

Model Koperasi Wanita Hebat

Sutikno, S.Pd., M.Pd., Ph.D
Dr. H. KRT. Hardi Mulyono K Surbakti, S.E., M.AP
Dr. Leni Handayani, S.P., M.Si
Dr. Anggia Sari Lubis, S.E., M.Si
Farida Yani, S.P., M.P

MODEL KOPERASI WANITA HEBAT



Sutikno, S.Pd., M.Pd., Ph.D
Dr. H. KRT. Hardi Mulyono K Surbakti, S.E., M.AP
Dr. Leni Handayani, S.P., M.Si
Dr. Anggia Sari Lubis, S.E., M.Si
Farida Yani, S.P., M.P

Pada saat ini koperasi sudah menjadi salah satu unit atau organisasi resmi yang dapat membantu masyarakat dengan tarif ekonomi lemah. Hadirnya koperasi pemberdayaan wanita diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian keluarga menengah kebawah. Model koperasi pemberdayaan Wanita ini diberi brand WH (Wanita Hebat). Koperasi WH ini terbentuk dari pengamatan yang dilakukan di 3 Koperasi yang terletak di 3 Daerah. (Medan, Deli Serdang dan Serdang Bedagai). Dari pengamatan yang dilakukan tim terhadap koperasi yang berada di daerah Medan bahwa pemberdayaan wanita di unit atau organisasi koperasi tidak difungsikan secara optimal dalam pengembangan perekonomian keluarga di daerah tersebut, hal ini terlihat dari perekonomian anggota koperasi di daerah sekitar koperasi tersebut masih dikategorikan lemah dan belum memiliki dampak yang positif. Model Koperasi Wanita Hebat atau WH ini berbeda dengan koperasi lainnya yang lebih berorientasi pada simpan pinjam. Model Koperasi WH dibentuk bukan hanya sekedar memberikan pinjaman kepada anggotanya namun pinjaman yang diberikan kepada anggota terutama kaum wanita akan dilakukan pendampingan agar pinjaman tersebut dapat digunakan untuk pengembangan UMKM yang produktif dan bernilai ekonomis dan akan dilakukan progress berkala untuk melihat keberhasilannya. Oleh karena itu perlu dilakukan beberapa hal : 1) Perlu nya standarisasi terhadap kualitas manajemen pengelolaan usaha bagi Koperasi Wanita dalam bentuk UMKM. 2) Perlu nya membuat peningkatan (fundings) di masyarakat khususnya bagi wanita dalam menulang ekonomi keluarga yang berkembang dimasyarakat dapat perlahan berubah dari mencari pekerjaan menjadi pembuat lapangan pekerjaan. 3) Kurangnya kompetensi aparaturne pmbina Koperasi Wanita dalam bentuk UMKM disebabkan kurangnya pelatihan bagi anggota koperasi wanita. Dalam upaya peningkatan taraf hidup masyarakat, pola pemberdayaan yang tepat sasaran sangat diperlukan, bentuk yang tepat adalah dengan memberikan kemudahan dan kesempatan kepada koperasi wanita dalam membentuk UMKM untuk meningkatkan ekonomi keluarga.

ISBN 978-623-09-3904-4



9 786230 939044

AFA
PUSTAKA
REKREASI BUKU

Sutikno, S.Pd., M.Pd., Ph.D

Dr. H. KRT. Hardi Mulyono K Surbakti, S.E., M.AP

Dr. Leni Handayani, S.P., M.Si

Dr. Anggia Sari Lubis, S.E., M.Si

Farida Yani, S.P., M.P

Model Koperasi
Wanita Hebat



Model Koperasi Wanita Hebat

Copyright © CV. Alfa Pustaka, 2023

Penulis:

Sutikno, S.Pd., M.Pd., Ph.D

Dr. H. KRT. Hardi Mulyono K Surbakti, S.E., M.AP

Dr. Leni Handayani, S.P., M.Si

Dr. Anggia Sari Lubis, S.E., M.Si

Farida Yani, S.P., M.P

ISBN: 978-623-09-3904-4

Editor:

Sutikno, S.Pd., M.Pd., Ph.D

Penyunting:

Rahmat Huda, S.Pd., M.Hum.

Desain Sampul dan Tata Letak:

Sutikno, dkk.

Penerbit:

CV. Alfa Pustaka

Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI)

No. KTA 079/SUT/2023

Redaksi:

Jl. Rajainal Siregar, Perumahan RCM Blok D No. 11

Kel. Batunadua Jae, Kec. Padangsidimpuan Batunadua,

Kota Padangsidimpuan, Prov. Sumatera Utara, 22733

Website : <https://alfapustaka.id>

Email : alfapustaka23@gmail.com

FB/IG/Twitter: alfa_pustaka

WhatsApp : +62 822 4296 2963

v, 68 halaman; 13,5 x 20 cm

Cetakan ke-1, Mei 2023

Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit maupun penulis.

KATA PENGANTAR

Buku ini diharapkan agar para kaum wanita dapat meningkatkan perekonomian keluarga melalui kegiatan koperasi. Dimana pada saat ini koperasi sudah menjadi salah satu unit atau organisasi resmi yang dapat membantu masyarakat dengan taraf ekonomi lemah. Hadirnya koperasi pemberdayaan wanita diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian keluarga menengah ke bawah.

Model koperasi pemberdayaan Wanita ini diberi brand WH (Wanita Hebat). Koperasi WH ini terbentuk dari pengamatan yang dilakukan di 3 Koperasi yang terletak di 3 Daerah, (Medan, Deli Serdang dan Serdang Bedagai). Dari pengamatan yang dilakukan tim terhadap koperasi yang berada di daerah Medan bahwa pemberdayaan wanita di unit atau organisasi koperasi tidak difungsikan secara optimal dalam pengembangan perekonomian keluarga di daerah tersebut. Hal ini terlihat dari perekonomian anggota koperasi di daerah sekitar koperasi tersebut masih dikategorikan lemah dan belum memiliki dampak yang positif.

Model Koperasi Wanita Hebat atau WH ini berbeda dengan koperasi lainnya yang lebih berorientasi pada simpan pinjam. Model Koperasi WH dibentuk bukan hanya sekedar memberikan pinjaman kepada anggotanya namun pinjaman yang diberikan kepada anggota terutama kaum wanita akan dilakukan pendampingan agar pinjaman tersebut dapat digunakan untuk pengembangan UMKM yang produktif dan bernilai ekonomis dan akan dilakukan progres berkala untuk melihat keberhasilannya.

Oleh karena itu perlu dilakukan beberapa hal yaitu: 1) Perlunya standarisasi terhadap kualitas manajemen pengelolaan usaha bagi Koperasi Wanita dalam bentuk UMKM. 2) Perlunya mengubah pemikiran (*mindset*) di masyarakat khususnya bagi wanita dalam menunjang ekonomi keluarga yang berkembang di masyarakat dapat perlahan berubah dari mencari pekerjaan menjadi pembuat lapangan pekerjaan. 3) Kurangnya kompetensi aparatur pembina Koperasi Wanita dalam bentuk UMKM disebabkan kurangnya pelatihan bagi anggota koperasi wanita. Dalam upaya peningkatan taraf hidup masyarakat, pola pemberdayaan yang tepat sasaran sangat diperlukan, bentuk yang tepat adalah dengan memberikan kemudahan dan kesempatan kepada koperasi wanita dalam membentuk UMKM untuk meningkatkan ekonomi keluarga.

Strategi yang dilakukan di tahun ketiga ini dengan memberikan pembinaan dan pengembangan Koperasi Wanita Hebat dalam bentuk UMKM melalui tahapan sebagai berikut: 1. Identifikasi potensi dan masalah yang dihadapi oleh Koperasi Mitra; 2. Penyiapan program pembinaan dan pengembangan sesuai potensi dan masalah yang dihadapi oleh Koperasi Mitra; 3. Pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan Koperasi Wanita dalam bentuk UMKM; 4. Pemantauan dan pengendalian pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan bagi Koperasi Wanita dalam bentuk UMKM; 5. Pendampingan penyelesaian permasalahan yang terjadi bagi Koperasi Wanita dalam bentuk UMKM. Dimana melalui kopersai WH ini diharapkan dapat mensejajarkan wanita sebagai *leadership* dengan kaum lelaki dalam membangun koperasi yang berdampak pada peningkatan

ekonomi keluarga melalui upaya-upaya strategis yang dapat dibangun di koperasi WH diantaranya dengan memberikan pelatihan berupa pengetahuan dalam mengelola koperasi sesuai dengan keadaan zaman dan melakukan inovasi pengembangan koperasi dengan melakukan revitalisasi pengurus dan mendorong kaum wanita untuk lebih aktif dalam koperasi sehingga mampu berkontribusi dalam peningkatan ekonomi keluarga dan menjadikan keluarga sejahtera.

Medan, Juni 2023
Tim Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|----|
| Kata Pengantar | |
| Daftar Isi | |
| Bab I Pendahuluan | |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Identifikasi Permasalahan | 4 |
| C. Tujuan dan Kegunaan Isi Buku | 7 |
| 1. Tujuan | 7 |
| 2. Kegunaan | 8 |
| Bab II Koperasi dan UMKM Indonesia..... | 9 |
| A. Koperasi..... | 9 |
| 1. Pengertian Koperasi..... | 9 |
| 2. Landasan, Asas dan Prinsip Koperasi | 10 |
| 3. Tujuan dan Fungsi Koperasi..... | 15 |
| 4. Permodalan Koperasi..... | 18 |
| 5. Peranan Koperasi dalam Perekonomian Indonesia..... | 19 |
| B. UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) | 22 |
| 1. Konsep UMKM | 22 |
| 2. Peranan UMKM..... | 24 |
| 3. Kekuatan dan Kelemahan UMKM | 24 |
| 4. Masalah UMKM di Indonesia | 27 |
| 5. Langkah Strategis Pengembangan UMKM | 28 |
| C. Ruang Lingkup Pengembangan Koperasi dan UMKM..... | 29 |
| Bab III Pemberdayaan Perempuan dalam Mengembangkan Ekonomi Keluarga | 31 |
| A. Pengertian Pemberdayaan..... | 31 |
| B. Pemberdayaan Perempuan..... | 32 |
| 1. Pemberdayaan Wanita dalam Ekonomi Keluarga..... | 32 |
| 2. Strategi Pemberdayaan Perempuan | 35 |
| 3. Tujuan dari Program Pemberdayaan | |

| | |
|--|----|
| Perempuan melalui <i>Home Industry</i> | 37 |
| 4. Pemberdayaan Perempuan Menurut Ekonomi Islam | 39 |
| Bab IV Model Koperasi Wanita Hebat..... | 44 |
| A. Praktik Empiris Koperasi WH | 46 |
| B. Dasar Sistem Kelembagaan dan Sistem Pengelolaan Koperasi | 48 |
| C. Kualifikasi Koperasi Kebutuhan Masyarakat | 59 |
| D. Jangkauan Arah Kebijakan Koperasi Dan UMKM | 61 |
| E. Dasar Pertimbangan Koperasi dan UMKM..... | 67 |
| Bab V Penutup..... | 68 |
| Daftar Pustaka | 70 |
| Biografi Penulis | 73 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemberdayaan perempuan sangat erat kaitannya dengan pembangunan ekonomi. Di satu sisi pembangunan ekonomi dapat memperbaiki kondisi perempuan dan menurunkan ketimpangan antara laki-laki dan perempuan. Di sisi lain, keterlibatan perempuan dalam ekonomi merupakan salah satu kunci dari pertumbuhan ekonomi. Ketika lebih banyak perempuan yang bekerja, ekonomi akan tumbuh. Kenaikan partisipasi perempuan dalam angkatan kerja akan mengantar pada penurunan kesenjangan antara partisipasi perempuan dan laki-laki dalam angkatan kerja. Hal ini pada gilirannya akan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih cepat. Kementerian pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak telah berinovasi untuk memberdayakan perempuan dan memberikan perlindungan bagi perempuan dan anak.

Keberadaan koperasi di Indonesia yang terdaftar lebih dari memadai untuk menopang gerakan ekonomi kerakyatan. Makna bahwa jika jumlah yang ada memiliki paradigma, ideologi dan spirit koperasi yang sesungguhnya, maka akan menjadi kekuatan besar dan memberikan jaminan bagi keberlangsungan ekonomi yang bertumpu pada semangat menolong diri sendiri dan bekerjasama. Koperasi sendiri adalah wadah kegiatan ekonomi

kerakyatan yang diharapkan mampu memberikan solusi bagi anggotanya dalam memberikan pelayanan, baik dalam kebutuhan simpan pinjam, kebutuhan barang pokok maupun kebutuhan lainnya. Landasan idiil koperasi Indonesia adalah Pancasila. Sedangkan landasan struktural koperasi Indonesia adalah UUD 1945 dan landasan geraknya adalah pasal 33 ayat (1) UUD 1945 beserta penjelasannya. Pasal 33 ayat (1) berbunyi bahwa “perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas azas kekeluargaan”.

Di tahun 2016, salah satu program unggulan yang telah dikumandangkan di seluruh pelosok negeri adalah mencoba untuk mengajak masyarakat untuk peduli dan bergerak bersama dalam usaha mengakhiri kesenjangan akses ekonomi bagi perempuan. Asaolu (2014) berpendapat bahwa koperasi sangat berpotensi menjadi instrumen penting bagi wanita untuk melakukan transformasi sosial, terutama di daerah pedesaan. Apabila koperasi dikelola dengan tepat akan memberikan kekuatan yang besar pada perekonomian bangsa Indonesia terutama melalui partisipasi para wanita di dalamnya. Akan tetapi sebagian besar perempuan di Indonesia belum memahami arti dan keberadaan koperasi saat ini. Sebahagian besar perempuan, khususnya yang tinggal pedesaan tidak mengetahui keberadaan koperasi tersebut atau kurang memahami karakteristik sosial-ekonomi dasar yang menjadi prasyarat untuk berpartisipasi dalam koperasi (Idrisa, et al., 2010).

Saat ini, kuantitas koperasi yang lebih dari memadai ternyata tidak sebanding dengan kontribusi yang telah diberikan, baik dalam konteks meningkatkan kesejahteraan masyarakat maupun terhadap meningkatnya penerimaan negara. Bahkan dalam

beberapa kasus koperasi yang telah ada hingga menjadi ironi bagi model ekonomi berbasis kerakyatan. Situasi ini terjadi karena koperasi mengalami beberapa bentuk penyelewengan. Kondisi inilah yang berpengaruh besar terhadap hancurnya gerakan koperasi dan menjelma menjadi layaknya kongsi biasa. Lebih ironis, koperasi menjadi lahan mencari keuntungan.

Terdapat tiga bentuk kesalahan penyelenggaraan koperasi. Pertama, koperasi mendorong anggotanya sangat giat untuk mendapatkan sisa hasil usaha yang besar di akhir tahun. Caranya, koperasi menjual dengan harga yang mahal kepada anggotanya. Agar anggota tidak membeli di “tempat lain”, maka para anggota diharuskan membeli di koperasi sendiri. Hal ini membawa konsekuensi anggota yang membeli paling sering tentu saja akan memberikan keuntungan yang paling besar bagi koperasi. Jenis koperasi ini hanya akan memupuk egoisme anggotanya.

Kedua, ambiguitas pemahaman dalam menjalankan konsep penjualan. Dalam hal ini, koperasi hanya menjalankan penjualan pada anggotanya sendiri. Sedangkan selain anggota koperasi dilarang untuk membeli. Tindakan ini justru mengecilkan volume penjualan. Jika penjualan kecil, maka akan memberatkan biaya operasional. Langkah yang dilakukan oleh koperasi untuk mengatasi kerugian yakni terpaksa menjual dengan harga mahal barangnya. Kondisi ini akan berbeda jika koperasi menjual kepada non-anggota. Skala penjualan tentu saja menjadi lebih besar sehingga biaya operasional menjadi ringan.

