MODUL MANAJEMEN
KOPERASI DAN UMKM

Disusun Oleh:
Drs. Zainal Arifin, MM

STIE Y.A.I
2021

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahi Robbil'Aalamiin, Puji Syukur Penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, Penulis dapat menyelesaikan modul Manajemen Koperasi dan UMKM. Modul ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik berkat bimbingan, do'a, dan dukungan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini Penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan kepada:

1. Bapak Dr. Yopie Yulius, SE, MM selaku Ketua Yayasan Administrasi Indonesia.
2. Ibu Dr. Reschiwati, SE, MM, Ak, CA selaku Ketua STIE Y.A.I
3. Ibu Ida Musdafia Ibrahim, S. E., M. M. Selaku Ketua Prodi Manajemen
4. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memperlancar proses penyusunan dari awal sampai selesainya penulisan modul.

Penulis menyadari bahwa modul ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangatlah Penulis harapkan. Namun demikian, merupakan harapan bagi Penulis bila modul ini dapat menambah pengetahuan dan menjadi suatu karya yang bermanfaat.

Jakarta, 21 September 2021

Penulis,

Drs. Zainal Arifin, MM

NIDN : 0326096701

DAFTAR ISI

Halaman Judul 1
Kata Pengantar..... 2
Daftar Isi..... 3
Modul 1 Pengertian dan Perkembangan UMKM di Indonesia 4
Modul 2 Kewirausahaan 16
Modul 3 Peluang Usaha 33
Modul 4 – 5 Mengelola Pemasaran 59
Modul 6 – 7 Mengelola SDM UMKM 69
Modul 8 – 9 Mengelola Persediaan, Produksi, dan Manajemen Mutu UMKM 82
Modul 10 Penganggaran Modal UMKM 98
Modul 11 Manajemen Resiko 115
Modul 12 Regulasi dan Etika Bisnis UMKM 126
Modul 13 – 14 Manajemen dan Dialektika Koperasi 135
Lampiran 161

MODUL 1
Pengertian dan Perkembangan UMKM di Indonesia

A. Pengantar

Modul pengertian dan perkembangan UMKM di Indonesia merupakan penjabaran dari makna atau pengertian UMKM menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 dan fakta tak terbantahkan tentang UMKM serta citra negatif UMKM yang perlu diluruskan.

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Nasional dengan populasi pelaku usaha yang dominan (99,9%), menghasilkan PDB sebesar 57,94% (Rp.4.303,57 trilyun), dengan laju pertumbuhan sebesar 6,4%, menyerap tenaga kerja terbanyak,usaha UMKM bersifat padat karya dan menyerap 97,24 % (101,72 juta) tenaga kerja, secara geografis tersebar di seluruh tanah air, di semua sektor, dan ladang pesemaian untuk penciptaan wirausaha baru. UMKM merupakan wahana eksperimen untuk membuka usaha-usaha rintisan yang cocok bagi wirausaha baru termasuk generasi muda.

Permasalahan utama UMKM saat ini adalah akses permodalan terutama kePerbankan.

Oleh karenanya, modul ini akan membicarakan pengertian dan perkembanganUMKM di Indonesia serta permasalahannya dari aspek finansial dan non finansial.

B. Kompetensi Dasar

Mahasiswa mampu memahami pengertian, permasalahan, dan perkembangan UMKM di Indonesia.

C. Kemampuan Akhir yang Diharapkan

1. Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian UMKM.
2. Mahasiswa mampu menjelaskan permasalahan dan peluang/perkembangan UMKM.

D. Kegiatan Pembelajaran

1. Pembelajaran diselenggarakan untuk memahami materi dengan pendekatan *Contextual Instruction*.
2. Mahasiswa mempelajari penjelasan materi mengenai pengertian, permasalahan, dan perkembangan UMKM di Indonesia dan contoh UMKM nyata dalam dunia usaha selama 100 menit.

E. Materi BelajarDefinisi

UMKM

Usaha Mikro berdasarkan Undang-Undang No.20 tahun 2008 tentang UMKM adalah Usaha produktif milik orang perorang dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).

Usaha Kecil menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2008, Usaha Kecil adalah Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorang atau badanusaha 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. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Usaha menengah Menurut UU No.20 Tahun 2008, Usaha Menengah yaitu Usahaekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorang atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling dari banyak Rp.10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah).

Tabel 1. Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset	Omset
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	> 50 juta – 500 juta	> 300 juta – 2,5 milyar
Usaha Menengah	> 500 juta – 10 milyar	> 2,5 – 50 milyar

Sumber : UU No.20 tahun 2008

Ciri-ciri UMKM:

- Manajemen tergantung pemilik,
- Modal disediakan oleh pemilik sendiri,
- Skala usaha dan jumlah modal relatif kecil,
- Daerah operasi usaha bersifat lokal,
- Sumber daya manusia yang terlibat terbatas,
- Biasanya berhubungan dengan kebutuhan kehidupan sehari-hari,
- Karyawan ada hubungan kekerabatan emosional, dan
- Mayoritas karyawan berasal dari kalangan yang tidak mampu secara ekonomis.

Kelemahan-kelemahan UMKM:

- Modal terbatas,
- Kredibilitas,
- Permasalahan pegawai,
- Tingginya biaya langsung,
- Terlalu banyak telur dalam satu keranjang,
- Keterbatasan kualitas produk.

Kekuatan UMKM:

- Sentuhan pribadi,
- Motivasi yang lebih tinggi,

- Fleksibilitas yang tinggi,
- Minim birokrasi,
- Melayani pasar lokal/domestik,
- Produk/jasa tidak menarik perhatian (tidak mencolok).

PERMASALAHAN UMKM:

1. Pengembangan UMKM menghadapi beberapa kendala antara lain masih rendahnya akses pembiayaan UMKM terhadap Perbankan yaitu sekitar 30%, sedangkan 70% UMKM bergantung pada Rentenir dengan suku bunga tinggi.
2. UMKM tidak dapat melakukan akses kepada Perbankan, permasalahan utama yang dihadapi adalah masalah Agunan/Jaminan.
3. Kurangnya pendidikan dan pengembangan wirausaha, sehingga lulusan sekolah cenderung ingin menjadi pegawai khususnya pegawai negeri.
4. Adanya pembajakan hak cipta produk industri kreatif, seperti di Bali dan Yogya olehoknum Importir China.
5. Kurangnya implementasi manajemen terapan.
6. Iklim yang kurang kondusif untuk memulai dan menjalankan usaha termasuk disharmonsiasi peraturan.

Fakta Tak Terbantahkan tentang UMKM:

1. Tulang punggung perekonomian nasional. Merupakan populasi pelaku usaha yang dominan (99,9 %),
2. Menghasilkan PDB sebesar 57,94% (Rp.4.303,57 trilyun), dengan laju pertumbuhan sebesar 6,4 %,
3. Menyumbang volume ekspor mencapai 16,01% (Rp.202,97 trilyun) dari total ekspor nasional,
4. Pembentukan Modal Tetap Bruto (PMTB) nasional sebesar 52,33% (Rp.830,9 trilyun),
5. Menyerap tenaga kerja terbanyak. Usaha UMKM bersifat padat karya dan menyerap 97,24% (101,72 juta) tenaga kerja.
6. Secara geografis tersebar di seluruh tanah air dan di semua sektor. Memberikan layanan kebutuhan pokok yang *multiplier effect*nya tinggi. Menjadi kebutuhan instrumen masyarakat, pemerataan pendapatan dan mengurangi ketimpangan kesejahteraan masyarakat.
7. Ladang pesemaian untuk penciptaan wirausaha baru. UMKM merupakan wahana eksperimen untuk membuka usaha-usaha rintisan yang cocok bagi wirausaha baru

termasuk generasi muda.

8. Terbukti tangguh dan tahan dihantam krisis. Fleksibel dalam modal, luwes memasuki semua sektor, dan cepat beradaptasi. Tidak ada halangan (*barrier*) untuk masuk/keluar. Dapat dilakukan secara individual atau berkelompok dalam sentra- sentra produksi.
9. Ketergantungan pada komponen impor minimal. Memanfaatkan bahan baku dan sumber daya lokal yang mudah ditemukan dan tersedia disekitar sehinggamenghemat devisa.

Citra Negatif UMKM yang perlu diluruskan:

1. Etos kerja dan semangat berusaha rendah. UMKM adalah pekerja ulet, tahan banting, tanpa jam kantor, sanggup berkarya dalam suasana/kondisi kerja apapun.
2. Kurang efisien dan kurang produktif. UMKM secara kreatif mampu mengkombinasikan input produksi yang paling efisien, termasuk mempekerjakan tenaga kerja tak bergaji tetap. Usahanya cenderung tidak bersifat formal sehingga menekan biaya transaksi.
3. Memiliki daya saing rendah. Daya saing UMKM dapat diandalkan karena leluasa memasuki pasar produk massal maupun *customized*. UMKM berani bersaing secara fair, asal tidak dicurangi.
4. Kemampuan melakukan inovasi terbatas. Teknologi yang diadopsi bersifat ekonomis, tersedia dan mudah diakses. Tidak mengharuskan keahlian-keahlian kompleks dan bersifat khusus. Inovasi UMKM dilakukan dari hulu hingga hilir.
5. Memiliki resiko Tinggi. Tidak ada fakta yang membuktikan bahwa resiko kegagalan UMKM lebih tinggi dari usaha besar. Ketika gagal, UMKM lebih cepat dapat membuka usaha lain. Kredit bermasalah UMKM terbukti lebih rendah dibanding kredit komersial skala besar.
6. Sulit diatur/mengorganisir diri. Selama ada panutan dan aturan main yang jelas, UMKM kompak dan mudah diatur untuk melakukan tindakan kolektif, atau bekerjasama dengan pelaku usaha lainnya
7. Kurang mampu menghasilkan produk berkualitas secara berkesinambungan. Banyak UMKM yang telah menghasilkan barang/jasa kualitas ekspor, eksklusif, dan diminati pasar domestik maupun pasar internasional.
8. Ketergantungan terhadap Pemerintah. Pemerintah dan UMKM merupakan dua pihak yang saling memerlukan, saling memperkuat dan saling melengkapi. Dilema ketergantungan secara bertahap dikurangi.

9. Tidak dapat tumbuh besar. Tidak ada halangan bagi UMKM yang unggul untuk menjadi besar. Semakin banyak bukti UMKM sukses yang merangkak dari skala kecil menjadi pengusaha besar.

Permasalahan dan Peluang UMKM:

Mengapa usaha kecil perlu dikembangkan:

- UMKM menyerap tenaga kerja terbanyak,
- Terbukti dapat mengurangi jumlah kemiskinan,
- Dapat memberikan pemerataan dalam distribusi pendapatan,
- Pembangunan ekonomi pedesaan akan tercapai,
- UMKM dapat memberdayakan sumberdaya lokal.

Permasalahan UMKM dalam permodalan:

Pertanyaan mendasar adalah akses terhadap sumber permodalan atau semangatkewirausahaan?

- Keuntungan usaha habis untuk kebutuhan konsumtif,
- Modal usaha digunakan bukan untuk keperluan usaha,
- Tidak berani berhutang.

Kendala Akses Sumber Permodalan adalah kelayakan usaha, agunan, dan legalitasusaha.

Karakteristik UMKM secara umum:

- Manajemen pengelolaan masih sederhana,
- Rendahnya akses terhadap lembaga keuangan/kredit,
- Belum memiliki status badan hukum,
- Terkonsentrasi pada kelompok usaha tertentu.

Usaha Mikro:

- Jenis barang/komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti,
- Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat, belum melakukan administrasi keuangan yg sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha,
- Sumber daya manusianya (Pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yangmemadai,

- Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah,
- Umumnya belum akses kepada Perbankan, namun sebagian sudah akses ke lembagakeuangan Non Bank (seperti Koperasi),
- Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasukNPWP.

Contoh Usaha Mikro:

- Usaha tani pemilik dan penggarap perorangan, peternak, nelayan dan pembudidaya,
- Industri makanan dan minuman, industri meubelair pengolahan kayu dan rotan,industri pandai besi pembuat alat-alat,
- Usaha perdagangan seperti kaki lima serta pedagang di pasar dll.,
- Peternakan ayam, itik dan perikanan,
- Usaha jasa-jasa seperti perbengkelan, salon kecantikan, ojek dan penjahit (konveksi).

Dilihat dari kepentingan Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank, usaha mikro adalah suatu segmen pasar yang cukup potensial untuk dilayani dalam upaya meningkatkan fungsi intermediasi-nya (Bank) karena usaha mikro mempunyai karakteristik positif dan unik yang tidak selalu dimiliki oleh usaha non mikro, antara lain:

- Perputaran usaha (turn over) cukup tinggi, kemampuannya menyerap dana yang mahal dan dalam situasi krisis ekonomi kegiatan usaha masih tetap berjalan bahkan terus berkembang,
- Tidak sensitif terhadap suku bunga,
- Tetap berkembang walau dalam situasi krisis ekonomi dan moneter,
- Pada umumnya berkarakter jujur, ulet, lugu, dan dapat menerima bimbingan asal dilakukan dengan pendekatan yang tepat.

Usaha Kecil:

- Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampangberubah,
- Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah,
- Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, sudahmembuat neraca usaha,
- Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP,

- Sumber daya manusia (Pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwira usaha,
- Sebagian sudah akses ke Perbankan dalam keperluan modal,
- Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik, seperti *business plan*.

Contoh Usaha Kecil:

- Usaha tani sebagai pemilik tanah perorangan yang memiliki tenaga kerja,
- Pedagang dipasar grosir (Agen) dan pedagang pengumpul lainnya,
- Pengrajin industri makanan dan minuman, industri meubelair, kayu dan rotan, industri alat-alat rumah tangga, dan industri pakaian jadi dan industri kerajinantangan,
- Peternakan ayam, itik, dan perikanan,
- Koperasi berskala kecil.

Usaha Menengah:

- Umumnya memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur bahkan lebih modern, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran, dan bagian produksi,
- Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh Perbankan,
- Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, telah ada BPJSTenaga Kerja, pemeliharaan kesehatan, dll.,
- Sudah memiliki segala persyaratan legalitas antara lain izin Tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan, dll,.
- Sudah akses kepada sumber-sumber pendanaan Perbankan,
- Pada umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik.

Contoh Usaha Menengah:

- Usaha pertanian, perternakan, perkebunan, dan kehutanan skala menengah,
- Usaha perdagangan (grosir) termasuk expor dan impor,
- Usaha jasa EMKL (Ekspedisi Muatan Kapal Laut), garment dan jasa transportasitaxi dan bus antar kota antar provinsi,
- Usaha industri makanan dan minuman, elektronik, dan logam,

- Usaha pertambangan batu gunung untuk kontruksi dan marmer buatan.

Masalah Finansial:

- Kurangnya kesesuaian (terjadinya *mismatch*) antara dana yang tersedia yang dapatdiakses oleh UMKM,
- Tidak adanya pendekatan yang sistematis dalam pendanaan UMKM,
- Biaya transaksi yang tinggi, yang disebabkan oleh prosedur kredit yang cukup rumitsehingga menyita banyak waktu sementara jumlah kredit yang dikucurkan kecil,
- Kurangnya akses ke sumber dana yang formal, baik disebabkan oleh ketiadaan Bankdi pelosok maupun tidak tersedianya informasi yang memadai,
- Bunga kredit untuk investasi maupun modal kerja yang cukup tinggi,
- Banyak UMKM yang belum Bankable, baik disebabkan belum adanya manajemenkeuangan yang transparan maupun kurangnya kemampuan manajerial dan finansial.

Masalah Non Finansial:

- Kurangnya pengetahuan atas teknologi produksi dan *quality control* yang disebabkan oleh minimnya kesempatan untuk mengikuti perkembangan teknologi serta kurangnya pendidikan dan pelatihan,
- Kurangnya pengetahuan tentang pemasaran, yang disebabkan oleb terbatasnya informasi yang dapat dijangkau oleh UMKM mengenai pasar, selain karena keterbatasan kemampuan UMKM untuk menyediakan produk/jasa yang sesuai dengan keinginan pasar,
- Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) serta kurangnya sumber daya untukmengembangkan SDM,
- Kurangnya pemahaman mengenai keuangan dan akuntansi.

