realokasi sumber daya organisasi kearah yang lebih inovatif untuk menciptakan keunggulan kompetitif di pasar. Dilihat dari perspektif ini praktek manajemen yang ada di koperasi saat ini sudah jauh tertinggal dan menjadi tidak relevan dengan tuntutan perubahan.
- Koperasi Indonesia tidak berkembang disebabkan oleh kelemahan proses manajemen yang fundamental terletak pada proses perencanaan yang tidak menggunakan kaidah-kaidah perencanaan yang baik dan benar. Sebagian besar koperasi hanya berorientasi jangka pendek yang sempit, belum mampu menyusun rencana jangka panjang untuk mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis, secara simultan mempengaruhi proses pengorganisasian,

dan pengendalian. Kondisi ini menyebabkan bisnis koperasi kebanyakan gagal memberikan manfaat ekonomi yang lebih baik bagi para anggotanya dibandingkan dengan badan usaha lainnya (non koperasi), usaha koperasi banyak yang tidak sesuai dengan kepentingan anggotanya, koperasi hanya menjalankan fungsi dagang, tidak menciptakan nilai tambah, dikelola dengan tidak efisien.

- Kondisi masyarakat Indonesia dewasa ini sudah semakin realistis dan rasional akan mencari kelembagaan ekonomi yang mampu memberikan manfaat ekonomi dan sosial lebih baik. Melihat kondisi yang ada, dimana pada umumnya koperasi tidak mampu memberikan manfaat kepada anggotanya, dipastikan tidak memiliki prospek untuk berkembang. Hanya beberapa jenis koperasi seperti koperasi simpan pinjam, koperasi kredit dan koperasi peternakan dalam beberapa tahun ke depan akan bertahan hidup.
- Proses pengembangan koperasi baik di tataran mikro (koperasi sebagai entitas bisnis) maupun makro (kebijakan pemerintah) belum sepenuhnya sejalan dengan teori manajemen bisnis. Hanya sedikit koperasi Indonesia yang menerapkan teori manajemen bisnis dengan baik terbukti usahanya berkembang dan memiliki daya tahan terhadap tekanan persaingan. Koperasi yang dimaksud pada umumnya adalah koperasi simpan pinjam (*single purpose*) dan koperasi peternakan (*single commodity multi purpose*). Dari sudut kebijakan makro, berkembangnya bisnis simpan pinjam koperasi tidak terlepas dari ketatnya regulasi dan pembinaan pemerintah melalui penilaian kesehatan, dan standarisasi sistem pengelolaan.
- Untuk sementara koperasi sudah mulai ditinggalkan masyarakat karena koperasi tidak mampu menghantarkan nilai dan manfaat ekonomi yang lebih baik bagi anggota dan masyarakat pada umumnya.

4. Psikologi :

- Pendekatan psikologi relevan dengan pemberdayaan koperasi mengingat koperasi adalah kumpulan orang-orang yang sarat dengan aspek-aspek kemanusiaan.
- Psikologi koperasi berdasarkan prinsip dan ciri adalah psikologi modern yang ditinjau dari partisipasi anggota, kohesivitas kelompok, kebutuhan berprestasi, kewirausahaan dan kepemimpinan, secara faktual psikologi yang berkembang dalam koperasi tidak sesuai (*not match*) dengan psikologi modern antara lain terlihat dari kohesivitas yang lemah, kepemimpinan yang tradisional dan partisipasi anggota yang rendah.

- Berdasarkan perspektif psikologi, dilihat dari 5 aspek psikologis yang menjadi focus dari kajian ini, koperasi sebagai satu entitas ekonomi masih diperlukan oleh mereka yang menjadi anggota/pengurusnya. Walaupun secara teoritik, kelima aspek psikologi yang dimiliki anggota/pengurus itu tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap kinerja koperasinya, tetapi akan berpengaruh langsung terhadap perilaku mereka untuk berpartisipasi pada kegiatan-kegiatan koperasi dan ada kesadaran untuk bersatupadu dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan koperasi yang diharapkan berpengaruh terhadap kinerja koperasi itu sendiri.

5. Ilmu Sosial Budaya :

- Berdasarkan teori modernisasi kegagalan koperasi disebabkan kegagalan tranformasi dari tradisional ke moderni. Sedangkan menurut teori dependensi, kegagalan koperasi Indonesia tidak terlepas dari kegagalan ekonomi Indonesia sebagai dampak yang mendalam masa penjajahan.
- Keberadaan koperasi dalam masyarakat sejalan dengan semangat sosiologi masyarakat Indonesia yang menghendaki semangat demokrasi. Koperasi merupakan unsur yang sudah nyata berdasarkan nuansa demokrasi dimana perasaan individu anggota adalah sama.

6. Hukum :

- Secara filosofis dan konstitusi keberadaan koperasi di Indonesia mempunyai kedudukan dan landasan yang kuat. Secara nilai-nilai Pancasila, koperasi sebagai sistem perekonomian bangsa Indonesia didalamnya terkandung nilai kebersamaan, keserasian dan keseimbangan. Sedangkan secara konstitusi Pasal 33 ayat (1) UUD 1945 koperasi merupakan sistem perekonomian Indonesia untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Kedudukan koperasi sebagai badan hukum secara tegas diatur dalam Undang-undang No.25/1992 tentang Perkoperasian. Ketentuan-ketentuan tersebut pada dasarnya telah memberikan landasan yang kuat secara filosofis maupun yuridis bagi koperasi. Namun dalam pelaksanaannya dengan kedudukan badan hukum pada koperasi yang ada saat ini ternyata belum sepenuhnya dapat memberikan kepercayaan kepada pihak lain terhadap keberadaan koperasi. Disini pentingnya peningkatan profesionalisme pengurus/ pengelola sebagai wakil (*personifikasi*) badan hukum koperasi, dalam mencapai tujuan koperasi.
- Keberadaan anggota dalam koperasi sebagai pemilik dan pelanggan perlu dipertimbangkan karena belum jelas, sementara dalam pembentukan koperasi harus jelas siapa pemiliknya.

- Sebagai badan usaha kepada koperasi berlaku pula norma hukum yang mengatur kegiatan dibidang bisnis yang harus dipahami oleh pengelola dan anggota koperasi. Kelemahan dalam pemahaman berbagai ketentuan hukum tersebut sering berakibat merugikan koperasi. Untuk melindungi aktivitas usaha serta produk yang dihasilkan koperasi dan atau anggotanya dari tindakan yang merugikan atau sebaliknya, maka mau tidak mau koperasi tidak dapat menghindari dari ketentuan tersebut, seperti misalnya dibidang perlindungan HAKI, dimana koperasi dan UKM masih lemah dalam memperoleh perlindungan dalam hal tersebut.
- Bahwa keberhasilan suatu koperasi untuk dapat tetap eksis, maju dan berkembang pada dasarnya konsiten dalam melaksanakan ketentuan norma-norma yang telah ditetapkan sebagai aturan main koperasi, yaitu ketentuan hukum koperasi, nilai-nilai dan prinsip koperasi sebagai pencerminan jati diri koperasi. Kenyataan dalam praktek justru disini kelemahan koperasi yang belum atau tidak dipahaminya dan tidak secara konsisten diterapkan oleh koperasi (anggota, pengurus, pengawas dan pengelola) disamping juga pemahaman dari aparat / instansi terkait sebagai pembina.

