

Pengembangan Kemitraan Koperasi, Usaha Mikro Dan Kecil (KUMK) Dengan Usaha Menengah/Besar Untuk Komoditi Unggulan Lokal

Dandan Irawan

Institut Manajemen Koperasi Indonesia
dandanirawan@gmail.com

ABSTRAK

Pada dasarnya kemitraan secara alamiah akan mencapai tujuannya jika kaidah saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan dapat dipertahankan dan dijadikan komitmen dasar yang kuat di antara para pelaku kemitraan. Namun demikian perkembangannya terkesan sangat lambat. Penyebabnya adalah adanya faktor kondisi dan struktur yang spesifik dan berbeda dibandingkan dengan negara lain. Seiring dengan itu, kita masih menjumpai berbagai bentuk kesenjangan, seperti kesenjangan antar daerah, antar kelompok pendapatan, antar sektor, antar pelaku ekonomi, dan sebagainya. Persoalan selanjutnya ialah bahwa di badan usaha termasuk koperasi dan usaha mikro dan kecil dalam menjalankan aktivitas usahanya membutuhkan kemitraan usaha dengan usaha menengah dan besar agar mampu meningkatkan kinerja usaha dan skala usaha. Meskipun di sisi lain kondisi dan struktur ekonomi kita belum sepenuhnya kondusif untuk menumbuhkan kemitraan berdasarkan pertimbangan bisnis murni atau dorongan pasar yang bersaing sehat namun kemitraan usaha landasannya cukup kuat dalam konstitusi negara kita. Kemitraan akan berjalan bila pihak-pihak yang bermitra sama-sama memperoleh manfaat. Konsep kita tentang kemitraan memang seperti itu, walaupun pada jangka pendek, ada pihak atau salah satu pihak memperoleh manfaat lebih banyak dari pihak lain.

Kata kunci: kemitraan, pelaku usaha, komoditi unggulan

ABSTRACT

Basically a natural partnership will achieve its goal if mutual requirements, mutual reinforcement, and mutual benefit can be maintained and made a strong fundamental commitment among partners. Nevertheless the development seems very slow. The cause is the presence of specific and different conditions and structure factors compared to other countries. Along with that, we still encounter various forms of gaps, such as inequality among regions, among income groups, between sectors, among economic actors, and so forth. The next problem is that in business entities including cooperatives and micro and small enterprises in running their business activities requires business partnerships with medium and large enterprises in order to improve business performance and business scale. While on the other hand our economic conditions and structures are not yet fully conducive to fostering partnerships based on purely business considerations or competitive market motivations but the business partnership of the foundation is strong enough in our country's constitution. Partnerships will work if partners are equally benefiting. Our concept of partnership is like that, although in the short term, there is a party or a party benefiting more from the other side.

Key Words: partnership, businessman, excellent commodity

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah pengangguran terbuka di Indonesia per Februari 2017 mencapai 7,01 juta orang, turun sekitar 20 ribu orang dibanding Agustus 2016 dan berkurang 10 ribu dibandingkan periode yang sama tahun 2016. Tingkat pengangguran terbuka sampai

bulan Februari 2017 sebesar 5,33 persen, atau mengalami penurunan 0,28 persen dibandingkan keadaan Agustus 2016 dan turun sebesar 0,17 persen dibandingkan Februari 2016.

Meskipun angka pengangguran mencapai 7,01 juta orang, namun secara keseluruhan tingkat pengangguran di Indonesia relatif membaik, tingkat pengangguran terbuka di wilayah perkotaan dan pedesaan sama-sama mengalami penurunan,

meskipun tingkat pengangguran terbuka di perkotaan cenderung lebih tinggi, dengan kisaran 6,5 persen, sementara di wilayah perdesaan hanya sebesar 4,0 persen.

Guna mereduksi tingkat pengangguran yang terjadi maka perlu dukungan dari semua *stakeholders* dalam menyikapi fenomena yang ada, salah satu yang dapat dilakukan ialah melalui Koperasi, Usaha Mikro dan Kecil (KUMK). Diyakini bahwa KUMK mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi yang pernah terjadi KUMK terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut.

Penulis membatasi bahwa yang membutuhkan pemberdayaan ialah Koperasi, Usaha Mikro dan Kecil (KUMK) bukan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (KUMKM) sebab merujuk kepada Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah menunjukkan bahwa usaha menengah mempunyai kriteria antara lain, kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta sampai dengan paling banyak Rp 10 milyar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2,5 Milyar sampai dengan paling banyak Rp 50 Milyar. Sehingga apabila asumsi pelaku usaha menengah berbisnis dalam satu tahun sebanyak 300 hari, maka omzet harian pelaku usaha skala menengah antara Rp 8,3 juta sampai Rp 166,67 juta per hari sehingga sudah dipastikan memperoleh keuntungan yang cukup signifikan apabila margin yang diperoleh berkisar 20%.

Mengutip data Kementerian Koperasi dan UKM (Juni 2017) jumlah UMKM di Indonesia saat ini berjumlah 57.900.787 orang dengan jumlah usaha mikro ialah sebanyak 57.189.393 orang (98,77%), jumlah usaha kecil sebanyak 654.222 orang (1,13%), jumlah usaha menengah sebanyak 52.106 orang (0,09%) dan jumlah usaha besar sebanyak 5.066 orang (0,01%). Sesuai dengan data dari Badan Pusat Statistika (BPS) diketahui bahwa UMKM memberikan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) mencapai 60,34 persen terdiri dari usaha mikro 30,3 persen, usaha kecil 12,8 persen, dan usaha menengah 14,5 persen. Dalam hal serapan tenaga kerja, UMKM mampu menyerap tenaga kerja hingga 57,9 juta orang di berbagai daerah di Indonesia.

Adapun jumlah koperasi aktif di Indonesia sampai akhir tahun per Desember 2017 ialah sebanyak 153.171 unit dengan jumlah anggota koperasi aktif tercatat mencapai sebanyak 26.535.640 orang. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah RI mengumumkan

kontribusi sektor koperasi terhadap total Produk Domestik Bruto (PDB) per triwulan III 2017 mencapai 4,48 persen. Kemenkop dan UKM RI mengklaim angka kontribusi anggota Koperasi terhadap PDB nasional mencapai 30,84 persen atau senilai Rp 3.114 triliun. Dengan demikian, total perkiraan kontribusi lembaga dan anggota Koperasi sebesar 35,32 persen dari total PDB Nasional per triwulan III 2017.