Permasalahan dalam internal Bank:

Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam memperoleh pinjaman kredit dari Perbankan, tidak bisa dilepaskan pula dari permasalahan yang dihadapi oleh internalBank:

- Bank belum memiliki SDM yang berkompeten untuk menangani Debitur pelakuusaha mikro dan kecil,
- Bank lebih banyak berorientasi dan fokus pada pelayanan kredit segmen korporat,
- Bank memiliki jaringan kantor yang masih terbatas dan penyebarannya belum

merata, termasuk Bank Perkreditan Rakyat (BPR),

- Bank masih memiliki persepsi yang keliru dengan menganggap usaha mikro dankecil sebagai Debitur yang merepotkan, berisiko tinggi, dan kurang menguntungkan,
- Bank menghadapi kesulitan dalam menjangkau daerah-daerah pelosok atau sentra-sentra usaha mikro dan kecil,
- Bank sebagian besar masih memiliki keterbatasan dalam pemahaman mengenaikarakteristik usaha mikro dan kecil,
- Belum adanya Lembaga Penjamin Kredit yang dapat berfungsi secara optimal.

Permasalahan UMKM dalam mengakses sumber modal dari Perbankan:

- Pelaku usaha mikro dan kecil umumnya belum memiliki pembukuan yang baik dan jelas sehingga menyulitkan pihak Bank untuk mengetahui informasi mengenai usaha mereka secara lengkap,
- Pelaku usaha mikro dan kecil belum mendaftarkan usahanya sebagai badan usaha resmi,
- Pelaku usaha mikro dan kecil masih memiliki keterbatasan sumber daya manusia yang mampu mengelola usaha dengan baik,
- Pelaku usaha mikro dan kecil masih menghadapi masalah dalam pemasaran produknya,
- Pelaku usaha mikro dan kecil kesulitan dalam menyediakan agunan seperti yang ditentukan oleh Bank,
- Pelaku usaha mikro dan kecil masih kesulitan memenuhi persyaratan administrasi dan prosedur peminjaman kredit seperti yang ditetapkan oleh Bank,
- Pelaku usaha dan kecil merasa keberatan dengan beban suku bunga yang dirasakan terlalu tinggi.

Keuntungan Bank sebagai Kreditur bagi UMKM:

- Dari sisi risiko kemacetan pinjaman, meminjamkan kredit kepada pelaku UMK tingkat kemacetannya relatif kecil. Hal ini dikarenakan pelaku UMKM memiliki tingkat kepatuhan yang relatif tinggi dibandingkan dengan usaha besar,
- Pemberian kredit kepada Nasabah UMKM merupakan strategi penyebaran risiko, karena biasanya nominal kredit yang diberikan relatif lebih kecil dengan jumlah Nasabah yang banyak sehingga pemberian kredit tidak terkonsentrasi pada satukelompok atau sektor usaha saja,

- Suku bunga kredit yang cenderung lebih tinggi dari tingkat bunga pasar memungkinkan Bank-bank memperoleh pendapatan bunga yang memadai.

Sistem Pembiayaan UMKM:

- Sistem Pembiayaan Mikro terdiri dari pembiayaan dengan pola arisan dan gotong royong, dan tanggung renteng, dll.,
- Produk yang khusus sesuai dengan karakteristik usaha mikro yang akan dibiayai (bunga, biaya-biaya, dokumentasi, persyaratan, dll.),
- Sistem prosedur yang khusus disesuaikan dengan karakteristik usaha mikro yang akan dibiayai, tetapi tetap tidak menghilangkan prinsip kehati-hatian (teknis analisa, pencairan, monitoring, dll.),
- Manajemen kredit yang sesuai dengan karakteristik usaha mikro yang akan dibayai (pengaturan kredit sudah tertata rapi dari awal proses sampai akhir).

F. Rangkuman

UMKM adalah tulang punggung perekonomian nasional. Merupakan populasi pelaku usaha yang dominan (99,9 %), Usaha UMKM bersifat padat karya dan menyerap 97,24% (101,72 juta) tenaga kerja, secara geografis tersebar di seluruh tanah air dan di semua sektor, UMKM merupakan wahana eksperimen untuk membuka usaha-usaha rintisan yang cocok bagi wirausaha baru termasuk generasi muda, dan terbukti tangguh dan tahan dihantam krisis. Fleksibel dalam modal, luwes memasuki semua sektor, dan cepat beradaptasi. Tidak ada halangan (*barrier*) untuk masuk/keluar. Dapat dilakukan secara individual atau berkelompok dalam sentra-sentra produksi.

Pada materi ini dibahas tentang pengertian, karakteristik, ciri-ciri, kelemahan, kekuatan, permasalahan finansial dan non finansial, peluang UMKM, dan juga permasalahan UMKM dalam mengakses sumber modal dari Perbankan termasuk sistim pembiayaan UMKM.

G. Evaluasi BelajarLatihan

a. Soal

Jawablah latihan soal di bawah ini:

1) Jelaskan pengertian dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah?
2) Apakah ciri-ciri UMKM?
3) Jelaskan kelemahan dan kekuatan UMKM?
4) Mengapa UMKM perlu dikembangkan?
5) Jelaskan permasalahan finansial dan non finansial UMKM?
6) Berikan contoh usaha-usaha UMKM!
7) Bagaimana sistim pembiayaan UMKM?

b. Kunci jawaban

Jawablah latihan di atas dengan singkat dan jelas kemudian cocokkan jawaban Andadengan materi di atas.

Jawaban atas semua soal ada di materi di atas.

MODUL 2
Kewirausahaan

A. Pengantar

Modul kewirausahaan merupakan penjabaran dari makna atau pengertian dasar ilmu kewirausahaan yang merupakan disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan (*ability*), dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapinya.

"Seorang Wirausaha (*Entrepreneur*) adalah orang yang bersedia dan mampu untuk mengembangkan ide atau penemuan baru menjadi sukses inovasi, sekaligus menciptakan produk dan model bisnis baru yang memberi sumbangan atas pertumbuhan dinamisme industri dan ekonomi jangka panjang." (Joseph A. Schumpeter).

Oleh karenanya, modul ini akan membicarakan konsep kewirausahaan paling dasar, yaitu inovasi, perilaku inovatif (kreatifitas dan pengambilan resiko). Konsep kewirausahaan ini akan mengawali pemahaman seseorang untuk terjun dalam dunia usaha, terutama dalam mengawali proses manajemen bisnis yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan aspekaspek berwirausaha.

B. Kompetensi Dasar

Mahasiswa mampu memahami konsep dan manajemen berwirausaha yang sukses.

C. Kemampuan Akhir yang Diharapkan

Mahasiswa mampu menjelaskan konsep berwirausaha yang sukses dengan inovasi danperilaku inovatif.

D. Kegiatan Pembelajaran

1. Pembelajaran diselenggarakan untuk memahami materi 1 dengan pendekatanContextual Instruction.

2. Mahasiswa mempelajari penjelasan materi mengenai konsep dasar kewirausahaanselama 100 menit.

E. Materi Belajar

Pengertian Kewirausahaan

Wira = Berani.

Usaha = Daya Upaya.

Wirausaha mengandung arti secara harfiah, wira berarti berani dan usaha berarti daya upaya atau dengan kata lain wirausaha adalah kemampuan atau keberanian yang dimiliki oleh seseorang untuk melihat dan menilai peluang bisnis, untuk mengambil tindakan yang tepat dalam rangka meraih kesuksesan.

"Seorang Wirausaha (*Entrepreneur*) adalah orang yang bersedia dan mampu untuk mengembangkan ide atau penemuan baru menjadi sukses inovasi, sekaligus menciptakan produk dan model bisnis baru yang memberi sumbangan atas pertumbuhan dinamisme industri dan ekonomi jangka panjang." (Joseph A. Schumpeter).

Kewirausahaan adalah hal-hal yang berhubungan dengan keberanian seseorang dalam menjalankan bisnisnya.

Ilmu Kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang mempelajari tentang **Nilai, Kemampuan (*Ability*) dan Perilaku** seseorang dalam menghadapi tantangan hidupuntuk memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapinya.

Obyek studi Kewirausahaan:

1. Kemampuan **memotivasi diri.**
2. Kemampuan untuk **berinisiatif.**
3. Kemampuan **merumuskan tujuan usaha.**
4. Kemampuan untuk **membentuk modal/barang modal.**
5. Kemampuan untuk **mengatur waktu** dan membiasakan diri untuk selalu **tepat waktu.**
6. Kemampuan untuk membiasakan diri dalam **mengambil hikmah dari pengalaman.**

Hakekat Kewirausahaan menurut Drucker adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*Ability to create the new and diffferent*).

Hakekat Kewirausahaan menurut Thomas W. Zimmerer adalah penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari (*Appliying creativity and inovation to solve the problem and to exploit opportunities that people face everyday*).

Seorang **Entrepreneur** mempunyai cara berpikir yang berbeda dari manusia pada umumnya, yaitu kemampuan KREATIF dan INOVATIF yang dijadikan dasar untuk mencari peluang menuju SUKSES.

Apa beda PENGUSAHA dan Entrepreneur ?

- berpikir KREATIF dan
- bertindak INOVATIF.

KREATIVITAS :

- Kemampuan "Mengembangkan IDE dan cara-cara baru" dalam memecahkanmasalah dan menemukan peluang.

  → <u>THINKING</u> NEW THINGS

INOVASI :

- Kemampuan "Menerapkan Kreativitas" dalam rangka memecahkan masalah dan menemukan peluang.

  → <u>DOING</u> NEW THINGS

I D E untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.

a. Asli,
b. Imitasi atau meniru.

Untuk mengembangkan cara berpikir kreatif, dapat dilakukan dengan cara-cara:

a. Memiliki mimpi,
b. Melatih diri untuk berpikir berbeda (*out of the box*),
c. Memiliki waktu untuk berpikir,
d. Biasakan sering berdiskusi,
e. Terus belajar.

Inovasi adalah suatu proses yang mengubah ide baru menjadi sesuatu yang baru danberguna. Sedangkan kemampuan inovatif seorang wirausaha merupakan proses mengubah idemenjadi peluang usaha (suatu gagasan dan ide-ide yang dapat dijual).

- Sesuatu yang BARU dan BERBEDA merupakan nilai tambah *(Value Added)* yang menjadi sumber berkeunggulan untuk dijadikan PELUANG.

Penguasaan konsep Manajemen:

- Mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi.
- Mengetahui dasar-dasar pengelolaan bisnis, misalnya cara merancang usaha, mengorganisasikan, dan mengendalikan usaha.
- Memahami strategi Pemasaran (Produk, Price, Place, Promotion).

- Kemampuan memotivasi dan mengendalikan orang-orang (SDM) dalam menjalankan perusahaan.
- Kemampuan mengatur/mengelola keuangan secara efektif dan efisien.

Tujuan Kewirausahaan:

- Meningkatkan jumlah wirausaha yang berkualitas.
- Menyadarkan masyarakat atau memberikan kesadaran berwirausaha yang tangguhdan kuat terhadap masyarakat.
- Menghasilkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat.
- Membudayakan semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan dikalangan masyarakat.

Manfaat Kewirausahaan:

- Menambah daya tampung tenaga kerja.
- Sebagai generator pembagunan lingkungan, pribadi, distribusi, pemeliharaan lingkungan dan kesejahteraan.
- Memberi contoh bagaimana bekerja keras, tekun dan memiliki pribadi unggul yangpatut diteladani.
- Mendidik karyawan jadi orang mandiri, disiplin, tekun, jujur dalam menghadapipekerjaan.
- Mendidik masyarakat hidup efesien dan sederhana.

Sifat-sifat Kewirausahaan:

- Memiliki sifat keyakinan, kemandirian, individualitas dan optimisme.
- Selalu berusaha untuk berprestasi, berorientasi pada laba, memiliki ketekunan dan ketabahan, memiliki tekad yang kuat, suka bekerja keras, energik dan memiliki inisiatif.
- Memiliki kemampuan mengambil risiko dan suka pada tantangan.
- Bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain dan sukaterhadap saran dan kritik yang membangun.
- Memiliki inovasi dan kreativitas tinggi, fleksibel, serba bisa dan memiliki jaringanbisnis yang luas.
- Memiliki prestasi dan cara pandang yang berorientasi pada masa depan.
- Memiliki keyakinan bahwa hidup sama dengan kerja keras.

Ciri-ciri Kewirausahaan:

- Memiliki visi dan tujuan usaha yang jelas.
- Berani mengambil resiko.
- Memiliki keberanian dan percaya diri.
- Mempunyai daya kreasi.
- Mempunyai semangat dan kemauan keras.
- Mempunyai analisa yang tepat.
- Tidak konsumtif.
- Mempunyai jiwa pemimpin.
- Berorientasi pada masa depan.
- Jujur dan tekun.

Keuntungan Kewirausahaan:

1. Terbuka lebar kesempatan untuk menjadi Boss dalam perusahaan.
2. Terbuka peluang untuk memperoleh manfaat dan keuntungan secara maksimal.
3. Terbuka peluang untuk memperlihatkan potensi wirausaha secara penuh.
4. Terbuka peluang untuk membantu masyarakat dalam usaha.
5. Terbuka peluang untuk mencapai tujuan usaha yang dikehendaki.

Kelemahan Kewirausahaan:

1. Tanggung jawab sangat besar dan berat di dalam menghadapi permasalahan bisnis.
2. Bekerja keras dan waktunya sangat panjang.
3. Memperoleh pendapatan yang tidak pasti dan memiliki resiko yang sangat besar.

Ada 3 (tiga) jenis Wirauasaha (Ir. Ciputra):

- *Necessity Entrepreneur* yaitu menjadi wirausaha karena terpaksa dan desakankebutuhan hidup.
- *Replicative Entrepreneur*, yang cenderung meniru-niru bisnis yang sedang ngetren sehingga rawan terhadap persaingan dan kejatuhan.
- *Innovative Entrepreneur*, wirausaha inovatif yang terus berpikir kreatif dalammelihat peluang dan meningkatkannya.

FOKUS pada Satu PELUANG Bisnis.

Dengan fokus pada satu peluang, maka seluruh IDE dan pikiran untuk mengembangkanbisnis akan lebih terarah. Hal ini akan memudahkan dalam MENERAPKAN semua ide- ide tersebut.

Berinisiatif = keinginan untuk selalu mencari dan memulai dengan tekad yang kuat.Peluang diperoleh kalau ada inisiatif.

Inisiatif diperoleh dari pelatihan dan pengalaman pengembangan dengan cara disiplindiri, berkreatifitas, tanggap, bergairah, dan semangat berprestasi.

Langkah-langkah memulai usaha:

1. Pengkajian Kewirausahaan (*Self Assesment*).
2. Identifikasi Peluang Usaha.
3. Penyaringan & Pemilihan Proyek Usaha.
4. Perencanaan Usaha.
5. Pengorganisasian Usaha.
6. Pengelolaan Usaha:a.
   b. Pengelolaan Pemasaran,
   c. Pengelolaan SDM,
   d. Pengelolaan Keuangan.
7. Penganalisaan Perkembangan Usaha.
8. Pengembangan Perluasan & Diversifikasi Usaha.

TAHAP-TAHAP MELAKUKAN WIRAUSAHA:

1. Tahap memulai.

- Tahap dimana seseorang yang berniat untuk melakuan usaha mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan, diawali dengan melihat peluang usaha baru yang memungkin untuk membuka usaha baru.

2. Tahap melaksanakan usaha.

- Tahap ini seorang enptrepreneur mengelola berbagai aspek yang terkait denganusahanya, mencangkup aspek-aspek:

  SDM, kepemilikan, organisasi, kepemimpinan yang meliputi bagaimana mengambil resiko dan mengambil keputusan, pemasaran, dan melakukan evaluasi.