Berdasarkan uraian prospek koperasi berdasarkan multidisiplin ilmu di atas kami sarankan :

1. Perlu reformasi total koperasi Indonesia yang mampu menghadapi kecenderungan tatanan dunia (globalisasi).
2. Arah reformasi adalah :
 - Koperasi sebagai perusahaan orientasi pasar dengan sepenuhnya melepaskan diri dari beban pembangunan, prinsip maksimalisasi surplus sebagai sumber akumulasi kapital dengan ekspansi bisnis menjadi basis pengembangan koperasi. Peran pemerintah diarahkan pada penciptaan iklim, pengembangan infrastruktur dan pengembangan kualitas SDM.
 - Koperasi sebagai instrumen pemerintah dalam menjalankan program pembangunan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat dan menghapuskan kemiskinan. Dalam hal ini koperasi dibangun berdasarkan rekayasa kelembagaan oleh pemerintah.

Kajian Tentang Profil Pengusaha UKM Sukses

- a. **UMKM sukses merupakan usaha yang dibangun berdasarkan Kreativitas yang melahirkan inovasi**, sehingga mampu menciptakan nilai tambah. Semua UMKM inovatif sukses menggunakan bahan baku berupa limbah yang bernilai ekonomi rendah untuk diolah menjadi barang-barang yang bernilai ekonomi jauh lebih tinggi. Dari proses pengolahan tersebut terbentuk nilai tambah yang mendukung pendapatan (laba) UMKM. Secara agregat rata-rata nilai tambah yang diperoleh mencapai Rp 29.409,5 per kg bahan baku atau mencapai 1.462 % dari modal kerja yang digunakan. Nilai tambah yang diperoleh dalam hal ini bukan hanya berupa margin ekonomi tetapi juga berupa keuntungan sosial (sosial Benefid) berupa pengurangan angka pencemaran yang tadinya menimbulkan biaya sosial (social cost).
- b. **Kemampuannya melihat peluang usaha**. UMKM sukses sangat mengetahui atau memahami sebelumnya tentang seluk beluk usaha yang akan dilaksanakan, pengetahuan tersebut 93 % didasarkan pada pengalaman dan kemampuan melihat peluang usaha yang didukung oleh ketersediaan sumberdaya dan pasar. Pengetahuan tentang nilai ekonomi barang juga merupakan salah satu aspek yang mendukung keberhasilan usaha mereka, tetapi **kurang tersedianya prasarana merupakan masalah** yang di hampir semua lokasi pengamatan **menjadi kendala** yang menghambat aplikasi jiwa inovatif dari kelompok UMKM lainnya. Beberapa prasarana yang dinilai kurang mendukung kemampuan inovatif dari kalangan UMKM adalah kurang tersedianya lembaga-lembaga pendukung, seperti lembaga penelitian, perbankan dan lembaga pemasaran.
- c. **Keberaniannya menanggung resiko kerugian** merupakan salah satu aspek yang sangat menonjol dari kalangan UMKM sukses, tetapi sebagian (46,7 %) dari mereka belum bisa memperkirakan jenis dan besar resiko yang akan timbul, bila usahanya mengalami hambatan. Kondisi ini juga sangat berbahaya karena bila terjadi sesuatu masalah UMKM yang bersangkutan dapat terjebak dalam resiko kegagalan yang fatal. Secara agregat kemampuan UMKM sukses dalam menghindari resiko kegagalan sudah cukup baik, tetapi sifat spekulasi dari kelompok ini tidak mendukung kemapanan usaha mereka, terlebih lagi dengan sering terjadinya perubahan permintaan pasar karena produk-produk yang dihasilkan adalah barang-barang tersisa yang permintaannya banyak dipengaruhi oleh kecenderungan model (tren model) dan waktu. Kemampuan UMKM sukses untuk mempersiapkan solusi dalam rangka mengatasi resiko yang timbul dalam pelaksanaan usahanya juga relatif rendah, oleh sebab itu masih diperlukan masukan-masukan dari para stakeholder agar mereka bisa

mempersiapkan solusi untuk keluar dari kegiatan usahanya jika terjadi resiko yang bersifat fatal.

- d. **Kemampuan manajerial yang menghasilkan efisiensi sumberdaya yang relatif.** Dalam hal perencanaan atau kemampuan, UMKM dalam merencanakan kegiatan bisnisnya cukup baik, yang diindikasikan dari sedikitnya kerugian yang pernah dialami oleh UMKM. Kemampuan ini nampaknya berkaitan dengan pengalaman UMKM yang rata-rata diatas lima tahun dan pengetahuan UMKM tentang bisnis yang ditekuninya. Tidak sama dengan kemampuan perencanaan, kemampuan UMKM dalam menata organisasi usaha nampaknya lebih rendah, Relatif rendahnya kemampuan UMKM dalam membangun sistem organisasi usaha, nampaknya belum berpengaruh nyata terhadap keberhasilan usaha UMKM, hal ini dikarenakan sistem organisasi usaha UMKM masih relatif kecil dengan SDM yang hanya bersumber dari lingkungannya (keluarga atau tetangga). Dalam hal pengawasan kemampuan UMKM masih cukup baik, tetapi pengaruhnya belum signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM. Kurang berperannya faktor pengawasan nampaknya dipengaruhi oleh asal tenaga kerja yang sebagian besar masih menggunakan tenaga kerja keluarga atau tetangga, serta skala usaha UMKM yang relatif kecil.
- e. **Keberhasilan Usaha.** Rata-rata peningkatan nilai tambah bahan baku menjadi barang jadi mencapai 14,87 kali. Angka ini hanya dimungkinkan karena bahan baku yang digunakan adalah limbah yang tadinya tidak bermanfaat (nilai ekonominya sangat rendah) bahkan ada yang menjadi polutan (bernilai ekonomi negatif). Turn over usaha UMKM sukses juga termasuk tinggi oleh sebab itu UMKM sukses bisa memanfaatkan modal kerja dengan cukup efisien. Dalam hal ini kecepatan perputaran modal UMKM sukses dipengaruhi oleh beberapa hal, antara lain; a) ketergantungan produksi pada kondisi alam (terutama untuk penjemuran), b) permintaan pasar dan ; c) jenis produk yang dihasilkan. Laba yang diperoleh UMKM sukses relatif sangat tinggi yaitu rata-rata sebesar Rp 83.240.000 per tahun. Dengan rata-rata modal kerja yang dimiliki sebesar Rp 9.269.000, maka keuntungan tersebut mencapai 909 %. Sedangkan jika dibandingkan dengan aset yang dimiliki UMKM yang rata-rata hanya sebesar Rp. 17,865.000, maka rasionya mencapai 465,9 % per tahun.
- f. **Sumbangan Terhadap Pembangunan Daerah.** UMKM sukses memiliki kemampuan untuk mengurangi limbah yang sebagian merupakan polutan sebesar 0,183 %. Jumlah ini dapat bertambah, jika skala usaha UMKM tersebut lebih diperbesar. Proses pengurangan limbah akan menjadi lebih banyak lagi jika replikasi UMKM sukses dapat diwujudkan di banyak tempat. Dalam hal kemampuan penyerapan tenaga kerja, rata-rata UMKM sukses mampu

menyerap tenaga kerja sebanyak 4,18 Orang. Jumlah ini adalah dua kali lebih besar dari kemampuan penyerapan tenaga kerja oleh UMKM yang secara nasional tahun 2006 baru mencapai 2,16 orang tenaga kerja per UKM. Dalam hal **sumbangan terhadap Product Domestik Bruto (PDB) secara individual** sumbangan UMKM terhadap PDB mencapai Rp 21.847.000 per tahun Jumlah ini hampir 4 kali lebih besar dibandingkan dengan sumbangan rata-rata UMKM terhadap PDB per tahun yang pada tahun 2006 hanya sebesar Rp 5.231.000.