Ketiga, koperasi dibangun untuk mengejar keuntungan. Akibatnya, koperasi tidak ada bedanya dengan perseroan atau perusahaan. Koperasi memang memerlukan keuntungan, namun itu

bukan tujuan utama. Apabila ada keuntungan dari kegiatan koperasi, maka keuntungan itu dipakai sebagai tambahan modal atau dana cadangan. Dengan begitu, koperasi tidak terganggu ketika terdapat anggota yang mundur.

Kurangnya hak sosial, ekonomi dan hukum bagi kaum wanita telah menyebabkan rendahnya partisipasi perempuan dalam pengambilan keputusan dan posisi kepemimpinan dalam koperasi. Sementara kondisi rumah tangga yang serba kekurangan telah memaksa perempuan untuk ikut terjun dalam dunia kerja dan usaha dengan sejumlah faktor juga turut berpengaruh dalam membatasi keterlibatan perempuan di berbagai jenis pekerjaan tertentu yang mereka lakukan. Hampir di sebagian besar koperasi sering kita jumpai dimana jumlah anggota Peningkatan kualitas usaha koperasi didukung melalui pemberian kesempatan berusaha yang seluas-luasnya di segala sektor kegiatan ekonomi, baik di dalam negeri maupun di luar negeri dan penciptaan iklim usaha yang kondusif dan dukungan kemudahan untuk memperoleh permodalan. Selanjutnya usaha peningkatan pembinaan dan pengembangan koperasi & UMKM dapat dilakukan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama, dan dilakukan secara terarah dan terpadu serta berkesinambungan.

B. Identifikasi Permasalahan

Persoalan koperasi saat ini relatif kompleks. Tidak hanya menyangkut aspek bisnis yang dianggap tidak terlalu menguntungkan dengan standar kapital yang terakumulasi tetapi juga manajemen organisasi yang terkesan rumit mengingat

menyangkut banyak orang. Namun demikian, koperasi sebagai model yang dipilih bangsa Indonesia karena dianggap paling cocok dan relevan dengan watak, karakter, dan tradisi ekonomi bangsa harus diberdayakan.

Dari uraian diatas, beberapa hal yang teridentifikasi sebagai masalah yang menjadi titik krusial pemberdayaan koperasi adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan koperasi.

Persoalan minimnya pengetahuan koperasi tidak hanya pada anggota, tetapi juga pengurus, pengelola, dan pihak-pihak terkait. Implikasinya adalah koperasi dipahami secara sempit sebagai misalnya “unit simpan-pinjam”, sambilan para pegawai atau karyawan, dan pemahaman lain yang bertendensi minimalis. Persoalan transformasi pengetahuan koperasi menjadi masalah yang teridentifikasi sebagai penyebab rendahnya kinerja koperasi. Pemberdayaan koperasi akan memperoleh progres positif apabila pengetahuan koperasi tertransformasi secara produktif.

2. Kelembagaan koperasi.

Saat ini, kelembagaan koperasi terstandar dalam 3 (tiga) kamar yang berbeda, yaitu anggota, pengurus, dan pengawas. Namun demikian, pemahaman dan manajemen kelembagaan yang mengasumsikan 3 (tiga) unsur ini bergerak dinamis belum dipahami sepenuhnya oleh pelaku koperasi. Selain itu, unsur penting kelembagaan koperasi seperti rapat anggota tidak ditempatkan sebagai momentum strategis memperbaiki dan meningkatkan kinerja organisasi koperasi.

3. Aspek bisnis koperasi.

Umumnya koperasi saat ini tidak berbeda dengan badan usaha lainnya, yaitu mengejar profit. Sisa Hasil Usaha (SHU) menjadi indikator sebuah koperasi dinilai sukses atau tidak. Strategi bisnis yang diambil adalah menaikkan harga jual sehingga relatif lebih mahal ketimbang badan usaha lainnya. Untuk mengikat pembeli, koperasi kemudian mewajibkan anggota membeli dengan imbalan SHU yang akan diperoleh besar. Kondisi ini menjadi tidak kompetitif. Selain itu, area bisnis koperasi juga relatif terbatas. Pada titik tertentu, koperasi dibiarkan berkompetisi dengan koperasi yang menggunakan standar kepemilikan kapital. Koperasi dianggap tidak layak dan tidak kompetitif.

4. Penyalahgunaan lembaga koperasi.

Kondisi ini terjadi dengan memanfaatkan tingkat kognisi masyarakat bahwa berekonomi yang menguntungkan apabila mendatangkan profit dalam pengertian kapitalistik. Praktik koperasi selama ini dianggap tidak menarik karena menawarkan keuntungan yang tidak konkret. Keberadaan koperasi yang dijamin konstitusi kemudian dimanfaatkan oleh kelompok atau individu tertentu menggunakan lembaga koperasi sebagai alat untuk menyelenggarakan kegiatan ekonomi kapitalistik.

Permasalahan lain bagi Koperasi dan UMKM yaitu: (1) banyaknya usaha koperasi yang berkedok rentenir atau lembaga keuangan ilegal (*online*); (2) koperasi dianggap sebagai shadow

banking; (3) kurangnya kemampuan SDM dalam mengelola organisasi koperasi; (4) terbatasnya jejaring bisnis dan kemitraan bisnis; (5) belum maksimalnya koperasi dikelola sebagai badan hukum yang profesional; (6) masih seringnya terdapat konflik internal dalam organisasi koperasi; (7) mayoritas koperasi belum memanfaatkan teknologi informasi; (8) kurangnya kesadaran pengawasan pelaku koperasi dan UMKM; dan (9) kurangnya peran usaha skala besar dalam mendukung koperasi dan UMKM.

Untuk mengatasi berbagai permasalahan di atas dapat dilakukan dengan proses pembinaan dan pengembangan Koperasi dan UMKM melalui tahapan sebagai berikut:

1. Identifikasi potensi dan masalah yang dihadapi oleh Koperasi dan UMKM;
2. Penyiapan program pembinaan dan pengembangan sesuai potensi dan masalah yang dihadapi oleh Koperasi dan UMKM;
3. Pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan Koperasi dan UMKM;
4. Pemantauan dan pengendalian pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan bagi Koperasi dan UMKM;
5. Pendampingan penyelesaian perselisihan yang dihadapi bagi Koperasi dan UMKM.

C. Tujuan dan Kegunaan Isi Buku

1. Tujuan

- a. Memberikan landasan pemikiran yang objektif dan komprehensif terkait pokok-pokok pikiran tentang Perkoperasian dan UMKM.

- b. Memberikan arah dan ruang lingkup kebijakan dalam peningkatan kelembagaan dan kegiatan Perkoperasian dan UMKM.
- c. Memberikan landasan pemikiran tentang Koperasi dan UMKM sebagai pelaku usaha yang sehat, kredibel, mandiri, dan tangguh melalui penyelenggaraan kegiatan perkoperasian dan UMKM secara efektif dan efisien.

2. Kegunaan

- a. Memberikan landasan pemikiran tentang Koperasi dan UMKM sebagai pelaku usaha yang sehat, kredibel, mandiri, dan tangguh melalui penyelenggaraan kegiatan perkoperasian dan UMKM secara efektif dan efisien.
- b. Sebagai dasar konseptual dalam penyusunan pasal-pasal dan penjelasan Raperda Pemberdayaan Koperasi dan UMKM.
- c. Sebagai Landasan pemikiran bagi anggota DPRD dan Pemerintah dalam pembahasan Raperda Pemberdayaan Koperasi dan UMKM.
- d. Sebagai rujukan bagi semua pihak, DPRD, Pemerintah serta pihak terkait dalam meningkatkan kapasitas dan penguatan kelembagaan Koperasi dan UMKM.

BAB II

KOPERASI DAN UMKM INDONESIA

A. Koperasi

1. Pengertian Koperasi

Koperasi berasal dari bahasa latin “Coopere”, yang dalam bahasa inggris disebut *cooperation*. *Co* berarti bersama dan *operation* berarti bekerja, jadi *cooperation* berarti bekerja sama. Dalam hal ini, kerja sama tersebut dilakukan oleh orang-orang yang mempunyai kepentingan dan tujuan yang sama.

Menurut Kasmir (2010;287), Koperasi merupakan suatu kumpulan dari orang-orang yang mempunyai tujuan atau kepentingan bersama. Jadi koperasi merupakan bentukan dari sekelompok orang yang memiliki tujuan bersama. Kelompok orang inilah yang akan menjadi anggota koperasi yang didirikannya. Pembentukan koperasi berdasarkan asas kekeluargaan dan gotong royong khususnya untuk membantu para anggotanya yang memerlukan bantuan baik berbentuk barang ataupun pinjaman uang.

Sementara itu pada UU koperasi No. 12 tahun 1967 tentang pokok-pokok perkoperasian disebutkan pengertian koperasi yaitu koperasi Indonesia adalah organisasi ekonomi rakyat yang berwatak sosial, beranggotakan orang-orang atau badan-badan hukum koperasi yang merupakan tata susunan ekonomi sebagai usaha bersama berdasarkan atas azas kekeluargaan.

Sedangkan koperasi menurut Undang-Undang No. 25 tahun 1992 adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.⁵ Jadi koperasi memiliki landasan kerja sama yang didasarkan pada kesetaraan hak dan kewajiban. Setiap anggota memiliki hak dan kewajiban yang sama dan harus taat pada keputusan tertinggi yakni rapat anggota.

Menurut Moh.Hatta, Koperasi adalah usaha bersama untuk memperbaiki nasib penghidupan ekonomi berdasarkan tolong menolong. Semangat tolong menolong tersebut didorong oleh keinginan memberi jasa kepada kawan berdasarkan seorang buat semua dan semua buat seorang.”

Bapak Margono Djojohadikoesoemo dalam bukunya yang berjudul “10 tahun koperasi” 1941, mengatakan bahwa : Koperasi ialah perkumpulan manusia seorang-seorang yang dengan sukanya sendiri hendak bekerja sama untuk memajukan ekonominya. Kata-kata yang tersurat dalam definisi tersebut dapat diterangkan sebagai berikut :

- a. Adanya unsur kesukarelaan dalam berkoperasi.
- b. Bahwa dengan bekerja sama itu, manusia akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkan.
- c. Bahwa pendirian dari suatu koperasi mempunyai pertimbangan-pertimbangan ekonomis.

2. Landasan, Asas dan Prinsip Koperasi

Sebagai sarana untuk mencapai masyarakat adil dan makmur, koperasi tidak lepas dari landasan-landasan hukum.

Sebagai landasan berpijaknya koperasi Indonesia adalah Pancasila dan UUD 1945. Landasan hukum koperasi Indonesia sangat lengkap mulai dari landasan idiil, landasan mental, dan landasan struktural. Rincian secara detailnya adalah sebagai berikut :

1. Landasan Idiil

Landasan idiil koperasi adalah pancasila : ketuhanan Yang Maha Esa, kemanusiaan yang adil dan beradab, persatuan Indonesia, kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan, serta keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Kelima sila itu harus dijadikan dasar dalam kehidupan koperasi di Indonesia. Dasar idiil ini harus diamalkan oleh seluruh anggota maupun pengurus koperasi karena pancasila disamping merupakan dasar negara juga sebagai falsafah hidup bangsa dan negara.

2. Landasan Struktural

Landasan struktural koperasi Indonesia adalah Undang-Undang Dasar 1945. Sebagai landasan geraknya adalah pasal 33 ayat (1), Undang-Undang Dasar 1945 serta penjelasannya, menurut pasal 33 ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945 berbunyi : “Perekonomian disusun sebagai usaha bersama atas asas kekeluargaan”. Undang-Undang Dasar 1945 juga menempatkan koperasi pada kedudukan sebagai soko guru perekonomian Indonesia.

3. Landasan Mental

Landasan mental koperasi Indonesia adalah setia kawan dan kesadaran berpribadi. Landasan itu tercermin dari kehidupan bangsa yang telah berbudaya, yaitu gotong royong. Setia kawan merupakan landasan untuk bekerja sama berdasarkan atas asas

kekeluargaan. Kesadaran berpribadi, keinsafan akan harga diri sendiri merupakan hal yang mutlak harus ada dalam rangka meningkatkan derajat kehidupan dan kemakmuran. Kesadaran berpribadi juga merupakan rasa tanggung jawab dan disiplin terhadap segala peraturan hingga koperasi akan terwujud sesuai dengan tujuannya.

Asas merupakan sebuah rasa, karsa untuk hidup dengan mengutamakan tindakan saling tolong menolong diantara sesama manusia berdasarkan ketinggian budi pekerti dan harga diri, serta dengan kesadaran sebagai makhluk pribadi yang harus bergaul dan bekerja sama dengan orang lain (Ansharullah, 2013:24).

Asas koperasi Indonesia adalah kekeluargaan dan kegotong royongan. Dengan berpegang teguh pada azas kekeluargaan dan kegotong royongan sesuai dengan kepribadian Indonesia, ini tidak berarti bahwa koperasi meninggalkan sifat dan syarat-syarat ekonominya. Koperasi Indonesia hendaknya menyadari bahwa didalam dirinya terdapat suatu kepribadian Indonesia sebagai pencerminan dari garis pertumbuhan bangsa Indonesia yang ditentukan oleh kehidupan bangsa Indonesia.

Bagi koperasi asas gotong royong berarti bahwa pada koperasi terdapat kesadaran semangat bekerja sama dan tanggung jawab bersama terhadap karya tanpa memikirkan kepentingan diri sendiri, melainkan selalu untuk kebahagiaan bersama. Sedangkan azas kekeluargaan mencerminkan adanya kesadaran dari hati nurani manusia untuk mengerjakan segala sesuatu dalam koperasi oleh semua dibawah pimpinan pengurus.

Prinsip-prinsip koperasi adalah pedoman bagi koperasi dalam melaksanakan nilai-nilai koperasi dalam praktek. Adapun prinsip yang sering dikemukakan adalah tujuh prinsip koperasi yang dikembangkan oleh koperasi modern pertama yang didirikan tahun 1844 oleh 28 orang pekerja Lancashire di Rochdale.

Prinsip-prinsip tersebut masih menjadi dasar gerakan koperasi internasional, yaitu:

1. Keanggotaan terbuka;
2. Satu anggota, satu suara;
3. Pengembalian (bunga) yang terbatas atas modal;
4. Alokasi sisa usaha sebanding dengan transaksi yang dilakukan anggota;
5. Penjualan tunai;
6. Menekankan pada unsur pendidikan;
7. Netral dalam hal agama dan politik.

(Jochen Ropke, 2003:17)

Prinsip-prinsip Rochdale ini ternyata telah dijadikan contoh dan pedoman bagi prinsip-prinsip ini bagi koperasi diseluruh dunia. Sedangkan prinsip-prinsip koperasi menurut UU No.25 tahun 1992 dan yang berlaku saat ini di Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka

Prinsip ini mengandung pengertian bahwa, seseorang tidak boleh dipaksa untuk menjadi anggota koperasi, namun harus berdasar atas kesadaran sendiri.

2. Pengelolaan dilakukan secara demokrasi

Prinsip pengelolaan secara demokratis didasarkan pada kesamaan hak suara bagi setiap anggota dalam pengelolaan koperasi.