Perkembangan angka-angka fantastis di atas tidak serta merta menempatkan KUMK menjadi “pemain utama” dalam percaturan ekonomi di Indonesia, sebab meskipun secara fundamental keberadaan KUMK diakui eksistensinya, namun tidak dapat dipungkiri masih berkuat pada permasalahan-permasalahan, selain persoalan efisiensi, efektivitas dan kemampuan berusaha, juga terkendala persoalan permodalan. Untuk itu ke depan masih harus terus dilakukan dengan berbagai inovasi, sehingga diharapkan produktivitas KUMK di Indonesia ke depan bisa bertambah dan bisa bersaing dalam lingkungan yang dinamis

Secara makro pengembangan KUMK perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah ke depan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya KUMK. Pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan KUMK disamping mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil, dan meningkatkan kualitas sumber daya manusianya.

Untuk itu perlu diciptakan suatu sinergi yang optimal diantara masyarakat, khususnya hal yang berkaitan dengan usaha ekonomi masyarakat. Hal ini didasarkan bahwa pembangunan ekonomi harus mampu mewujudkan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat berdasarkan azas demokrasi, kebersamaan, dan kekeluargaan yang melekat, serta mampu memberikan kesempatan yang seluas-luasnya kepada semua pelaku ekonomi untuk berperan sesuai dengan bidang usaha masing-masing.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan agar KUMK dapat menempati posisi yang strategis dalam perekonomian nasional ialah dengan melakukan kemitraan dengan pelaku usaha yang memiliki aset dan omzet yang besar, memiliki kemampuan penetrasi pasar yang luas, mampu menerapkan prinsip-prinsip efisiensi dan efektif dalam mengelola perusahaan serta memiliki akses permodalan yang kuat. Upaya yang dapat dilakukan ialah melakukan kemitraan yang strategis dengan pelaku usaha skala menengah dan skala besar, yang diharapkan dapat

menjadi stimulus bagi pengembangan KUMK di Indonesia.

Rumusan Masalah

Batasan masalah dalam tulisan ini ialah bagaimana KUMK dapat melakukan kemitraan dengan pelaku usaha skala menengah dan skala besar dalam komoditi unggulan lokal.

Pada dasarnya kemitraan secara alamiah akan mencapai tujuannya jika kaidah saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan dapat dipertahankan dan dijadikan komitmen dasar yang kuat di antara para pelaku kemitraan. Implementasi kemitraan yang berhasil harus bertumpu kepada persaingan sehat dan mencegah terjadinya penyalahgunaan posisi dominan dalam persekutuan untuk menghindari persaingan. Alternatif kemitraan dalam pengembangan KUMK bukan dimaksudkan untuk memanjakan atau pemihakan yang berlebihan, tetapi justru upaya untuk peningkatan kemandirian pengusaha kecil dan mikro sebagai pilar dalam pembangunan ekonomi kerakyatan. Strategi peningkatan skala usaha dan akses permodalan dengan penyaluran kredit program, jika tidak dilakukan dengan konsep kemitraan sebagaimana mestinya, pada akhirnya malah akan menyisakan masalah kredibilitas tersendiri. Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka diperlukan suatu model yang terintegrasi untuk dapat mengembangkan kemitraan antara KUMK dengan pelaku usaha dari skala usaha menengah dan skala usaha besar.

Untuk mewujudkan hal tersebut, dibutuhkan sebuah upaya dalam bentuk kemitraan. Secara sederhana kemitraan diartikan sebagai kerjasama pihak yang mempunyai modal dengan pihak yang mempunyai keahlian atau peluang usaha dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan. Esensi kemitraan jika ditinjau dari sudut pandang tujuan perlindungan usaha adalah agar kesempatan usaha yang ada dapat dimanfaatkan pula oleh yang tidak mempunyai modal tetapi punya keahlian untuk memupuk jiwa wirausaha, bersama-sama dengan pengusaha yang telah diakui keberadaannya. Hal ini sejalan dengan Kementerian *Koperasi* dan UKM RI yang ditargetkan untuk menambah jumlah *kemitraan usaha besar-kecil*, sesuai mandat Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 dan Peraturan Pemerintah (PP) No. 17 Tahun 2013 (Pelaksanaan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

TINJAUAN PUSTAKA

Kemitraan Di Indonesia

Kemitraan dilihat dari perspektif etimologis diadaptasi dari kata *partnership*, dan berasal dari akar kata *partner*. *Partner* dapat

diterjemahkan “pasangan, jodoh, sekutu, atau kampanye”. Makna *partnership* yang diterjemahkan menjadi persekutuan atau perkongsian. Bertolak dari sini maka kemitraan dapat dimaknai sebagai bentuk persekutuan antara dua pihak atau lebih yang membentuk suatu ikatan kerjasama atas dasar kesepakatan dan rasa saling membutuhkan dalam rangka meningkatkan kapasitas dan kapabilitas di suatu bidang usaha tertentu, atau tujuan tertentu, sehingga dapat memperoleh hasil yang baik.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, arti kata mitra adalah teman, kawan kerja, rekan. Sementara kemitraan artinya perihal hubungan atau jalinan kerjasama sebagai mitra. Pengertian kemitraan adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan. Karena merupakan strategi bisnis maka keberhasilan kemitraan sangat ditentukan oleh adanya kepatuhan diantara yang bermitra dalam menjalankan etika bisnis.

Menurut Anwar dalam Hafisah, pembangunan ekonomi dengan pola kemitraan dapat dianggap sebagai usaha yang paling menguntungkan (*maximum social benefit*), terutama ditinjau dari pencapaian tujuan pembangunan jangka panjang. Hal ini didasari oleh perwujudan cita-cita pola kemitraan untuk melaksanakan sistem perekonomian gotong royong antara mitra yang kuat dari segi permodalan, pasar, dan kemampuan teknologi bersama pelaku usaha mikro dan kecil yang tidak berpengalaman.

Di Indonesia, perkembangan kemitraan usaha telah tumbuh terutama sejak pertengahan tahun 70-an. Namun demikian perkembangannya terkesan sangat lambat. Penyebabnya adalah adanya faktor kondisi dan struktur yang spesifik dan berbeda dibandingkan dengan negara lain. Misalnya, kondisi dan struktur perekonomian kita masih diwarnai oleh mekanisme pasar yang belum efisien dan efektif. Seiring dengan itu, kita masih menjumpai berbagai bentuk kesenjangan, seperti kesenjangan antar daerah, antarkelompok pendapatan, antar sektor, antar pelaku ekonomi, dan sebagainya. Persoalan selanjutnya ialah bahwa di satu sisi, kita memang membutuhkan kemitraan usaha, tetapi di sisi lain kondisi dan struktur ekonomi kita belum sepenuhnya kondusif untuk menumbuhkan kemitraan berdasarkan pertimbangan bisnis murni atau dorongan pasar yang bersaing sehat. Lebih jauh lagi, kemitraan usaha kita butuh karena landasannya cukup kuat dalam konstitusi negara kita. Satu hal yang harus dipahami dan disadari oleh kita semua bahwa ”Kemitraan Usaha Nasional” yang digalakkan dan dikembangkan adalah bentuk atau

wujud dari demokrasi ekonomi yang diamanatkan oleh pasal 33 UUD 1945.