- g. **Permasalahan yang dihadapi UMKM sukses.** Masalah terbesar yang dihadapi oleh UMKM adalah tidak adanya kepastian harga dan pasar. Hal ini terkait dengan sistem pemasaran yang cenderung berbentuk oligopoli dan kartel, dimana pedagang bertindak sebagai price maker (penentu harga) sedangkan UMKM hanya berperan sebagai price tacker (penerima harga) ; b) barang produksi UMKM yang lebih bersifat seni, harganya sangat ditentukan oleh selera konsumen, dan c) harga ketersediaan barang substitusi. Masalah lain yang dihadapi oleh UMKM adalah kurang tersedianya prasarana terutama Lembaga Penelitian, Lembaga Permodalan dan Lembaga Pemasaran
- h. **Replikasi UMKM Sukses.** Keunggulan UMKM sukses dimungkinkan karena adanya beberapa karakter spesifik, yaitu : a) Sebagian besar usaha UMKM merupakan kegiatan padat karya, yang banyak memanfaatkan sumberdaya lokal, b) Selang waktu produksi (time lag) relatif singkat, atau produksi dapat dilakukan secara cepat ; c) Nilai ICOR kegiatan kegiatan UMKM relatif rendah ; d) Sebagian besar UMKM menggunakan bahan baku lokal khususnya berupa limbah yang sangat banyak tersedia, sehingga tidak banyak dipengaruhi oleh gejolak perekonomian dunia ; e) Tidak menggunakan modal yang besar (capital intence) serta ; f) Sangat beragam dan dapat dilakukan dimana saja ; g) Pasar produk UMKM sukses masih cukup luas, baik untuk konsumsi dalam negeri, maupun sebagai komoditas ekspor.
- i. **Best Practice UMKM Sukses;** 1) Membakukan kiat kiat keberhasilan UMKM melalui diskusi dengan kelompok UMKM sukses dan pakar. 2) Mengelompokkan usaha jenis usaha serta pengkajian tingkat keberhasilan usaha dan dampak keberhasilan tersebut terhadap lingkungannya; 3) Menyusun konsep kebijakan replikasi dalam bentuk teknis dan petunjuk pelaksanaan replikasi; 4) Mempersiapkan SDM, parasana dan sarana yang diperlukan termasuk pendidikan, pelatihan dan pendampingan serta; 5) Mempersiapkan solusi untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi UMKM sukses dari semua aspek usahanya.

Meta Riset Pemberdayaan KUMKM

Hasil penelitian/kajian mengenai pemberdayaan UMKM sudah banyak dilakukan oleh berbagai pihak, namun hasilnya belum berkontribusi optimal bagi perbaikan kondisi dan perkembangan koperasi dan UMKM di Indonesia. Artinya, '*lesson learned*' yang dapat dipetik dari hasil-hasil kajian/penelitian tersebut belum menjadi sumber pembelajaran yang bermanfaat bagi pengembangan kebijakan pengkajian/penelitian yang diperlukan dalam upaya pemberdayaan koperasi dan UMKM. Kondisi nyata juga menunjukkan pemanfaatan hasil-hasil kajian/penelitian tersebut masih terbatas dan bahkan sulit untuk mengaksesnya. Masih terbatas dan belum berdayaguna hasil-hasil kajian/penelitian, antara lain disebabkan oleh:

1. Tidak terekamnya hasil-hasil kajian/penelitian secara baik dan tersusun dalam suatu peta kajian/penelitian yang sistematis, sehingga dapat ditarik benang merah bagi penyusunan suatu kebijakan yang berhasilguna;
2. Tidak terkomunikasikannya hasil-hasil kajian/penelitian tersebut kepada lembaga atau pihak yang terkait dengan usaha pemberdayaan koperasi dan UMKM di Indonesia;
3. Sulitnya mengakses atau mendapatkan informasi tentang hasil-hasil kajian/penelitian yang ada karena belum tersedia bibliographi lengkap yang komprehensif, termasuk memaparkan "*lesson learned*" dan "*good practices*";
4. Kurangnya upaya menyebarluaskan dan mempublikasikan hasil kajian/penelitian mengenai koperasi dan UMKM oleh pihak peneliti sendiri;
5. Tersebarnya hasil-hasil penelitian/kajian yang ada dan terbatasnya direktori hasil kajian/penelitian mengenai koperasi dan UMKM.

Berdasar kondisi nyata diatas, kegiatan ini bermaksud melakukan pemetaan dan kaji ulang terhadap berbagai hasil kajian/penelitian tentang koperasi dan UMKM yang dilakukan di Indonesia selama kurun waktu 1997-2006. Lebih lanjut, kegiatan ini bertujuan untuk :

1. Mengidentifikasi dan mengevaluasi/menganalisis (tujuan, bidang/aspek kajian, konsep, metode, hasil/temuan dan rekomendasi) berbagai kajian/penelitian mengenai koperasi dan UMKM yang telah dilakukan berbagai institusi sepanjang periode 1997-2006;

2. Memetakan hasil kajian/penelitian pemberdayaan UMKM yang dilakukan berbagai lembaga penelitian yang berlokasi di Jawa Barat, DI Yogyakarta, Jawa Timur, dan DKI Jakarta selama kurun waktu 1997-2006 menyangkut pemberdayaan koperasi dan UMKM di berbagai wilayah Indonesia;
3. Mengidentifikasi aspek sosial budaya dari kajian/penelitian tentang pemberdayaan UMKM;
4. Menyusun rumusan/sintesis terhadap hasil kajian/penelitian mengenai berbagai penelitian pemberdayaan UMKM.
5. Merekomendasikan perencanaan dan agenda pengkajian/penelitian untuk masa mendatang, yang difokuskan pada perumusan kebijakan dan implementasi kegiatan dalam rangka mewujudkan tujuan/sasaran pemberdayaan UMKM.