3. Pembagian SHU dilakukan secara adil sesuai dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota

Dalam prinsip ini, SHU yang dibagi kepada anggota tidak berdasarkan modal yang dimiliki anggota dalam koperasinya, tetapi berdasarkan kontribusi jasa usaha yang diberikan anggota kepada koperasinya

4. Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal

Modal dalam koperasi pada dasarnya digunakan untuk melayani anggotanya dan diharapkan mendapat keuntungan. Oleh karena itu, balas jasa terhadap modal yang diberikan kepada para anggota ataupun sebaliknya juga terbatas, tidak didasarkan semata-mata atas besarnya modal yang diberikan.

5. Kemandirian

Kemandirian pada koperasi dimaksudkan bahwa koperasi harus mampu berdiri sendiri dalam hal pengambilan keputusan usaha dan organisasi.

6. Pendidikan Perkoperasian

Inti dari prinsip ini adalah bahwa peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia Koperasi (SDMK) adalah sangat vital dalam memajukan koperasinya.

7. Kerja Sama Antar Koperasi

Prinsip ini sebenarnya lebih bersifat strategi dalam bisnis. Tentunya banyak keuntungan yang diperoleh apabila kerja sama antar koperasi ini berjalan dengan baik.

Diingatkan oleh Bung Hatta bahwa ada 7 prinsip yang dapat dianut suatu koperasi, yaitu meningkatkan produksi, memperbaiki kualitas produksi, mengefisiensikan distribusi, memperbaiki dan mengendalikan harga, menghapuskan pengaruh lintah darat/ijon, menghimpun modal (simpan pinjam) dan memelihara lumbung desa.

Berdasarkan prinsip kerja sama, membuat koperasi berbeda dengan badan usaha lainnya. Hal itu pula yang menjadi salah satu daya tarik bagi koperasi untuk menarik orang-orang menjadi anggotanya. Seperti dikemukakan oleh Dr.C.C Taylor, bahwa ada dua ide dasar yang bersifat sosiologi yang berperan dalam kerja sama :

1. Bahwa orang lebih menyukai hubungan langsung diantaranya sesamanya, maksudnya lebih menyukai hubungan pribadi dari pada hubungan non pribadi.
2. Bahwa orang lebih menyukai hidup bersama yang saling menguntungkan dan damai dari pada persaingan.

Prinsip koperasi merupakan satu kesatuan dan tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan berkoperasi. Dengan melaksanakan keseluruhan prinsip koperasi tersebut, koperasi mewujudkan dirinya sebagai badan usaha sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berwatak sosial.

3. Tujuan dan Fungsi Koperasi

Dalam UU No.25 tahun 1992 tentang Perkoperasian, koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada

khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.¹⁶ Pernyataan ini mengandung arti bahwa, meningkatkan kesejahteraan anggota adalah menjadi program utama koperasi melalui pelayanan usaha. Jadi, pelayanan anggota merupakan prioritas utama dibandingkan dengan masyarakat umum. Dengan demikian, keberhasilan koperasi dalam mencapai tujuannya dapat diukur dari peningkatan kesejahteraan anggota.

Sesuai dengan bentuknya sebagai bangun usaha maka tujuan koperasi adalah mencapai keuntungan yang pada anggota juga tidak bertindak sebagai pemilik, pelanggan dan akan dapat lebih mudah melakukan pengawasan terhadap proses pencapaian tujuan koperasi, sehingga penyimpangan dari tujuan tersebut akan lebih cepat diketahui. Jadi apabila pendapatan riil seseorang atau masyarakat meningkat, maka kesejahteraan ekonomi seseorang atau masyarakat tersebut meningkat pula. Berkaitan dengan jalan pikiran tersebut, maka apabila tujuan koperasi adalah meningkatkan kesejahteraan anggotanya, maka berarti pula tujuan koperasi itu diwujudkan dalam bentuk meningkatnya pendapatan riil para anggotanya. Dari segi tujuannya koperasi terdapat dibagi menjadi tiga yaitu :

1. Koperasi produksi, yaitu koperasi yang mengurus pembuatan barang-barang yang bahan-bahannya dihasilkan oleh anggota koperasi
2. Koperasi konsumsi, yaitu koperasi yang mengurus pembelian barang-barang guna memenuhi kebutuhan anggotanya
3. Koperasi kredit, yaitu koperasi yang memberikan pertolongan kepada anggota-anggotanya yang membutuhkan modal.

(Suhendi, 2002:293)

Menurut Dr.Sukanto Rekso Hadiprodjo, bahwa fungsi koperasi Indonesia itu adalah :

1. Alat perjuangan ekonomi untuk mempertinggi kesejahteraan rakyat
2. Alat pendemokrasian ekonomi sosial
3. Sebagai salah satu urat nadi perekonomian bangsa Indonesia
4. Alat pembinaan insan masyarakat untuk memperkokoh kedudukan ekonomi bangsa Indonesia serta bersatu dalam mengatur tata laksana perekonomian rakyat.

Pada pelaksanaannya, koperasi mempunyai fungsi ganda yaitu fungsi ekonomi dan fungsi sosial. Fungsi ekonomi ialah memperjuangkan kemakmuran bersama secara merata bagi para anggota koperasi. Fungsi sosial koperasi ialah memupuk persaudaraan dan kekeluargaan secara gotong royong, yang pada akhirnya diharapkan terbina persatuan dan kesatuan bangsa.

4. Permodalan Koperasi

Koperasi harus mempunyai rencana pembelanjaan yang konsisten dengan azas-azas koperasi dengan memperhatikan perundang-undangan yang berlaku dan ketentuan administrasi. Ada beberapa prinsip yang harus dipatuhi oleh koperasi dalam kaitannya dengan permodalan ini, yaitu :

1. Bahwa pengendalian dan pengelolaan koperasi harus tetap berada ditangan anggota dan tidak perlu dikaitkan dengan jumlah modal atau dana yang bisa ditanam oleh seorang anggota dalam koperasi dan berlaku ketentuan satu anggota satu suara.
2. Bahwa modal harus dimanfaatkan untuk usaha-usaha yang bermanfaat bagi anggota.
3. Bahwa kepada pemberi modal hanya diberikan balas jasa yang terbatas
4. Bahwa untuk membiayai usaha-usahanya secara efisien, koperasi pada dasarnya membutuhkan modal yang cukup.
5. Bahwa usaha-usaha dari koperasi harus dapat membantu pembentukan modal baru. Hal itu diantaranya dapat dilakukan dengan menahan sebagian dari keuntungan (SHU) dan tidak membagi-bagikan semuanya kepada anggota.

Secara umum sumber dana atau modal koperasi adalah terdiri dari :

1. Modal sendiri bersumber dari :
 - a. Simpanan wajib ialah simpanan tertentu yang tidak harus sama banyaknya, yang wajib dibayarkan oleh anggota kepada koperasi pada periode tertentu.

- b. Simpanan pokok ialah sejumlah uang yang sama banyaknya, yang wajib dibayarkan oleh masing-masing anggota kepada koperasi pada saat masuk menjadi anggota koperasi tersebut.
 - c. Dana cadangan, yaitu sejumlah dana yang diperoleh dari penyisihan sisa hasil usaha dan dicadangkan untuk menutup kerugian koperasi bila diperlukan.
 - d. Donasi atau hibah, yaitu sejumlah uang atau barang dengan nilai tertentu yang disumbangkan oleh pihak ketiga, tanpa ada suatu ikatan atau kewajiban untuk mengembalikannya.
2. Modal pinjaman atau modal luar, bersumber dari :
- a. Anggota, yaitu pinjaman dari anggota ataupun calon anggota yang bersangkutan.
 - b. Koperasi lainnya dan atau anggotanya, pinjaman dari koperasi lainnya dan atau anggotanya yang didasari dengan perjanjian kerja sama antara koperasi.
 - c. Bank dan lembaga keuangan lainnya, yaitu pinjaman dari bank dan lembaga keuangan lainnya yang dilakukan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
 - d. Penerbitan obligasi dan surat hutang lainnya, yaitu dana yang diperoleh dari penerbitan obligasi dan surat hutang lainnya berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
 - e. Sumber lain yang sah, pinjaman yang diperoleh dari bukan anggota yang dilakukan tanpa melalui penawaran secara umum.

5. Peranan Koperasi dalam Perekonomian Indonesia

Di dalam UU RI No. 25 /1992 dinyatakan bahwa Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan

hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip Koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan UUD 1945. Koperasi merupakan suatu usaha bisnis dimana setiap anggota memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing. Setiap anggota memiliki hak suara yang sama untuk setiap keputusan yang akan diambil. Keberadaan berbagai jenis koperasi memainkan peran penting bagi setiap lembaga dan anggota untuk mengembangkan kebutuhan sosial dan ekonomi.

Beberapa peranan dari koperasi.

1. Meningkatkan pendapatan anggota

Sisa Hasil Usaha (SHU) yang diperoleh oleh koperasi adalah merupakan keuntungan bagi anggota. Semakin besar layanan anggota koperasi, semakin besar pendapatan yang diterima anggota.

2. Menciptakan lapangan kerja.

Koperasi ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dan juga masyarakat pada umumnya. Dalam mencapai tujuan tersebut, koperasi berusaha melakukan kegiatan sesuai dengan jenis koperasi, seperti di bidang kerajinan, pertanian dan pertokoan. Membuka bidang bisnis koperasi berarti memberikan peluang bagi karyawan dan menyerap sumber daya manusia secara umum.

3. Meningkatkan standar hidup masyarakat.

Kegiatan koperasi dapat meningkatkan pendapatan anggota koperasi. Ini berarti bahwa pada saat yang sama kehidupan masyarakat meningkat. Mendapatkan penghasilan tinggi mungkin akan membuatnya lebih mudah untuk memenuhi beragam kebutuhan hidup.

4. Mendidik bangsa.

Kewirausahaan koperasi tidak hanya kegiatan di bidang materi, tetapi juga menyelenggarakan kegiatan pendidikan untuk anggota. Pelatihan diberikan dalam bentuk keterampilan dan pelatihan manajemen, antara lain. Misalnya, koperasi berperan dalam kehidupan intelektual bangsa.

5. Menyatukan dan mengembangkan Kekuatan Bisnis.

Koperasi adalah kekuatan yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan bersama. Misalnya, ketika melakukan kegiatan bisnisnya, koperasi pertanian dapat menggabungkan upaya petani untuk memenuhi kebutuhan mereka, seperti memasok pupuk, benih, mesin pertanian, dan bersama-sama menjual produksi pertanian.

6. Mengatur kehidupan ekonomi.

Untuk setiap kegiatan, koperasi tidak bertindak atas dasar kehendak manajemen, tetapi atas dasar keinginan anggota, yang harus terlebih dahulu dipertimbangkan. Ini merupakan cerminan dari implementasi demokrasi ekonomi.

Hubungan antara Koperasi dengan Partisipasi Anggota Ropke (2013) membagikan tipe partisipasi anggota menjadi:

- a. Partisipasi dalam menggerakkan atau menyumbang sumber daya.

- b. Partisipasi dalam mengambil keputusan (perencanaan, pelaksanaan, evaluasi hasil).
- c. Partisipasi anggota dalam menikmati manfaat.

Peningkatan partisipasi berarti mengikutsertakan semua komponen atau unsur yang ada sehingga merasa ikut terlibat di dalam proses pembuatan perencanaan dan pengambilan keputusan. Ada berbagai macam cara untuk meningkatkan partisipasi anggota, yaitu dengan menggunakan materi dan non materi. Secara materi adalah dengan pemberian SHU yang meningkat dari tahun ke tahun, bonus, insentif, keuntungan hasil penjualan yang menarik, dan sebagainya. Secara non materil seperti promosi produk, fasilitas dan pelayanan yang menyenangkan, suasana yang nyaman, sarana dan prasarana yang memuaskan, dan sebagainya (Ernita, et al.,2014).

B. UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

1. Konsep UMKM

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia.masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk berkembang mandiri. Kontribusi usaha mikro kecil dan menengah paada GDP di Indonesia tahun 1999 sekitar 60%, dengan rincian 42% merupakan kontribusi usaha kecil dan mikro, serta 18% merupakan usaha menengah.

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, perbedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Karena itu, memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara.⁶

Usaha Kecil dan Menengah disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan usaha yang berdiri sendiri⁷. Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan

bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

Beberapa keunggulan UKM terhadap usaha besar antara lain adalah sebagai berikut.

- a. Inovasi dalam teknologi yang telah dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
- b. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil.
- c. Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja.
- d. Fleksibelitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan besar yang pada umumnya birokrasi.
- e. Terdapatnya dinamisme manajerial dan peran kewirausahaan.

2. Peranan UMKM

Diakui, bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga di negara-negara maju (NM). Di negara maju, UMKM sangat penting, tidak hanya kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar (UB), seperti halnya di negara sedang berkembang, tetapi juga kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusidari usaha besar.

3. Kekuatan dan Kelemahan UMKM

UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah:

- 1) Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia
- 2) Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru
- 3) Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar
- 4) Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dari industri besar atau industri yang lainnya
- 5) Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.

Kelemahan, yang sering juga menjadi faktor penghambat dan permasalahan dari Usaha Mikro terdiri dari 2 faktor:

1) Faktor Internal

Faktor internal, merupakan masalah klasik dari UMKM yaitu diantaranya:

- a. Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia.

- b. Kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha Industri Kecil lebih memprioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam mengaksesnya, khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai tukang saja.
- c. Kecenderungan konsumen yang belum mempercayai mutu produk Industri Kecil.
- d. Kendala permodalan usaha sebagian besar Industri Kecil memanfaatkan modal sendiri dalam jumlah yang relatif kecil.

2) Faktor eksternal

Faktor eksternal merupakan masalah yang muncul dari pihak pengembang dan pembina UMKM. Misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran tidak adanya monitoring dan program yang tumpang tindih.

Dari kedua faktor tersebut muncullah kesenjangan diantara faktor internal dan eksternal, yaitu disisi perbankan, BUMN dan lembaga pendamping lainnya sudah siap dengan pemberian kredit, tapi UMKM mana yang diberi, karena berbagai ketentuan yang harus dipenuhi oleh UMKM. Disisi lain UMKM juga mengalami kesulitan mencari dan menentukan lembaga mana yang dapat membantu dengan keterbatasan yang mereka miliki dan kondisi ini ternyata masih berlangsung meskipun berbagai usaha telah diupayakan untuk memudahkan bagi para pelaku UMKM memperoleh kredit, dan ini telah berlangsung 20 tahun.

Pola yang ada sekarang adalah masing-masing lembaga/institusi yang memiliki fungsi yang sama tidak berkoordinasi tapi berjalan

sendiri-sendiri, apakah itu perbankan, BUMN, departemen, LSM, perusahaan swasta. Disisi lain dengan keterbatasannya UMKM menjadi penopang perekonomian menjadi roda perekonomian menjadi kenyataan.

4. Masalah UMKM di Indonesia

Kontribusi UMKM dalam perekonomian nasional tidak diragukan lagi terutama dalam penyerapan tenaga kerja, pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional, nilai ekspor nasional, dan investasi nasional. Hasil penelitian Nur Afiah (2009) menunjukkan bahwa sektor UMKM memiliki kontribusi terhadap ekonomi dan pembangunan Indonesia. Keberhasilan UMKM di Indonesia, di dalamnya tidak terlepas dari peran serta perempuan.

Lebih dari 50% pelaku ekonomi UMKM adalah perempuan. Tantangan lain yang dihadapi oleh pengusaha perempuan adalah bagaimana meningkatkan kapabilitas, dan kewirausahaan. UMKM Indonesia secara umum memiliki beberapa masalah dalam menghadapi Era Krisis Global diantaranya menurut Mudrajad Kuncoro (2009), “Tidak adanya pembagian tugas yang jelas antara bidang administrasi dan operasi. Kebanyakan UMKM dikelola oleh perorangan yang merangkap sebagai pemilik sekaligus pengelola perusahaan, serta memanfaatkan tenaga kerja dari keluarga dan kerabat dekatnya”.