3. Mempertahankan usaha.

- Tahap dimana entrepreneur berdasarkan hasil yang telah dicapai melakukan analisis perkembangan yang dicapai untuk ditindaklanjuti sesuai dengan kondisi yang dihadapi.

4. Mengembangkan usaha

- Tahap dimana jika hasil yang diperoleh positif, mengalami perkembangan, dan dapat

bertahan maka perluasan usaha menjadi salah satu pilihan yang mungkin diambil.

Kualitas Wirausaha:

1. Percaya diri.
2. Berkarya.
3. Pemimpin.
4. Pencari peluang.
5. Berdaya tahan / ulet.
6. Penuhi janji / kontrak.
7. Pengambil resiko.
8. Menyukai kualitas & efisiensi.
9. Memiliki tujuan.
10. Pencari informasi.
11. Merencanakan dan mengendalikan secara sistematis.
12. Pandai menyakinkan orang.
13. Sehat jiwa dan raga.
14. Memiliki keterampilan.
15. Pengetahuan berwirausaha.

Konsep dasar pengembangan Wirausaha:

1. Wirausaha harus membuat keputusan sendiri dan bertanggung jawab secara pribadiatas keputusan dan tindakannya.
2. Wirausaha tidak boleh disuapi dengan pelayanan, tetapi harus belajar untuk menjadi mandiri secepat mungkin.
3. Wirausaha bertumpuh pada enerji, kreativitas, dan kekuatan sendiri untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi.
4. Wirausaha harus inovatif.

Karakteristik Wirausaha berhasil:

1. Pencinta perubahan.
2. Melihat perbedaan sebagai peluang, bukan kesulitan.
3. Tidak mudah jenuh, senang bereksperimen (inovatif – dinamis).
4. Melihat kegagalan sebagai keberhasilan yang tertunda.
5. Kegagalan itu biasa, terus berusaha, itu Luar Biasa.

Landasan operasional Wirausaha:

W = Wirausaha

I = Inisiatif

R = Rasional

A = Analisis

U = Usaha

S = Sosial

A = Antisipasi

H = Hukum

A = Agama.

Peran Kewirausahaan dalam Perekonomian:

- Meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
- Mengembangkan sumber bahan mentah.
- Memperluas pasar.
- Mempertinggi efisiensi produksi suatu barang.
- Mengadakan inovasi (perubahan) dalam suatu produk.

F. Rangkuman

Ilmu kewirausahaan yang merupakan disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan (*ability*), dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapinya.

Seorang Entrepreneur mempunyai cara berpikir yang berbeda dari manusia pada umumnya, yaitu kemampuan Kreatif dan Inovatif yang dijadikan dasar untuk mencari peluang menuju Sukses

Pada materi ini dibahas tentang tujuan, manfaat, sifat-sifat, ciri-ciri, keuntungan & kelemahan Kewirausahaan, langkah-langkah memulai usaha, tahap-tahap melakukan wirausaha, kualitas wirausaha, konsep dasar pengembangan usaha, karakteristik wirausaha berhasil, landasan operasional wirausaha, dan peran kewirausahaan dalam perekonomian.

G. Evaluasi Belajar

Latihan

1. Soal

Jawablah latihan soal di bawah ini:

1. Bagaimana peran Kewirausahaan dalam perekonomian untuk mempertinggi efisiensi produksi suatu barang? Setinggi apa?
2. Perbedaan Wirausaha dengan Wiraswasta?
3. Peranan kewirausahaan dalam proses memajukan bangsa?
4. Apakah pendidikan mempengaruhi tumbuhnya jiwa berwirausaha?
5. Bagaimana meningkatkan jumlah wirausaha yg berkualitas/tangguh?
6. Mengapa Indonesia masih tertinggal dari Negara2 tetangga terkait wirausaha?
7. Bagaimana menghilangkan rasa tidak percaya diri dalam memulai berwirausaha?
8. Bagaimana memberikan kesadaran kepada Masyarakat ttg kewirausahaan yang tangguh dan kuat?
9. Bagaimana memperkenalkan kewirausahaan di Indonesia yg mayoritas penduduknya sebagian besar memilih menjadi Karyawan?
10. Bagaimana bisa menjadi seorang Wirausaha?

2. Kunci jawaban

1. Efisiensi: cara untuk mencapai suatu tujuan dengan menggunakan sumber daya yangminimal namun hasil maksimal. Atau perbandingan output dan input (**Rasio output/input tinggi** maka **efisiensi** makin **tinggi**).

   Menciptakan produk yang berkualitas dan juga penghematan biaya kemudian akan meningkatkan keunggulan bersaing dan pada akhirnya berdampak pada kinerja perusahaan (meningkatkan efisiensi produksi).

Inovasi proses akan meningkatkan efisiensi dalam proses produksi, sehingga akan meminimalkan biaya produksi, seperti: biaya complain, biaya retur, dll..

Umumnya produksi bertambahnya efisien dikarenakan:

a. Penggunaan manajemen modern.
b. Penggunaan sumber daya yang bukan manusia.
c. Mekanisme yang dengan sendirinya dapat menyesuaikan diri.
d. Pemakaian bagian2 alat2 yg distandarisasikan dan dapat ditukarkan satu samalain.
e. Meninggalkan proses produksi yang komplek dan menggantinya denganpekerjaan dan produksi yang repetitif.
f. Pengkhususan tugas2 dan pembagian kerja & wewenang.

Efisiensi tekhnik: produktifitas/output maksimum dari 1 set input yg ada.

Efisiensi alokatif (harga): pada harga tertentu, proporsi penggunaan input tidak optimum (penerimaan marjinal tidak sama dengan biaya marjinal dari input yg digunakan.

Skala usaha kecil dan jumlah produksi rendah mengakibatkan biaya produksi rata2 menjadi tinggi.

Efisiensi ekonomi: efisiensi tekhnik adalah bagian dari efisiensi ekonomi, jadi efisiensi ekonomi baru tercapai jika ekonomi tekhnik telah tercapai.

Note:

Inovasi (memulai atau memperkenalkan sesuatu yang baru) dan **kreatif** (memperkenalkan produk baru atau dengan kualitas baru dan memperkenalkan metode produksi baru).

2. Jika **Wirausaha** adalah orang yang sudah pasti memiliki pekerjaan dan usahanya sendiri dan tidak bekerja pada orang lain.

   Sedangkan istilah **Wiraswasta** dapat digunakan pada orang yang bekerja pada sebuah perusahaan atau orang lain atau bisa juga orang yang memiliki usaha sendiri.

3. Kewirausahaan dapat memacu inovasi dan kemajuan tekhnologi, menimbulkan persaingan, dan menciptakan lapangan kerja yg mengarah pada pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan Masyarakat.

   Salah satu syarat suatu Negara dapat menjadi Negara maju adalah jika jumlah wirausahanya mencapai 14% dari jumlah populasi Masyarakat.

4. Zimmerer (2002), menyatakan bahwa salah satu faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan di suatu negara terletak pada peranan Universitas melalui penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan. Pihak Universitas bertanggung jawab dalam mendidik dan memberikan kemampuan wirausaha kepada para lulusannya dan memberikan motivasi untuk berani memilih berwirausaha sebagai karir mereka. Pihak perguruan tinggi perlu menerapkan pola pembelajaran kewirausahaan yang kongkrit berdasar masukan empiris untuk membekali mahasiswa dengan penge- tahuan yang bermakna agar dapat mendorong semangat mahasiswa untuk berwirausaha (Yohnson 2003, Wu & Wu, 2008).

   Kram (1983) and Shapero dan Sokol (1982) sebagaimana dikutip dalam Sondari (2009) menemukan bahwa pendidikan dan pelatihan mempengaruhi persepsi orang terhadap minat kewirausahaan, dengan menyediakan kesempatan untuk mensimulasikan memulai usaha dan dengan mengamati seorang *role model*.

   Pengaruh keluarga, pendidikan dan pengalaman kerja pertama adalah faktor penting dalam pengembangan minat berwirausaha (Krueger & Brazeal, 1994; Segal, Borgia, & Schoenfeld, 2002 dalam Farzier & Niehm, 2008). Orang tua memberikan dampak kuat pada pemilihan minat berwirausaha, penelitian menunjukkan para wirausaha biasanya memiliki orang tua yang juga seorang wirausaha (Peterman & Kennedy, 2003 dalam Farzier & Niehm, 2008).

   Pendidikan dan pengalaman kerja dapat mempengaruhi pilihan karir dengan mengenalkan ide-ide baru, membangun keterampilan yang diperlukan dan menyediakan akses pada *role model* (Nabi, Holden & Walmsley, 2006; VanAuken, Fry, & Stephens, 2006 dalam Sondari,2009).

   Pendidikan kewirausahaan tradisional memfokuskan pada penyusunan rencana bisnis, bagaimana mendapatkan pembiayaan, proses pengembangan usaha dan manajemen usaha kecil serta prinsip-prinsip kewirausahaan. Namun demikian, mahasiswa yang mengetahui hal-hal di atas belum tentu mau menjadi wirausaha yang sukses (Hisrich dan Peters, 2002). Maka dari itu mata kuliah kewirausahaan perlu dirancang secara khusus untuk dapat mengembangkan karakteristik kewirausahaan, seperti kreativitas, pengambilan keputusan, kepemimpinan, jejaring sosial, manajemen waktu, kerjasama tim, dan lain-lain. Oleh sebab itu dibutuhkan perubahan sistem pendidikan kewirausahaan yang tadinya difokuskan pada orientasi pengendalian fungsional seperti, keuangan, pemasaran, sumber daya manusia dan operasi (Meyer dan Bell, 2008) untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan pada peserta didik.

Sebenarnya tujuan dari pembelajaran kewirausahaan adalah bagaimana mentransformasikan jiwa, sikap dan perilaku wirausaha dari kelompok *business entrepreneur* yang dapat menjadi bahan dasar guna merambah lingkungan *entrepreneur* lainnya, yaitu *academic, government* dan *social entrepreneur.* Desain pembelajaran yang diberikan adalah desain pembelajaran yang berorientasi atau diarahkan untuk menghasilkan *business entrepreneur* terutama yang menjadi *owner entrepreneur* atau calon wirausaha mandiri yang mampu mendirikan, memiliki dan mengelola perusahaan serta dapat memasuki dunia bisnis dan dunia industri secara profesional. Maka pola dasar pembelajaran harus sistemik, yang di dalamnya memuat aspek2 teori, praktek dan implementasi (Adhitama, 2014).

Berdasarkan teori karir kognitif sosial, minat karir dibentuk melalui pengalaman langsung atau berkesan yang menyediakan peluang bagi individu untuk berlatih, menerima umpan balik dan mengembangkan keterampilan yang mengarahkan efikasi (kepercayaan diri) personal dan harapan dari hasil yang memuaskan (Lent, Brown and Hackett dalam Farzier and Niehm, 2008). Kram (1983) and Shapero dan Sokol (1982) sebagaimana dikutip Farzier dan Niehm (2008) menemukan bahwa pendidikan dan pelatihan mempengaruhi persepsi orang terhadap karir kewirausahaan, dengan menyediakan kesempatan untuk mensimulasikan memulai usaha dan dengan mengamati seorang *role model*. Artinya pendidikan kewirausahaan tidak cukup hanya diadakan di dalam kelas dalam bentuk perkuliahansaja, melainkan harus memberikan kesempatan kepada Peserta didik untukmerasakan langsung bagaimana sulitnya memulai suatu usaha, menjalankannya, dan juga memperoleh kesempatan untuk mengamati seorang *role model*, yaitu wirausaha yang telah menjalankan usahanya dalam bentuk pemagangan/Praktek Kerja Lapangan.

5. Antara lain dengan memberdayakan kelompok terdidik melalui program kewirausahaan di Perguruan Tinggi.

   Faktor2 yang mempengaruhi minat berwirausaha Mahasiswa, yaitu: faktor intrinsic (perasaan dan emosi, pendapatan, motivasi dan cita2, dan harga diri), ekstrinsik (dukungan lingkungan keluarga, lingkungan Masyarakat, peluang, dan pendidikan &pengalaman).

   Bisa dimulai dari lingkungan keluarga, dimana pada masa inilah peran orangtua sangat diperlukan dalam membentuk pola kehidupan mereka yaitu dengan cara menanamkan nilai-nilai moral agama, memotivasi untuk rajin belajar sehingga

harapannya nanti ketika sudah dewasa dapat menjadi orang yang sukses, serta mendidik anak dengan jiwa berwirausaha sehingga ketika dewasa nanti mereka akan menyadari pentingnya penanaman moral agama, kepribadian, dan tidak bergantung pada orangtua dari segi finansial. Pengaruh pendidikan kewirausahaan selama ini telah dipertimbangkan sebagai salah satu faktor penting untuk menumbuhkan dan mengembangkan hasrat, jiwa dan perilaku berwirausaha di kalangan generasi muda (Kourilsky dan Walstad, 1998). Terkait dengan pengaruh pendidikan kewirausahaan tersebut, diperlukan adanya pemahaman tentang bagaimana mengembangkan dan mendorong lahirnya wirausaha-wirausaha muda yang potensial sementara mereka berada di bangku sekolah. Beberapa penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa keinginan berwirausaha para Mahasiswa merupakan sumber bagi lahirnya wirausaha-wirausaha masa depan (Gorman *et al*., 1997; Kourilsky dan Walstad, 1998). Sikap, perilaku dan pengetahuan mereka tentang kewirausahaan akan membentuk kecenderungan mereka untuk membuka usaha-usaha baru di masa mendatang.

6. Fenomena ini terjadi karena masih rendahnya motivasi dan minat Masyarakat Indonesia untuk menjadi Wirausaha. Jika pola pikir tidak dirubah, maka Indonesia akan memiliki banyak permasalahan, salah satunya adalah semakin menyempitnya lapangan pekerjaan. Jumlah pengganggguran intelektual makin banyak dan akan berdampak pada kondisi perekonomian.

   Penyebab lainnya antara lain:

   Sistem Pendidikan Tidak Mendukung Pemuda Menjadi Wirausaha.

   1. Wirausaha Indonesia Ingin Sukses Instan.
   2. Wirausaha Pemula Kerap Terlalu Ambisius.
   3. Wirausaha Kecil Minim Inovasi.

   China bisa begitu cepat sekali membangun kreasi ekonomi yang bisa membuat Negaranya maju adalah dengan melakukan cara-cara ATM (Amati, Tiru, dan Modifikasi).

7. Forte juga mengatakan bahwa ketika orang-orang mempersepsikan *internal locus of control* tersebut berada dalam dirinya sendiri, mereka akan menghasilkan pencapaianyang lebih besar dalam hidup mereka dikarenakan mereka merasa potensi mereka benar-benar dapat dimanfaatkan sehingga mereka menjadi lebih kreatif dan produktif.

Salah satu faktor penting dalam berwirausaha adalah dukungan sosial. Dukungan sosial dapat berasal dari lingkungan sosial, antara lain teman, anggota keluarga, dan anggota kelompok atau komunitas menurut McCelland mendefinisikan *need forachievement* yaitu usaha untuk menjadi lebih baik, menjadi sukses dan merasa berkompeten, **menurutnya *need for achievement* akan memberikan energi yang positif untuk bertindak atau berperilaku dengan percaya diri sesuai dengan situasi yang dihadapi.** Keyakinan diri mahasiswa mendorong Mahasiswa untuk mampu menguasai

tantangan yang sulit, mendorong untuk mampu bersaing dengan lain, memenuhi standar yang tinggi dan memiliki keinginan untuk kompeten dalam berwirausaha. *Social support* pada mahasiswa akan berpengaruh terhadap *need for achievement*, dengan adanya *social support* yang tinggi akan mendorong Mahasiswa untuk semakin meraih kesuksesannya. *Need for achievement* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Mahasiswa yang memiliki keinginan untuk berhasil/ berprestasi, mereka akan berusaha untuk mencapai sasaran dan tujuannya dengan kemampuannya sendiri, sehingga hal tersebut akan mempengaruhi minat berwirausaha Mahasiswa.