Meta riset ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Adapun sasaran meta riset mencakup berbagai hasil kajian/penelitian dalam pemberdayaan koperasi dan UMKM di berbagai wilayah Indonesia yang dilakukan selama kurun waktu 1997-2006, oleh berbagai institusi, yaitu, lembaga penelitian, baik pemerintah, swasta maupun badan independen lain seperti universitas, Pemda, dan LSM yang berlokasi di propinsi Jawa Barat, DI Yogyakarta, Jawa Timur, dan DKI Jakarta. Lokasi ini dipilih didasarkan oleh beberapa pertimbangan, antara lain waktu penelitian dan ketersediaan sumber data dengan reputasi baik. Tim peneliti memfokuskan pada 5 (lima) wilayah, yaitu, Malang, Bogor, Bandung dan Yogyakarta, dan Jakarta. Jenis kajian/penelitian tidak dibatasi, sehingga semua hasil kajian/penelitian yang dianggap relevan dan berkontribusi terhadap meta riset diaring dalam proses pengumpulan data. Jenis kajian/penelitian tersebut termasuk tesis dan disertasi (skripsi tidak termasuk) dan berbagai hasil penelitian lainnya yang dilakukan oleh individu maupun lembaga. Pada dasarnya pengumpulan data dilakukan melalui prosedur yang sama untuk semua lokasi kajian/penelitian. Melalui pengumpulan data di lapangan, terjaring hasil kajian/penelitian sejumlah 105 hasil kajian/penelitian, yang terdiri atas 57 tesis dan disertasi, dan 25 laporan hasil kajian/penelitian.

Berdasarkan temuan dan analisis dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Fokus/tujuan kajian/penelitian pemberdayaan UMKM adalah mengkaji aspek kinerja kelembagaan/usaha dan kajian kebijakan/program termasuk implikasinya. Dominasi aspek kelembagaan sangat terkait erat dengan arah program/kebijakan Pemerintah terhadap sektor UMKM yang mana nyatanya lebih berorientasi pada penguatan kelembagaan melalui penguatan enam (6) bidang/aspek: kewirausahaan/SDM, produksi, modal, teknologi, pemasaran, dan manajerial.

2. Konsep pemberdayaan di berbagai kajian/penelitian digunakan dan diterjemahkan secara berbeda-beda, namun kecenderungan umum pemberdayaan dikonsepsikan berdimensi ekonomi sebagai basis analisis. Artinya, memberikan penguatan usaha (ekonomi/modal/finansial) diasumsikan berkorelasi positif dengan penguatan manajemen usaha (produksi, SDM, pemasaran, dll). Sejumlah kajian menggunakan konsep pemberdayaan, namun jika ditilik lebih mendalam, masih menyiratkan konsep 'pembinaan', atau menunjukkan tahap inisial, dengan pemerintah masih tampil sebagai aktor dominan.
3. Merujuk pada metodologi penelitian, temuan menunjukkan adanya persoalan inkonsistensi antara pendekatan penelitian dengan tipe penelitian dan/atau metode/teknik pengumpulan data yang dipilih untuk digunakan. Sebagian kajian/penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif walaupun fokus kajian pada aspek pemberdayaan, padahal pemberdayaan merupakan suatu proses atau upaya untuk memberdayakan atau menguatkan individu/kelompok/ institusi. Dengan kata lain, ada ketidakjelasan fokus kajian/penelitian tentang pemberdayaan : apakah pada 'proses' (pemberdayaan), atau lebih fokus pada kondisi keberdayaan (tingkat/level keberdayaan). Fokus ini akan berimplikasi aspek metodologis, yakni kajian/penelitian pemberdayaan lebih berimplikasi metodologi kualitatif, sedangkan keberdayaan dapat mengarah pada pengukuran (kuantitatif) dengan menunjukkan tingkatannya.
4. Tidak banyak kajian/penelitian menunjukkan/memperjelas level pemberdayaan yang dilakukan, apakah tingkat individual, interpersonal (relasi sosial), kelompok, institusi/organisasional, dan negara/struktural (kebijakan, iklim yang kondusif). Sebagian besar kajian/penelitian lebih menunjukkan kondisi keberdayaan koperasi maupun UMKM, baik pada level individu, kelompok maupun kelembagaannya.
5. Untuk temuan menyangkut rekomendasi, tidak banyak kajian/penelitian yang memberikan rekomendasi tentang agenda dan kebijakan kajian/penelitian yang masih diperlukan di masa mendatang. Kalaupun disebutkan rekomendasi kebijakan kajian yang akan datang, hampir tidak ada kajian yang memberikan rekomendasi untuk mengembangkan kajian/penelitian pemberdayaan UMKM secara lebih inklusif, baik secara metodologis (dengan keragaman pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan), maupun secara konsepsi pemberdayaan (dengan menggunakan dimensi yang lebih beragam, yaitu, sosial, budaya, dan politik). Rekomendasi yang diberikan masih menyangkut aspek manajemen dan ekonomi dari pemberdayaan koperasi dan UMKM.

Berdasarkan kesimpulan di atas, diajukan rekomendasi perlunya dirancang kebijakan penelitian yang mencakup beberapa hal berikut ini:

1. Fokus kajian/penelitian perlu lebih beragam, yaitu meliputi berbagai dimensi pemberdayaan koperasi dan UMKM, antara lain tentang sinergi agen pemberdayaan (dimensi struktural) dalam upaya memberdayakan koperasi dan UMKM. Hal ini tentu terkait dengan dimensi kultural (modal sosial: *leadership*, *social trust*, kolektivitas, jejaring), dan tentunya mencerminkan langsung maupun tidak langsung dimensi tekstual sebagai landasan kebijakan tentang UMKM.
2. Perlu pemetaan hasil kajian tentang model/pola pemberdayaan, baik mencakup refleksi proses/tahapan dan strategi pemberdayaan yang dilakukan. Hal ini dapat dikaitkan dengan kebijakan/program dan sustainabilitasnya, termasuk dampaknya bagi kelangsungan koperasi dan UMKM, baik aspek kelembagaan maupun kinerjanya.
3. Berkenaan dengan fokus kajian, kajian tentang koperasi yang kontekstual dan aktual masih diperlukan. Hal ini didasarkan masih sedikitnya kajian tentang koperasi selama 10 tahun terakhir. Hal ini tidak dapat dilepaskan dengan citra koperasi di masyarakat, juga peneliti.
4. Untuk substansi/konsep pemberdayaan, perlu pemahaman kembali tentang landasan konseptual pemberdayaan (pembinaan, penguatan, pemampuan). Sebaiknya perlu fokus pada keterkaitan antara 3 dimensi pemberdayaan (tekstual, kultural, struktural). Di samping itu, perlu memperkaya dan mengkritisi kajian menyangkut indeks pemberdayaan dan atau keberdayaan.
5. Untuk aspek metodologis, fokus kajian perlu diperjelas apakah pada proses (pemberdayaan) atau output (keberdayaan). Hal ini akan berimplikasi bahwa kajian proses akan lebih membutuhkan pendekatan kualitatif, sedangkan keberdayaan (output) akan lebih bersifat kuantitatif. Di samping itu, unit analisis diperkaya dengan peran agen/aktor lain (masyarakat, pemerintah, swasta). Representasi data (jumlah sumber data dan cakupan wilayah) perlu lebih diperhatikan. Untuk studi kuantitatif perlu diperkaya dengan analisis, sehingga tidak hanya deskriptif.
6. Perlu penyusunan agenda dan kebijakan kajian/penelitian yang lebih *multi approaches*. Pendekatan kuantitatif dan kualitatif yang bukan hanya diinterpretasikan sebagai metode pengumpulan data yang kualitatif dan kuantitatif menjadi sesuatu yang penting, karena dalam kajian/penelitian tentang pemberdayaan, proses memberikan '*power*' sebaiknya bersifat dua arah antara peneliti dan partisipan. Karena itu, kajian/penelitian yang bersifat partisipatoris sangat perlu untuk memperkaya kajian/penelitian tentang pemberdayaan

koperasi dan UMKM. Agenda lain yang juga penting adalah kajian/penelitian peran sosial koperasi dalam upaya membangun kohesi kelompok. Hal ini penting dalam upaya melakukan pemberdayaan yang bersifat '*bottom up*'.