Akses industri kecil terhadap lembaga kredit formal rendah, sehingga mereka cenderung menggantungkan pembiayaan usahanya dari modal sendiri atau sumber lain, seperti keluarga, kerabat, pedagang perantara, bahkan rentenir. Sebagian besar usaha kecil ditandai dengan belum dimilikinya status badan hukum.

Mayoritas UMKM merupakan perusahaan perorangan yang tidak berakta notaris, 4,7% tergolong perusahaan perorangan berakta notaris, dan hanya 1,7% yang sudah memiliki badan hukum (PT, CV, Firma, atau koperasi).

Tren nilai ekspor menunjukkan betapa sangat berfluktuatif dan berubah-ubahnya komoditas ekspor Indonesia selama periode 1999-2006. Pengadaan bahan baku merupakan masalah terbesar yang dihadapi, terutama berhubungan dengan harga yang mahal, terbatasnya ketersediaan, dan jarak yang relatif jauh, terutama bagi UMKM yang berorientasi ekspor, dimana sebagian besar bahan baku yang dibutuhkan berasal dari luar daerah.

Masalah utama yang dihadapi dalam memenuhi kebutuhan tenaga kerja adalah ketersediaan tenaga kerja yang tidak terampil relatif lebih mudah didapat dan mahalnya biaya tenaga kerja. Regenerasi perajin dan pekerja terampil relatif lambat. Akibatnya, dibanyak sentra ekspor mengalami kelangkaan tenaga terampil untuk sektor tertentu. Dalam bidang pemasaran, masalahnya terkait dengan banyaknya pesaing yang bergerak dalam industri yang sama, relatif minimnya kemampuan bahasa asing sebagai suatu hambatan dalam melakukan negosiasi, dan penetrasi pasar di luar negeri.

5. Langkah Strategis Pengembangan UMKM

Demand pull strategy mencakup strategi perkuatan sisi permintaan, yang bisa dilakukan dengan perbaikan iklim bisnis, fasilitasi mendapatkan HAKI (paten), fasilitasi pemasaran domestik dan luar negeri, dan menyediakan peluang pasar. *Supply push strategy* yang mencakup strategi pendorong sisi penawaran. Ini bisa dilaksanakan dengan ketersediaan bahan baku, dukungan

permodalan, bantuan teknologi/mesin/alat, dan peningkatan kemampuan SDM (sumber daya manusia). Salah satu langkah strategis untuk mengamankan UMKM Indonesia dari ancaman dan tantangan krisis global adalah dengan melakukan penguatan pada multi-aspek, salah satu diantaranya adalah aspek kewirausahaan. Wirausaha dapat mendayagunakan segala sumber daya yang dimiliki, dengan proses yang kreatif dan inovatif, menjadikan UMKM siap menghadapi tantangan krisis global.

C. Ruang Lingkup Pengembangan Koperasi dan UMKM

Adapun ruang lingkup dalam pembinaan dan pengembangan koperasi dan UMKM meliputi bidang pendidikan, pelatihan produksi dan pengolahan dan pemasaran, pengembangan kompetensi sumber daya manusia, dan teknologi serta pengendalian dan pengawasan.

Sebagai tindak lanjut pokok-pokok kebijakan Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019 dan sebagaimana disebutkan dalam arah Strategis RPJMN lanjutan 2019-2024 Kementerian Koperasi dan UKM berupaya meningkatkan daya saing UKM dan Koperasi untuk mencapai pertumbuhan usaha dan ekonomi yang berkelanjutan dan mandiri yang dituangkan dalam dua bidang Program Kebijakan Koperasi dan UKM (sumber: <http://www.depkop.go.id>) yaitu:

(a) Bidang Koperasi:

1. Penyusunan kebijakan perkoperasian dan peraturan pendukung lain yang lebih fleksibel dan responsif untuk menjawab kebutuhan dan tantangan.

2. Penyusunan Kebijakan Nasional Perkoperasian terpadu antar pemangku kepentingan sebagai panduan bersama.
3. Sinkronisasi kebijakan yang terkait dengan pengembangan koperasi.
4. Pembangunan ekosistem inovasi perkoperasian (dengan 5 pilar: regulasi, pendanaan, kepemimpinan, pendidikan dan budaya) untuk mendorong lahirnya pendekatan, pengetahuan, metode, model dan teknologi baru.
5. Meningkatkan pemanfaatan indeks kesehatan koperasi untuk kepentingan insentif dan disinsentif.
6. Peningkatan peran koperasi dan dalam pembangunan nasional (produksi, infrastruktur, dan ekspor).

(b) Bidang UMKM:

1. Penguatan keterkaitan usaha (forward and backward link ages) dan keberantaraan pasar UMKM dalam jaringan usaha berbasis rantai nilai dan rantai pasok.
2. Pemberian insentif bagi mitra usaha yang menciptakan pasar bagi UMKM.
3. Penegakan hukum dan optimalisasi aturan mengenai penggunaan produk UMKM dalam pembelian barang dan jasa publik.
4. Pemanfaatan teknologi digital untuk peningkatan nilai tambah dan ekspor UMKM.
5. Penguatan kapasitas lembaga pendampingan usaha (inkubator, balai pelatihan & pendampingan).
6. Fasilitasi dan keberpihakan bagi UMKM untuk menghadapi pasar bebas.
7. Pengembangan skema pendanaan.

BAB III

PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DALAM MENGEMBANGKAN EKONOMI KELUARGA

A. Pengertian Pemberdayaan

Secara etimologis pemberdayaan berasal dari kata dasar daya yang berarti kekuatan atau kemampuan. Maka pemberdayaan dimaknai sebagai proses untuk memperoleh daya, kekuatan atau kemampuan dari pihak yang memiliki daya kepada pihak yang kurang atau belum berdaya (Sulistiyani, 2004:7).

Pemberdayaan adalah proses kepada masyarakat agar menjadi berdaya, mendorong atau memotivasi individu agar mempunyai kemampuan atau keberdayaan untuk menentukan pilihan hidupnya, pemberdayaan juga harus ditujukan pada kelompok atau lapisan masyarakat yang tertinggal (Priyono, 1996:55).

Jadi dapat disimpulkan Pemberdayaan yaitu sebuah proses dan tujuan untuk memperkuat kekuasaan atau keberdayaan kelompok maupun individu yang lemah dalam masyarakat, termasuk individu-individu yang mengalami masalah kemiskinan. Sebagai tujuan pada keadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh suatu perubahan sosial. Masyarakat yang berdaya dan memiliki pengetahuan dan mampu memenuhi kebutuhan hidup baik yang bersifat fisik, ekonomi, maupun sosial seperti memiliki

kepercayaan diri dan mempunyai mata pencarian dalam melaksanakan tugas-tugas kehidupannya.

Pemberdayaan menunjuk pada kemampuan seseorang, khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuasaan atau kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dasarnya, mereka juga dapat menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan dapat meningkatkan pendapatan dan memperoleh barang dan jasa yang mereka perlukan.

Untuk melakukan pemberdayaan perlu tiga langkah yang berkesinambungan yaitu:

1. Pemihakan, artinya perempuan sebagai pihak yang diberdayakan harus lebih dipihak dari pada laki-laki.
2. Penyiapan, artinya pemberdayaan menuntut kemampuan perempuan untuk bisa ikut mengakses, berpartisipasi, mengontrol, dan mengambil manfaat.
3. Perlindungan, artinya memberikan proteksi sampai dapat dilepas.

B. Pemberdayaan Perempuan

1. Pemberdayaan Wanita dalam Ekonomi Keluarga

Menurut BPS jumlah penduduk Indonesia mencapai 261 juta jiwa pada tahun 2016, dimana setengahnya adalah jumlah penduduk perempuan yang masih tertinggal di berbagai bidang pembangunan yang mempengaruhi produktivitas nasional. Ketertinggalan ini terjadi merata di seluruh negara di dunia.

Hal ini yang mendorong sidang umum PBB mendeklarasikan pembangunan berkelanjutan (*Sustainability Development Goals/SDGs*) dan sekaligus mengagendakan planet

50:50 kesetaraan gender pada tahun 2030. Agenda kerja PBB tentang SDGs tersebut sebagai upaya mewujudkan keadilan dan kesetaraan gender di seluruh negara di dunia.

Perempuan dan laki-laki sudah dibedakan sejak lahir secara biologis. Pada dasarnya wanita memiliki peranan ganda dalam rumah tangga. Peran ganda kaum wanita dalam bidang ekonomi terimplikasi pada: (1) peran kerja sebagai ibu rumah tangga mencerminkan feminime role, meskipun tidak langsung menghasilkan pendapatan, dan (2) berperan sebagai pencari nafkah (tambahan ataupun utama). Kontribusi perempuan terhadap pendapatan keluarga ternyata semakin diperlukan, khususnya saat krisis ekonomi saat sekarang ini. Banyak indikasi para istri yang suaminya terkena dampak krisis ekonomi dan pulang ke desa (umumnya para pekerja industri konstruksi) telah dengan rela mengambil alih peran suami untuk mencari nafkah dengan merantau ke kota mencari pekerjaan atau bahkan menjadi TKI di negara lain.

Hasil penelitian Klasen dan Lamanna (2009) menemukan bahwa ketimpangan gender dalam pendidikan berkontribusi dalam mengurangi tingkat pertumbuhan ekonomi. Dalam penelitian tersebut mereka menemukan bahwa pertumbuhan ekonomi yang hilang akibat ketimpangan gender dalam pendidikan berkisar antara 0,38 persen per tahun di sub-Sahara Afrika dan 0,81 persen di Asia Selatan. Dalam penelitian lain, membaiknya kesetaraan gender dapat dampak signifikan pada pertumbuhan ekonomi melalui meningkatnya perluasan stok modal manusia dan meningkatnya produktivitas pekerja. Kesetaraan gender membantu meningkatkan

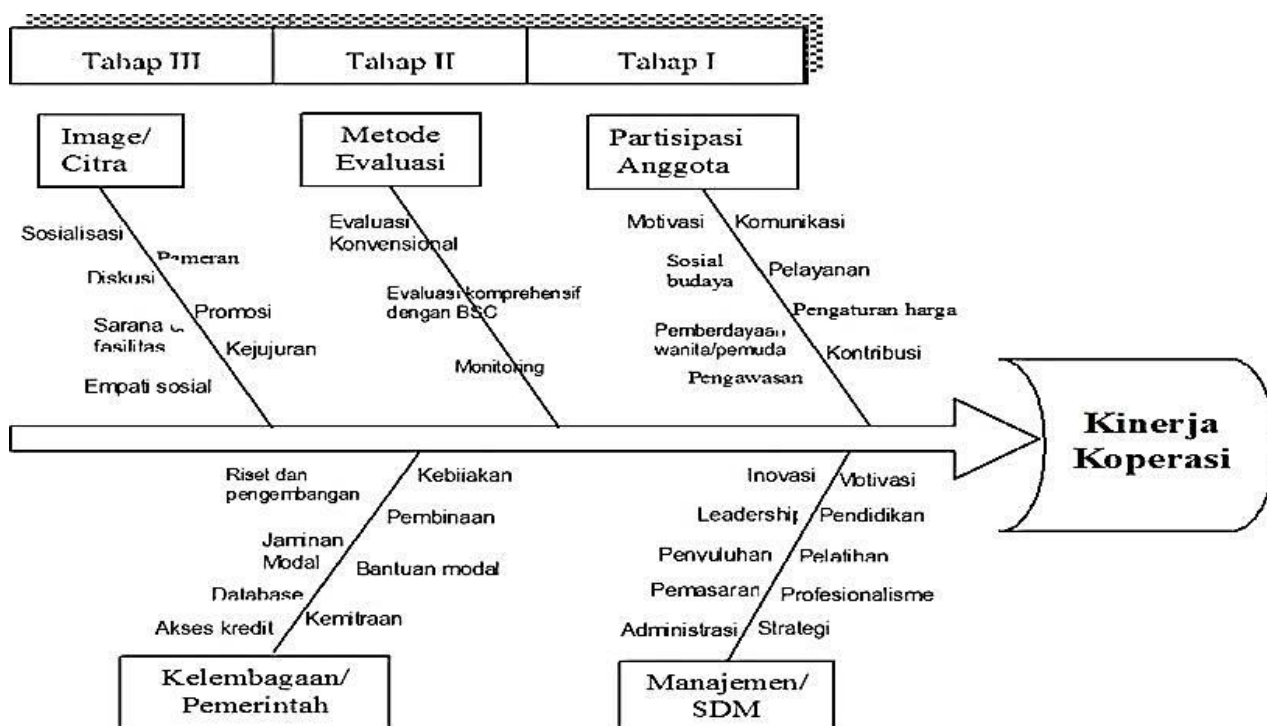
produktivitas pekerja. Membaiknya kesetaraan gender dapat membuat pasar tenaga kerja menjadi lebih kompetitif.

United Nation Economic Commisions for Europe (2009), mendapatkan ketimpangan gender dalam ekonomi memiliki banyak dimensi, mencakup akses terhadap sumber daya ekonomi, akses terhadap pasar tenaga kerja, kondisi pasar tenaga kerja, kewirausahaan, dan rekonsiliasi antara mengurus keluarga dan bekerja.

Terbatasnya akses perempuan terhadap peluang pasar ditunjukkan dengan rendahnya peran serta perempuan dalam usaha-usaha formal. Sebagian besar perempuan masih berkiprah di sektor informal dan pekerjaan yang tidak menggunakan peralatan dan teknologi yang canggih. Pekerjaan ini biasanya kurang memberikan jaminan perlindungan sosial dan perlindungan secara hukum dan jaminan kesejahteraan yang memadai, di samping kondisi kerja yang kurang sehat dan tentu saja dengan tingkat pendapatan yang rendah. ILO (2013) menemukan masih ada kesenjangan upah antar laki-laki dan perempuan di Indonesia dengan selisih hingga 19%, perempuan memperoleh upah rata-rata 81% dari upah laki-laki, meskipun memiliki tingkat pendidikan dan pengalaman yang sama. Menurut Maloney (2014), mayoritas perempuan yang memilih bekerja di sektor informal disebabkan karena pekerjaan tersebut fleksibel dan tidak harus meninggalkan tugas-tugas rumah tangga.

Akses terhadap sumber daya mengukur kepemilikan dan kontrol terhadap aset-aset yang memainkan peranan penting dalam menentukan status perempuan dan laki-laki secara ekonomi. *United Nation Economic Commisions for Europe* (2009)

mengelompokkan aset menjadi dua kelompok, yakni aset yang terlihat (*tangible assets*) seperti tanah rumah, kendaraan, dan kredit dan aset yang tidak kentara (*intangible assets*) seperti pengetahuan, teknologi, dan jejaring. Beberapa indikator yang dapat digunakan dalam mengukur akses terhadap sumber daya ekonomi antara lain: persentase penduduk yang mengakses komputer, persentase penduduk yang mengakses internet, persentase penduduk yang mendapatkan pelatihan kerja dan persentase penduduk yang mengakses kredit.



Gambar 1. Diagram Tulang Ikan (*Fishbone*)

2. Strategi Pemberdayaan Perempuan

Kesadaran mengenai peran perempuan mulai berkembang yang diwujudkan dalam pendekatan program perempuan dalam pembangunan. Hal ini didasarkan pada satu pemikiran mengenai perlunya kemandirian bagi kaum perempuan, supaya pembangunan

dapat dirasakan oleh semua pihak. Karena perempuan merupakan sumber daya manusia yang sangat berharga sehingga posisinya di ikutsertakan dalam pembangunan.