Peningkatan intensi berwirausaha Mahasiswa dapat dilakukan dengan menerapkan proses pembelajaran menggunakan model pembelajaran seperti pembelajaran kooperatif dan *problem based learning* untuk meningkatkan kepribadian *internal locus of control*, *social support* dan *need for achievement* mahasiswa sejak proses perkuliahan dimulai. Peningkatan intensi berwirausaha juga dapat dikembangkan dengan kunjungan ke tempat wirausaha yang sukses atau mengadakan seminar/ pelatihan motivasi kewirausahaan agar menambah semangat Mahasiswa dalam minat berwirausaha daripada menjadi karyawan sebuah perusahaan.

8. Memberikan kesadaran kepada Masyarakat ttg kewirausahaan yang tangguh dan kuat:
   a. Wirausaha yg sudah ada: dengan pembinaan/penyuluhan dan pelatihan yg didukung oleh fasilitas/akses tekhnologi, manajemen, pasar, modal/dana, serta informasi.

   b. Wirausaha baru: lebih baik jika dilakukan terhadap lulusan perguruan tinggi yg telah memiliki dasar keilmuwan dan intelektualitas yg tinggi (mengingat kondisi persaingan global) atau melalui pendidikan formal dan non formal (pemberdayaan).

Selain itu melalui pelatihan/penyuluhan, pendampingan, dan magang yg didukung oleh fasilitas/akses tekhnologi, manajemen, pasar, modal/dana, serta informasi, dan melalui inkubasi bisnis (merupakan proses dukungan bisnis yang dapat mempercepatkeberhasilan pengembangan startup dan perusahaan pemula dengan menyediakan berbagai sumber daya dan layanan yang diperlukan kepada para Pengusaha).

9. Memperkenalkan kewirausahaan di Indonesia yg mayoritas penduduknya sebagian besar memilih menjadi Karyawan:

Penelitian Loso, 2008, kecenderungannya semakin tinggi tingkat pendidikan semakin besar keinginan untuk mendapatkan pekerjaan yang aman.

Permasalahan ketenagakerjaan di Indonesia dimulai dari cara berpikir mayoritas masyarakat, yaitu setiap orang harus bekerja setelah menyelesaikan pendidikan. Hal inilah yang secara tidak langsung menyebabkan terjadinya pengangguran terbuka. Alasan lain peningkatan jumlah pengangguran terbuka ini seperti yang diungkapkan oleh Wijaya (2007) bahwa menjadi wirausahawan bukanlah pilihan karier yang menarik, karena ketidakpastian situasi dan banyaknya tantangan yang akan dihadapi dalam rangka membangun usaha baru. Masalah yang menghadang calon wirausahawan menyangkut baik kesulitan akses modal, akses pembiayaan, akses pemasaran, akses informasi maupun kebijakan pemerintah, serta ketidakpercayaan diri dalam menghadapi risiko. Beberapa penghalang tersebut merupakan faktor yangkerap dihadapi oleh calon wirausahawan.

Untuk itulah diperlukan suatu pemahaman tentang pentingnya pendidikan kewirausahaan di kalangan generasi muda. Pengaruh pendidikan kewirausahaan selama ini telah dipertimbangkan sebagai salah satu faktor penting untuk menumbuhkan dan mengembangkan minat, jiwa, dan perilaku berwirausaha di kalangan generasi muda (Kourilsky dalam Indarti & Rostiani, 2008).

Upaya untuk menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan ini dilakukan karenasemakin maju suatu negara semakin banyak orang yang terdidik dan banyak pulaorang menganggur, maka semakin dirasakan pentingnya dunia wirausaha. Pembangunan akan lebih berhasil jika ditunjang oleh wirausahawan yang dapatmembuka lapangan kerja karena kemampuan Pemerintah sangat terbatas. Pemerintah tidak akan mampu menggarap semua aspek pembangunan karena sangatbanyak membutuhkan anggaran belanja, personalia, dan pengawasan (Alma, 2008). Subroto (2013) mengungkapkan bahwa karakter dan jiwa wirausaha dipengaruhioleh pengetahuan, keterampilan, kemampuan, atau kompetensi.

Salah satu caranya adalah dengan mengembangkan jiwa kewirausahaan generasi muda/Masyarakat dengan pelatihan penyusunan rencana usaha (business plan).

Orientasi pendidikan kewirausahaan memiliki jiwa dan pengetahuan ekonomi tertentu untuk diciptakan dan berinovasi. Selanjutnya memberikan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan kepada Masyarakat. Jadi setelah diberikan pelatihan penyusunan perencanaan usaha, diharapkan wawasan Masyarakat bertambah. Masyarakat menjadi lebih memahami tujuan dan manfaat menyusun perencanaan usaha serta pentingnya membuat perencanaan usaha sebagai langkah awal dalam berwirausaha. Saat ini Pemerintah Indonesia dan pihak swasta berupaya meningkatkan jumlah entrepreneur dari kalangan generasi muda dengan menyelenggarakan kompetisi dan memberikan hibah kewirausahaan melalui banyak program, seperti Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan, Program Mahasiswa Wirausaha, Mahasiswa Wirausaha Mandiri dan lain-lain. Hal ini merupakan peluang bagi para Mahasiswa untuk

berkompetisi untuk memperoleh modal, yang nantinya akan dapat dijadikan sebagai modal awal mereka dalam menjalankan sebuah bisnis.

10. Berikut antara lain adalah Syarat Menjadi Wirausaha Yang Sukses:
    a. Berani. ...
    b. Memiliki Visi dan Misi. ...
    c. Tidak Takut Gagal. ...
    d. Berani Mengambil Keputusan dan Resiko. ...
    e. Kreatif dan Inovatif. ...
    f. Mau Mendengarkan Masukan. ...
    g. Memiliki Kemauan dan Prinsip yang Kuat. ...
    h. Tidak Malu dan Gengsi. …
    i. Memiliki jiwa kepemimpinan. …
    j. Dapat menganalisis secara tepat. …
    k. Memiliki sifat hemat atau tidak konsumtif.

    Ciri-ciri yang lainnya antara lain adalah:

    1. Memiliki skill sebagai Pengusaha, Pentingnya memiliki skill sebagai seorang pengusaha bisa menjadi langkah awal yang tepat jika kita ingin menjadi wirausahawan yang sukses. Mental pengusaha harus dibentuk sejak awal sebelum membangun suatu usaha. Skill tersebut misalnya seperti memahami

target pasar, memahami kebutuhan pasar, mampu membaca kesempatan, kemampuan komunikasi yang baik, dll..

2. Untuk memulai usaha, kita akan memerlukan modal. Memiliki akses modal yangbagus akan membantu usaha kita lancar dan tentunya akan mempercepat proses produksi. Modal suatu usaha merupakan salah satu kunci agar bisnis bisa berjalan dan tetap lancar. Kita bisa mendapatkan modal dari manapun. Baik itu dari investor, uang kita sendiri, atau bahkan dari Bank.
3. Seorang wirausahawan merupakan orang yang mampu memberikan solusi tepat untuk masalah yang sedang terjadi. Solusi yang diberikan juga benar-benar sesuai dengan kebutuhan pasar. Dengan menciptakan solusi yang tepat, produk atau jasa yang kita tawarkan akan lebih mudah diterima oleh pasar. Hal ini akan membantu kelancaran suatu bisnis karena meningkatkan penjualan yang terjadi.
4. Cepat mengambil keputusan, Wirausahawan juga harus cerdik dalam mengambil kesempatan. Persaingan yang sangat ketat dalam wirausaha akan membuat bisnismenjadi lambat terhadap penjualan. Oleh karena itu, wirausahawan harus cepat mengambil kesempatan yang ada agar tidak tertinggal dengan kompetitor. Kesempatan yang harus cepat diambil bisa jadi kesempatan untuk mengeksekusi suatu ide, kecepatan mengambil momentum, bahkan kecepatan mengambil targetpasar dengan strategi pemasaran yang tepat. Pengambilan kesempatan yang cepatbukan berarti tanpa dipertimbangkan terlebih dahulu. Wirausahawan harus mempertimbangkan setiap langkahnya dengan tepat dan cepat agar tidak salah mengambil langkah.
5. Dalam bisnis ada banyak hal yang perlu diatur. Baik itu produksi maupun internal bisnis seperti laporan keuangan. Setiap proses bisnis adalah hal yang penting dan tidak bisa dilewatkan begitu saja. Untuk memudahkan pekerjaan dantetap bisa berkonsentrasi dalam bisnis, Kita bisa berinvestasi kepada teknologi yang tepat. Misalnya seperti membeli mesin khusus agar produksi lebih cepat dan banyak. Ini akan membantu produksi bisnis. Atau kita bisa menggunakan *software* aplikasi Jurnal untuk mengatur proses akuntansi yang terjadi dengan bisnis kita. Usaha kita akan lebih lancar tanpa harus memusingkan proses laporan keuangan.

MODUL 3
Peluang Usaha

A. Pengantar

Membangun sebuah usaha membutuhkan perencanaan matang, apalagi jika sebelumnya tidak mengenal berbagai hal terkait dengan bisnis yang akan di jalani. Sebagai seorang pemula harus lebih teliti untuk membuat perencanaan serta strateginya karena jika tidak maka hasil kerja keras Anda tak akan mendatangkan keuntungan sedikitpun. Bahkan bisa jauh dari tujuan yang sebenarnya sudah ditentukan sejak awal. Apabila tidak ingin mengalami kesalahan maka penting sekali menganalisis peluang usaha sehingga mampu memberikan sukses lebih besar.

Sekarang ini bisnis sedang banyak dilirik orang-orang. Tak sedikit yang membangun usahanya sehingga menjadikan persaingan semakin kuat. Apabila di awal Anda tidak melakukan antisipasi maka akan kalah saing dengan mereka yang sudah mampu membaca peluang. Karena dari sinilah akan terlihat seberapa besar manfaat produk Anda dan seperti apa kualitasnya. Jika ada yang tidak cocok dengan konsumen, maka Anda harus memperbaikinya agar mampu diterima oleh seluruh kalangan. Itulah jasa besar dari dilakukannya analisis tersebut.

Dalam rangkan ingin membuka usaha, maka seorang wirausahawan diwajibkan untuk memiliki pengetahuan tentang Peluang Usaha, karena kemampuan mengidentifikasi Peluang Usaha akan menjadi modal awal dalam membuka suatu usaha yang hendak dijalankan.

Pengetahuan Peluang usaha yang harus dimiliki bagi setiap wirausahawan yang hendak membuka suatu usahanya, diantaranya mereka harus memahami seluk beluk tentang apa yang sebenarnya yang dimaksud dengan peluang usaha, bagaimana cara melihatnya, bagaimana cara menentukannya, hingga bangaimana kita bisa menganalisis peluang usaha tersebut. Ketika seorang wirausahawan dapat menguasa pengetahuan di atas, barulah wirausahawan dapat membuka dan menjalankan suatu usaha yang hendak dibuka.

B. Kompetensi Dasar

Mahasiswa mampu memahami pengetahuan tentang peluang usaha dan menganalisispeluang usaha.

C. Kemampuan Akhir yang Diharapkan

Mahasiswa mampu mencari peluang bisnis sesuai dengan permintaan dan penawaranpasar yang dinamis.

D. Kegiatan Pembelajaran

1. Pembelajaran diselenggarakan dengan pendekatan *Contextual Instruction* dan pendekatan *Discovery Learning*.

2. Mahasiswa mempelajari penjelasan materi mengenai peluang usaha dan contoh nyata dalam dunia usaha selama 70 menit.

3. Mahasiswa mempelajari penjelasan tugas mencari peluang bisnis selama 30 menit, sebelum terjun ke lapangan untuk mencari, mengumpulkan dan dan menyusun gagasan tentang peluang bisnis yang mungkin dapat diwujudkan.

E. Materi Belajar Pengertian

Peluang Usaha

Peluang usaha adalah kesempatan atau waktu yang tepat yang seharusnya diambil atau dimanfaatkan bagi seseorang wirausahawan untuk mendapatkan keuntungan.

Menurut para ahli.

1. Arif F. Hadipramata

Peluang usaha merupakan sebuah resiko yang harus diambil dan dihadapi untukmengelola dan mengatur segala urusan yang ada hubungannya dengan finansial

2. Thomas W. Zimmerer

Peluang usaha merupakan sebuah terapan yang terdiri dari kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan melihat kesempatan yang dihadapi setiap hari

3. Robin dan Coulter

Peluang usaha merupakan sebuah proses yang melibatkan individu atau kelompok. Tujuan yang hendak dicapai bisa dalam keuntungan, uang, kekayaan, kepuasan batin,popularitas, status sosial dan lain-lain. Untuk mencapai tujuan tersebut seseorang dapatmemanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Sumber daya itu dapat berupa uang/modal,pengetahuan, skill, relasi yang luas, pengalaman dan lain-lain. Artinya sumber daya inimencakup segala sesuatu yang bisa dimanfaatkan untuk menunjang kegiatan usaha.Seorang wirausaha harus berfikir tentang seperti apa peluang usaha yang baik itu.

Berikut adalah ciri-ciri peluang usaha yang baik:

1. Bersifat orisinil.
2. Harus dapat mengantisipasi perusabahan persaingan dan kebutuhan pasar.
3. Sesuai dengan minat.

4. Tingkat kelayakan usaha teruji.
5. Bersifat ide kreatif.
6. Ada keyakinan untuk mewujudkan.
7. Ada rasa senang saat menjalankan.

Dalam kenyataannya peluang yang baik saja tidak cukup, tapi juga harus potensial. Banyaknya peluang usaha di sekitar kita, mengharuskan seorang wirausaha untuk cermat dalam mengkaji mana peluang usaha yang potensial.

Ciri-ciri peluang usaha yang Potensial adalah sebagai berikut:

1. Memiliki nilai jual.
2. Usaha bukan hanya ambisi pribadi semata, dan bersifat nyata.
3. Usaha tersebut mamapu bertahan lama di pasar.
4. Tidak menghabiskan modal, karena terlalu besar investasinya.
5. Bisa ditingkatkan skalanya menjadi industri.

Peluang usaha yang bernilai jual memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Mampu memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Memiliki keunggulan bersaing.
3. Tidak bersifat sementara.
4. Ada nilai uang.
5. Memenuhi aspek kreatif dan inovatif.

Menentukan Peluang Usaha:

Dalam perspektif sosiologi kemampuan menemukan peluang sangat tergantung pada interaksi antar-manusia untuk memperoleh dan mengakses informasi yang dibutuhkan terkait dengan luang yang ada. Sedangkan dalam perspektif psikologi kemampuan seseorang dalam menemukan dan memanfaatkan peluang sangat tergantung dari karakter kepribadian yang dimilikinya.

Kemampuan melihat peluang adalah modal dalam memunculkan ide awal untuk berwirausaha. Tidak semua orang mampu melihat peluang apalagi memanfaatkannya, demikian halnya kemampuan melihat peluang tidaklah sama antar setiap orang. Seseorang yang telah mengenal potensi diri yang dimilikinya lebih cenderung memiliki kemampuan untuk melihat dan memanfaatkan peluang peluang yang ada.

Menemukan Peluang Usaha:

Peluang usaha bersumber dari adanya kebutuhan dari individu atau masyarakat. Oleh karena itu jika ingin mulai mewujudkan berwirausaha, hendaknya terlebih dahulu menjawab pertanyaan: "Apakah yang menjadi kebutuhan masyarakat atau kebanyakan anggota masyarakat saat ini atau di masa yang akan datang?". Untuk memahami kebutuhan masyarakat diperlukan suatu diagnosa terhadap lingkungan usaha secara keseluruhan, yang meliputi faktor ekonomi, politik, pasar, persaingan, pemasok, teknologi, sosial dan geografi.