Kajian Isu-Isu Aktual tentang Perkoperasian

Untuk mengembangkan ekonomi koperasi yang sejalan dengan ekonomi kerakyatan, memerlukan masukan-masukan sebagai instrumen untuk menyusun hasil kajian baik dalam memperbaiki kebijakan yang telah ada maupun implementasi strategi pengembangan kelembagaan dan usaha produk unggulan yang memiliki daya saing termasuk menumbuhkan semangat gotong-royong yang mampu mensinergikan nilai-nilai yang ada jati diri koperasi dan menumbuhkan partisipasi kesadaran anggota secara proaktif dan demokratis.

Hal ini ada kaitannya dengan isu-isu atau masalah yang lalu, masalah yang sedang dihadapi dan masalah yang diperkirakan akan terjadi baik secara internal maupun eksternal, karena gerakan koperasi dihadapkan pada lingkungan yang dinamis, sehingga kadang-kadang muncul isu-isu tertentu yang perlu segera diantisipasi dan untuk itu perlu dibuat kajian. Dalam diskusi perlu diarahkan agar mencakup aspek 5W + 1 H, harus dapat menjawab how (bagaimana) kejadian yang dihadapi oleh koperasi baik secara internal maupun eksternal.

Tujuan dari kajian ini adalah (1) untuk memberikan masukan dan tanggapan terhadap isu-isu strategis; (2) untuk melakukan pengkajian dan tindakan strategis dalam pengembangan pengembangan perkoperasian.

Kegiatan ini berupa diskusi mengkaji isu strategis tentang perkoperasian, dimana data/informasi yang dikaji sangat penting, datanya valid, actual, factual, *reliable*, dan lingkupnya luas dalam arti menyangkut hajat hidup orang banyak serta aktual yaitu isu yang benar-benar terjadi yang efeknya pada koperasi, anggota dan masyarakat. Dilaksanakan secara terintegrasi (terpadu) dengan unit/instansi lain, misalnya Deputi Bidang Kelembagaan dan deputi-deputi lain termasuk kerjasama dengan perguruan tinggi. Untuk menunjang kajian ini dilakukan survey ke-10 provinsi yaitu Kalimantan Timur, Bengkulu, Bali, Nusa Tenggara Timur, Sumatera Utara, Kalimantan Tengah, Sulawesi Tenggara, Riau, Jawa Tengah, dan Bangka Belitung.

Hasil kegiatan ini berupa hasil kajian dan rekomendasi antara lain :

1. Kemungkinan Penerapan *One Tambon One Product* (OTOP) dalam Pengembangan Usaha UKMK;
2. *Fact finding* performa koperasi dan UMKM terkait RPJM dan Renstra Kemeneg Kop dan UKM;
3. Pengembangan Dana Stabilisasi (*Fund Stabilization*) di KSP dan USP;
4. Pengaruh Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak (BBM) terhadap Perkembangan KUKM.

Kemungkinan Penerapan *One Tambon One Product* (OTOP) dalam Pengembangan Usaha UKMK

One Tambon One Product (OTOP) pada dasarnya adalah suatu konsep atau program untuk menghasilkan satu jenis **komoditas atau produk unggulan yang berada dalam suatu kawasan tertentu**. Pengertian **kawasan dalam hal ini bisa meliputi suatu areal wilayah** dengan luasan tertentu seperti wilayah kecamatan (*tambon*). Program OTOP di Thailand pertama kali diperkenalkan oleh Perdana Menteri Thaksin Shinawatra dengan mengadopsi konsep *One Village One Product* (OVOP) yang berhasil diterapkan di Jepang.

Program OTOP diluncurkan supaya semua masyarakat di seluruh pelosok negeri dapat memperoleh manfaatnya. Terutama untuk mendapatkan nilai tambah (*added value*) melalui perbaikan mutu dan penampilan. Misi ini dikembangkan berlandaskan tiga filosofis yaitu : (1) merupakan produk lokal yang mengglobal, (2) menghasilkan produk atas kreativitas dan dengan kemampuan sendiri, serta (3) sekaligus mengembangkan kemampuan sumberdaya manusia. Secara perlahan tetapi pasti produk-produk baru akan bermunculan dan produk lama hadir dalam wajah baru. Satu tambon ternyata bisa menghasilkan sejumlah produk unggulan.

Keberhasilan yang dicapai Pemerintah Thailand melalui program OTOP diharapkan menjadi pendorong bagi Pemerintah Indonesia untuk mengadopsi OTOP di Indonesia. Berkenaan dengan ini ketika Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tahun 2005 berkunjung ke Thailand telah menugaskan Menteri Pertanian dan Menteri Negara BUMN untuk mendalami program OTOP.

Kajian ini dilakukan melalui serangkaian kegiatan berupa studi pustaka, diskusi/temu pakar, diskusi-diskusi dengan para pemangku kepentingan dan observasi lapangan.

Beberapa kunci keberhasilan Program OTOP antara lain : (1) **Kesesuaian potensi sumberdaya alam, (2) SDM yang mempunyai keterampilan, etos kerja dan semangat kerjasama, (3) Peluang pasar, (4) dukungan permodalan yang memadai, (5) dukungan teknologi yang tepat guna seperti pemanfaatan sumberdaya teknologi informasi, (6) dukungan dan koordinasi yang solid diantara institusi Pemerintah**. Faktor lain penunjang keberhasilan Program OTOP antara lain : (1) **adanya konsistensi pembangunan secara bertahap, (2) adanya konsistensi pembangunan secara bertahap, (3) Terjalannya koordinasi yang baik diantara para pelaku pembangunan, (4) adanya *Patron Client* yaitu Raja Thailand sebagai rujukan**.

Jenis produk unggulan yang telah berhasil dikembangkan melalui program OTOP oleh produsen/petani Thailand, sementara ini terdiri atas enam kelompok besar antara lain : (1) makanan, (2) tekstil, bahan kain dan pakaian, (3) kerajinan tangan dan

souvenirs, (4) minuman, (5) hiasan (ornament), (6) tanaman obat/rempah dengan tidak kurang dari 10 macam produk dalam setiap kelompok. Sebagian besar produk juga telah memiliki segmen dan pangsa pasar tersendiri, baik di dalam maupun di luar negeri. Sumber bahan baku, mayoritas berasal dari sektor pertanian dan untuk produk tertentu dikombinasikan dengan bahan baku dari sektor lain. Meskipun demikian, ciri khas produk tetap dipertahankan dan melibatkan pengusaha-pengusaha kecil dan menengah yang berasal dari pedesaan setempat.

Di Thailand, setiap tahun digelar suatu **event promotion** yang dikombinasikan dengan **OTOP Production Award** untuk mempromosikan produk pertanian dan produk **Small Medium Industry**. Produk unggulan yang layak ekspor dimasukkan kedalam kategori bintang empat atau lima sedangkan produk dengan kategori rendah (bintang satu sampai empat) dipasarkan didalam negeri. Untuk meraih salah satu kategori bintang, setiap produk wajib melalui sejumlah uji kriteria.