Kecenderungan globalisasi dan perdagangan bebas memaksa seluruh pelaku bisnis di dunia untuk mengembangkan *strategic alliance*. Ini adalah peluang untuk bermitra. Perdagangan bebas memaksa pelaku bisnis untuk lebih melakukan spesialisasi atau pembagian kerja (*division of labour*). Pembagian kerja memberikan peluang bagi kemitraan. Perkembangan sosial dan politik mengharuskan semua pihak untuk peduli dengan pengusaha kecil. Kondisi ini memberikan insentif tentang perlunya kemitraan. Pertumbuhan ekonomi ke arah proses produksi yang berorientasi nilai tambah, dengan sendirinya memerlukan kemitraan, sebagai akibat dari kebutuhan "*out sourcing*." Bagi Indonesia, kemitraan sangat diperlukan dan sebagai wujud pelaksanaan amanat UU No. 9/1995 tentang Usaha Kecil. Dengan berbagai modifikasi terhadap konsep awalnya, kemitraan di Indonesia diharapkan dapat memenuhi suatu kondisi, antara lain:

- 1) Memberdayakan usaha kecil untuk mengurangi kesenjangan sosial sekaligus mendorong pemerataan
- 2) Memperkuat struktur ekonomi nasional menghadapi globalisasi
- 3) Mendorong keterkaitan usaha antara usaha besar dengan usaha kecil sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi kedua belah pihak.

Dalam kaitan ini, kemitraan dapat kita pandang sebagai upaya kita untuk mewujudkan visi dan misi nasional. Visi adalah formulasi cita-cita, impian dan tujuan ke depan yang sifatnya jangka panjang. Karena itu visi tidak dapat diuji oleh realitas-realitas jangka pendek. Kemitraan, baru kita galakkan dalam beberapa tahun terakhir ini, karena itu kita belum dapat menguji visi, sedangkan kemitraan sebagai misi, kita rasa sudah banyak kemajuan.

Menurut Pertamina Foundation (2015), dalam membangun jaringan kemitraan diperlukan adanya prinsip-prinsip yang harus disepakati bersama agar terjalin kuat dan berkelanjutan. Prinsip-prinsip tersebut di antaranya adalah:

1) Kesamaan Visi-Misi

Kemitraan hendaknya dibangun atas dasar kesamaan visi dan misi, serta tujuan organisasi. Kesamaan visi dan misi menjadi motivasi dan perekat pola kemitraan tersebut.

2) Kepercayaan (trust)

Setelah adanya kesamaan visi dan misi maka prinsip berikutnya yang tidak kalah penting adalah adanya rasa saling percaya antar pihak yang bermitra. Kepercayaan adalah modal dasar

dalam membangun kemitraan yang sinergis dan mutualis. Untuk dapat dipercaya, maka komunikasi yang dibangun harus dilandasi oleh itikad (niat) yang baik dan menjunjung tinggi kejujuran.

3) Saling Menguntungkan

Asas saling menguntungkan merupakan pondasi yang kuat dalam membangun kemitraan. Jika dalam bermitra ada salah satu pihak yang merasa dirugikan ataupun merasa tidak mendapat manfaat lebih, maka akan mengganggu keharmonisan dalam bekerja sama. Antara pihak yang bermitra harus saling memberi kontribusi sesuai peran masing-masing dan harus saling merasa diuntungkan dengan adanya jalinan kemitraan.

4) Efisiensi dan Efektifitas

Dengan mensinergikan beberapa sumber untuk mencapai tujuan yang sama diharapkan mampu meningkatkan efisiensi waktu, biaya dan tenaga. Efisiensi tersebut tentu saja tidak mengurangi kualitas proses dan hasil, justru sebaliknya malah dapat meningkatkan kualitas proses dan produk yang dicapai. Tingkat efektifitas pencapaian tujuan menjadi lebih tinggi jika proses kerja kita melibatkan mitra kerja. Dengan kemitraan dapat dicapai kesepakatan-kesepakatan dari pihak yang bermitra tentang siapa melakukan apa sehingga pencapaian tujuan diharapkan akan menjadi lebih efektif.

5) Komunikasi Dialogis

Komunikasi timbal balik dilaksanakan secara dialogis atas dasar saling menghargai. Komunikasi dialogis merupakan pondasi dalam membangun kerjasama. Tanpa komunikasi dialogis akan terjadi dominasi pihak yang satu terhadap pihak yang lainnya yang pada akhirnya dapat merusak hubungan yang sudah dibangun.

7) Komitmen yang Kuat

Kemitraan akan terbangun dengan kuat dan permanen jika ada komitmen satu sama lain terhadap kesepakatan yang dibuat bersama.

Kemitraan akan berjalan bila pihak-pihak yang bermitra sama-sama memperoleh manfaat. Konsep kita tentang kemitraan memang seperti itu, walaupun pada jangka pendek, ada pihak atau salah satu pihak memperoleh manfaat lebih banyak dari pihak lain. Tetapi itu adalah satu proses untuk mewujudkan kemitraan yang ideal. Berdasarkan hal tersebut, maka peran pemerintah dalam gerakan kemitraan masih sangat diperlukan, setidaknya pada tahap-tahap awal yang sifatnya memotivasi dan mendorong pelaksanaan kemitraan. Peran pemerintah yang paling utama adalah

menciptakan iklim usaha yang sehat bagi kemitraan usaha. Selanjutnya pemerintah dapat berperan dalam memberikan pedoman tentang kemitraan melalui peraturan perundangan. Pemerintah juga berperan penting dalam memberikan informasi dan peluang kemitraan serta rencana teknis kepada usaha kecil dalam perencanaan kemitraan dan negosiasi bisnis.

Pemerintah dapat mendukung kemitraan dengan memantapkan prasarana, sarana dan memperkuat kelembagaan, antara lain mengembangkan sistem dan lembaga keuangan. Berdasarkan penjelasan demikian, istimewanya dengan kemitraan alami adalah pemerintah berperan menciptakan iklim usaha yang kondusif sehingga mempercepat terwujudnya kemitraan. Dalam mewujudkan kemitraan, kita perlu mempertemukan antara konsep dan implementasi kemitraan di lapangan. Adapun langkah-langkahnya ialah :

1. Pertama, pelaksanaan kemitraan berdasarkan pada strategi dasar yaitu hubungan kemitraan yang memiliki keterkaitan usaha, kemitraan yang tidak memiliki keterkaitan usaha, dan penciptaan pelaku bisnis baru.
2. Kedua, implementasi gerakan kemitraan dengan langkah-langkah, sebagai berikut :
 - a. Penetapan komitmen kemitraan oleh pemilik/direksi usaha besar
 - b. Identifikasi peluang kemitraan oleh direksi usaha besar
 - c. Kampanye program kemitraan usaha
 - d. Publikasi program dan hasil-hasil kemitraan
 - e. Monitoring pelaksanaan kemitraan
3. Ketiga, perlu dipikirkan sasaran gerakan kemitraan. Sasaran kemitraan adalah dunia usaha secara keseluruhan. Memang pola kemitraan yang dikembangkan dapat berbeda menurut sektornya masing-masing. Misalnya sektor pertanian, pola Inti Plasma lebih cocok. Di sektor industri manufaktur, pola sub-kontrak lebih pas. Di sektor perdagangan dan jasa kita memiliki pola kemitraan waralaba dan keagenan. Dan tidak menutup kemungkinan tumbuhnya pola-pola kemitraan di luar pola-pola yang telah ada.