Berangkat dari pertanyaan di atas dengan memanfaatkan potensi diri kita, maka dalam menemukan peluang usaha yang cocok, kita dapat menggunakan dua pendekatan, yaitu:

a. Pendekatan in-side-out (dari dalam ke luar) bahwa keberhasilan akandapat diraih dengan memenuhi kebutuhan yang ada saat ini.
b. Pendekatan out-side-in (dari luar ke dalam) bahwa keberhasilan akan dapat diraihdengan menciptakan kebutuhan.

Memilih Lapangan Usaha dan Mengembangkan Gagasan:

Setelah mengetahui kebutuhan masyarakat dan berhasil menemukan berbagai lapangan usaha dan gagasan usaha, maka langkah berikutnya adalah menjawab pertanyaan: "Manakah di antara lapangan usaha dan gagasan-gagasan usaha tersebut yang paling tepat dan cocok untuk saya?" Pertanyaan ini sangat tepat, mengingat setiap orang memiliki potensi diri yang berbeda-beda. Tentunya dalam memilih lapangan usaha dan mengembangkan gagasan usaha, kita perlu menyesuaikan dengan potensi diri yang kita miliki. Kekeliruan dalam memilih yang disebabkan karena ketidakcocokan atau Ketidaksesuaian pada akhirnya akan mendatangkan kesulitan atau bahkan kegagalan di kemudian hari.

Oleh karena itu, dalam memilih lapangan usaha yang akan kita geluti, perlu dipertimbangkan hal-hal berikut:

a. Lapangan usaha yang cocok untuk orang lain belum tentu cocok bagi kita.
b. Lapangan usaha yang pada masa lalu menguntungkan, belum tentu pada saat ini masih menguntungkan, atau lapangan usaha yang menguntungkan saat ini belum tentu menguntungkan di masa yang akan datang.
c. Lapangan usaha yang berkembang baik di suatu daerah, belum tentu dapat berkembang dengan baik pula di daerah lain, dan sebaliknya.

d. Berangkat dari pertimbangan-pertimbangan tersebut, maka dalam memilih lapangan usaha, kita perlu kembali melihat dan mengkaji kondisi internal kita dan kondisi eksternal dimana usaha kita jalankan, karena faktor internal dan eksternal ini akan sangat menentukan kesuksesan kita dalam menjalankan usaha. Faktor internal yang dimaksud seperti penguasaan sumberdaya (lahan, bangunan, peralatan dan finansial), penguasaan teknis atau keterampilan, penguasaan manajemen dan jejaringsosial yang kita miliki. Sedangkan faktor eksternal seperti peraturan pemerintah, tingkat permintaan dan penawaran, persaingan, resiko dan prospek ekonomi baik lokal, regional, nasional maupun global.

Gagasan usaha yang dipilih adalah gagasan yang memiliki prospek secara ekonomi yang dapat berupa pertimbangan bahwa produk yang dihasilkan merupakan kebutuhan vital bagi manusia dengan tingkat permintaan dan harga yang relatif memadai. Selanjutnya alternatif pilihan lebih diperkecil lagi dengan memilih beberapa gagasan usaha dengan mempertimbangkan potensi diri (faktor internal) kita.

Analisis Peluang Usaha.

Kembali dengan mempertimbangkan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang kita miliki jika kita memilih gagasan usaha yang bersangkutan, dan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang akan dihadapi jika kita menjatuhkan pilihan pada gagasan usaha yang bersangkutan. Analisis ini sering dikenal dengan analisis**SWOT**. Bukan tidak mungkin, setelah melakukan langkah analisis ini, kita akan menjatuhkan pilihan pada gagasan usaha yang menjadi prioritas kedua atau ketiga dari hasil analisis sebelumnya.

Menganalisis Peluang Usaha:

Bagi Pengusaha atau Pebisnis, menganalisis peluang usaha merupakan salah satu hal yang penting untuk dilakukan supaya bisnis menjadi sukses. Apalagi tidak setiap peluang bisa menjadi prospektif untuk dijalankan. Berikut ini terdapat beberapa analisis peluang usaha, terdiri atas:

Analisis peluang usaha berdasar jenis produk/jasa.

1. Minat sesorang, misalnya berminat dalam dunia perdagangan, jasa atau bidang lainnya
2. Modal, apakah sudah tersedia modal awal atau belum, baik dalam bentuk uang maupun barang/mesin

3. Relasi, apakah ada keluarga atau teman yang sudah terlebih dahulu menekuni usahayang sama.

Disamping itu, memiliki bidang usaha juga harus mempertimbangkan hal berikut:

- Pengaruh lingkungan sekitar.
- Banyak sedikitnya permintaan masyarakat terhadap jenis usaha yang akan kita pilih.
- Kecocokan anatara kebutuhan masyarakat dengan jenis usaha tertentu.
- Banyak sedikitnya pesaing.
- Adanya kemampuan untuk bertahan dan memenangkan persaingan.

Peluang usaha di bidang jasa yang sangat dibutuhkan Masyarakat, antara lain seperti berikut ini:

1) Jasa servis.

Banyak orang yang ingin mengikuti perkembangan teknologi sehingga banyak sekali dijumpai alat canggih seperti televisi, VCD, Komputer, Vacuum cleaner, mesin cuci, sepeda motor, bahkan mobil.

2) Jasa Hiburan.

Untuk mengurangi ketegangan pikiran karena kesibukan kerja, contoh bioskop, diskotik dan karokean.

3) Jasa Transportasi.

Contoh: menyediakan angkutan antar jemput anak sekolah, rental mobil dan sebagainya.

4) Jasa kesehatan.

Contoh memberikan sarana kebugaran, kesehatan, dan kecantikan seperti finess, SPA, pijat refleksi dan pengobatan alternative.

5) Jasa yang lain.

Contoh jasa penitipan anak, catering, tenaga kebersihan, penulis atau pengetikan karya tulis dan sebagainya

Sedangkan pemilihan produk, berupa barang yang dapat menciptakan peluang usaha adalah dengan mempertimbangkan produk-produk yang:

1. Mudah dalam pemakaian.
2. Efisien dalam penggunaan.
3. Kualitas produk terjamin.
4. Hemat dalam pemakaian.
5. Adanya jaminan keamanan dalam pemakaian.

Analisis peluang usaha berdasar minat dan daya beli konsumen:

Untuk mengetahui besar-kecilnya minat Masyarakat terhadap usaha yang kita dirikan,kita bisa melakukan observasi.

Observasi ini bisa dilakukan dengan cara:

- Mengadakan pengamatan langsung ke pasar.
- Melakukan wawancara.
- Memberikan angket untuk diisi oleh calon konsumen.

Demikian juga untuk mengetahui seberapa besar kekuatan daya beli Konsumen. Kitaharus meneliti siapa Konsumen yang akan menggunakan produk kita:

1. Apakah mereka dari kalangan atas, menengah, atau bawah?
2. Apakah mereka berpenghasilan tinggi, sedang atau rendah?
3. Apakah mereka anak-anak, remaja atau dewasa?
4. Apakah mereka orang yang tinggal di kota, desa atau pesisir pantai?

Pertimbangan menganalisis minat dan daya beli Konsumen agar pelaksanaan penganalisisan peluang usaha berjalan lancar, maka persyataran pembuatan produk atau jasa perlu mempertimbangkan hal-hal berikut:

- Membuat model kasar dari produk atau jasa yang diminati konsumen dandisesuaikan dengan daya belinya
- Menyusun daftar komponen produk atau jasa yang diminati konsumen baik jenisnya, jumlahnya maupun daya belinya
- Memanfaatkan tenaga pelaksana proses pembuatan produk atau jasa serta pengawasannya yang bertanggung jawab terhadap program perusahaannya

Perhatian dalam menganalisis minat dan daya beli Konsumen. Dalam menganalisispeluang usahanya, Wirausahawan harus memperhatikan hal-hal berikut:

1. Membuat produk jasa yang berkualitas, bermanfaat, dan laku terjual sesuai dengandaya beli konsumen.
2. Membuat atau mendesain produk atau jasa dengan bahan baru atau kombinasi yangdiminati sesuai dengan daya beli konsumen.
3. Membuat produk atau jasa lebih cepat, berfaedah, dan murah sesuai dengan dayabelinya.
4. Memelihara dan memperbaiki sarana kerja, tempat kerja, peralatan kerja, dsb..

Menganalisis Peluang Usaha dengan Analisis SWOT:

Untuk dapat menganalisis peluang usaha bisa dengan menggunakan **analisisSWOT,** yaitu:

- **Strength**

adalah kekuatan apa yang akan mendukung usaha kita untuk mencapai sasaran.

- **Weakness**

adalah Kelemahan apa yang membatasi atau menghambat usaha kita.

- **Opportunity**

adalah Peluang usaha apa saja yang menguntungkan dan sesuai dengan kemampuan

- **Threat**

adalah Ancaman apa saja yang terjadi saat kita berusaha.

Menganalisis Peluang Usaha dengan Analisis 5W1H:

Dalam menyusun rencana usaha, ada rumus yang dapat membantu memudahkan kita semua yaitu rumus **5 W + 1 H**. Rumus ini akan memudahkan kita dalam menjawab pertanyaan yang masuk dalam perencanaan usaha:

Rumus 5 W+1 H, yaitu:

- Apa (what).
- Siapa (who).
- Di mana (where).
- Kapan (when).
- Mengapa (why).
- Bagaimana (how).

1. Apa (what)

Pada pertanyaan pertama ini akan membantu kita dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan:

– Apa nama usaha Anda?

Contohnya: Bolu Manis Jogja, Pisang Keju Juara, Jilbab Syar'i Milenial, dll.)

– Apa badan hukum usaha Anda?

Contohnya: Berbentuk PT, CV, Koperasi, dll..

– Apa jenis produk atau jasa yang ditawarkan?

Contoh: memproduksi Jilbab Syar'i untuk generasi milenial.

– Berapa dana yang dibutuhkan usaha Anda?

Contoh: untuk biaya produksi diawal usaha membutuhkan dana Rp.50,- juta.

– Apakah Anda membutuhkan dana pinjaman untuk modal usaha? Berapajumlahnya dan untuk apa dana pinjaman tersebut?

Contoh: Anda membutuhkan dana pinjaman sebesar Rp. 30 juta untuk membeliperalatan.

2. Siapa (who)

Pada pertanyaan yang kedua menjawab pertanyaan tentang:

– Siapa saja orang yang akan Anda pekerjakan untuk membantu menjalankanusaha Anda?

Contoh: Anda akan memperkerjakan 3 orang karyawan dengan rincian; 2 untukproduksi, 1 orang administrasi dan pemasaran.

– Siapa saja yang akan menjadi mitra usaha Anda?

Contohnya: Toko-toko di kota Anda, reseller Online, dll..

3. Di mana (where)

Pada pertanyaan di mana akan menjawab pertanyaan tentang:

– Dimana lokasi usaha Anda?

Contoh: lokasi bisnis di Jl. Kaliurang, Sleman, Yogyakarta.

4. Kapan (when)

Pada pertanyaan kapan menjawab pertanyaan tentang:

– Kapan Anda akan memulai usaha?

Contoh: Anda merencanakan menjalankan usaha ini pada September 2019.

– Kapan Anda merencanakan meminjam modal usaha?

Contoh: Anda membutuhkan dana pinjaman itu sebulan sebelum usaha dimulai.

4. Mengapa (why)

Pada pertanyaan mengapa menjawab pertanyaan tentang:

– Mengapa Anda membutuhkan dana pinjaman untuk usaha ini ?

Contoh: untuk membeli peralatan tambahan

5. Bagaimana (how)

Pada pertanyaan bagaimana menjawab pertanyaan tentang:

– Bagaimana cara mengembalikan uang modal pinjaman tersebut?

Contoh: pengembalian dana pinjaman diperoleh dari laba bersih atau dari penyisihanpendapatan bulanan.

F. Rangkuman

Peluang usaha adalah kesempatan atau waktu yang tepat yang seharusnya diambil atau dimanfaatkan bagi seseorang wirausahawan untuk mendapatkan keuntungan.

Dalam kenyataannya peluang yang baik saja tidak cukup, tapi juga harus potensial. Banyaknya peluang usaha di sekitar kita, mengharuskan seorang Wirausaha untuk cermat dalam mengkaji mana peluang usaha yang potensial.

Bagaimana cara melihatnya, bagaimana cara menentukannya, hingga bangaimana kita bisa menganalisis peluang usaha tersebut. Ketika seorang Wirausahawan dapat menguasa pengetahuan di atas, barulah Wirausahawan dapat membuka dan menjalankan suatu usaha yang hendak dibuka.

Untuk dapat menganalisis peluang usaha bisa dengan menggunakan **analisis SWOT** (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats). Analisis SWOT hanyalah Salah satu alat untuk meningkatkan analisis dalam usaha penetapan strategi untuk memprioritaskan pekerjaan yang perlu dilakukan untuk mengembangkan bisnis.

Selain itu dalam menyusun rencana usaha, ada rumus yang dapat membantumemudahkan kita semua, yaitu rumus **5 W + 1 H**. Rumus ini akan memudahkan kita dalam menjawab pertanyaan yang masuk dalam perencanaan usaha.

G. Evaluasi BelajarLatihan

1. Soal

Jawablah latihan soal di bawah ini:

1. Bagaimana cara mengetahui peluang usaha yang sangat menguntungkan disaatpendemi seperti sekarang ini?
2. Jelaskan faktor2 internal dan eksternal dalam menentukan peluang usaha?
3. Apa yang perlu diketahui bagi Pelaku Usaha Pemula dalam memilih danmengembangkan peluang usaha dalam masa pendemi covid-19 ini?
4. Bisnis apa yang menguntungkan di masa depan selain bisnis melalui online,jelaskan?
5. Dampak dari Covid Corona terhadap peluang usaha?

6. Apakah Passion terhadap usaha/produk berpengaruh terhadap kesuksesan suatuusaha?
7. Bagaimana cara agar tetap eksis di tengah persaingan yang begitu tinggi?
8. Mana yang lebih banyak peluang usahanya, bisnis secara online atau offline?
9. Dalam melihat peluang usaha, kapan kita memutuskan untuk berinovasi dan kapanmengikuti trend yang ada?
10. Untuk Pelaku Usaha Pemula, sebaiknya franchise atau membuat usaha/brandsendiri?
11. Apa arti peluang usaha?

2. Kunci jawaban

1. Cara mengetahui peluang usaha yang sangat menguntungkan disaat pendemi seperti sekarang ini:

   Pendemi ini membawa perubahan dalam bisnis, terutama dalam perilaku konsumen dan konsumsi. Oleh karena itu, pentingnya identifikasi perilaku konsumsi dan konsumen.

   Ciri-ciri Peluang Usaha Yang Potensial

   Terdapat beberapa ciri-ciri peluang usaha yang potensial, antara lain:

   - Mempunyai nilai jual tinggi,
   - Bukan hanya sekedar ambisi tetapi harus bersifat nyata,
   - Bisa bertahan lama atau berkelanjutan di pasar,
   - Skala usaha itu dapat diperbesar atau ditingkatkan,
   - Tidak terlalu banyak modal yang digunakan, investasinya tidak terlalu besartetapi sangat berpotensi menguntungkan dan lain sebagainya.

   Ciri-ciri Peluang Usaha Yang Baik

   Sedangkan ciri-ciri peluang usaha yang baik yaitu sebagai berikut:

   - Peluang usaha tidak meniru orang lain tetapi asli hasil riset dan pemikiran dirisendiri,
   - Peluang harus dapat mengantisipasi perubahan persaingan di pasar,
   - Adanya keyakinan dapat mewujudkannya,
   - Peluang itu harus sesuai dengan kehendak,
   - Kelayakan usaha tersebut telah teruji,
   - Adanya rasa senang apabila menjalankannya.