Hasil diskusi menunjukkan ada tiga prinsip utama dalam konsep OTOP yang sesungguhnya bisa diterapkan pada komoditas apapun di Indonesia. Namun yang pasti bahwa konsep OTOP ini justru berbasis kepada UKM dan koperasi. Ada **tiga prinsip dasar yang harus** dipenuhi yaitu : (1) produk komoditas **yang berbasis sumberdaya lokal** namun berdaya saing global (*Loccally originated but globally competetive*), (2) **usaha mandiri dengan** kreativitas dan inovasi yang terus menerus, (3) munculnya proses pengembangan **sumberdaya manusia** (*human resources development*), (4) aspek penting dari implementasi konsep ini adalah adanya usaha untuk menciptakan produk yang memiliki daya saing dan keunggulan dalam **pasar** yang luas, meskipun produknya berbasis sumberdaya lokal.

Dari aspek kelembagaan, replikasi program OTOP nampaknya dapat dikaitkan dengan program sentra bisnis yang saat ini telah dikembangkan di banyak daerah. Sentra adalah pusat kegiatan di kawasan/lokasi tertentu dimana terdapat UKM yang menggunakan bahan baku/sarana yang sama, menghasilkan produk yang sama/sejenis serta memiliki prospek untuk dikembangkan menjadi klaster. Program sentra bisnis KUKM telah dipromosikan sejak tahun 2000 dan hingga tahun 2005 tercatat 1056 unit sentra di berbagai daerah. Dengan demikian bisnis KUKM yang ada saat ini sengan segala keterbatasannya merupakan asset nasional yan perlu ditumbuhkembangkan di masa mendatang. Sentra dapat lebih diarahkan kepada pemilihan dan penetapan **komoditas unggulan**, termasuk produk unggulan industri rumah tangga yang menggunakan bahan dasar lokal. Pola pembinaan yang sudah berlangsung di sentra melalui kelompok-kelompok usaha kecil dan menengah dapat menjadi pintu masuk dengan model pengembangan usaha melalui OTOP. Sementara ini terdapat beberapa komoditas yang prospek pasar dan daya saing di pasar global seperti : (1) sentra kerajinan, (2) sentra pertanian, (3) sentra perikanan. Untuk replikasi OTOP tersebut betapa pentingnya peranan sentra, di bawah ini digambarkan suatu pola tentang peranan sentra dalam pengembangan OTOP tersebut.

Strategi yang perlu dilakukan untuk menerapkan OTOP di Indonesia antara lain : (1) **Memilih komoditi unggulan yang turun temurun, (2) Memperkuat Fungsi Koperasi, (3) Meningkatkan SDM, (4) Mempersiapkan pasar, (5) Mempersiapkan modal, (6) Mempersiapkan teknologi.** Calon lokasi penerapan ditetapkan melalui sentra yang bergerak di sentra pertanian, perkebunan, dan sentra industri dan kerajinan. Dimana penetapan ini dilakukan dengan pertimbangan tidak semua daerah mempunyai Agro industri maka sentra industri kerajinan yang mewakilinya. Dukungan yang diperlukan dalam pengembangan OTOP di Indonesia antara lain : (1) **adanya Petunjuk Teknis (Juknis) dari Kementerian Negara Koperasi dan UKM dan instansi lainnya, (2) adanya peta detail kegiatan masing-masing sentra lokasi OTOP, (3) adanya pembiayaan, (4) adanya organisasi pelaksana.**

Rekomendasi : (1) Kajian dan identifikasi potensi produksi dan pasar dari produk-produk sentra UKM yang telah ada; (2) Penerapan pola OTOP ini dapat dirintis dengan basis sentra UKM yang sudah ada di lapangan; (3) Penamaan program OTOP di Indonesia yang dikembangkan sesuai luasan kawasan tertentu diusulkan menjadi Satu Kawasan Satu Produk (SAKASPRO). Intensitas pilot project ditekankan pada produk pertanian dan hasil industri yang dikembangkan melalui sentra; (4) Kajian yang lebih detail pada aspek-aspek kelembagaan, bisnis dan aspek tenaga kerja.

Pengembangan Dana Stabilisasi (*Fund Stabilization*) di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) dan Unit Simpan Pinjam (USP)

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, bahwa sumber permodalan koperasi terdiri dari : **(1) modal sendiri** berasal dari : (a) simpanan pokok, (b) simpanan wajib, (c) dana cadangan, dan (d) hibah, **(2) modal pinjaman** yang berasal dari : (a) anggota, (b) koperasi lainnya, (c) bank dan lembaga keuangan lainnya, (d) penerbit obligasi dan surat hutang lainnya, (e) sumber lain yang sah. Sesuai pasal 17 ayat (1) pada PP Nomor 9 Tahun 1999 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam (USP) oleh Koperasi, Koperasi Simpan Pinjam (KSP) dapat menghimpun modal dari : (a) anggota, (b) koperasi lainnya atau anggota, (c) bank dan lembaga keuangan lainnya, (d) **penerbitan obligasi** dan surat hutang lainnya, (e) sumber lain yang sah. Kegiatan KSP/USP dapat menghimpun simpanan koperasi berjangka dalam tabungan koperasi oleh anggota dan calon anggotanya, koperasi lain dan atau anggotanya.

Mengingat status anggota bebas keluar masuk koperasi (*voluntry*), unsur kepercayaan, keamanan, kepastian dan manfaat menjadi faktor penentu bagi anggota. Jika anggota tidak percaya pada koperasi (terjadi *rush*), otomatis hak-haknya harus dikembalikan misalnya simpanan wajib dan simpanan lainnya (simpanan sukarela), termasuk dana pinjaman dari anggota dan modal koperasi akan berkurang dan lebih bermasalah jika koperasinya tidak mampu mengembalikan haknya anggota. Masalah simpanan anggota di koperasi menarik untuk didiskusikan secara mendalam, sedangkan simpanan bagi nasabah/masyarakat yang menyimpan di bank dalam bentuk giro, tabungan dan deposito ada jaminan, jelas keamanannya, yaitu dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) yang nilainya maksimal Rp. 100 juta.

Jika simpanan anggota di koperasi ada jaminan kepastian dan keamanan seperti halnya LPS tersebut, maka diharapkan tingkat kepercayaan anggota terhadap koperasi akan lebih meningkat dan akan lebih cepat dalam memobilisasi dana anggota, dalam hal ini fungsi bank dan KSP/USP dalam memobilisasi dana anggota ada **kesamaan yaitu sebagai lembaga intermediary dan bergerak dalam bisnis uang**.

Di masa mendatang pembangunan koperasi (KSP/USP) akan bergeser, yang selama ini terkenal sebagai lembaga yang mengharapkan modal dari bantuan

Pemerintah (ketergantungan tinggi), maka perlu digeser menjadi lembaga yang mampu menggali sumber dana dari anggota koperasi sehingga perlu dilakukan kajian tentang pola penjaminan dana simpanan anggota dalam koperasi (KSP/USP).

Kajian ini dilakukan melalui serangkaian kegiatan berupa studi pustaka, diskusi/temu pakar, diskusi-diskusi dengan para pemangku kepentingan dan observasi lapangan.