Menurut jangka waktunya, sasaran kemitraan dapat kita klasifikasikan dalam jangka pendek dan jangka panjang. Jangka pendek, setiap pengusaha skala menengah dan skala besar yang telah membuat komitmen kemitraan dan memperoleh calon-calon mitra diharapkan melaksanakan kemitraan dalam waktu secepatnya. Jangka panjang, secara sendiri atau bersama-sama pengusaha besar pemrakarsa kemitraan mempersiapkan rencana kemitraan. Dari rencana tersebut diharapkan terjadi keterkaitan

vertikal, horizontal dan geografikal dari bisnis kemitraan antara KUMK dengan pelaku usaha skala menengah dan skala besar.

Dengan demikian, kemitraan usaha pada hakekatnya adalah pemaduan berbagai kompetensi yang dimiliki oleh pengusaha besar, menengah, dan KUMK. Dalam kemitraan tersebut, pengusaha besar dan menengah diharapkan berperan sebagai pemrakarsa sedangkan KUMK sebagai mitra usaha. Pengusaha besar dan menengah dapat memperbaiki inefisiensi usaha yang timbul karena spesialisasi, sedangkan KUMK diharapkan dapat memetik keuntungan karena percepatan pengembangan usaha melalui jangkauan yang lebih luas terhadap peluang-peluang bisnis dan kompetensi pengusaha besar. Itulah sebabnya kemitraan yang sedang digalakkan harus berpedoman pada prinsip saling memerlukan, memperkuat dan menguntungkan. Namun demikian, untuk mewujudkan cita-cita dan implementasi kemitraan tersebut bukan berarti tanpa kendala dan rintangan. Hambatan tersebut bisa saja berasal dari belum kondusifnya iklim berusaha, kesadaran yang masih rendah oleh kedua belah pihak (usaha besar maupun usaha kecil) atau juga karena terdapatnya kelemahan usaha kecil di bidang SDM, modal, teknologi, informasi maupun organisasi dan manajemen.

Koperasi, Usaha Mikro dan Kecil

Koperasi, usaha mikro dan kecil (KUMK) di Indonesia merupakan bagian penting dalam sistem perekonomian nasional, karena mempunyai peran mempercepat pertumbuhan ekonomi melalui misi penyediaan lapangan usaha dan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat dan ikut berperan dalam perolehan devisa negara serta memperkuat struktur usaha nasional. Pengembangan KUMK sejalan dengan proses pembangunan, yang diprioritaskan untuk diarahkan pada upaya membina pola pengelolaan ekonomi nasional, yang mengandalkan kekuatan masyarakat dalam melakukan kegiatan ekonomi. Demikian pula dengan tuntutan pembangunan pada era otonomi saat ini ialah semakin mendesak untuk dapat memperkuat struktur perekonomian nasional. Untuk dapat berperan secara optimal, maka tantangan bagi pelaku usaha ialah bagaimana mewujudkan pelaku usaha yang sesuai dengan kepentingan ekonomi.

Pengertian Koperasi menurut Undang-undang No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian U 25/92 Tentang Perkoperasian :

“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandasi kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas azas kekeluargaan.”

Berdasarkan batasan koperasi ini, Koperasi Indonesia mengandung 5 unsur sebagai berikut.

1) Koperasi adalah Badan Usaha (*Business Enterprise*)

Sebagai Badan Usaha, maka koperasi harus memperoleh laba. Laba merupakan elemen kunci dalam suatu sistem usaha bisnis, di mana sistem itu akan gagal bekerja tanpa memperoleh laba.

2) Koperasi adalah kumpulan orang-orang dan atau badan-badan hukum koperasi

Koperasi Indonesia bukan kumpulan modal. Dalam hal ini, UU Nomor 25 Tahun 1992 memberikan jumlah minimal orang-orang (anggota) yang ingin membentuk organisasi koperasi (minimal 20 orang), untuk koperasi primer dan tiga Badan Hukum Koperasi untuk koperasi sekunder. Syarat lain yang harus dipenuhi ialah bahwa anggota-anggota tersebut mempunyai kepentingan ekonomi yang sama.

3) Koperasi Indonesia adalah koperasi yang bekerja berdasarkan "prinsip-prinsip koperasi"

Menurut UU Nomor 25 Tahun 1992, ada 7 prinsip Koperasi Indonesia dan ini akan diuraikan pada tulisan berikutnya. Secara singkat, prinsip koperasi ini pada dasarnya merupakan jati diri koperasi.

4) Koperasi Indonesia adalah "Gerakan Ekonomi Rakyat"

Ini berarti bahwa, Koperasi Indonesia merupakan bagian dari sistem perekonomian nasional. Dengan demikian, kegiatan usaha koperasi tidak semata-mata hanya ditujukan kepada anggota, tetapi juga kepada masyarakat umum.

5) Koperasi Indonesia "berazaskan kekeluargaan"

Dengan azas ini, keputusan yang berkaitan dengan usaha dan organisasi dilandasi dengan jiwa kekeluargaan. Segala keputusan yang diambil seyogyanya berdasarkan musyawarah dan mufakat. Inti dari azas kekeluargaan yang dimaksud adalah adanya rasa keadilan dan cinta kasih dalam setiap aktivitas yang berkaitan dengan kehidupan berkoperasi.

Dalam UU. No 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian pasal 3 disebutkan bahwa, 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. Tujuan koperasi tersebut masih bersifat umum. Karena itu, setiap koperasi perlu menjabarkannya ke dalam bentuk tujuan yang lebih operasional bagi koperasi sebagai

badan usaha. Tujuan yang jelas dan dapat dioperasikan akan memudahkan pihak manajemen dalam mengelola koperasi. Pada kasus anggota juga bertindak sebagai pemilik, pelanggan dan pemodal akan dapat lebih mudah melakukan pengawasan terhadap proses pencapaian tujuan koperasi, sehingga penyimpangan dari tujuan tersebut akan dapat lebih cepat diketahui. Dalam tujuan tersebut dikatakan bahwa, koperasi memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. 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. Kesejahteraan bermakna sangat luas dan juga bersifat relatif, karena ukuran sejahtera bagi seseorang dapat berbeda satu sama lain. Manusia pada dasarnya adalah makhluk yang tidak pernah merasa puas, karena itu. kesejahteraan akan terus dikejar tanpa batas. Keberhasilan koperasi dalam meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi anggotanya akan lebih mudah diukur, apabila aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh anggota dilakukan melalui koperasi, sehingga peningkatan kesejahteraannya akan lebih mudah diukur. Dalam pengertian ekonomi, tingkat kesejahteraan itu dapat ditandai dengan tinggi rendahnya pendapatan riil. 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. Dengan demikian, pengertian kesejahteraan yang bersifat abstrak dan relatif tersebut dapat diubah menjadi pengertian yang lebih konkrit dalam bentuk pendapatan, sehingga pengukurannya dapat dilakukan secara nyata.