Tujuan dari pendekatan ini adalah menekankan pada sisi produktivitas tenaga kerja perempuan, khususnya terkait dengan pemberdayaan perempuan, sedangkan sasarannya adalah kalangan perempuan dewasa. Untuk meningkatkan akses perempuan agar supaya bisa meningkatkan pemberdayaan. Adapun strategi yang dijalankan untuk meningkatkan pemberdayaan perempuan, seperti melalui kegiatan-kegiatan keterampilan yang diantaranya menjahit, menyulam, bordir dan lain sebagainya.

Pemberdayaan menjadi strategi penting dalam meningkatkan peran perempuan dalam meningkatkan potensi diri agar lebih mampu mandiri dan berkarya. Pemberdayaan dapat dilakukan melalui pembinaan dan mengasah keterampilan perempuan khususnya dalam penelitian ini yaitu di bidang *Home Industry*.

Untuk melaksanakan pemberdayaan perempuan maka ada 4 (empat) langkah strategi yang dapat dilakukan, yaitu sebagai berikut:

- a. Pemberdayaan Perempuan (*Women Empowerment*).
- b. Kesetaraan Gender (*Gender Equality*).
- c. Pemberian Peluang dan Penguatan Aksi (*Affirmative Action*).
- d. Harmonisasi (Sinkronisasi Peraturan atau Perundangundangan dan Kebijakan) (*Synchronization of Regulations and Policies*).

3. Tujuan dari Program Pemberdayaan Perempuan melalui *Home Industry*

Dalam hal peningkatan ekonomi perempuan di Indonesia khususnya di daerah pedesaan, perempuan memiliki keterbatasan dalam menjalankan aktivitasnya, keterbatasan tersebut seperti rendahnya pendidikan, keterampilan, sedikitnya kesempatan kerja, dan juga hambatan ideologis perempuan yang terkait rumah tangga. Selain itu perempuan juga dihadapkan pada kendala tertentu yang dikenal dengan istilah “*triple burden of women*”, yaitu perempuan harus melakukan produksi dan fungsi sosial secara bersamaan di masyarakat.

Hal tersebut menyebabkan kesempatan perempuan untuk memanfaatkan peluang ekonomi yang ada menjadi sangat terbatas. Oleh karena itu program pemberdayaan bagi perempuan di bidang ekonomi sangat diperlukan karena pada dasarnya perempuan memiliki potensi yang luar biasa dalam perekonomian terutama dalam pengaturan ekonomi rumah tangga.

Tujuan dari program pemberdayaan perempuan adalah:

- a. Meningkatkan kemampuan kaum perempuan untuk melibatkan diri dalam program pembangunan, sebagai partisipasi aktif (subjek) agar tidak sekedar menjadi objek pembangunan seperti yang terjadi selama ini.
- b. Meningkatkan kemampuan kaum perempuan dalam kepemimpinan, untuk meningkatkan posisi tawar-menawar dan keterlibatan dalam setiap pembangunan baik sebagai perencana, pelaksana, maupun melakukan monitoring dan evaluasi kegiatan.
- c. Meningkatkan kemampuan kaum perempuan dalam mengelola usaha skala rumah tangga, industri kecil maupun industri besar

untuk menunjang peningkatan kebutuhan rumah tangga, maupun untuk membuka peluang kerja produktif dan mandiri.

- d. Meningkatkan peran dan fungsi organisasi perempuan di tingkat lokal sebagai wadah pemberdayaan kaum perempuan agar dapat terlibat secara aktif dalam program pembangunan pada wilayah tempat tinggalnya.

Pemberdayaan perempuan lebih banyak ditekankan di bidang ekonomi untuk meningkatkan kemampuan dalam mengelola usaha, khususnya dalam hal ini adalah usaha *home industry*. Ada lima langkah penting yang perlu diperhatikan dalam upaya pengembangan kemampuan berwirausaha bagi perempuan yaitu:

- a. Membantu dan mendorong kaum perempuan untuk membangun dan mengembangkan pengetahuan serta kompetensi diri mereka, melalui berbagai program pelatihan.
- b. Membantu kaum perempuan dalam strategi usaha dan pemasaran produk.
- c. Memberikan pemahaman terhadap regulasi dan peraturan pemerintah terkait dengan legalitas dunia usaha.
- d. Mendorong dan membantu kaum perempuan untuk mampu menggunakan teknologi informasi dan komunikasi secara optimal.
- e. Membuat Usaha Mikro (Jaringan Usaha Mikro Perempuan atau Forum Pelatihan Usaha).

Terkait dengan pemberdayaan perempuan dalam *home industry*, hal yang perlu dilakukan adalah penciptaan iklim yang kondusif, dapat dilakukan dengan:

- a. Mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki.

- b. Menciptakan aksesibilitas terhadap berbagai peluang yang menjadikannya semakin berdaya.
- c. Tindakan perlindungan terhadap potensi sebagai bukti keberpihakan untuk mencegah dan membatasi persaingan yang tidak seimbang dan cenderung eksploitasi terhadap yang lemah oleh yang kuat.

4. Pemberdayaan Perempuan Menurut Ekonomi Islam

Islam memang sangat menganjurkan perempuan untuk menjaga keluarga dan rumah tangganya, namun hal tersebut tidak menghalanginya untuk berperan aktif dalam membangun dan memberdayakan masyarakat bersama dengan lelaki dalam kehidupan nyata tanpa melalaikan tugas dan menjaga rumah tangga.

Islam mengakui kemampuan perempuan untuk bekerja dan menghargai amal shalehnya dengan penghargaan yang sama dengan laki-laki. Selain itu, sebagian ulama menyimpulkan bahwa Islam membenarkan perempuan aktif dalam berbagai aktivitas atau bekerja dalam berbagai bidang, di dalam maupun di luar rumah, baik secara mandiri maupun dengan orang lain selama perempuan membutuhkannya atau sebaliknya dan selama norma-norma agama dan susila terpelihara.

Perempuan dari dahulu sudah bekerja, tetapi baru pada masyarakat industri modern ini mereka berhak memasuki pasaran, tenaga kerja sendiri, untuk memperoleh pekerjaan dan promosi tanpa bantuan para lelaki. Dalam perkembangannya, perempuan dapat lebih bebas keluar masuk pasaran tenaga kerja, dan diterima sebagai pekerja. Perempuan juga diberi kesempatan untuk

menduduki posisi yang tinggi dalam segala jenis pekerjaan. Pada zaman dahulu sedikit sekali perempuan yang bekerja kecuali mereka yang terdorong oleh karena kemiskinan. Akan tetapi pada masa sekarang perempuan bekerja untuk menambah tingkat kehidupan keluarga atau karena mereka memang ingin bekerja. Selain itu perempuan juga ingin mengekspresikan diri dan memperluas jaringan sosial serta mengaktualisasikan diri melalui pekerjaan. Dalam Al-Qur'an menjelaskan tentang pemberdayaan perempuan, tetapi Ayat disini penjelasannya lebih umum:

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّن ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ
حَيٰوةً طَيِّبَةً ۖ وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُم بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا
يَعْمَلُونَ ﴿٩٧﴾

Artinya:

“Barang siapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan sesungguhnya akan Kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan”.

(Qs. An-Nahl :97)

Ayat di atas menjelaskan bahwasannya tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan. Mereka sama dalam pandangan Allah. Yang membedakan di antara mereka adalah tingkat keimanan yang mereka miliki. Bukan hanya laki-laki yang bisa berkarir, tetapi perempuan juga bisa berperan aktif dalam hal pendapatan ekonomi, meski pada umumnya perempuan bekerja sebagai ibu rumah tangga dan bergantung dengan hasil pendapatan

suami. Tetapi perempuan juga mampu dalam mengelola usaha skala rumah tangga, industri kecil maupun industri besar untuk menunjang peningkatan kebutuhan rumah tangga, maupun untuk membuka peluang kerja produktif dan mandiri.

Begitulah bukti-bukti bahwa Islam sangat memuliakan perempuan dengan menyetarakan antara laki-laki dan perempuan, walaupun ada suatu hak dan kewajiban yang berbeda tentu Allah sudah menetapkan hikmah yang menyertainya.

Salah satu bukti sejarah yang tercatat dalam peradaban Islam hingga kini adalah kisah dari Siti Khadijah binti Khuwailid bin Asad bin Abdul Uzza atau Khadijah Al Kubra (*Khadijah the Great*) adalah seorang wanita bangsawan Mekkah yang terkenal dengan kekayaan dan kecantikannya.

Selain sebagai istri yang luar biasa bagi Nabi Muhammad SAW yang telah berjasa dalam perjuang Islam, Siti Khadijah r.a sebelum menikah dengan Nabi Muhammad SAW, telah menjadi wanita pengusaha yang hebat. Siti Khadijah r.a terkenal dengan kekayaan dan ketangguhannya dalam bidang perdagangan.

Dunia Arab jahiliyah pada masa itu sangat dikuasai oleh kaum lelaki, bahkan melahirkan anak perempuan dianggap sebagai suatu aib yang besar, sehingga para ayah tidak segan-segan menguburkan anak perempuannya hidup-hidup, karena malu. Namun demikian Siti Khadijah r.a bisa berdiri tegak di antara para pengusaha dan pedagang Quraisy.

Siti Khadijah r.a mewarisi kekayaan dari ayahnya dan juga dari mendiang suaminya. Namun demikian Siti Khadijah r.a telah mampu mengembangkan usaha yang ditinggalkan oleh suaminya menjadi usaha yang sangat maju, sementara sebagai *single parent*

(sebelum menikah dengan Nabi Muhammad saw) beliau juga mengurus putra-putrinya dengan baik.

Sebagai pengusaha, Siti Khadijah r.a telah menerapkan prinsip-prinsip manajemen pengelolaan usaha modern, meskipun dengan cara yang sederhana yaitu dengan mengangkat nabi Muhammad saw sebagai sebagai manajer penjualan sekaligus manajer investasinya. Namun demikian Siti Khadijah r.a tidak melepaskan begitu saja pengelolaan harta dan barang dagangannya kepada orang lain, beliau juga mengangkat Maysyarah sebagai orang kepercayaan yang menemani sekaligus mengawasi pekerjaan Muhammad.

Di bawah pengelolaan Muhammad, usaha milik Siti Khadijah r.a makin berkembang dan berkembang. Karena usaha ini dikelola dengan manajemen cara Muhammad yang berdasarkan kepercayaan, kejujuran dan amanah.

Kecuali sebagai pengusaha yang tangguh, Siti Khadijah r.a, ummul mukminin adalah istri yang penuh pengabdian kepada suaminya, terutama pada masa-masa awal kenabian nabi Muhammad SAW. Setelah lebih kurang 15 tahun mengarungi kehidupan berkeluarga yang “tenang dan damai”, bersama 4 anak gadis mereka yang cantik dan shalihah. Maka periode kenabian periode yang penuh berkah sekaligus penuh perjuangan. Suaminya, lelaki mulia dan agung itu telah dipilih Allah swt sebagai rasulNya, pembawa kabar gembira bagi umat manusia, bukan hanya bagi sukunya, suku Qurays, tetapi segenap semesta alam.

Risalah dari Siti Khadijah r.a, menunjukkan betapa besarnya pengaruh perempuan dalam segala bidang tidak terkecuali bidang

ekonomi. Hal itu juga menunjukkan bahwa Islam tidak melarang perempuan untuk berperan aktif dalam membangun perekonomian keluarganya.

Demikian juga berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2010) sekitar 60% UKM dikelola oleh perempuan Indonesia. Hal ini tanpa disadari bahwa perempuan memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian negara.

Peran perempuan dalam aktivitas ekonomi tidak hanya berperan dalam memperkuat ketahanan ekonomi keluarga dan masyarakat namun juga:

1. Mengurangi efek fluktuatif ekonomi;
2. Berkontribusi dalam upaya penurunan angka kemiskinan;
3. Menjamin pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

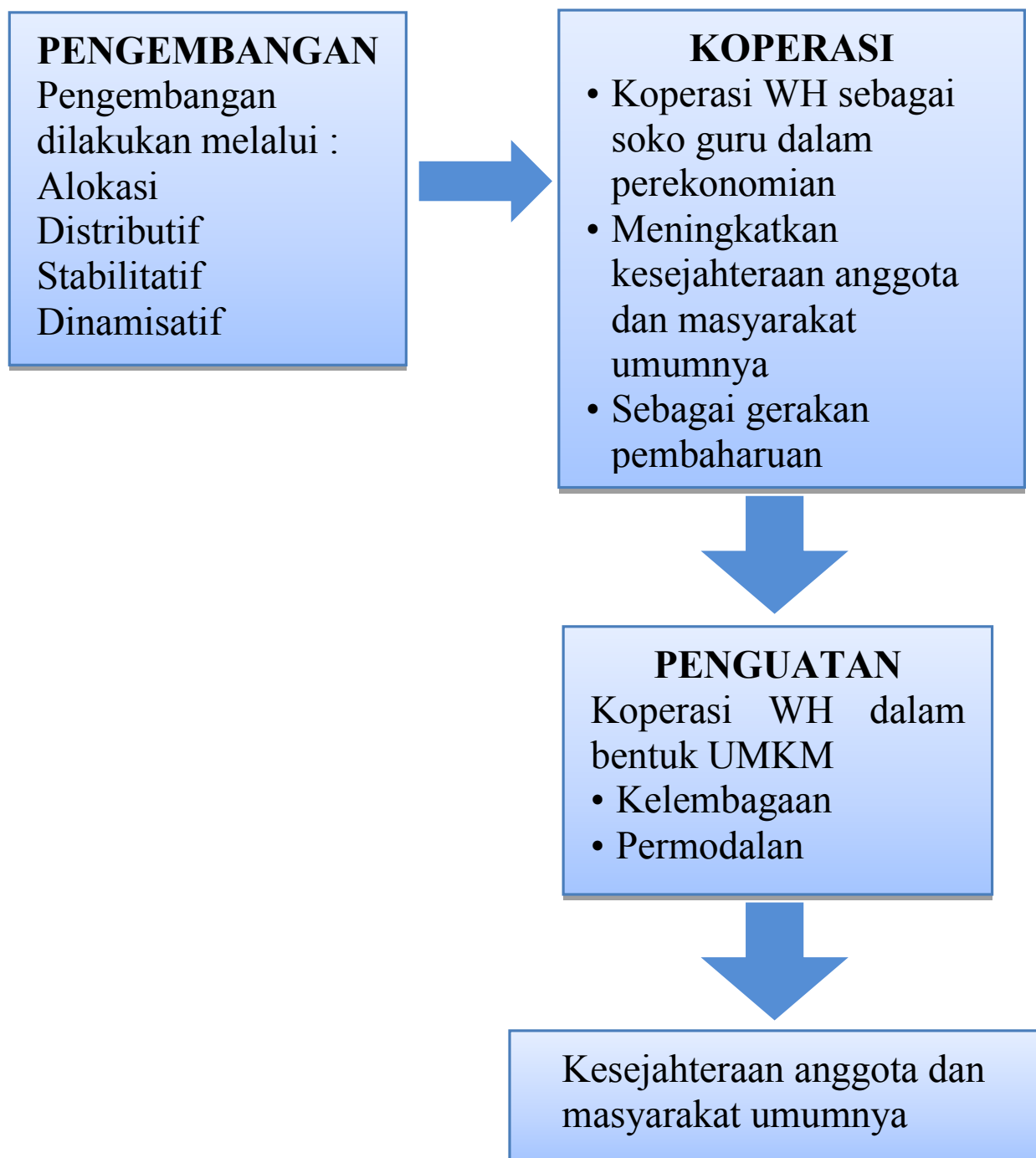
Peran perempuan di sektor UMKM umumnya terkait dengan bidang perdagangan dan industri pengolahan seperti: warung makan, toko kecil (peracangan), pengolahan makanan dan industri kerajinan, karena usaha ini dapat dilakukan di rumah (*Home Industry*) sehingga tidak melupakan peran perempuan sebagai ibu rumah tangga.