Dana stabilisasi adalah suatu sistem **penjaminan yang direncanakan** untuk memberikan kepastian, kejelasan dan keamanan suatu simpanan anggota, calon anggota, koperasi dan anggotanya yang ditempatkan pada suatu koperasi baik berupa simpanan koperasi berjangka dan tabungan koperasi pada periode tertentu. Pada dasarnya dana stabilisasi ini adalah **bagaimana memberikan jaminan atas uang simpanan** para anggota sehingga jika terjadi wanprestasi, maka para anggota koperasi merasa tidak panik.

Jika dikembangkan dana stabilisasi ini akan diperoleh beberapa manfaat antara lain : (1) **Meningkatkan tingkat kepercayaan anggota**, (2) **Adanya kepastian dan keamanan**, (3) **Memobilisasi dana masyarakat**, (4) **Koperasi merupakan instrumen dalam pemupukan modal**, (5) **Permudah Pertimbangan dalam Pembentukan Koperasi**.

Persyaratan KSP/USP dalam dana stabilisasi ini antara lain : (1) **KSP/USP harus sehat dan memiliki manajemen keuangan yang baik**. (2) **KSP/USP harus membangun jaringan keuangan (interlanding)**. (3) **Rasio keuangan terjamin**, (4) **Membangun jaringan sistem informasi**. (5) **Sistem kontrol yang baik**.

Untuk mengamankan simpanan anggota koperasi/nasabah dapat ditinjau dari dua aspek yaitu **menghadapi non resiko dan aspek menghadapi resiko**.

1. Skenario menghadapi Non Resiko

KSP/USP dalam mengelola bisnis uang dihadapkan pada permodalan yang terbatas, rentabilitas yang rendah, likuiditas yang rendah dan solvabilitas yang rendah, oleh karena itu diperlukan manajemen yang profesional, sehingga KSP/USP mampu mengelola bisnis uang yang baik.

2. Skenario Menghadapi Resiko antara lain dengan : (1) Model Jaminan Asuransi; (2) Model Koperasi Sekunder dari KSP/USP Secara Berjenjang, (2) Memperluas Fungsi Lembaga yang Sudah Ada, (3) Perluasan Fungsi

Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), (4) Membentuk Lembaga Penjamin Khusus Simpanan Koperasi.

Pengembangan Dana Stabilisasi di KSP/USP dapat diperoleh dari : (1) **Penyisihan Dana Dari Dana Bergulir, (2) Penyediaan dari Dana APBN, dan (3) Swadaya Koperasi.**

***Fact Finding* Performa Koperasi dan UMKM Terkait RPJM dan Renstra Kementerian Negara Koperasi dan UKM**

Setelah masa pemerintahan Kabinet Indonesia Bersatu (KIB) berjalan lebih dari dua tahun diharapkan arah pembangunan KUKM *still on the right track* sesuai dengan RPJM dan Renstra. Meskipun baru berjalan pada tahun ketiga, tapi tidak ada salahnya sembari berjalan dilakukan juga kajian evaluatif atas realisasi pencapaian sasaran RPJM. Sehubungan dengan hal ini masih belum terungkap sampai seberapa jauh sasaran RPJM dan Renstra tercapai setelah Kementerian KUKM melaksanakan kebijakan dan program terkait dengan RPJM dan Renstra tersebut. Bagaimana kondisi empirik dari pencapaian sasaran tersebut. Oleh karena itu, diperlukan suatu upaya spesifik untuk memperoleh jawaban atas permasalahan mendasar tersebut.

Tujuan kegiatan untuk mengetahui sejauhmana perkembangan KUKM terkait dengan indikator sasaran RPJM terutama yang berhubungan dengan perubahan produktifitas KUKM, dan perubahan kualitas kelembagaan koperasi. Sedangkan manfaat kegiatan adalah (1) sebagai bahan masukan untuk pengambilan kebijakan pada masa yang akan datang di bidang pemberdayaan KUKM; (2) memotivasi aparatur Kementerian Negara KUKM dan aparatur daerah serta pemangku kepentingan dalam mencapai sasaran pembangunan KUKM.

Penelitian ini dilaksanakan di tiga propinsi yaitu Sumatera Selatan, Jawa Tengah dan Bali dengan tiga kabupaten sampel yaitu Ogan Komering Ulu (OKU), Klaten dan Badung. Namun dalam pelaksanaannya terdapat sampel yang sulit didapatkan datanya jika hanya satu kabupaten seperti usaha menengah, sehingga terdapat sampel yang lokasinya di dua kabupaten tetangga seperti OKU dan OKUT (Ogan Komering Ulu Timur) serta Badung dan Denpasar (khusus analisis produktivitas). Secara umum, kajian ini menggunakan metode analisis deskriptif untuk menguraikan fenomena yang ditemukan baik berdasarkan hasil data primer maupun data sekunder.

Kesimpulan yang diperoleh antara lain :

1. Pertumbuhan jumlah dunia usaha selama tahun 2004-2006 meningkat. Koperasi adalah badan usaha yang paling tinggi pertumbuhannya, termasuk pertumbuhan koperasi aktif, dibandingkan PT dan badan usaha lainnya. Khusus koperasi aktif, koperasi yang bertahan dan berkembang adalah koperasi

- yang tahun berdirinya antara tahun 1999-2004. Artinya, koperasi yang dapat bertahan adalah koperasi yang berdiri pada era reformasi.
2. Persepsi pemangku kepentingan terhadap program koperasi berkualitas sangat positif. Sebagian besar pemangku kepentingan menyatakan bahwa terjadi penguatan kelembagaan koperasi. Hanya aspek kualitas manajer yang belum menunjukkan kualitas yang baik.
 3. Perkembangan produktifitas KUMKM selama **tahun 2004-2006 naik**. Dari sisi produktifitas nominal, pertumbuhan produktifitas KUMKM lebih besar dari **10 persen**. Pertumbuhan produktifitas ini telah sejalan dengan **Renstra Kemenneg KUKM**. Oleh karena itu performa pembangunan KUMKM telah mencapai target perencanaan pembangunan nasional.
 4. Dari **sisi badan usaha, produktifitas nominal tertinggi** dicapai oleh usaha menengah, disusul oleh koperasi, usaha mikro dan usaha kecil.
 5. Dari sisi porsi produktifitas terhadap output, tingkatnya **masih rendah**, rata-rata **sebesar 29%**. Ditinjau dari sisi **produktifitas relatif** terhadap output, tingkat produktifitas relatif **usaha mikro adalah yang paling tinggi**, disusul oleh **koperasi, usaha kecil dan usaha menengah**.
 6. Tingkat produktifitas **KUMKM di Kabupaten OKU dan OKUT menunjukkan performa yang terbaik**, karena mampu mencapai lebih dari **40 persen**, sementara performa KUMKM di Kabupaten Klaten, Kabupaten Badung dan Kota Denpasar menunjukkan porsi peran produktifitas di bawah rata-rata dari sampel tersebut.
 7. Pertumbuhan produktifitas relatif yang cenderung meningkat **terjadi pada usaha mikro** dan usaha menengah, sedangkan koperasi dan usaha kecil **fluktuatif**.