Dalam pengertian ekonomi, pendapatan dapat berbentuk pendapatan nominal dan pendapatan riil. Pendapatan nominal adalah pendapatan seseorang yang diukur dalam jumlah satuan uang yang diperoleh. Sedangkan pendapatan riil adalah pendapatan seseorang yang diukur dalam jumlah barang dan jasa pemenuh kebutuhan yang dapat dibeli, dengan membelanjakan pendapatan nominalnya (uangnya). Apabila pendapatan nominal seseorang meningkat, sementara harga-harga barang jasa tetap (tidak naik), maka orang tersebut akan lebih mampu membeli barang/jasa untuk memenuhi kebutuhannya, yang berarti tingkat kesejahteraannya meningkat pula. Dalam kondisi seperti di Indonesia, di mana pendekatan pembinaan dan pengembangan koperasi dengan *top-down-approach*,

banyak koperasi dengan sejumlah anggota yang kurang mempunyai hubungan ekonomi satu sama lain. Dalam kata lain partisipasi anggota terhadap koperasinya masih relatif kecil sehingga sukar untuk mengatakan bahwa peningkatan kondisi sosial ekonomi anggota koperasi sebagai keberhasilan dari pada koperasi.

Selanjutnya, fungsi Koperasi untuk Indonesia tertuang dalam pasal 4 UU. No. 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian yaitu:

- 1) Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya.
- 2) Berperan serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat.
- 3) Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai sokogurunya.
- 4) Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasar atas azas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

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
2. Pengelolaan dilakukan secara demokrasi
3. Pembagian SHU dilakukan secara adil sesuai dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota
4. Pemberian batas jasa yang terbatas terhadap modal
5. Kemandirian
6. Pendidikan perkoperasian
7. Kerja sama antar koperasi

Adapun usaha mikro dan kecil di Indonesia saat ini tersebar di berbagai sektor komoditi usaha, dan pada saat krisis moneter termasuk ke dalam sektor yang paling tahan banting dalam menghadapi perubahan yang terjadi. Pemerintah yang memiliki fungsi untuk memberdayakan dan dituntut memberikan kontribusi yang nyata, terutama dalam memajukan kegiatan usahanya, sehingga terjadi peningkatan skala ekonomi. Upaya pemberdayaan telah dilakukan dengan berbagai kegiatan, yang secara umum diharapkan agar terjadi peningkatan kemampuan dari sikap pengusaha, pemahaman manajemen usaha dan aksesibilitas terhadap instansi yang terkait dalam mendukung kegiatan usaha. Pemberdayaan ini telah menjadi suatu agenda penting dewasa ini, meskipun dalam implementasinya masih memerlukan keterpaduan dari *stakeholders*.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, menyebutkan beberapa definisi sebagai berikut,

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- 4) Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Adapun kriterianya ialah sebagai berikut:

- 1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - a) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

- 3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
- a) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kemitraan KUMK dengan Pelaku Usaha Skala Menengah dan Besar

Kemitraan antara KUMK dengan usaha menengah dan usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh Usaha Menengah dan atau Usaha Besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan. Pola Kemitraan dalam rangka keterkaitan usaha diselenggarakan melalui pola-pola yang sesuai dengan sifat dan tujuan usaha yang dimitragkan dengan diberikan peluang kemitraan seluas-luasnya kepada KUMK, oleh Pemerintah dan dunia usaha. Dalam pola inti plasma, usaha besar dan usaha menengah sebagai inti membina dan mengembangkan KUMK yang menjadi plasmanya dalam:

- 1) penyediaan dan penyiapan lahan;
- 2) penyediaan sarana produksi;
- 3) pemberian bimbingan teknis manajemen usaha dan produksi;
- 4) perolehan, penguasaan dan peningkatan teknologi yang diperlukan;
- 5) pembiayaan; dan
- 6) pemberian bantuan lainnya yang diperlukan bagi peningkatan efisiensi dan produktivitas usaha.

Dalam hal kemitraan Usaha Besar dan atau Usaha Menengah dengan Usaha Kecil berlangsung dalam rangka sub kontrak untuk memproduksi barang dan atau jasa, Usaha Besar atau Usaha Menengah memberikan bantuan berupa:

- 1) kesempatan untuk mengerjakan sebagian produksi dan atau komponen;
- 2) kesempatan yang seluas-luasnya dalam memperoleh bahan baku yang diproduksinya secara berkesinambungan dengan jumlah dan harga yang wajar;
- 3) bimbingan dan kemampuan teknis produksi atau manajemen;
- 4) perolehan, penguasaan dan peningkatan teknologi yang diperlukan;
- 5) pembiayaan.

Dalam kegiatan perdagangan pada umumnya, kemitraan antara usaha besar dan atau usaha menengah dengan KUMK dapat berlangsung dalam bentuk kerjasama pemasaran, penyediaan lokasi usaha, atau penerimaan pasokan dari KUMK mitra usahanya untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh usaha besar dan atau usaha menengah yang bersangkutan. Dengan memperhatikan pemenuhan kebutuhan barang dan jasa yang diperlukan oleh usaha besar atau usaha menengah dilakukan dengan mengutamakan pengadaan hasil produksi KUMK dengan cara langsung dan terbuka. Untuk lebih mendorong terwujudnya kemitraan antara usaha besar dan usaha menengah dengan KUMK, terhadap kemitraan yang berlangsung diberikan perlakuan tambahan sebagai berikut:

- 1) pengutamaan kesempatan dalam pelaksanaan pengadaan barang atau jasa yang diperlukan Pemerintah;
- 2) dalam hal-hal tertentu diberi kelonggaran untuk memanfaatkan bidang usaha yang dicadangkan untuk KUMK;
- 3) pengeluaran dalam rangka pembinaan dan pengembangan kemitraan diperhitungkan sebagai biaya yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto dalam rangka penentuan besarnya Penghasilan Kena Pajak bagi usaha besar dan usaha menengah yang bersangkutan.