Sumber Peluang Usaha

Suatu peluang usaha memiliki sumber-sumbernya yang bisa membangkitkan semangat berusaha, yaitu antara lain:

Diri Sendiri

Peluang usaha yang mempunyai potensial tinggi adalah bersumber dari diri sendiri, seperti dari hobi, keahlian pengetahuan dan dari riset atau pengamatan lingkungan. Alasan mengapa peluang yang baik datang dari diri sendiri karena:

- Untuk menjalankan usaha haruslah konsisten dan memiliki komitmen,
- Untuk menjalankan usaha memerlukan proses yang panjang, sampai usaha tersebut sukses,
- Untuk menjalankan usaha butuh terus mencoba dan pantang menyerah, dengan didukung kreativitas dan juga mempunyai pengetahuan yang mencukup untuk meraih keberhasilan.

Dari Lingkungan

Terdapat banyak sumber peluang usaha yang diperoleh dari lingkungan sekitar,seperti:

- Usaha yang dimiliki orang tua yang terus dikembangkan, menjadikan semakinbesar dan luas,
- Di lingkungan sekitar rumah,
- Kebiasaan diri sendiri.

Dari Konsumen

Permintaan, keluhan, saran atau harapan Konsumen pada barang atau jasa di pasardapat menjadi sumber ide untuk menciptakan usaha.

Dari Perubahan Yang Terjadi

Peluang usaha bisa muncul dari berbagai perubahan lingkungan apabila orangtersebut dapat membaca situasi untuk dijadikan peluang usaha.

Contoh Peluang Usaha

Seperti berbisnis secara online, ketika berbisnis online ternyata sangat menjanjikan asal terus berusaha, selalu melakukan inovasi dan bisa bersaing dengan banyak Penjual di pasaran.

Bisnis online yang bisa ditekuni antara lain, seperti:

1. Affiliate marketing,
2. Copywriter,
3. Freelancer,
4. Influencer (Blogger, Youtuber, Selebgram),
5. Jasa konsultasi online,
6. Jasa tulis artikel,
7. Jual beli domain,
8. Membuat kursus online/produk digital,
9. Dropshipping,
10. Menulis buku indie,
11. Publisher iklan,
12. Sponsored Post.

Dihindari industri yang tergantung pada bahan baku impor dan ekspor, serta pariwisata.

Yang prospek usahanya adalah jasa pengantaran barang dan makanan, produk makanan beku, sektor kesehatan, pendidikan secara online, produk inovatif(disinfection chamber, portable hospital, isolation portable room), dalam jangka panjang industri berbasis online (game, software pendidikan, media pembelajaran dan hiburan digital, dan belanja online), layanan jasa gaya hidup sehat, kesehatan dan psikologi, farmasi, herbal, dan makanan kesehatan, bisnis masker kain (sensi, nexcare, altamed), hand sanitizer, menjadi desain grafis (konten visual untuk berbagai kepentingan baik komersil dan atau non-komersil), buat channel youtube, usaha sembako, jasa pembuatan video, menjual pakaian online, serta investasi uang ke pasar modal/uang (saham, cryptocurrency, blockchain)

Bisnis online: sistimnya sangat flesibel: berjualan di rumah, transaksi melalui m- banking, dan barang pun siap dikirim, bisa berjualan barang dan jasa,

2. Faktor2 internal dan eksternal dalam menentukan peluang usaha:

   a. Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri seseorang sebagai subjek yang meliputi pengetahuan/keahlian yang dimiliki, pengalaman individu, minat, pengalaman melihat orang lain menyelesaikan masalah serta intuisi berupa pemikiran yang muncul dari individu.

   b. Faktor eksternal merupakan faktor atau hal-hal yang dihadapi seseorang dan

merupakan objek untuk mendapatkan sebuah inspirasi bisnis meliputi masalah yang dihadapi dan belum terpecahkan, kesulitan yang dihadapi sehari-hari, kebutuhan yang belum terpenuhi baik untuk diri seorang individu maupun orang lain juga pemikiran yang besar untuk menciptakan sesuatu yang baru.

Faktor Internal

Adalah faktor yang bersumber dari dalam/diri sendiri antara lain:

- Wawasan atau pengetahuan yang ada pada diri sendiri.
- Pengalaman pada dunia bisnis atau usaha.
- Pengalaman dan kemampuan ketika menyelesaikan suatu masalah.
- Kemampuan atau pemahaman terhadap sesuatu atau situasi kondisi.

Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang bersumber dari luar antara lain:

- Masalah yang muncul dan dihadapi dan belum terselesaikan.
- Kesulitan dalam mencari solusi masalah.
- Pemikiran yang baik untuk membuat sesuatu yang baru dari suatu kondisi.
- Keperluan yang belum tercapai atau terpenuhi untuk diri sendiri ataupun oranglain.

3. Yang perlu diketahui bagi Pelaku Usaha Pemula dalam memilih dan mengembangkan peluang usaha dalam masa pendemi covid-19 ini:

   Membuat *business plan* yang matang dengan dana/sumber daya yang dimiliki. Jangan hanya fokus pada masalah tetapi juga fokus pada solusi (bisnis melaluionline), peluang besar bagi pengusaha online untuk meningkatkan penjualan lewattransaksi online.

   Bisnis adalah tentang bagaimana kita menolong orang, dan menjual solusi, membarter solusi dengan uang (jangan mentang2 lalu menetapkan harga yg terlampau tinggi), sesuaikan dengan kemampuan (bisa outsourching, dropshipper (penjual mengirim barang secara langsung ke pelanggan dari pemasok sebagai pihak ketiga/vendor, tidak perlu melakukan stok barang serta ikut proses pengiriman barang/semua proses dilakukan oleh Vendor atau kita hanya menyampaikan pembelian kepada vendor, atau reseller (menjual memiliki stok dan menjual kembali barang dari pihak supplier),
4. Bisnis yang menguntungkan di masa depan selain bisnis melalui online:

   Bisnis Offline, seperti warung makan, kedai minum, jasa potong rambut/salon,

laundry (yg mayoritas masyarakat sekitarnya adalah karyawan/mahasiswa), toko kelontong/kebutuhan pokok, pertanian/perkebunan, pertenakan, perikanan, dan industri rumahan terkait kesehatan dan makanan & minuman (seperti: masker kain, obat2-an, industri tempe / tahu, dan kue / roti).

Namun ke depannya ekonomi digital, kreatif dan inovatif akan sangat berkembang. Orang sudah mulai terbiasa dan terlibat menjalani pola konsumsi digital. Dropshipping (konsep dimana penjual mendapatkan produk dalam jumlah besar/harga murah dari pemasok dan menjualnya lebih lanjut kepada pengguna akhir: eBay, Aliexpress) dengan periksa produk2 laris di situs web e-commerce terkemuka seperti Amazon.

5. Dampak dari Covid Corona terhadap peluang usaha:

   Menimbulkan ketidakpastian perekonomian dan juga membuat perubahan dalam perilaku konsumen dan konsumsi. Harus kreatif dan inovatif, seperti: Kope seliter @home, travelogistics, on-demand cleaning services, home leisure wear, untouchable products, coronassurance for fear customers, frozen food/ready to eat, work from hotel, beauty on-demand, dan resto experience @home.

   Dampak lainnya, seperti:

   - Menyebabkan peningkatan aktivitas kewirausahaan.
   - Meningkatan kreativitas sejumlah orang dalam berbisnis.
   - Pebisnis dan perusahaan perorangan dan perusahaan harus menyusun ide-ide baru untuk menanggapi kebutuhan yang ada atau yang pemenuhan kebutuhan yang tidak cukup ditangani oleh Pemerintah dan Lembaga yang berkuasa.
   - Menunjukkan pentingnya usaha kecil dengan pendekatan inovasi yang lebihcanggih.
   - Sebagian besar perusahaan rintisan mungkin melihat pengalihan fokus bisnis sebagai peluang atau solusi jangka pendek, hal ini merupakan strategi bertahan hidup.
   - Krisis dapat berdampak negatif terhadap kewirausahaan, yang lain mungkin menyarankan bahwa perubahan yang kita amati saat ini dapat mengubah persepsikewirausahaan menjadi lebih baik.
   - Terciptanya peluang usaha, dimana banyak rantai pasokan industri atau bisnis global menjadi terganggu, hal ini jelas membuka peluang bisnis bagi negara- negara lainnya (incl. Indonesia), untuk menawarkan solusi dari adanya gangguanpada rantai pasokan tersebut.

6. Pengaruh *Passion* terhadap usaha/produk terhadap kesuksesan suatu usaha:

   Dengan memanfaatkan teknologi dan internet, kita bisa memulai bisnis sesuai *passion* dan hobi kita.

   Hobi merupakan rasa suka terhadap sesuatu dan ketika mengerjakannya menimbulkan rasa senang. Namun di dalam hobi tidak ada target pencapaian

   Hobi juga mengalami perubahan yang disebabkan beberapa faktor seperti teman dekat, fasilitas dan kesempatan.

   Passion adalah gairah atau ketertarikan yang sangat dalam. Atau dapat dikatakan juga sebagai hastrat yang kuat (*tidak sekedar suka*). Dalam melakukan kegiatan yangdi dalamnya ada passion, maka kegiatannya akan termasuk kegiatan yang *'tidak dapat tidak dilakukan'*, atau harus dilakukan karena apabila tidak melakukannya ada yang dirasakan kurang.

   Kalau hobi hanya mengandung rasa suka. Apabila sudah melakukannya maka akan timbul rasa senang dan puas. Namun kalau passion tidak sekedar suka, namun akan timbul hasrat mencapai yang lebih baik bahkan ia akan belajar lebih banyak agar apayang dilakukannya memenuhi target kompetisi atas dirinya sendiri.

   Ada beberapa alasan mengapa *passion* tidak menentukan kesuksesan.

   Passion yang ada pada diri seseorang belum tentu sama dengan keahlian yang dimiliki. Mungkin saja jika memiliki minat pada banyak hal, tetapi usaha dan waktu yang didedikasikan pada minat tersebut belum tentu setara. Karena itu janganlah kejar apa yang hanya disukai, tetapi kejarlah sesuatu yang dapat memotivasi untuk menghabiskan waktu dan usaha untuk melakukannya terus menerus.

   Dalam kehidupan terdapat faktor X.

   Meskipun sudah berusaha semaksimal mungkin, terkadang ada faktor internal yang tidak bisa dikendalikan, bahkan bisa jadi susah dijelaskan. Seperti usaha seseorang yang sama dengan usaha orang lain. Dengan tingkat usaha yang sama, peluang untukkesuksesan belum tentu sama. Belum lagi pengaruh dari faktor eksternal seperti keberuntungan ataupun kondisi geografis di sekitar.

   Pengaruh bakat lebih kecil di aktivitas mental.

   Berbicara tentang aktivitas mental, maka peranan bakat punya porsi yang lebih kecil.Ini karena apa yang sebenarnya disebut bakat merupakan hasil dari suatu aktivitas latihan, baik yang disengaja maupun tidak. Latihan yang baik adalah latihan yang dapat memperbaiki kekurangan yang dimiliki. Seseorang yang dapat mendedikasikan waktunya untuk berlatih suatu hal, maka pasti akan meraih

kesuksesan.

Passion tidak sesederhana kata-kata motivasi.

Kehidupan manusia merupakan hal yang kompleks. Mengejar *passion* tidaklah salah, tetapi jangan samakan *passion* dengan hobi atau kesenangan. Tetapi alangkah lebih baik jika mengkombinasikan hal yang disukai dengan meningkatkan keahlian diri, ditambah dengan mengenali faktor x, akan menghasilkan jalan hidup yang dapatditekuni tanpa keraguan dan tanpa perasaan menyesal, karena *passion* tidak sesederhana kata-kata motivasi.

7. Cara agar tetap eksis di tengah persaingan yang begitu tinggi?

   Tanpa passion, kerja keras, serta tekad yang kuat pola apapun yang kita gunakan sebagai format bisnis bisa menjadi sebuah kesalahan.

   Mencatat semua administrasi dengan baik (pondasi utama dalam menjalankan bisnis apa pun untuk bisa sukses dan berkembang), kerja keras dan semangat, menentukan misi & visi serta arah bisnis.

   Ke depannya adalah eranya ekonomi digital, kreatif, dan inovatif.

   Untuk memulai bisnis online: **mulai segera** tanpa harus berpikir rumit tentanguntung atau rugi, laris atau tidak, karena semua sarana sudah ada (toko tidak perlu punya, marketspace luas, barang juga tidak harus punya (bisa dropshipper/reseller), **konsisten dan juga responsif** (upayakan setiap hari posting atau promosi minimal 1 informasi ttg produknya (toko harus terlihat selalu buka), dan **tahan uji** (tidak mudah menyerah).

   Terdapat banyak penyedia jasa pengelolaan bisnis tanpa tatap muka, seperti: Paper.id, platform bisnis untuk invoicing, accounting, dan inventory, dll..

8. Yang lebih banyak peluang usahanya, bisnis secara online atau offline: Ke depannya adalah bisnis online.

   Online memanfaatkan teknologi, dengan adanya keterbatasan aktivitas sosial dan transaksi serta marketspace yang luas jadi peluang besar bagi Pengusaha bisnis secara online.

9. Dalam melihat peluang usaha, kapan kita memutuskan untuk berinovasi dan kapanmengikuti trend yang ada:

   Pendemi Covid 19 turut mengubah kebiasaan lama dalam dunia usaha dengan memaksa para Pelaku usaha untuk membuat inovasi dengan dasar demand yang ada

di pasar.

Jangan pernah memilih peluang usaha hanya karena orang lain yang juga melakukan itu, dengarkan panggilan sejati Anda untuk menjadi Pengusaha yang sukses. Maksimalkan bakat dan minat.

Inovasi adalah Larsen, P and Lewis, A, (2007) menyatakan bahwa salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi. Tanpa adanya inovasi perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan Pelanggan berbah-ubah. Pelanggan tidak selamanya akan mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus jika perusahaan akan berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya. Inovasi adalah sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama ada tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau baru merasakannya. Indikator inovasi adalah dapat menganalisi peluang, memahami apa yang harus dilakukan untuk memanfaatkan peluang, berpikir sederhana dan terarah, mementingkan langkah daripada berpikir terlalu rumit, dan dapat mengarahkan orang lain.

Faktor pendidikan adalah pengaruh pendidikan terhadap perkembangan jiwa seseorang (termasuk jiwa wirausaha) sebenarnya berbeda dengan pengaruh eksternalyang lain.

Pada umumnya pengaruh lingkungan sekitar (fisik maupun sosial) bersifat pasif, dalam arti bahwa lingkungan tidak memberikan suatu paksaan terhadap individu. Lingkungan hanya memberikan kesempatan-kesempatan atau peluang seorang individu.

Berbeda dengan faktor lingkungan, pendidikan dijalankan dengan penuh kesadaran, mempunyai tujuan, target,dan sasaran tertentu serta diberikan secara sistematis untuk mengembangkan potensi-potensiyang ada. Dengan pendidikan, wawasan individu menjadi lebih percaya diri, bisa memilih dan mengambil keputusan yang tepat, meningkatkan kreativitas dan inovasi, membina moral, karakter, intelektual, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia yang lain sehingga akhirnya mampu berdiri sendiri.

Pendidikan juga berfungsi untuk membentuk kepribadian seseorang menjadil ebih kuat dan tahan hantaman.

Indikator pendidikan adalah pendidikan telah memberikan bekal pengetahuan kewirausahaan, pendidikan membentuk karakter wirausaha, pendidikan membantu meningkatkan percaya diri, pendidikan meningkatkan pengetahuan, pendidikan moral/akhlak, pendidikan meningkatkan kemampuan kreatifitas dan inovasi.

10. Untuk Pelaku Usaha Pemula, sebaiknya franchise atau membuat usaha/brand sendiri: Bagi orang yang berkeinginan untuk memulai suatu usaha yang benar-benar baru, tentu banyak hal yang masih mengambang dan penuh dengan ketidakpastian. Kita harus memiliki wawasan yang luas mengenai bisnis yang akan kita geluti, selain itu besarnya resiko kegagalan usaha menjadi salah satu penghalang terbesar bagi Masyarakat untuk memulai usaha.