Adapun rekomendasi dari kajian ini antara lain :

1. Kajian ini masih merupakan upaya awal untuk mengungkapkan performa KUMKM yang diselenggarakan secara terbatas pada daerah sampel (Kabupaten OKU, Klaten dan Badung). Meskipun masih dalam format dan lingkup yang terbatas, kajian sebaiknya tetap dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan dan program, terutama menyangkut evaluasi atas pencapaian target sesuai Renstra Kemenneg KUKM 2005-2009.

2. Sehubungan dengan hasil kajian dimaksud kiranya Kemeneg KUKM, khususnya para pejabat eselon I, dapat memberikan perhatian lebih serius atas hasil kajian ini agar outcome Kemeneg KUKM dapat diketahui **ketika periode Kabinet Indonesia Bersatu dapat menyelesaikan tugasnya.**
3. Kajian ini baru **mengangkat beberapa sampel koperasi dan UMKM dan provinsi.** Untuk mengetahui **secara komprehensif bagaimana mencapai sasaran** Renstra Kemeneg KUKM selama masa/periode Kabinet Indonesia Bersatu, maka perlu dilakukan kajian lebih luas untuk seluruh propinsi atau paling tidak 75% dari propinsi yang ada.
4. Untuk mengevaluasi kinerja (performa) pembangunan KUKM sebaiknya menggunakan nilai produktivitas nominal, mengingat dalam Renstra Kemeneg KUKM tidak dijelaskan secara mendetail.

Kajian Komunikasi Program Pemberdayaan Koperasi dan UKM

Berbagai upaya telah dan terus dilakukan pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satunya melalui program-program Kredit Usaha Mikro yang digulirkan Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Namun, sejauh ini upaya tersebut masih menemui sejumlah hambatan dan tantangan. Salah satunya adalah masalah bagaimana mengkomunikasikan program-program tersebut ke masyarakat dan stakeholder.

Kajian komunikasi yang dilakukan oleh sejumlah peneliti Laboratorium Sosiologi FISIP-UI ini bertujuan untuk meneliti bagaimana pola komunikasi yang selama ini berlangsung dalam sosialisasi program-program UKM. Di akhir riset, penelitian ini diharapkan mampu merumuskan pola komunikasi yang efektif dan strategis, yang mampu mengajak semua lapisan masyarakat untuk berupaya maksimal meningkatkan kesejahteraan keluarga.

Dua hal yang menjadi perhatian adalah : komunikasi di tingkat makro yaitu komunikasi usaha-usaha pemberdayaan dalam konteks perencanaan nasional, regional dan local. Yang kedua adalah komunikasi di tingkat mikro yang berhubungan langsung dengan dunia bisnis. Di tingkat mikro ini, upaya-upaya komunikasi ditujukan untuk mengembangkan jiwa entrepreneurship dan meningkatkan kualitas manajemen.

Selama ini mayoritas pengusaha UKM lebih cenderung meminta bantuan ke pemerintah, khususnya permodalan. Mereka tidak melihat bahwa kerangka berfikir mereka seharusnya diubah dulu menjadi *market oriented* atau berbasis pasar. Namun, diperlukan suatu strategi komunikasi yang mampu mengubah perilaku mereka menjadi berbasis pasar.

Temuan yang menarik dalam kajian ini adalah perbedaan pola-pola komunikasi di setiap tingkatan. Di jajaran birokrat pusat dan pemerintah daerah, saluran komunikasi yang digunakan ternyata masih sangat konvensional yaitu melalui rapat-rapat rutin dengan frekuensi tidak tentu. Kondisi ini semakin buruk karena semakin ke daerah di luar Pulau Jawa semakin kecil frekuensi rapat terkait sosialisasi program, yaitu hanya 1-2 kali dalam setahun.

Sementara itu, di tingkat koperasi pola komunikasi hanya melalui pengurus koperasi yaitu sebesar 86,5%. Sisanya dilakukan sesama teman (9,5%), oleh tokoh masyarakat (2,7%), dan pejabat pemerintah (dinas koperasi) sebesar 1,4%. Berdasarkan hasil penelitian, cukup seringnya pergantian pejabat pemerintah (dalam

hal ini dinas koperasi) dan kurang kompetennya pejabat dalam bidang koperasi merupakan kendala dalam proses komunikasi program. Mengenai peran tokoh masyarakat, seharusnya mereka lebih efektif dalam mendorong program UMKM di tingkat komunitas. Menindaklanjuti hal tersebut, mayoritas anggota koperasi menginginkan pejabat pemerintah pusat yang mengkomunikasikan dan mensosialisasikan program langsung ke lapangan (56%)

Saluran media yang digunakan juga masih sangat konvensional, yaitu lebih banyak tatap muka secara lisan (75,7%). Sisanya dilakukan melalui surat undangan (9,5%), brosur/leaflet/fotocopy masing-masing sebesar 5,4%, media cetak (2,7%) dan melalui papan pengumuman (1,4%). Inovasi penggunaan saluran media elektronik dan cetak masih sangat terbatas, padahal saluran media ini terbukti memiliki kekuatan tersendiri.

Dengan model komunikasi seperti tersebut, tidak mengherankan jika studi ini menemukan, mayoritas responden (73%) tidak mengetahui mekanisme program yang dilakukan oleh pemerintah. Oleh sebab itu 70% anggota yang menjadi responden mengharapkan adanya perbaikan dalam pola komunikasi program. Sebanyak 30% lainnya menganggap tidak perlu. Temuan ini dapat dijadikan dasar bagi Kementerian Negara Koperasi dan UKM untuk mengambil langkah-langkah strategis merancang komunikasi sosial yang efektif mulai di tingkat pusat, pemerintah daerah, sampai ke anggota koperasi.

Sejumlah rekomendasi yang berhasil disimpulkan dalam riset ini diantaranya : menerapkan bentuk-bentuk pola komunikasi lisan yang lebih interaktif dalam bentuk diskusi dua arah dengan frekuensi yang lebih sering. Untuk menyampaikan program sebaiknya digunakan tokoh formal maupun informal sesuai dengan karakter social masyarakat setempat. Selain itu, Pemerintah juga dituntut lebih inovatif, misalnya dengan mengundang pengusaha UMKM yang berhasil sebagai komunikator di berbagai tingkat baik propinsi, pemerintah daerah, maupun di tingkat anggota koperasi.

Tidak kalah pentingnya adalah upaya nyata agar komunikasi program dilakukan lebih transparan dan akuntabel, karena ini akan meningkatkan citra Kementerian Negara Koperasi. Hasil penelitian menunjukkan, selama ini penerima dana bantuan hampir tidak mengetahui bahwa dana yang mereka peroleh berasal dari dana pemerintah melalui Anggaran Kementerian Negara Koperasi dan UKM.

Pola komunikasi yang tidak terukut dan terarah juga menjadi penyebab mengapa program bantuan sering jatuh ke tangan orang-orang yang sama. Masalahnya adalah informasi program tersebut hanya berputar pada orang atau kelompok tertentu sehingga lumrah jika penerima kredit pada akhirnya hanya

pengusaha yang itu-itu saja. Karena itu, perbaikan dan terobosan pada pola-pola komunikasi mutlak diperlukan untuk mendorong kemajuan UMKM yang selama ini masih berjalan lamban.

-oOo-