Usaha besar, usaha menengah dan KUMK yang melaksanakan kemitraan mempunyai hak untuk:

- 1) meningkatkan efisiensi usaha dalam kemitraan;
- 2) mendapat kemudahan untuk melakukan kemitraan;
- 3) membuat perjanjian kemitraan; dan
- 4) membatalkan perjanjian bila salah satu pihak mengingkari.

Usaha besar dan usaha menengah yang melaksanakan kemitraan mempunyai hak untuk mengetahui kinerja kemitraan KUMK mitra binaannya. KUMK yang bermitra mempunyai hak untuk memperoleh pembinaan dan pengembangan dari usaha besar dan usaha menengah mitranya dalam satu aspek atau lebih tentang pemasaran, sumber daya manusia, permodalan, manajemen dan teknologi.

Usaha besar dan usaha menengah yang melaksanakan kemitraan dengan KUMK berkewajiban untuk:

- 1) memberikan informasi peluang kemitraan;
- 2) memberikan informasi kepada Pemerintah mengenai perkembangan pelaksanaan kemitraan;
- 3) menunjuk penanggung jawab kemitraan;

- 4) mentaati dan melaksanakan ketentuan-ketentuan yang telah diatur dalam perjanjian kemitraan; dan
- 5) melakukan pembinaan kepada mitra binaannya dalam satu atau lebih aspek:

Kemitraan yang berkaitan dengan aspek pemasaran:

- 1) membantu akses pasar;
- 2) memberikan bantuan informasi pasar;
- 3) memberikan bantuan promosi;
- 4) mengembangkan jaringan usaha;
- 5) membantu melakukan identifikasi pasar dan perilaku konsumen;
- 6) membantu peningkatan mutu produk dan nilai tambah kemasan.

Kemitraan yang berkaitan dengan pengembangan sumberdaya manusia :

- 1) pendidikan dan pelatihan;
- 2) magang;
- 3) studi banding;
- 4) konsultasi.

Kemitraan yang berkaitan dengan aspek permodalan :

- 1) pemberian informasi sumber-sumber kredit;
- 2) tata cara pengajuan penjaminan dari berbagai sumber lembaga penjaminan;
- 3) mediator terhadap sumber-sumber pembiayaan;
- 4) informasi dan tata cara penyertaan modal;
- 5) membantu akses permodalan;

Kemitraan yang berkaitan dengan aspek manajemen :

- 1) kemitraan yang berkaitan dengan aspek pemasaran
- 2) bantuan penyusunan studi kelayakan;
- 3) sistem dan prosedur organisasi dan manajemen;
- 4) menyediakan tenaga konsultan dan advisor.

Kemitraan yang berkaitan dengan aspek teknologi :

- 1) membantu perbaikan, inovasi dan alih teknologi;
- 2) membantu pengadaan sarana dan prasarana produksi sebagai unit percontohan;
- 3) membantu perbaikan sistem produksi dan kontrol kualitas;
- 4) membantu pengembangan disain dan rekayasa produk;
- 5) membantu meningkatkan efisiensi pengadaan bahan baku

KUMKM yang bermitra berkewajiban untuk:

- 1) meningkatkan kemampuan manajemen dan kinerja usahanya secara berkelanjutan, sehingga lebih mampu melaksanakan kemitraan dengan Usaha Besar atau Usaha Menengah; dan
- 2) memanfaatkan dengan sebaik-baiknya berbagai bentuk pembinaan dan bantuan yang diberikan oleh Usaha Besar dan atau Usaha Menengah.

Usaha besar, usaha menengah dan atau KUMK yang melaksanakan kemitraan mempunyai kewajiban untuk:

- 1) mencegah gagalnya kemitraan;
- 2) memberikan informasi tentang pelaksanaan kemitraan kepada Menteri Teknis dan Menteri;
- 3) meningkatkan efisiensi usaha dalam kemitraan.

Dalam konsep kemitraan semua pihak harus menjadi *stakeholders* dan berada dalam derajat subyek-subyek bukan subyek-obyek, sehingga pola yang dijalankan harus dilandasi dengan prinsip-prinsip partisipatif dan kolaboratif yang melibatkan seluruh *stakeholders* dalam kemitraan yang dijalankan. Kemitraan sekarang ini sudah menjadi perhatian semua pihak, karena kemitraan merupakan salah satu aspek dalam pertumbuhan iklim usaha untuk pengembangan KUMK melalui “peremberdayaan” dalam rangka memperoleh peningkatan pendapatan dan kemampuan usaha serta peningkatan daya saing dari usaha kecil dan menengah atau usaha besar. Pemberdayaan tersebut disertai perbaikan dan pengembangan oleh usaha menengah dan usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan. Dengan demikian kemitraan merupakan suatu tindakan dan hubungan bisnis untuk membesarkan KUMK secara rasional.

Dalam tindakan dan hubungan bisnis tersebut, usaha menengah dan usaha besar tetap diberikan kesempatan yang luas untuk tetap menjalankan tujuan usahanya dalam memperoleh keuntungan yang berkelanjutan sehingga kemitraan itu bukanlah merupakan bentuk hadiah kepada KUMK. Jadi tujuan kemitraan adalah untuk mengangkat KUMK menjadi pilar pembangunan ekonomi karena kelemahan mendasar petani/ transmigran adalah dari segi ekonomi dan akses ke sumber permodalan dan pasar. Kelompok usaha kecil memerlukan dorongan pemerintah dalam peningkatan kualitas sumberdaya manusia, teknologi, permodalan/kredit dan pemasaran.

Melalui kemitraan akan tercipta *Transfer of Knowledge* dalam hal pengalaman pengelolaan usaha yang lebih efisien dan prospektif bagi KUMK, sedangkan bagi usaha besar dan usaha menengah akan memperoleh kontinuitas produksi atau meningkatkan kapasitas yang lebih besar. Apabila diamati, usaha yang dikembangkan akan

menghasilkan efisiensi dan sinergi sumberdaya yang dimiliki masing-masing pihak yang bermitra sehingga kemitraan dapat menjawab masalah *Diseconomies of scale* yang sering dihadapi oleh usaha besar atau usaha menengah. Disamping itu kemitraan juga dapat memperkuat mekanisme pasar dan persaingan usaha yang efisien dan produktif, sehingga dapat mengalihkan dari kecenderungan monopoli/ monopsoni atau oligopoli. Bagi usaha kecil seperti transmigran, kemitraan jelas sangat menguntungkan karena dapat turut mengambil manfaat pasar, modal, teknologi, manajemen dan kewirausahaan yang dikuasai oleh usaha besar atau usaha menengah. Dalam rangka mewujudkan kerjasama kemitraan diperlukan upaya-upaya nyata dalam menciptakan iklim yang mampu merangsang terselenggaranya usaha yang kokoh berdasarkan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan. Kerjasama kemitraan dalam upaya keterkaitan usaha dilaksanakan melalui pola-pola yang sesuai dengan sifat dan tujuan usaha yang dimitrakan dengan memberikan peluang kemitraan seluas-luasnya kepada transmigran baik oleh pemerintah maupun dunia usaha.