    Bahkan karena takut menghadapi risiko, banyak Masyarakat yang berhenti di tengah jalan dan yang lebih parah lagi banyak di antara mereka yang mundur sebelum mereka mencoba.

    Risiko terjadinya kegagalan tersebut dapat timbul karena usahanya masih bersifat trial and error dan butuh waktu sangat lama agar usaha itu bisa bertahan. Terkait dengan adanya kendala-kendala tersebut, Franchise/Waralaba bisa menjadi alternatif untuk memulai suatu usaha.

    Pada prinsipnya bisnis waralaba adalah suatu pengaturan bisnis di mana sebuah perusahaan (franchisor) memberi hak pada pihak independen (franchisee) untukmenjual produk atau jasa perusahaan tersebut dengan peraturan yang ditetapkan olehfranchisor.

    Franchisee bisa menggunakan nama, goodwill, produk dan jasa, prosedur pemasaran, keahlian, sistem prosedur operasional, dan fasilitas penunjang dari perusahaan franchisor.

    Sebaliknya pihak franchisor akan menerima imbalan dari keuntungan yang diperoleh oleh franchisee sesuai dengan perjanjian awal antara Franchisor dan Franchisee. Dalam bisnis waralaba Franchisor telah menyediakan blue print model bisnis yang dilaksanakan.

    Peluang Bisnis waralaba sesungguhnya cukup potensial bagi pengusaha pemula. sistem waralaba menjanjikan banyak sekali keuntungan, khususnya bagi pengusaha baru. Sebagai media pembelajaran, sistem waralaba cukup menarik.

    Mengapa? Sistem sudah tertata dengan baik dari pusat pewaralaba sehingga bisa kita

serap ilmunya. Sebuah paket waralaba yang baik mampu membuat seseorang yang tepat bisa mengoperasikan sebuah bisnis dengan berhasil bahkan tanpa pengetahuan sebelumnya tentang bisnis tersebut. Bisnis waralaba merupakan simbiosis mutualisme yang saling menguntungkan antara dua pihak yang terlibat.

Banyak pilihan mengenai pola dan format bisnis yang bisa kita manfaatkan untuk memulai suatu usaha. Berbagai pilihan tersebut tentunya akan mengantarkan kita untuk mencapai kesuksesan asalkan dijalankan dengan sepenuh hati sesuai dengan passion yang kita miliki.

Tanpa passion, kerja keras, serta tekad yang kuat pola apapun yang kita gunakan sebagai format bisnis bisa menjadi sebuah kesalahan.

11. Arti peluang usaha:

    Definisi peluang usaha adalah suatu kesempatan yang datang, menjadikan dapat dimanfaatkan untuk memperoleh keuntungan. Atau dapat pula diartikan sebagaikesempatan yang muncul di waktu tertentu yang dapat memberikan kesempatan besar untuk mendapatkan keuntungan apabila dalam kesempatan tersebut dilakukan suatu perbuatan dengan mengarahkan tenaga dan pikiran.

3. Tugas

a. Cara Mengerjakan

1) Carilah beberapa gagasan atau ide bisnis, lalu berikan skor atau angka penilaiandengan menggunakan tabel penyaringan usaha mikro dan kecil.
2) Setelah selesai pilih bidang usaha yang memperoleh nilai/skor tertinggi.
3) Kemudian lakukan analisis SWOT terhadap bidang usaha yang terpilih.

4. Penyelesaian Tugas

PENYARINGAN USAHA MIKRO & KECIL

No.	Bidang Usaha	Pasar	Bahan Baku	Teknologi	Lokasi	Tenaga Terampil	Permodalan	Dukungan Keluarga	Kebijakan Investasi	Total	Ket
1	**Toko Herbal**	**4**	**5**	**3**	**4**	**5**	**4**	**5**	**3**	**33**	
2	Ternak Ikan	3	4	3	2	4	4	5	5	30	
3	Sayur Hidroponik	4	5	3	4	3	4	5	4	32	
4	Coffeeshop	4	4	4	2	4	2	2	4	24	
5	Toko Kelontong	3	3	3	2	4	2	2	4	23	
6											
7											
8											
9											
10											

1. **Pasar**
   - Permintaan
   - Pesaing
   - Wilayah Pasar
   -
2. **Bahan Baku**
   - Ketersediaan
   - Tingkat Harga
   - Pengadaan
   -
3. **Teknologi**
   - Ketersediaan
   - Penguasaan
   - Perangkat Keras
   -
   -
4. **Lokasi**
   - Ketersediaan
   - Tingkat Harga
   - Letak Lokasi
   -
   -
   -
   -
5. **Tenaga Terampil**
   - Ketersediaan
   - Tingkat Upah
   - Pengadaan
   -
   -
   -
   -
6. **Permodalan**
   - Tingkat Kebutuhan
   - Dukungan Luar
7. **Dukungan Keluarga**
   - Tdak mendukung
   - Sangat Mendukung
8. **Kebijakan Investasi**
   - Kebijaksanaan/Peraturan Pemerintah
   - Pandangan Masyarakat/Lingkungan

Penilaian/Skor :
1 = Sangat Kurang
2 = Kurang
3 = Cukup
4 = Baik
5 = Sangat Baik

SETELAH SELESAI PILIH BIDANG USAHA YANG MEMPEROLEH NILAI/SKOR "**TERTINGGI** "

PROFIL PERUSAHAAN TOKO HERBAL AMANAH

Toko Herbal Amanah akan didirikan di Kota Batu yang mana memiliki kantor utama, dan Ruang Konsultasi. Untuk tahun pertama, Toko Herbal Amanan memiliki ruang lingkup bisnis mencakup wilayah Malang Raya (Kota Malang, Kota Batu, dan Kabupaten Malang) dan untuk tahun berikutnya diharapkan dapat terus melakukan ekspansi di wilayah yang lebih luas.

Identifikasi Perusahaan adalah sebagai berikut:

Nama Perusahaan : Toko Herbal Amanah

Bidang Usaha : Memasarkan produk obat-obatan dan suplemen herbal denganbahan baku tumbuh-tumbuhan lokal Indonesia untuk berbagai macam keluhan penyakit, maupun penjagaan daya tahan tubuh.

Lokasi : Junrejo, Kota Batu.

Struktur Permodalan : 100% Modal sendiri dengan total modal yang disetor adalah Rp.171.875.000,-.

Sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia makapendirian badan usaha ini akan memenuhi persyaratan sebagai berikut :

1. Izin Prinsip (dari Instansi Teknis)
2. Akte Pendirian CV
3. SKDP
4. Pengesahan Pengadilan
5. SIUP
6. TDP
7. P-IRT
8. BPOM
9. Sertifikasi Produk Halal
10. Hak Paten Produk
11. Hak Paten Merek.

Visi Perusahaan

Visi Toko Herbal Amanah adalah menjadi pusat obat-obatan dan suplemen herbaldengan kualitas baik yang konsisten, dan unggul dikelasnya.

Misi Perusahaan

Misi Toko Herbal Amanah dengan selalu berkesinambungan menjaga kualitas produkdan layanan kepada konsumen dengan:

- Inovasi produk obat-obatan dan suplemen herbal secara berkesinambungan.
- Membangun hubungan baik dengan konsumen yang saling menguntungkan.
- Membangun loyalita dan kompetensi sumber daya perusahaan.

Tujuan Perusahaan

- Sebagai perusahaan yang mampu bersaing dan berkembang dalam menyediakan obat-obatan dan suplemen herbal terbaik kepada masyarakat luas.
- Memberikan keuntungan bagi pihak perusahaan maupun konsumen.
- Meningkatkan kesejahteraan karyawan dengan kompensasi yang sesuai dengan beban kerja, pengembangan keterampilan karyawan dengan memberikan pelatihan, jenjang karir, dsb..

Sasaran Perusahaan

- Memberikan produk obat-obatan herbal dan suplemen herbal terbaik untuk semuakalangan.
- Meningkatkan awareness masyarakat dan angka penjualan.
- Meningkatkan kompetensi SDM perusahaan untuk menjaga kinerja perusahaan.

ANALISIS SWOT

STRENGTH

Keunggulan yang dimiliki oleh produk Toko Herbal Amanah adalah obat-obatan dan suplemen yang ditawarkan dapat disesuaikan dengan preferensi pengguna, sehingga mulai dari segi kenyamanan akan terpenuhi, hingga harga pun dapat disesuaikan oleh semua kalangan. Bahan baku obat-obatan dan suplemen herbal yang dipakai merupakan tumbuh-tumbuhan lokal asli Indonesia, menjadi sesuatu yang daoat dibanggakan tersendiri.

WEAKNESS

Daya tahan obat-obatan dan suplemen yang rentan menjadikan produk yang relatif tidak tahan lama, sehingga perlu dikonsumsi pada periode-periode yang telah ditentukan.

OPPORTUNITY

Trend peminat produk-produk herbal di Indonesia yang terus meningkat dari tahun ke tahun memberikan optimisme yang besar. Kemudian kampanye pemerintah untuk mencintai produk lokal menjadi peluang yang sangat strategis untuk menarik konsumen untuk menggunakan produk dari Toko Herbal Amanah.

THREAT

Persaingan pangsa pasar obat-obatan dan hsuplemen herbal yang ketat, dan efek samping yang tidak diinginkan yang bisa saja timbul dapat menjadi ancaman bagi Toko Herbal Amanah.

IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	Bobot	Nilai	Skor
Strengths:			
Produk dapat disesuaikan dengan preferensi konsumen	0,3	8	2,4
Bahan Baku tanaman lokal asli Indonesia	0,1	6	0,6
Produk obat-obatan dan suplemen tidak memiliki efek samping	0,075	6	0,45
Terjamin tidak mengandung bahan kimia apapun	0,025	5	0,125
Harga produk yang dapat dijangkau oleh semua kalangan	0,2	6	1,2
Weaknesses			
Tidak memiliki daya tahan produk yang lama	0,075	3	0,225
Masih memiliki kemungkinan efek samping	0,025	4	0,1
Membutuhkan waktu yang lebih lama untuk mengatasi penyakit	0,05	5	0,25
Beberapa obat memiliki bahan baku yang sulit untuk diadakan	0,1	5	0,5
Bahan baku belum standar	0,05	4	0,2
Total Skor	**1,00**		**6,05 (x)**
EFAS (External Factor Analysis Sumary)			
Opportunities			
Kampanye pemerintah untuk menggunakan dan mencintai produk lokal	0,025	8	0,2
Trend peminat obat-obatan dan suplemen herbal yang terus meningkat	0,3	9	2,7
Sering diadakannya bazar obat-obatan dan suplemen herbal dari pemerintah setempat	0,15	6	0,9
Persebaran melalui cerita konsumen ke konsumen sebagai media promosi yang strategis	0,05	6	0,3
Stigma di beberapa kelompok masyarakat yang masih takut dengan obat-obatan kimia	0,075	5	0,375
Threats			
Persaingan kompetitor	0,1	4	0,4
Perizinan legal yang tidak mudah	0,15	2	0,3
Munculnya produk sejenis	0,1	3	0,3
Perubahan harga bahan baku	0,025	1	0,025
Kondisi kesehatan konsumen yang berbeda-beda dalam menanggapi khasiat obat atau suplemen	0,025	1	0,025
Total Skor	**1,00**		**5,525 (y)**

Setelah memperoleh daftar dan juga penilaian mengenai faktor-faktor kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dari eksternal, akan disusun matriks analisis strategi untuk menentukan strategi-strategi apa yang akan dapat digunakan berdasarkan keadaan faktor-faktor internal dan eksternal Toko Herbal Amanah yang sudah dibahas.

	Strengths	***Weaknesses***
	• Produk dapat disesuaikan dengan preferensi konsumen • Bahan Baku tanaman lokal asli Indonesia • Produk obat-obatan dan suplemen tidak memiliki efek samping • Terjamin tidak mengandung bahan kimia apapun • Harga produk yang dapat dijangkau oleh semua kalangan.	• Tidak memiliki daya tahan produk yang lama • Masih memiliki kemungkinan efek samping • Membutuhkan waktu yang lebih lama untuk mengatasi penyakit • Beberapa obat memiliki bahan baku yang sulit untuk diadakan • Bahan baku belum standar
Opportunities • Kampanye pemerintah untuk menggunakan dan mencintai produk lokal • Trend peminat obat-obatan dan suplemen herbal yang terus meningkat • Sering diadakannya bazar obat-obatan dan suplemen herbal dari pemerintah setempat • Persebaran melalui	***Strategi SO*** • Menggencarkan promosi bertemakan cinta produk lokal Indonesia • Melakukan penelitian keberlanjutan tentang profil dari generasi ke generasi • Membuat kemasan-kemasan yang dapat dipilih oleh berbagai kalangan • Membuat promo invitaion referral • Melakukan kampanye back to nature.	***Strategi WO*** • Memberikan edukasi kepada konsumen tentang proses pengobatan dengan obat-obatan dan suplemen herbal • Melakukan penelitian tuntuk meminimalkan efek samping yang buruk • Melakukan follow up dari bazar ke bazar mengenai perkembangan penyembuhan konsumen

cerita konsumen ke konsumen sebagai media promosi yang strategis • Stigma di beberapa kelompok masyarakat yang masih takut dengan obat-obatan kimia		
Threats • Persaingan kompetitor • Perizinan legal yang tidak mudah • Munculnya produk sejenis • Perubahan harga bahan baku • Kondisi kesehatan konsumen yang berbeda-beda dalam menanggapi khasiat obat atau suplemen	***Strategi ST*** • Mempelajari strategi yang dilakukan oleh kompetitor, untuk terus mengikuti perkembangan persaingan pasar. • Memaksimalkan bahan baku-bahan baku yang tidak terlalu sulit legalitasnya. • Melakukan survey pasar terhadap harga-harga bahan baku, untuk mendapatkan alternatif-alternatif harga bahan baku • Melakukan penelitian berkembang tentang reaksi obat-obatan herbal kepada pengguna, Di beberapa faktor.	***Strategi WT*** • Melakukan studi banding kepada lembaga pendidikan untuk mencari alternatif bahan baku yang memiliki daya tahan yang baik. • Mengeliminasi atau mengurangi bahan baku yang terlalu sulit pengurusan legalitasnya dan masih berkecenderungan untuk memiliki efek samping. • Mengurus perizinan produk secara bertahap.

Modul 4 – 5
Mengelola Pemasaran

A. Pengantar

Modul mengelola pemasaran merupakan penjabaran dari makna atau pengertian strategi pemasaran, segmentasi pasar, penentuan pasar sasaran, pemosisian pasar, dan bauran pemasaran. Oleh karenanya, modul ini akan membicarakan strategi pemasaran dan konsep pemasaran paling dasar, yaitu bauran pemasaran 4P yang meliputi *product, price, place,* dan *promotion*, juga meninjau dari segi *people/participant, process,* dan *physical evidence* yang selanjutnya dikenal dalam istilah bauran pemasaran jasa sebagai 7P.

B. Kompetensi Dasar

Mahasiswa mampu memahami strategi pemasaran dan bauran pemasaran.

C. Kemampuan Akhir yang Diharapkan

Mahasiswa mampu menjelaskan strategi pemasaran dan bauran pemasaran.

D. Kegiatan Pembelajaran

1. Pembelajaran diselenggarakan dengan pendekatan *Contextual Instruction*.

2. Mahasiswa mempelajari penjelasan materi mengenai strategi pemasaran dan bauranpemasaran dan contoh nyata dalam dunia usaha selama 100 menit.

E. Materi Belajar

1. Pengertian Strategi Pemasaran.

Strategi pemasaran adalah logika pemasaran, dan berdasarkan itu, unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasarannya. Strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran.