Meskipun awalnya UMKM yang dilakukan perempuan lebih banyak sebagai pekerjaan sampingan untuk membantu suami dan untuk menambah pendapatan rumah tangga, tetapi dapat menjadi sumber pendapatan rumah tangga utama apabila dikelola secara sungguh-sungguh (Primingtyas,2010).

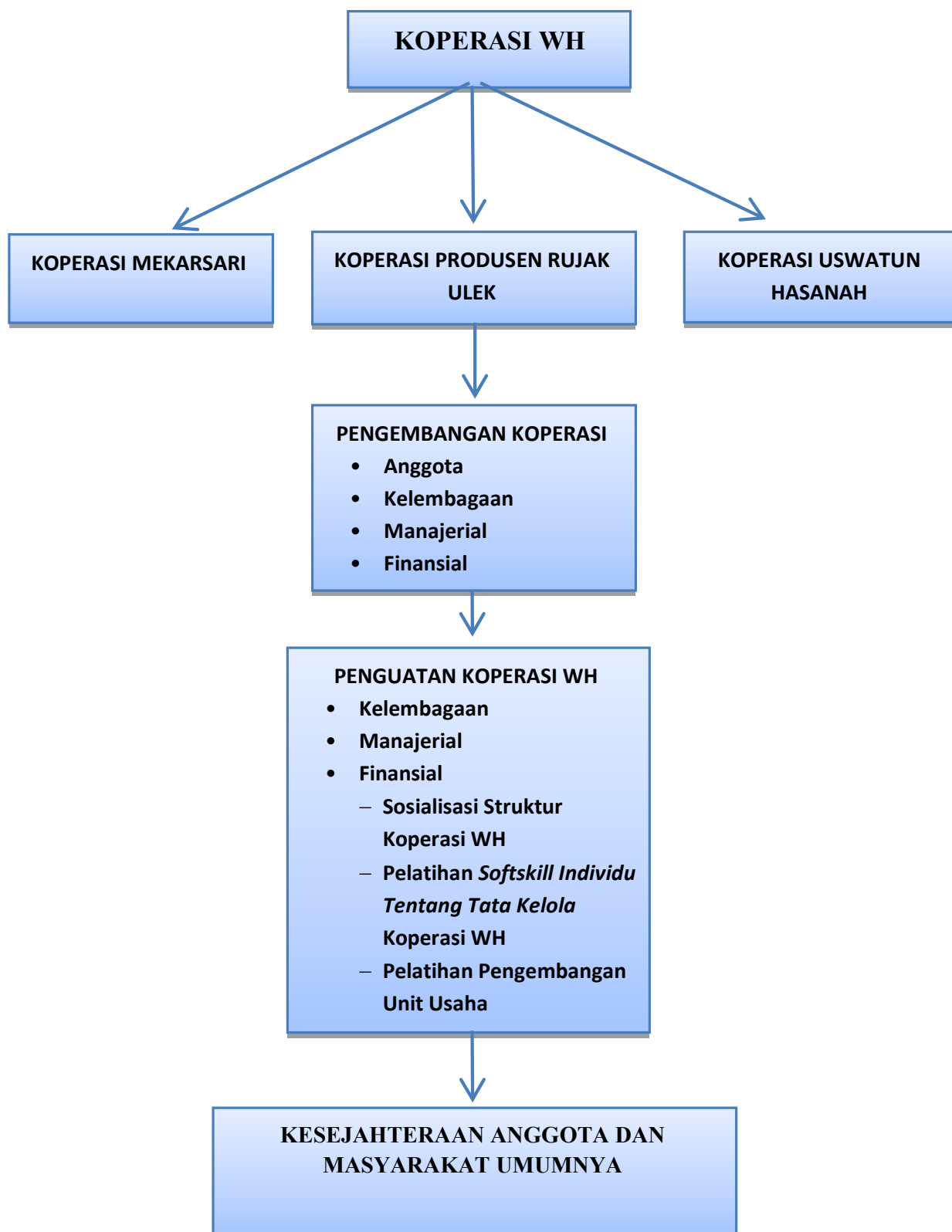
BAB IV

MODEL KOPERASI WANITA HEBAT

Bagan 1. Konsep Penerapan Koperasi WH



Bagan 2. Model Pengembangan Koperasi WH dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Keluarga



A. Praktik Empiris Koperasi WH

Praktik empiris yang mencerminkan kondisi umum pemberdayaan Koperasi memiliki sendi nilai-nilai yang menjadi

identitas koperasi dan anggota koperasi WH. Nilai-nilai individu yang menjadi jati diri koperasi adalah:

1. Mandiri.
2. Bertanggungjawab.
3. Demokrasi.
4. Persamaan.
5. Keadilan.
6. Solidaritas.
7. Kejujuran.
8. Keterbukaan
9. Tanggung jawab social.
10. Kepedulian.

Dalam menyelenggarakan fungsinya koperasi menjunjung tinggi nilai-nilai sebagai berikut yaitu :

1. Keanggotaan individu dalam koperasi bersifat sukarela, dan terbuka.
2. Demokratis dalam pengawasan
3. Partisipasi anggota
4. Otonomi
5. Bebas
6. Pelatihan dan pendidikan
7. Keterbukaan informasi
8. Jaringan kerja sama koperas
9. Kepedulian pada lingkungan

Jati diri seorang anggota koperasi adalah sebagai pemilik usaha yang berbagi kewenangan dalam pengawasan dan pengelolaan di satu sisi dan dilain sisi sebagai pelaku kegiatan

ekonomi seperti pelanggan/pengguna produk/jasa koperasi atau produsen.

Undang-Undang tentang Koperasi di Indonesia yang secara memadai mengatur penyelenggaraan kegiatan perkoperasian merupakan sarana yang sangat penting bagi pengembangan dan pemberdayaan Koperasi. Perkembangan dan Pemberdayaan Koperasi adalah fenomena yang erat berkaitan dengan masyarakat. Undang-Undang tentang Koperasi yang merupakan salah satu sumber penting bagi penciptaan kondisi sosial-ekonomi masyarakat, khususnya mereka yang menjadi anggota Koperasi, dapat juga berperan sebagai instrumen perubahan yang sangat ampuh.

Rancangan peraturan daerah tentang pemberdayaan koperasi merupakan suatu prasyarat, perantara dan instrumen pengembangan serta pemberdayaan Koperasi. Kondisi sosial-ekonomi masyarakat, khususnya mereka yang menjadi anggota Koperasi, dan dinamikanya mempengaruhi perumusan dan pendekatan yang diterapkan dalam pengaturan industri/gerakan koperasi, prasyarat yang mendasari pembentukan peraturan daerah pemberdayaan Koperasi dan bagaimana caranya peraturan daerah tersebut bekerja.

Perkembangan dan pemberdayaan Koperasi merupakan visi penting penyempurnaan Undang-Undang tentang perkoperasian. Sementara tekad dan kehendak politik dari Pemerintah serta Gerakan Koperasi bagi terwujudnya perkembangan dan keberdayaan Koperasi menjadi semangat dan kekuatan untuk lahirnya peraturan daerah tentang pemberdayaan koperasi yang sesuai dengan dinamika lingkungan bisnis dan ekonomi, sosial,

budaya dan politik serta teknologi yang mampu memberikan warna, makna dan peluang baru dan justifikasi sistem pengelolaan yang sama sekali baru pula.

Pengembangan dan pemberdayaan Koperasi tidak mungkin dapat diselenggarakan dengan berhasil tanpa Undang-undang dan peraturan daerah tentang pemberdayaan Koperasi. Undang-undang tentang Koperasi dan peraturan daerah tentang pengembangan dan pemberdayaan Koperasi secara produktif harus saling melengkapi, memperkuat, dan menyempurnakan untuk mendorong tata kelola koperasi yang semakin baik di masa depan.

Perumusan peraturan daerah pemberdayaan Koperasi baru didasari oleh asumsi dan dipandang dari beberapa perspektif yang berkaitan dengan pengelolaan, kinerja dan keberlanjutan penyelenggaraan usaha ekonomi produktif yang digunakan sebagai pendekatan penilaian dan pengambilan keputusan selama ini.

B. Dasar Sistem Kelembagaan dan Sistem Pengelolaan Koperasi Di Masa Depan

1. Teori stakeholder

Teori stakeholder mengatakan bahwa koperasi bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan pemilik koperasi yaitu para anggota koperasi itu sendiri namun diharapkan juga mampu memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan lain disekelilingnya (stakeholders). Makna ini dilandasi oleh kesadaran bahwa untuk mencapai tujuannya koperasi tidak saja memerlukan dukungan anggota koperasi namun juga memerlukan dukungan

pemasok, karyawan, pemerintah, kelompok masyarakat tertentu yang terkait sektor ekonomi yang dimasukinya dan sebagainya.

Pertukaran masukan/input produksi dan pertukaran keluaran hasil produksi koperasi dilakukan dengan mengikutsertakan masyarakat dan para pemangku kepentingan. Dengan demikian, keberadaan suatu koperasi sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh pemangku kepentingan (*stakeholder*) koperasi tersebut, sehingga mampu melaksanakan kegiatan perkoperasian secara berkelanjutan dan mewujudkan tujuan koperasi.

Pemangku kepentingan (*stakeholder*) pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan koperasi. Kemampuan tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur koperasi, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan koperasi.

Oleh karena pemangku kepentingan/*stakeholder* mempengaruhi pencapaian koperasi melalui pengendalian sumber daya operasi yang penting bagi koperasi, maka koperasi akan bereaksi dengan cara-cara memuaskan keinginan *stakeholder* agar dapat melanjutkan kegiatannya secara berkelanjutan. Para pemangku kepentingan koperasi antara lain adalah karyawan, anggota dan pemasok.

Stakeholder dapat berasal dari lingkungan internal maupun eksternal yang berpotensi memiliki hubungan transaksi baik bersifat langsung maupun tidak langsung dengan koperasi. Dengan

demikian, secara rinci stakeholder merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti: pemerintah, koperasi pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar koperasi (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja koperasi, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi koperasi.

Berdasar pada asumsi dasar *stakeholder theory* tersebut, koperasi tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan sosial sekitarnya. Koperasi perlu menjaga legitimasi koperasi melalui pemenuhan kebutuhan secara memadai, serta mendudukannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan koperasi, untuk dapat mendukung dalam pencapaian tujuan koperasi, melalui stabilitas usaha dan jaminan.

2. Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)

J. J Rousseau (1762) dalam Nor Hadi (2011:96) berpendapat bahwa alam bukanlah wujud dari konflik, melainkan memberikan hak kebebasan bagi individu- individu untuk berbuat secara kreatif. Kontrak sosial (*social contract*) di buat sebagai media untuk mengatur tatanan (pranata) sosial kehidupan masyarakat. Berdasarkan teori ini, Kontrak sosial (*Social contract*) dibangun dan dikembangkan, salah satunya untuk menjelaskan hubungan antara koperasi terhadap masyarakat (*society*). Koperasi (ataupun organisasi bentuk lainnya) memiliki kewajiban kepada masyarakat untuk memberi kemanfaatan bagi masyarakat setempat. Interaksi koperasi dengan masyarakat memberikan kewajiban bagi koperasi untuk selalu berusaha memenuhi dan mematuhi aturan dan norma-

norma yang berlaku di masyarakat (*community norm*), sehingga kegiatan koperasi dapat dipandang legitimat oleh masyarakat.

3. Teori Persinyalan (*Signalling Theory*)

Teori sinyal membahas mengenai pentingnya koperasi untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal. Dorongan tersebut disebabkan karena terjadinya asimetri informasi antara pihak manajemen koperasi dan pihak eksternal yang tidak terlibat dalam pengelolaan kegiatan perkoperasian koperasi. Untuk mengurangi asimetri informasi maka koperasi harus mengungkapkan informasi terkait kegiatan yang dilakukan dan kelembagaan secara akurat dan sah baik informasi keuangan maupun non keuangan untuk mendukung pengambilan keputusan terkait lembaga koperasi tersebut.

Salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan oleh koperasi adalah informasi tentang penyelenggaraan fungsi perkoperasian dan informasi pelaksanaan tanggung jawab sosial koperasi (*social responsibility*). Informasi ini dapat dimuat dalam laporan tahunan dan atau laporan sosial koperasi terpisah. Koperasi melakukan pengungkapan pelaksanaan tanggung jawab sosial (*social responsibility*) dengan harapan dapat meningkatkan reputasi, kredibilitas dan nilai koperasi di mata anggota, calon anggota dan masyarakat luas. Reputasi koperasi yang positif berpotensi meningkatkan daya tarik koperasi di mata calon anggota untuk berpartisipasi aktif sebagai anggota dan memperkuat kapasitas koperasi dalam melaksanakan fungsi dan perannya.

Nilai koperasi sangat penting karena dengan nilai koperasi yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran anggota

koperasi. Semakin tinggi akumulasi nilai kekayaan koperasi semakin tinggi pula nilai koperasi. Nilai koperasi yang tinggi menjadi keinginan para anggota koperasi, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemilik koperasi juga tinggi. Kemanfaatan partisipasi anggota koperasi sebagai pemilik koperasi dipresentasikan oleh nilai promosi ekonomi yang dinikmati anggota koperasi yang merupakan cerminan efektivitas dari keputusan investasi, pendanaan (financing), dan manajemen kekayaan koperasi oleh para pengurus koperasi nilai koperasi adalah nilai jual koperasi atau nilai tumbuh bagi anggota anggota koperasi yang tidak saja dibentuk oleh nilai total kekayaan fisik koperasi namun juga oleh reputasi dan kredibilitas koperasi yang terakumulasi.

4. Teori Keagenan (Agency Theory).

Pemisahan fungsi pengelolaan dari fungsi kepemilikan pemisahan tugas pengelolaan berdasarkan perspektif teori agensi berpotensi menimbulkan beberapa kondisi perilaku yaitu : agen yang cenderung mementingkan dirinya sendiri dan akan mengalihkan resources (berinvestasi) dari investasi yang meningkatkan nilai koperasi ke alternatif investasi yang lebih menguntungkan bagi dirinya sendiri. Permasalahan agensi mengindikasikan bahwa nilai koperasi akan dapat meningkat secara umum apabila anggota koperasi bisa mengendalikan perilaku manajemen agar tidak menghamburkan resources koperasi, baik dalam bentuk investasi yang tidak layak maupun dalam bentuk investasi yang nilainya menurun dari tahun ke tahun.

Good governance yang selanjutnya disebut sebagai Tata Kelola merupakan suatu sistem dan mekanisme untuk mengelola perilaku agen pengelola entitas koperasi, yang mengatur dan mengendalikan perilaku manajer pengelola koperasi yang diharapkan dapat memberikan dan meningkatkan nilai koperasi kepada para anggota koperasi. Dengan demikian, penerapan *good governance* dipercaya dapat meningkatkan nilai koperasi.

Koperasi yang mengungkapkan secara terbuka dan memadai kualitas penerapan tata kelola, kelembagaan atau pencapaian kinerja operasionalnya dapat meningkatkan persepsi positif kelembagaan koperasi. Koperasi dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif koperasi. Koperasi yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh anggota dan calon kreditur melalui peningkatan dukungan terhadap kebutuhan sumber daya koperasi. Apabila koperasi memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari calon anggota dan calon kreditur sehingga direspon negatif melalui penurunan partisipasi anggota dan dukungan sumber daya yang diberikan pada koperasi.