Untuk mencapai keberhasilan dalam kerjasama kemitraan, maka setiap pihak yang terlibat dalam kerjasama kemitraan harus memperhatikan ukuran-ukuran sebagai berikut :

- 1) Hubungan bisnis diantara stakeholders yang bermitra mempunyai keterkaitan usaha (on line);
- 2) Kemitraan atas dasar hubungan bisnis yang saling menguntungkan;
- 3) Adanya unsur pembinaan dan pengembangan diantara *stakeholders*;
- 4) Adanya komitmen dan rasa kebersamaan antara pihak-pihak yang bermitra;
- 5) Hak dan kewajiban masing-masing mitra diatur dalam nota kesepakatan;

Terdapat empat kunci keberhasilan kemitraan yang berkesinambungan, yaitu pertama, adanya kegiatan pendampingan yang didukung dengan pendamping yang sungguh-sungguh, mampu memotivasi, ikhlas dan dapat dipercaya kedua, kerjasama kemitraan harus tumbuh karena kesadaran, bukan karena keterpaksaan, ketiga, adanya kepentingan bersama yang saling menguntungkan keempat, tidak ada intervensi satu pihak terhadap pihak yang lain. Adapun model kemitraan yang banyak dilaksanakan ialah:

- 1) Inti-Plasma;
- 2) Subkontrak;
- 3) Hubungan Dagang;
- 4) Pemasokan;
- 5) Waralaba;
- 6) Keagenan; dan

- 7) Bentuk-bentuk lain.

Penetapan Komoditi Unggulan Lokal

Dalam menetapkan komoditi unggulan lokal perlu dilakukan tahapan sebagai berikut :

- 1) Kenali tipologi wilayah
- 2) Memetakan sumber daya alam dan sumberdaya manusia
- 3) Menetapkan potensi ekonomi wilayah
- 4) Menyusun strategi perencanaan
- 5) Interaksi langsung dengan pasar

1 Tipologi Wilayah

Tipologi wilayah dapat dilihat dalam uraian sebagai berikut :

- 1) Pesawahan
- 2) Perladangan
- 3) Perkebunan
- 4) Peternakan
- 5) Perikanan
- 6) Nelayan
- 7) Pertambangan
- 8) Kerajinan
- 9) Industri kecil
- 10) Industri sedang/ besar
- 11) Jasa
- 12) Perdagangan
- 13) Pariwisata

2 Memetakan Potensi

Aktivitas dalam memetakan potensi wilayah, maka perlu disusun dengan cara mengidentifikasi potensi wilayah sesuai dengan tipologi wilayah, dengan instrumen mengidentifikasi potensi komoditi masing-masing wilayah. Adapun jenis komoditi usaha yang dapat dilakukan meliputi usaha-usaha sebagai berikut :

- 1) Tanaman obat-obatan kecuali jahe, industri kesehatan non medik, lada, melinjo, kayu manis, kemiri, panili, kapulaga, pala, siwalan, aren, dan lontar.
- 2) Peternakan ayam buras, penangkapan ikan kembung, layang, udang, penangkapan ikan karang, cumi-cumi, teripang.
- 3) Golongan industri makanan menyangkut industri abon, pengasinan/pemanisan, sayur dan telur, industri penggaraman/pengasinan ikan dan biota perairan, industri roti, kue kering, gula merah, kelapa, palma, tauco, tempe, tahu, keripik, makan ringan, kerupuk, petis, terasi, kue basah,

madu. Pengembangan bisnis padi-padian, biji-bijian, kacang-kacangan dan umbi-umbian.

- 4) Industri benang bermotif/celup, industri tenun ATBM, tenun gedongan, batik tulis, perajutan, peci, kopiah.
- 5) Industri kapur tohor, kapur sirih, kapur pertanian dan kapur tulis.
- 6) Hiasan rumah tangga tanpa diglasir, pot bunga, perlengkapan rumah tangga, batu bata, tanah liat, genteng tanah liat, memproduksi alat-alat pertanian, alat pemotong, pertukangan dan alat perkebunan yang semuanya digerakkan oleh tangan/manual.
- 7) Bisnis bengkel, reparasi alat listrik, kotak sambungan telepon, industri alat listrik seperti anker dan track anker, klem, rumah meteran, air minum, kerajinan, hotel melati, angkutan pedesaan, kios telepon, wartel, pertunjukan tradisional, persalinan, akupunktur, pijat refleksi dan tradisional, fumigasi dan pedagang informal.
- 8) Jenis usaha yang terbuka untuk usaha menengah dan besar yang harus bermitra dengan usaha kecil, meliputi :
 - 9) Bisnis ubi kayu, jagung, sayur-sayuran, buah-buahan dan jahe. Peternakan ayam ras pedaging dan petelur, sapi potong, domba, kambing, babi, itik, sapi perah, benih udang, budidaya sidat, katak siput, dan buaya.
 - 10) Industri pengolahan susu, pengasapan, tepung ikan, pengolahan teh, kelapa, pengolahan lada, melinjo, kayu manis, panili, kapulaga, pala, cengkeh, kopra, gula pasir, pati sagu, benang sutra, dekortisasi serat, benang sutra (filamen), ukiran kayu, kertas tulis cetak, amplop dan rol karet.
 - 11) Mesin pertanian perontok padi, pemotong padi, traktor tangan pemipil jagung, pompa air tangan, industri perlengkapan sepeda, kerajinan perak, pertambangan kecil, pengecer (agen dan dealer), distributor (perkulakan, pemasok, sub distributor, ATPM), pasar modern (mall, super market), jasa pemasaran, toko, kerajinan, toko umum, toko bebas bea, penjualan melalui media, sewa beli, penyewaan mesin dan peralatan, foto studio, salon, biro jasa, mobil toko dan mobil restoran, pemondokan, perparkiran, penitipan anak, jasa boga, binatu, restoran, pelayanan medik (umum, bersalin, spesialis, gigi) dan jasa instalasi listrik.

3 Menetapkan Potensi Komoditi

Setelah dilakukan pemetaan potensi komoditi, maka tahapan selanjutnya ialah mencoba untuk melakukan penetapan potensi komoditi, yang dalam penilaian pelaksana kegiatan, merupakan komoditi yang dirasakan strategis untuk dikembangkan.