Pengungkapan CSR berpengaruh pada reputasi koperasi. Hal ini sejalan dengan paradigma *enlightened self-interest* yang menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika koperasi melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Beberapa hal yang dapat menyebabkan CSR berpengaruh pada reputasi dan kredibilitas koperasi yaitu:

- (1) manajemen menyadari arti penting CSR sebagai investasi sosial jangka panjang,

- (2) manajemen memahami bahwa tanggung jawab koperasi tidak hanya untuk pemegang saham tetapi juga pihak-pihak lain yang berkepentingan,
- (3) pengungkapan CSR merupakan sinyal positif bahwa koperasi telah menerapkan good governance,
- (4) informasi tanggung jawab sosial koperasi telah direspon baik oleh investor,
- (5) koperasi telah melakukan pengkomunikasian pesan CSR secara tepat sehingga makna CSR dapat diterima dengan baik oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Beberapa studi tentang *Good Corporate Governance* telah menggunakan teori agensi sebagai dasar dalam menjelaskan manfaat praktik *Good Governance* atau Tata Kelola yang Baik. Hubungan agensi ada ketika salah satu pihak (prinsipal) menyewa pihak lain (agen) untuk melaksanakan suatu jasa dan, dalam melakukan hal itu, mendelegasikan wewenang untuk membuat keputusan kepada agen tersebut.

Dalam suatu kondisi pengelolaan koperasi, bila anggota mendelegasikan peran pengelolaan kegiatan operasional koperasi kepada pihak ketiga (agen), anggota koperasi/anggota koperasi merupakan prinsipal dan manajer profesional adalah agen mereka. Anggota koperasi menyewa manajer profesional dan mengharapkan mereka bertindak maksimal atas nama kepentingan mereka. Untuk bertindak bagi kepentingan mereka. Di tingkat yang lebih rendah, Manajer koperasi adalah prinsipal dan karyawan pelaksana koperasi adalah agennya. Salah satu elemen kunci dari teori agensi adalah bahwa prinsipal dan agen memiliki preferensi

atau tujuan yang berbeda. Kebijakan remunerasi yang tepat dapat menetralkan perbedaan kepentingan ini. Selain gaji/upah yang diterima sebagai imbalan, para manajer koperasi dapat menerima/diberikan kontrak insentif akan mengurangi dorongan memaksimal kepentingan pribadi dalam pengelolaan koperasi dan mempertimbangkan kepentingan koperasi dalam panjang seperti keberlanjutan usaha koperasi dari pada memaksimalkan surplus hasil usaha pada periode operasional tertentu.

Setiap koperasi harus memastikan bahwa asas tata kelola yang baik diterapkan pada setiap aspek kegiatan perkoperasian di semua jajaran koperasi.

Asas tersebut yaitu transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi serta kewajaran dan kesetaraan diperlukan untuk mencapai kesinambungan usaha (*sustainability*) koperasi dengan memperhatikan pemangku kepentingan (*stakeholders*). Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1) **Transparansi** (*Transparency*).

Untuk menjaga obyektivitas dalam menjalankan bisnis, koperasi harus menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Koperasi harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan perundang-undangan, tetapi juga hal yang penting untuk pengambilan keputusan oleh anggota koperasi, kreditur dan pemangku kepentingan lainnya. Koperasi harus menyediakan informasi secara tepat waktu, memadai, jelas, akurat dan dapat diperbandingkan serta mudah diakses oleh

pemangku kepentingan sesuai dengan haknya; Informasi yang harus diungkapkan meliputi, tetapi tidak terbatas pada, visi, misi, sasaran usaha dan strategi koperasi, kondisi keuangan, susunan dan kompensasi pengurus, anggota koperasi. Prinsip keterbukaan yang dianut oleh koperasi tidak mengurangi kewajiban untuk memenuhi ketentuan kerahasiaan koperasi sesuai dengan peraturan perundang-undangan, rahasia jabatan, dan hak-hak pribadi; Kebijakan koperasi harus tertulis dan secara proporsional dikomunikasikan kepada pemangku kepentingan.

2) **Akuntabilitas** (*Accountability*)

Akuntabilitas berarti Koperasi harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu koperasi harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan koperasi dengan tetap memperhitungkan kepentingan anggota koperasi dan pemangku kepentingan lain. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan. Koperasi harus menetapkan rincian tugas dan tanggung jawab masing-masing organ koperasi dan semua karyawan secara jelas dan selaras dengan visi, misi, nilai-nilai koperasidan strategi koperasi; Koperasi harus meyakini bahwa semua organ koperasi dan semua karyawan mempunyai kemampuan sesuai dengan tugas, tanggung jawab. Koperasi harus memastikan adanya sistem pengendalian internal yang efektif dalam pengelolaan koperasi; Koperasi harus memiliki ukuran kinerja untuk semua jajaran koperasi yang konsisten dengan sasaran usaha koperasi,

serta memiliki sistem penghargaan dan sanksi (*reward and punishment system*) ; Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, setiap organ koperasi dan semua karyawan harus berpegang pada etika bisnis dan pedoman perilaku (*code of conduct*) yang telah disepakati.

3) **Responsibilitas** (*Responsibility*) adalah bahwa Koperasi harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*. Koperasi harus berpegang pada prinsip kehati-hatian dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan, anggaran dasar dan peraturan koperasi (*by-laws*); Koperasi harus melaksanakan tanggung jawab sosial dengan antara lain peduli terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan terutama di sekitar koperasi dengan membuat perencanaan dan pelaksanaan yang memadai.

4) **Independensi**

Koperasi harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ koperasi tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain. Masing-masing organ koperasi harus menghindari terjadinya dominasi oleh pihak manapun, tidak terpengaruh oleh kepentingan tertentu, bebas dari benturan kepentingan (*conflict of interest*) dan dari segala pengaruh atau tekanan, sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan secara obyektif; Masing-masing organ koperasi

harus melaksanakan fungsi dan tugasnya sesuai dengan anggaran dasar dan peraturan perundang-undangan, tidak saling mendominasi dan atau melempar tanggung jawab antara satu dengan yang lain.

- 5) **Kewajaran dan Kesetaraan** (*Fairness*) adalah bahwa Dalam melaksanakan kegiatannya, koperasi harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan. Koperasi harus memberikan kesempatan kepada pemangku kepentingan untuk memberikan masukan dan menyampaikan pendapat bagi kepentingan koperasi serta membuka akses terhadap informasi sesuai dengan prinsip transparansi dalam lingkup kedudukan masing-masing; Koperasi harus memberikan perlakuan yang setara dan wajar kepada pemangku kepentingan sesuai dengan manfaat dan kontribusi yang diberikan kepada koperasi; Koperasi harus memberikan kesempatan yang sama dalam penerimaan karyawan, berkarir dan melaksanakan tugasnya secara profesional tanpa membedakan gender, ras, agama, kelompok dan kondisi fisik.

Secara umum pembagian macam koperasi di Indonesia telah diatur dalam perundang-undangan, namun tidak ada salahnya apabila kita berusaha memahaminya berdasarkan landasan, baik yang bersifat teoritis maupun kenyataan yang terjadi sesudahnya. Sesuai dengan sejarah timbulnya koperasi, pembagian koperasi didasarkan pada kebutuhan masyarakat itu. Secara mendasar

koperasi dibedakan atas koperasi konsumsi, koperasi produksi dan koperasi kredit, namun setelah peradaban semakin maju aktifitas masyarakat bertambah kompleks timbulah berbagai macam bentuk dasar koperasi itu misalnya saja koperasi produksi dapat dibagi menjadi koperasi pertanian, pertemakan, koperasi perikanan maupun koperasi pengkrajin.

C. Kualifikasi Koperasi Kebutuhan Masyarakat

Untuk konteks ke Indonesiaan pembagian koperasi didasarkan pada kebutuhan nyata masyarakat secara umum di Indonesia ada lima kualifikasi koperasi diantaranya adalah :

1. Koperasi Konsumsi

Sesuai dengan namanya koperasi konsumsi adalah koperasi yang menangani pengadaan berbagai barang-barang untuk memenuhi kebutuhan anggotanya misalnya saja, beras, gula, sabun, minyak goreng, perkakas rumah tangga dan barang elektronika. Tujuan koperasi konsumsi ialah agar anggota-anggotanya dapat membebani pengadaan berbagai barang-barang konsumsi dengan kualitas yang baik dan harga yang layak untuk melayani kebutuhan anggota-anggotanya maka suatu koperasi konsumsi akan melakukan beberapa para anggota :

- (a) Membeli dan menghimpun barang-barang konsumsi dalam jumlah sesuai kebutuhan para anggota.
- (b) Menyalurkan barang konsumsi itu membuat sendiri barang-barang konsumsi dengan harga yang layak.
- (c) Mungkin juga koperasi itu membuat sendiri barang-barang konsumsi yang dibutuhkan untuk kemudian dijual kepada para

anggota sehingga mereka tidak terlalu bergantung kepada pihak luar. Koperasi konsumsi ialah koperasi- koperasi yang anggota-anggotanya terdiri dari tiap-tiap orang yang mempunyai kepentingan langsung dalam lapangan konsumsi. Koperasi konsumsi mempunyai fungsi:

- 1) Sebagai penyalur tunggal barang-barang kebutuhan rakyat sehari- hari yang mempendek jarak antara konsumen dan produsen.
- 2) Harga barang sampai dengan pemakai menjadi murah.
- 3) Ongkos-ongkos penjualan maupun pembelian dapat dihemat.

2. Koperasi Simpan Pinjam

Koperasi simpan pinjam didirikan untuk memberikan kesempatan kepada anggota-anggotanya memperoleh pinjaman dan dengan mudah dan dengan ongkos (jasa) yang ringan. Koperasi simpan pinjam ialah koperasi yang bergerak dalam lapangan usaha pembentukan modal melalui tabungan-tabungan para anggota secara teratur dan terus-menerus untuk kemudian dipinjamkan kepada anggota dengan cara mudah, murah, cepat dan tepat untuk tujuan produktif dan kesejahteraan. Berdasarkan prinsip operasionalnya Koperasi simpan Pinjam dibedakan menjadi dua, yaitu secara konvensional dan secara syariah Islam. Contohnya adalah unit-unit simpan pinjam dalam KUD KSU, *Credit Union*, KSPPS atau BMT(baitul maal wa tanwil) dan lain-lain.

3. Koperasi Produksi

Sesuai dengan namanya koperasi produksi adalah koperasi yang memproduksi berbagai barang-barang untuk memenuhi kebutuhan anggotanya misalnya meubel, tahu. Tujuan koperasi produksi ialah agar anggota-anggotanya dapat memproduksi berbagai barang-barang dengan kualitas yang baik dan harga yang layak.

4. Koperasi Jasa

Sesuai dengan namanya koperasi Jasa adalah koperasi yang menangani kebutuhan atau pelayanan jasa bagi anggotanya misalnya saja, konsultan hukum, seniman, angkutan umum dan lainnya. Tujuan koperasi jasa ialah agar jasa yang dibutuhkan anggota-anggotanya dapat diperoleh dengan kualitas yang baik dan harga yang layak.

5. Koperasi Pemasaran

Sesuai dengan namanya koperasi Pemasaran adalah koperasi yang menangani kebutuhan pemasaran bagi anggotanya misalnya saja, pasar tradisonal, mini market dan lainnya. Tujuan koperasi pemasaran ialah agar produk anggota-anggotanya dapat dijual dengan harga yang berkualitas.

D. Jangkauan Arah Kebijakan Koperasi Dan UMKM

Dalam subbab ini disajikan sejumlah petunjuk yang perlu diperhatikan dalam penyusunan rumusan ketentuan-ketentuan dalam peraturan daerah tentang pemberdayaan Koperasi dan UMKM . Petunjuk itu adalah sebagai berikut .

1. Urgen dan Mendasar

Ditetapkannya peraturan tentang Pemberdayaan Koperasi dan UMKM memiliki urgensi yang tinggi, dalam arti “mendesak” dan “penting”. Di samping itu, ketentuan-ketentuan di dalam Peraturan Daerah Tentang Pemberdayaan Koperasi dan UMKM bersifat mendasar karena ketentuan-ketentuan tersebut sangat fundamental bagi pengembangan dan pemberdayaan Masyarakat terutama perempuan.

2. Sederhana dan Jelas

Pemberdayaan Koperasi dan UMKM harus disusun secara sederhana sehingga mudah diikuti, dan dipatuhi oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Kesederhanaan rumusan ketentuan akan memudahkan aparat pelaksana dari lingkungan Pemerintah dan lembaga Gerakan Koperasi dan UMKM untuk memantau pelaksanaan peraturan daerah tersebut. Dalam penyusunan ketentuan-ketentuan, penyusunan harus menghindarkan diri dari keinginan untuk mencantumkan rumusan-rumusan yang terlalu detail. Hal itu dimaksudkan agar para anggota Koperasi dan UMKM memiliki ruang yang cukup luas dan longgar untuk mengadaptasi ketentuan-ketentuan hukum itu terhadap kebutuhan mereka untuk kemudian dicantumkan di dalam anggaran dasar Koperasi dan UMKM.

Sehubungan dengan kriteria “mudah diikuti” ,rumusan ketentuan-ketentuan dalam Raperda Tentang Pemberdayaan Koperasi dan UMKM harus jelas, tegas, tidak memiliki dua arti atau lebih, serta disusun dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti. Apabila jelas maka “Penjelasan atas Raperda Pemberdayaan Koperasi dan UMKM ” harus benar-benar memberi penjelasan.

Selanjutnya perlu ditekankan bahwa ketidakjelasan dan kerumitan rumusan ketentuan atau pengaturan akan menimbulkan kesamaran-kesamaran, ketidakpastian, multitafsir, dan sebagainya yang pada gilirannya akan menimbulkan ketidakkonsistenan atau bahkan penyimpangan atau penyalahgunaan dalam penerapan peraturan daerah. Pengalaman menunjukkan bahwa rumusan yang tidak jelas seringkali diikuti oleh penjelasan yang tidak jelas atau bahkan tanpa penjelasan sama sekali di dalam “Penjelasan”.

3. Terstruktur secara Logis dan Sistematis

Ketentuan-ketentuan dalam Raperda tentang Pemberdayaan Koperasi dan UMKM harus terstruktur secara logis dan sistematis. Ini berarti bahwa ketentuan-ketentuan di dalam Peraturan Daerah Tentang Pemberdayaan Koperasi dan UMKM itu disusun sesuai dengan penalaran yang runtut dan tepat dimana terdapat kesesuaian antara sebab dan akibat. Di samping itu ketentuan-ketentuan tersebut memiliki susunan kesatuan-kesatuan – dalam bentuk bab dan bagian yang masing-masing tidak berdiri sendiri-sendiri tetapi berfungsi membentuk kesatuan secara keseluruhan dan teratur.

4. Komprehensif

Rumusan ketentuan-ketentuan dalam Raperda Pemberdayaan Koperasi dan UMKM harus menyeluruh, dalam arti mencakup keseluruhan aspek penting yang perlu dicakup di dalamnya. Hal itu penting agar pelaksanaan ketentuan-ketentuan itu dapat diselenggarakan secara tuntas, dalam pengertian bahwa ketentuan-ketentuan itu diharapkan memiliki dampak langsung.

5. *Luwes*

Peraturan daerah Tentang Pemberdayaan Koperasi dan UMKM yang baik adalah pengaturan yang tidak terhalang oleh kebakuan rumusan apabila dihadapkan kepada perubahan-perubahan yang tidak fundamental dalam perkembangan kondisi dan situasi sosial, politik, dan ekonomi.

6. *Lintas Sektoral*

Hal-hal yang berkaitan dengan Raperda tentang Pemberdayaan Koperasi dan UMKM melekat pada berbagai sektor yang tertentu dan jelas, seperti sektor-sektor pertanian, perdagangan, perindustrian, keuangan, hukum, dan sebagainya. Di samping itu, terdapat aspek-aspek tertentu yang berada di daerah kelabu (*grey areas*) , terutama yang berada dalam yurisdiksi dari dua lembaga atau lebih. Karenanya, ketentuan- ketentuan dalam Raperda Tentang Pemberdayaan Koperasi dan UMKM harus disusun secara cermat.

7. *Seimbang*

Rumusan ketentuan-ketentuan dalam Raperda Tentang Pemberdayaan Koperasi dan UMKM semestinya mengatur secara seimbang peranan, hak, dan kewajiban Gerakan Koperasi, UMKM dan Pemerintah.

8. *Terpantau dan Terevaluasi*

Pemantauan dan evaluasi merupakan upaya untuk menjaga agar Raperda Tentang Pemberdayaan Koperasi dan UMKM dapat dilaksanakan secara efektif.

9. Sanksi dan Insentif

Sanksi merupakan sarana penting bagi terselenggaranya pengaturan kehidupan Koperasi dan UMKM . Namun, tujuan pengaturan dapat pula dicapai melalui pemberian insentif dan disinsentif. Petunjuk tersebut harus benar-benar diperhatikan oleh para penyusun Raperda Tentang Pemberdayaan Koperasi dan UMKM.

Dalam rangka mencapai tujuan pemberdayaan usaha kecil tersebut, maka pemerintah dan pemerintah daerah bertugas dan berperan:

- 1 Menumbuhkan iklim usaha dengan menetapkan peraturan perundang- undangan dan kebijakan yang meliputi aspek: (a) pendanaan; (b) sarana dan prasarana; (c) informasi usaha; (d) kemitraan; (e) perizinan usaha; (f) kesempatan berusaha; (g) promosi dagang; dan (h) dukungan kelembagaan.
- 2 Memfasilitasi pengembangan usaha dalam bidang: (a) produksi dan pengolahan; (b) pemasaran; (c) sumber daya manusia; dan (d) desain dan teknologi.
- 3 Menyediakan pembiayaan bagi Usaha Mikro, dan Kecil, melalui upaya: (a) pengembangan sumber pembiayaan dari kredit perbankan dan lembaga keuangan bukan bank; (b) pengembangan lembaga modal ventura; (c) pelembagaan terhadap transaksi anjak piutang; peningkatan kerjasama antara

Usaha Mikro dan Usaha Kecil melalui Koperasi Simpan Pinjam dan Koperasi Jasa Keuangan konvensional dan syariah; dan (d) pengembangan sumber pembiayaan lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

- 4 Bersama dunia usaha dapat memberikan hibah, mengusahakan bantuan luar negeri, dan mengusahakan sumber pembiayaan lain yang sah serta tidak mengikat untuk Usaha Mikro dan Kecil.
- 5 Memberikan insentif dalam bentuk kemudahan persyaratan perizinan, keruganan tarif sarana dan prasarana, dan bentuk insentif lainnya yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan kepada dunia usaha yang menyediakan pembiayaan bagi Usaha Mikro dan Kecil.
- 6 Pemberdayaan Usaha Menengah dalam bidang pembiayaan dan penjaminan, dengan: (a) memfasilitasi dan mendorong peningkatan pembiayaan modal kerja dan investasi melalui perluasan sumber dan pola pembiayaan, akses terhadap pasar modal, dan lembaga pembiayaan lainnya; dan (b) menembangkan lembaga penjaminan kredit, dan meningkatkan fungsi lembaga penjamin ekspor.
- 7 Bersama Dunia Usaha dan Masyarakat memfasilitasi, mendukung dan menstimulasi kegiatan kemitraan, yang saling membutuhkan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan. Kemitraan antara Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan Kemitraan antara Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan Usaha Besar mencakup proses alih keterampilan di bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, permodalan, sumber daya manusia, dan teknologi.

- 8 Menugaskan SKPD yang tugas dan tanggung jawabnya di bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan SKPD yang secara teknis bertanggung jawab untuk mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam sektor kegiatannya, mengatur pemberian insentif kepada Usaha Besar yang melakukan kemitraan dengan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah melalui inovasi dan pengembangan produk berorientasi ekspor, penyerapan tenaga kerja, penggunaan teknologi tepat guna dan ramah lingkungan, serta menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan.

E. Dasar Pertimbangan Koperasi dan UMKM

- a. Merangsang Koperasi dan UMKM untuk memberdayakan perempuan dalam rangka pembangunan demokrasi ekonomi/ekonomi kerakyatan.
- b. Mendorong terciptanya Koperasi dan UMKM yang berbasis keanggotaan dan berakar pada masyarakat, tumbuh dari bawah, demokratis, otonom dan berorientasi pada kesejahteraan ekonomi, sosial dan budaya anggota-anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya.
- c. Mengakses permodalan Koperasi dan UMKM dari berbagai sumber baik dari jaringan internasional, pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.
- d. Menciptakan Lapangan usaha yang seluas-luasnya bagi masyarakat, khususnya masyarakat menengah ke bawah.

BAB V

PENUTUP

Koperasi dan UMKM merupakan hal yang berperan penting sebagai penopang berjalannya sektor perekonomian ditinjau dari kemampuan penyerapan tenaga kerja, potensi pendapatan yang dihasilkan, dan daya dorong terhadap pertumbuhan ekonomi. Potensi yang demikian itu menjadi motivasi dari Model Koperasi Wanita Hebat atau WH ini tercipta.

Model Koperasi Wanita Hebat ini berbeda dengan koperasi lainnya yang hanya lebih berorientasi pada simpan pinjam. Model Koperasi WH sengaja dibentuk bukan hanya sekedar memberikan pinjaman kepada anggotanya. Namun pinjaman yang diberikan kepada anggota terutama kaum wanita akan dilakukan pendampingan agar pinjaman tersebut dapat digunakan untuk pengembangan UMKM yang produktif dan bernilai ekonomis sehingga mampu mengdongkrak perekonomian keluarganya.

Oleh karena itu perlu dilakukan beberapa hal yaitu: 1) Perlunya standarisasi terhadap kualitas manajemen pengelolaan usaha bagi Koperasi Wanita dalam bentuk UMKM. 2) Perlunya mengubah pemikiran (*mindset*) di masyarakat khususnya bagi wanita dalam menunjang ekonomi keluarga yang berkembang di masyarakat dapat perlahan berubah dari mencari pekerjaan menjadi pembuat lapangan pekerjaan. 3) Kurangnya kompetensi aparatur pembina Koperasi Wanita dalam bentuk UMKM disebabkan

kurangnya pelatihan bagi anggota koperasi wanita. Dalam upaya peningkatan taraf hidup masyarakat, pola pemberdayaan yang tepat sasaran sangat diperlukan, bentuk yang tepat adalah dengan memberikan kemudahan dan kesempatan kepada koperasi wanita dalam membentuk UMKM untuk meningkatkan ekonomi keluarga.

Adapun beberapa peran perempuan di sektor UMKM yang perlu untuk dikembangkan terkait dengan bidang perdagangan dan industri pengolahan seperti: warung makan, toko kecil, pengolahan makanan dan industri kerajinan, karena usaha ini dapat dilakukan di rumah (*Home Industry*) sehingga tidak melupakan peran perempuan sebagai ibu rumah tangga.

Meskipun awalnya UMKM yang dilakukan perempuan hanya dijadikan sebagai pekerjaan sampingan dan penghasilan tambahan untuk membantu suami dan untuk menambah pendapatan rumah tangga, tetapi dapat menjadi sumber pendapatan utama dalam keluarga apabila dikelola secara baik.

Perlunya pemberdayaan perempuan dalam keberadaan Koperasi dan UMKM ini merupakan salah satu di antara bentuk dari ekonomi kerakyatan. Yang mana keberadaannya di era otonomi daerah merupakan potensi yang harus digali dan dikembangkan karena dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang masif dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sebagaimana tujuan dari pembangunan daerah.

Dengan demikian, upaya pengelolaan terhadap Koperasi dan UMKM tidak hanya menyangkut soal permodalan simpan pinjam tetapi diharapkan mampu berperan untuk memfasilitasi pertumbuhan dan perkembangan ekonomi di masyarakat umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Pratama, C. (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Pemberdayaan Perempuan Desa Joho di Lereng Gunung Wilis. *Jurnal kebijakan dan Manajemen Publik*, Vol.1 No.1 (Januari, 2013). ISSN 2303-341X.
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. (2019). Perkuat Daya Saing Perempuan Pengusaha di Era Globalisasi. Dipublikasikan Rabu, 10 Juli 2019, melalui Siaran Pers Nomor B-127/Set/Rokum/MP 01/07/2019.
- Asaolu. (2014). Evaluation of the performance of the Cooperative Investment and Credit Societies (CICS) in Financing Small-Scale Enterprises (SSEs) in Osun State, Nigeria.
- Idrisa, Y.L., Gwary. M.M. and Shehu H. (2010). Analysis of food security status among farming households in jere local government of borno state, Nigeria. *Agro-Science Journal of Tropical Agriculture, Food, Environment and Extension* Volume 7 Number 3 September 2009 pp. 199 -205. ISSN 1119-7455.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian
- Ropke, Jochen. (2013). *Ekonomi Koperasi Teori dan Manajemen [The Economic Theory of Cooperative]* diterjemahkan oleh Sri Djatnika S. Ariffin. Jakarta: Salemba Empat.
- Ernita, Firmansyah; Agus Al Rozi. (2014). Factors Affecting the Members Participation on Cooperative in North Sumatera, *International Journal of Scientific & Technology Research*. Vol.3 Issue 10, Oct. 2014. ISSN: 2277-8616.
- BPS (2016). *Statistik Indonesia 2016*. Jakarta: BPS.

Klasen, S., dan Lamanna, F. (2009). The impact of gender inequality in education and employment on economic growth: new evidence for a panel of countries. *Feminist Economics*, vol.15, No. 3.

United Nation Economic Commissions for Europe. (2009). *Measuring Gender Equality in the Economy*, Research Report. UN.

ILO. 16 Januari (2013). Mempromosikan Akses Perempuan Atas Pekerjaan yang Layak dan Kesetaraan Kerja di Indonesia. Diakses melalui

[http://www.ilo.org/jakarta/info/public/pr/WCMS_201772/lang--en/index.htm](http://www.ilo.org/jakarta/info/public/pr/WCMS_201772/lang-en/index.htm)

Maloney, William F. (2014). *Informality Revisited*. *World Development*, Vol. 32(7)

Biografi Penulis

Assoc. Prof. Sutikno, S.Pd., M.Pd., Ph.D



Lahir di Pasiran 10 September 1981. Pernah mengenyam pendidikan di SD Negeri 105372 Batang Terap Kecamatan Perbaungan, SMP Satria Dharma Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai, SMK Negeri 1 Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang, Strata Satu (S1) Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP UMN Al-Washliyah Medan-Sumatera Utara, Strata Dua (S2) Magister Pendidikan Bahasa Indonesia PPS UMN Al-Washliyah Medan Sumatera Utara.

Strata Tiga (S3) Universiti Sultan Zainal Abidin (UNISZA), Kuala Terengganu, Malaysia. Saat ini bekerja sebagai dosen di Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al-Washliyah dan sekaligus menjabat sebagai Direktur Executive Pascasarjana Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah (UMN) Al Washliyah Medan. Penulis juga aktif di beberapa kegiatan organisasi penelitian baik nasional dan internasional, juga sebagai konsultan pembangunan desa wisata. Penulis berdomisili di Lingkungan Pasiran No.153 Kel.Simpang Tiga Pekan, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara-Medan.

Biografi Penulis

Dr. H. KRT. Hardi Mulyono K Surbakti, S.E., M.AP.



Nama beliau tentu tak asing lagi didengar. Dr. H. KRT. Hardi Mulyono K Surbakti, SE., M.AP. lahir di Medan pada tanggal 11 November 1963. Beliau pernah menjabat sebagai anggota DPRD baik DPRD Medan dan DPRD Sumut. Kini beliau menjabat sebagai Rektor Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al-Washliyah. Penulis menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah pada tahun 2006. Selanjutnya menyelesaikan Strata Dua (S2) Program Studi Magister Administrasi Publik (M.AP) di Universitas Medan Area. Selanjutnya pada tanggal 23 Desember 2019, beliau resmi menyandang gelar Doktor (Dr.) Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Sumatera Utara.

Biografi Penulis

Dr. Leni Handayani, S.P., M.Si



Penulis bekerja sebagai Dosen di Fakultas Pertanian Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan. Penulis menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) di Universitas Medan Area dengan Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian. Selanjutnya menyelesaikan Strata Dua (S2) di Universitas Sumatera Utara (USU) mengambil Program Studi Ekonomi Pembangunan Selanjutnya penulis menyelesaikan Strata Tiga (S3) di Universitas Sumatera Utara (USU) dengan Program Studi Ilmu Pertanian. Penulis Lahir di Pulau Raja pada Tanggal 16 September 1973 dan aktif dalam berbagai kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi sebagai bentuk aplikasi dan keilmuan kepada masyarakat. Saat ini penulis menduduki jabatan sebagai Dekan Fakultas Pertanian di Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah. Saat ini penulis beralamat di Jalan Tuar Komplek Astra Blok I No. 6 Kecamatan Medan Amplas – Medan Sumatera Utara

Biografi Penulis

Dr. Anggia Sari Lubis, S.E., M.Si



Penulis lahir di Medan pada tanggal 29 Juli 1987. Pada tahun 1993 penulis masuk Sekolah Dasar, dan lulus dari SD Harapan 1 Medan pada tahun 1999. Pada tahun 1999 penulis melanjutkan sekolah di SMP Harapan 1 Medan dan lulus pada tahun 2003. Pada tahun 2003, penulis melanjutkan sekolah di SMA Negeri 1 Medan- Sumatera Utara dan lulus pada tahun 2005. Pada tahun 2005, penulis diterima pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara, dan lulus pada tahun 2008. Untuk menambah ilmu manajemen pada tahun 2008, penulis melanjutkan pendidikan di Program Studi Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara, dan lulus pada tanggal 05 Januari 2011. Untuk lebih memperdalam ilmu manajemen, selanjutnya di tahun 2018 penulis melanjutkan Program Doktor Ilmu Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara dan lulus pada tahun 2021. Penulis aktif sebagai konsultan dan trainer pada beberapa lembaga konsultan manajemen di Kota Medan, dan aktif sebagai pengurus pada beberapa organisasi profesi di bidang ilmu ekonomi dan manajemen. Saat ini, penulis menduduki jabatan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah Medan.

Biografi Penulis

Farida Yani, S.P.M.P



Penulis merupakan dosen pada Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan. Penulis menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) di Universitas Sumatera Utara dengan Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian. Selanjutnya menyelesaikan Strata Dua (S2) di Universitas Sumatera Utara mengambil Program studi Magister Agribisnis. Saat ini penulis melanjutkan Study pada jenjang Doktor di Universitas Negeri Padang. Penulis lahir di Kota Kisaran Kabupaten Asahan 12 Agustus 1978 dan aktif dalam kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi sebagai bentuk aplikasi dan penerapan keilmuan kepada masyarakat. Saat ini penulis menduduki Jabatan sebagai Sekretaris Lembaga Penjamin Mutu (LPM) di Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah. Penulis