Salah satu instrumen yang dapat digunakan ialah analisis *SWOT* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), yaitu analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman

4 Menyusun Strategi Perencanaan

Dalam menyusun strategi perencanaan dapat dilakukan dengan tahapan sebagai berikut :

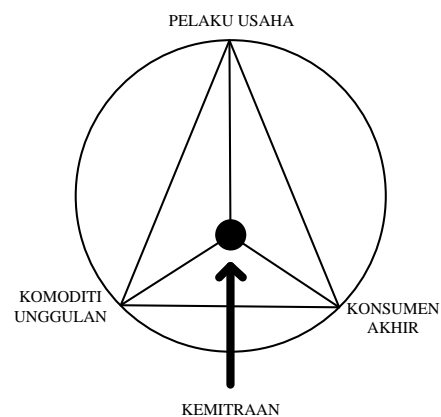
- 1) Tetapkan pasar sasaran
- 2) Tetapkan stakeholders
- 3) Tetapkan sumberdaya pendukung
- 4) Menyusun kemitraan
- 5) Menetapkan jaringan kerja
- 6) Menyusun rencana usaha bersama

5 Interaksi Langsung Dengan Pasar

Kemitraan yang baik ialah kemitraan yang dapat langsung menghantarkan komoditi produk dari KUMK secara langsung ke pasar, sehingga *how to penetrate the market* menjadi sangat penting untuk dikuasai dengan baik

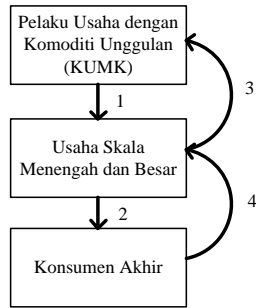
Pengembangan Kemitraan KUMK dengan Usaha Menengah dan Besar

Hubungan kerja dan kemitraan, melibatkan tiga pilar utama, yaitu (1) Komoditi Strategis, (2) Pelaku Usaha (KUMK) dan (3) Konsumen Akhir, yang dapat digambarkan dengan bagan sebagai berikut,



Gambar 1. Tiga Pilar Utama Kemitraan

Secara umum kondisi faktual kemitraan yang sering terjadi, dapat dilihat dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 2. Konsisi Faktual Kemitraan

Dari pola kemitraan di atas menunjukkan, bahwa kondisi faktual yang ada berada dalam pola yang sangat sederhana, di mana antar satu elemen dengan elemen lain saling berkaitan. Keterangan gambar dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Hasil komoditi usaha ditampung oleh produsen. Daya tampung didasarkan atas unsur kepercayaan dan tidak didasarkan kontrak tertulis. Kekuatan dan kelemahannya dapat dilihat dalam tabel di bawah.

Kekuatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelaku usaha memperoleh pasar terhadap hasil produksi 2. Diperoleh hasil produksi yang sesuai dengan kebutuhan pengusaha menengah dan besar
Kelemahan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelaku usaha mendapat harga jual yang sama dengan pasar 2. Tidak kontinuitas kepastian serapan pasar, sebab ketika pesanan pasar berkurang, maka pelaku usaha menjual hasil usahanya ke pasar umum dengan harga yang sama.

- 2) Pengusaha besar dan menengah setelah menerima hasil produk dari KUMK, maka diproses terlebih dahulu atau langsung dijual ke konsumen akhir. Jumlah kapasitas sangat tergantung atas pesanan konsumen, sehingga proses produksinya bersifat *job order*. Kekuatan dan kelemahannya dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut :

Kekuatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengusaha menengah dan besar mendapat pasar yang jelas dalam memasarkan hasil produksi. 2. Harga jual mengikuti harga pasar
Kelemahan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan produk yang bersifat <i>job order</i>, mengakibatkan kegiatan produksi tidak bisa dibuat secara kontinyu. 2. Sangat dipengaruhi oleh kondisi makro ekonomi, sehingga sering tidak memproduksi karena tidak ada pesanan

- 3) Konsumen akhir membeli komoditi langsung dari produsen. Selanjutnya digunakan langsung untuk produksi. Kekuatan dan kelemahannya dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut :

Kekuatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen akhir menerima produk langsung dari pengusaha besar, sehingga saluran distribusinya berada dalam tingkatan nol (langsung) 2. Konsumen akhir memperoleh komoditi yang sudah teruji sehingga dapat digunakan langsung sebagai dengan kebutuhan
Kelemahan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sering terjadi kelambatan produk 2. Jumlah sering tidak sesuai dengan pesanan

Point (4) dan point (5) lebih didasarkan atas bentuk pembayaran. Pembayaran baik pembelian komoditi dari produsen ke para pelaku usaha, maupun pembelian dari konsumen akhir ke pengusaha besar, dilakukan secara tunai.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kemitraan sebagai dasar strategis aktivitas usaha, maka disimpulkan harus memperhatikan tiga hal utama, yaitu :

- 1) Pelaksanaan kemitraan berdasarkan pada strategi dasar yaitu hubungan kemitraan yang memiliki keterkaitan usaha, kemitraan yang tidak memiliki keterkaitan usaha, dan penciptaan pelaku bisnis baru.
- 2) Implementasi gerakan kemitraan dengan langkah-langkah, sebagai berikut :
 - a) Penetapan komitmen kemitraan oleh pelaku usaha skala usaha menengah dan besar
 - b) Identifikasi peluang kemitraan oleh pelaku usaha skala usaha menengah dan besar
 - c) Kampanye program kemitraan usaha
 - d) Publikasi program dan hasil-hasil kemitraan
 - e) Monitoring pelaksanaan kemitraan
- 3) Ketiga, kita perlu memikirkan sasaran gerakan kemitraan. Sasaran kemitraan adalah dunia usaha secara keseluruhan. Memang pola kemitraan yang dikembangkan dapat berbeda menurut sektornya masing-masing. Misalnya sektor pertanian, pola Inti Plasma lebih cocok. Di sektor industri manufaktur, pola Sub-Kontrak lebih pas. Di sektor perdagangan dan jasa kita memiliki pola kemitraan Waralaba dan Keagenan. Dan tidak menutup kemungkinan tumbuhnya pola-pola kemitraan di luar pola-pola yang telah ada.

Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 44 Tahun 1997 Tentang Kemitraan. Jakarta.

Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta.

Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian*. Jakarta.

S. P, Hasibuan, Malayu. (2013) *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambar Teguh Sulistiyani. (2004). *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gaya Media..
- Arifin Sitio & Halomoan Tamba. (2009). *Koperasi Teori dan Praktek*. Jakarta: Erlangga.
- David, Fred R. 1997. *Strategic Management*. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.,
- Djohanpuro, Bramantyo, (2004). *Restrukturisasi Perusahaan Berbasis Nilai. Strategi Menuju Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Penerbit PPM.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. 2016. *Data Koperasi dan UKM*, Jakarta
- Mia Nur Damayanti, (1999). *Kajian Pelaksanaan Kemitraan Dalam Meningkatkan Pendapatan Antara Petani Semangka di Kabupaten Kebumen Jawa Tengah dengan CV. Bimandiri*, Bogor: IPB Press.
- Muhammad Jafar Hafsah, (1999). *Kemitraan Usaha*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Pertamina Foundation. (2015). *Membangun Jaringan Kemitraan (Program Restorasi dan Energi Baru Terbarukan)*. Jakarta.