Strategi pemasaran dapat dinyatakan sebagai dasar tindakan yang mengarah pada kegiatan atau usaha pemasaran, dari suatu perusahaan, dalam kondisi persaingan dan lingkungan yang selalu berubah agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

4 Fungsi Strategi Pemasaran:

1. Meningkatkan motivasi untuk melihat masa depan
2. Koordinasi pemasaran yang lebih efektif
3. Merumuskan tujuan perusahaan
4. Pengawasan kegiatan pemasaran

2. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar keseluruhan untuk suatu barang dan jasake dalam beberapa kelompok yang lebih kecil, dimana para anggota masing-masing kelompok mempunyai kesamaan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan.

Kriteria Segmentasi Pasar:

1. Dapat diukur (*measurable*).
2. Dapat diakses oleh saluran distribusi.
3. Memberikan respon yang berbeda terhadap *marketing mix*.
4. Bersifat stabil (tidak terlalu cepat berubah).
5. Memiliki ukuran yang cukup besar supaya menguntungkan.

Contoh pemasaran berdasarkan Segmentasi Pasar:

Segmentasi pasar Honda Beat.

Honda Beat merupakan jenis kendaraan bertipe skuter otomatis, dengan harga Rp.12,5,- juta. Secara demografis, Honda Beat menargetkan Pelajar dan Mahasiswa sebagai segmen pasarnya. Secara psikografis, Honda Beat ditujukan untuk anak muda yang senang kenyamanan dan praktis, serta bergaya hidup trendi dan modern.

Dan secara geografis, Honda Beat yang berada pada segmen 110 CC memiliki konsentrasi pemasaran di kota-kota besar di Indonesia dan di daerah-daerah, dimana di daerah perkotaan cenderung menggunakan velg racing dan sedangkan di daerah cenderung menggunakan velg jari-jari.

3. Penentuan Pasar Sasaran.

Menetapkan sasaran adalah mengevaluasi dan membandingkan kelompok yang diidentifikasikan dan kemudian memilih satu atau beberapa diantaranya sebagai calon dengan potensi yang paling besar. Bauran pemasaran kemudian dirancang yang akan

memberikan hasil terbaik dalam penjualan, selain itu menciptakan nilai maksimum bagi Konsumen.

Contoh Pemasaran Berdasarkan Target Pasar.

Strategi pemasaran usaha jasa make up.

Target pasar yang ditujukan adalah untuk para wanita yang ingin menghias diri dalam mengikuti acara tertentu, seperti acara wisuda, tunangan, pernikahan, dll.. Lokasi tujuannya mengikuti aturan dari *Customer* sendiri. Dan promosi jasa-nya lebih banyak melalui sosial media seperti Instagram, Facebook, Twitter, dll..

4. Pemosisian Pasar.

Market positioning atau pemosisian pasar berarti mengatur produk atau merek untuk menempati tempat yang jelas, khas, dan diinginkan relatif terhadap produk atau merek Pesaing. Pemosisian ini juga berlaku untuk perusahaan itu sendiri.

Strategi pemosisian pasar.

Strategi penentuan posisi yang efektif mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan perusahaan, kebutuhan Pelanggan dan posisi Pesaing. Tujuan dari strategi penentuan posisi adalah memungkinkan perusahaan untuk menyoroti area tertentu dimana mereka dapat mengalahkan Pesaing mereka.

5. Bauran Pemasaran.

Bauran pemasaran adalah suatu strategi penjualan atau promosi serta penentuan harga yang bersifat unik serta dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling menguntungkan untuk pasar yang dituju.

Bauran pemasaran ini semakin lama semakin berkembang terutama dalam bidang jasa, tidak hanya meliputi product, price, place, dan promotion (4P), namun juga meninjau dari segi people/participant, process, dan physical evidence yang selanjutnya dikenal dalam istilah bauran pemasaran jasa sebagai 7P.

Konsep 7P

a. *Product (The Services)* / Produk atau Jasa

Produk jasa merupakan produk yang dapat memberikan manfaat, memenuhi kebutuhan Konsumen, dan dapat memuaskan Konsumen. Sesungguhnya Pelanggan tidak membeli barang atau jasa, tetapi **membeli manfaat** dari sesuatu yang ditawarkan.

b. *Price* / Harga

Penetapan harga merupakan suatu hal penting. Perusahaan akan melakukan hal ini dengan penuh pertimbangan karena penetapan harga akan dapat mempengaruhi pendapatan total dan biaya. Harga merupakan **faktor utama** penentu positioning produk dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, bauran ragam produk, danpelayanan, serta persaingan.

c. *Place* / Lokasi Usaha

Jangkauan tempat menjadi suatu yang harus dipertimbangkan secara matang, tempat-tempat yang strategis tentu memiliki peluang akses publik yang lebih baik, namun biaya sewa dari tempat tersebut juga harus diperhitungkan sebagai konsekuensi dari kemudahan akses ke Konsumen.

d. *Promotion* / Strategi Promosi

Promosi merupakan prinsip marketing dasar dimana perusahaan dituntut untuk dapat **memberikan insentif** bagi calon pembeli produk atau jasa yang ditawarkan. Insentifini dapat berupa potongan harga, menyampaikan *product knowledge* dengan cara yang menarik, sampai memberikan contoh produk/jasa secara cuma-cuma. Penggunaan *influencer* untuk mengkomunikasikan secara persuasi tentang produk yang ditawarkan juga merupakan **salah satu bentuk promosi** dalam rangka pemasaran.

e. *People* / Sumber Daya Manusia (SDM)

People merupakan aset utama dalam industri jasa, terlebih lagi bisnis yang membutuhkan sumber daya dengan performance tinggi. Kebutuhan Konsumen untuk

berhadapan dengan Karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan Konsumen puas dan loyal.

f. *Process* / Proses atau Aktivitas Bisnis

Layanan jasa ataupun kualitas produk sangat bergantung pada proses penyampaian jasa kepada Konsumen. Mengingat bahwa penggerak perusahaan jasa adalah Karyawan itu sendiri, maka untuk menjamin mutu layanan (*quality assurance*), seluruh operasional perusahaan harus dijalankan sesuai dengan sistem dan prosedur yang terstandarisasi oleh Karyawan yang berkompetensi, berkomitmen, dan loyal terhadap perusahaan tempatnya bekerja.

g. *Physical Evidence* / Bukti Fisik Perusahaan

Physical evidence adalah bukti fisik yang dapat dirasakan oleh indra manusia baik dengan penglihatan, perabaan, serta penciuman. Bukti fisik ini melingkupi bangunankantor serta elemen pendukung lain seperti toko, kedai, dan semacamnya. *Building* merupakan contoh bagian dari bukti fisik, karakteristik ini bisa menjadi nilai tambah bagi Konsumen sebagai perusahaan jasa yang memiliki karakter. Perhatian terhadap interior, perlengkapan bangunan, termasuk *lightning system*, dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting dan dapat mempengaruhi *mood* Pengunjung.

Contoh Strategi Pemasaran.“ KOPI

JANJI JIWA”

Kedai Kopi Janji Jiwa menyajikan berbagai pilihan kopi lokal Indonesia dengan harga terjangkau yang mengadopsi konsep ***fresh-to-cup***.

Karena target pasar janji jiwa ini lebih kepada Pelajar, Mahasiswa, serta Pekerja kantoran maka kopi janji jiwa ini terkenal dengan sistim ‘***grab and go’***, yaitu menyediakan tempat nongkrong untuk para pecinta kopi.

Untuk menjaga kualitas mutunya, Kopi Janji Jiwa memakai biji kopi yang dibeli langsung dari Petani dan diproses secara teliti. Biji kopi yang dipakai adalah biji kopi robusta yang berasal dari Sumatera.

Janji Jiwa lebih melakukan pemasaran melalui media sosial. Media yang digunakan adalah *Key Opinion Leader* (KOL) dan *Influencer* yang banyak diikuti.

Janji Jiwa juga memasarkan produknya dengan melakukan kerjasama dengan beberapa

brand. Hal ini dilakukan untuk melakukan terobosan yang akan menarik Pelanggan. Strategi pemasaran lainnya yang dilakukan adalah dengan menyelenggarakan acara yangdiminati pasar. Salah satunya, kompetisi *World Barista Championship* pada tahun 2018lalu.

F. Rangkuman

Strategi pemasaran adalah logika pemasaran, dan berdasarkan itu, unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasarannya. Strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran.

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar keseluruhan untuk suatu barang dan jasa ke dalam beberapa kelompok yang lebih kecil, dimana para anggota masing- masing kelompok mempunyai kesamaan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan.

Menetapkan sasaran adalah mengevaluasi dan membandingkan kelompok yang diidentifikasikan dan kemudian memilih satu atau beberapa diantaranya sebagai calon dengan potensi yang paling besar.

Market positioning atau pemosisian pasar berarti mengatur produk atau merek untuk menempati tempat yang jelas, khas, dan diinginkan relatif terhadap produk atau merek Pesaing.

Bauran pemasaran adalah suatu strategi penjualan atau promosi serta penentuan harga yang bersifat unik serta dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling menguntungkan untuk pasar yang dituju.

Bauran pemasaran ini semakin lama semakin berkembang terutama dalam bidang jasa, tidak hanya meliputi product, price, place, dan promotion (4P), namun juga meninjau dari segi people/participant, process, dan physical evidence yang selanjutnya dikenal dalam istilah bauran pemasaran jasa sebagai 7P.

G. Evaluasi BelajarLatihan

a. Soal

Jawablah latihan soal di bawah ini:

1. Kendala apa saja yang mungkin ditemui dalam mengelola pemasaran? Danbagaimana strategi untuk melewati kendala tersebut?
2. Apakah masih bisa berfungsi di era sekarang dengan menggunakan konsep 4Pwalaupun sudah ada konsep baru?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang bisa membuat daya tarik Konsumen ?
4. Bagaimana cara menekan pengeluaran atau biaya/modal untuk usaha kecil danmenengah (UMKM)?
5. Bagaimana strategi menentukan harga yang optimal agar dapat diterima oleh pasar?
6. Perencanaan strategis apa yang cocok untuk dilakukan oleh UKM atau perusahaankecil menengah di Indonesia dalam menghadapi tantangan pasar global?
7. Langkah-langkah apa yang anda lakukan jika kinerja strategi pemasaran itu tidaklagi sesusai dengan target pemasaran suatu perusahaan?
8. Memasuki era digital ini apakah pemasaran yang dilakukan di sosial media sangatberpengaruh besar? Mengapa?
9. Bagaimana sebuah konsep pemasaran yg ideal? Dan bagaimana agar konsep tersebutdapat berjalan baik dalam sebuah bisnis?
10. Jika strategi pemasaran tidak mencapai tujuannya? Apa yang harus kita lakukan agarstrategi bisa mencapai tujuan?
11. Belakangan ini sistem pemasaran dengan menggunakan jasa *Influencer* (E*ndorsement)* sedang ramai dipergunakan. Menurut anda, apakah cara itu efektif?
12. Apa yg dimaksud dengan Strategi Pemasaran menurut Anda?

b. Kunci Jawaban

1. Kendala-kendala yang mungkin ditemui dalam mengelola pemasaran dan strategi untuk melewati kendala tersebut.

   Kendala-kendala dalam mengelola pemasaran, yaitu: target pasar yg salah,banyaknya pesaing, perencanaan strategi yg belum matang, dll. Cara kita mengatasi kendala tersebut dengan cara memikirkan dan merencanakan suatu teknik strategi

pemasaran dengan benar, tepat, teliti, dan benar-benar matang. diawali dengan riset pemasaran yaitu untuk meneliti kebutuhan dan keinginan konsume,Memilih pasar sasaran khusus (special target market), sampai dengan promosi diseluruh media sosial yg lebih banyak digunakan Konsumen.

2. Konsep 4P masih berfungsi walaupun sudah ada konsep baru.
   Konsep 4P yang saat ini berkembang menjadi 7P masih berfungsi, justru yang palingutama yang harus dilakukan dalam melakukan strategi pemasaran, adalah penetapan *product, price, place, promotion* atau 4P tersebut yang akan memperkuat usaha kita ketika melawan para Pesaing. Jika 4P tadi dilakukan dengan optimal maka usaha yang kita jalankan berpotensi memenangkan persaingan.

3. Strategi pemasaran yang bisa membuat daya tarik Konsumen.
   Dengan cara mempromosikan produk usaha kita semenarik mungkin, contohnya promosi melalui sosial media, kita bisa minta bantu teman-teman kita ikut serta promosikan usaha kita. dan juga kita bisa adakan promo diawal buka yaitu dengan memberi diskon harga, yg paling penting kita harus menjalin hubungan yg baik dan bagus ke semua Konsumen dan atau potensial Konsumen.

4. Cara menekan pengeluaran atau biaya/modal untuk usaha kecil dan menengah(UMKM).
   Tergantung dari bisnis apa yang dijalankan. Pada dasarnya, diperlukan kaji efisiensi produk, efisien artinya adalah dengan biaya yang lebih sedikit namun kualitas produk hasil minimal sama atau lebih dari cara produksi sebelumnya. Jadi percuma bila kita menekan biaya, namun mengurangi kualitas output usaha kita, yang ada Pelanggan anda kecewa terhadap keputusan kita. Jadi, yang disarankan adalah perkirakan apa yang menjadi ekspetasi Konsumen kita pada produk kita, misal kita jual makanan atau minuman dengan harga kaki lima namun rasa/kualitas bintang lima.

5. Strategi menentukan harga yang optimal agar dapat diterima oleh pasar.
   Cara mendapatkan harga yg optimal, yaitu dengan menetapkan harga jualberdasarkan harga jual rata-rata dengan produk sejenis, selain itu kita juga harus melihat lingkungan pasar tersebut, jika lingkungan pasar tersebut termasukKonsumen menengah ke bawah kita harus menjual produk kita sesuai dengan

kualitas dimata Konsumen tersebut atau dengan menambah nilai/*value* atas produk/jasa kita begitupun sebaliknya.

6. Perencanaan strategis yang cocok untuk dilakukan oleh UKM atau perusahaan kecil menengah di Indonesia dalam menghadapi tantangan pasar global.
   Strategi Go modern dan digitalisasi.
   Agar produk UKM dapat bersaing di pasar global. Adalah dengan memperhatikan aspek kualitas dan kuantitas produk sesuai permintaan pasar global. Tidak lupa untuk memanfaatkan digital marketing dalam melakukan kegiatan pemasarannya. Pada saat menentukan produk bisnis, pastikan kita telah melakukan riset terlebih dulu. Perhatikan tren pasar yang sedang berkembang saat ini, dan lihat seberapa besar peluang pasar dari produk tersebut. Hal ini penting dilakukan sehingga kita dapat menciptakan produk yang memang sedang dibutuhkan oleh pasar. Serta buatlah harga produk ideal sesuai dengan target market yang dibidik. Jangan telalu mahal ataupun murah.

7. Langkah-langkah yang bisa kita lakukan jika kinerja strategi pemasaran itu tidak lagisesuai dengan target pemasaran suatu perusahaan.
   Kita dapat membuat strategi pemasaran yang baru. Strategi pemasaran yang baru ini bisa merupakan strategi yang benar-benar baru atau kita membuat strategi baru dengan mengoreksi dan memperbaiki strategi lama kemudian memodifikasi-nya sehingga strategi tersebut lebih baik dari strategi sebelumnya. Setalah itu kita dapat melakukan promosi, melakukan promosi barang agar barang tersebut dikenal oleh Masyarakat, strategi promosi yang unik akan membuat produk semakin mudah dikenal oleh Masyarakat.

8. Memasuki era digital ini pemasaran yang dilakukan di sosial media sangat berpengaruh besar.
   Pemasaran melalui media sosial sangat berpengaruh besar di era sekarang, karena sebagian besar manusia di era digital ini menggunakan media sosial sebagai alat berkomunikasi sehari-hari, di media sosial juga kita sangat mudah untuk berinteraksidengan Konsumen dan akan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan.

9. Sebuah konsep pemasaran yang ideal dan agar konsep tersebut dapat berjalan baik dalam sebuah bisnis.

Kepuasan dari Pelanggan atau Konsumen tentunya merupakan tujuan utama sebuah perusahaan mewujudkan produk atau jasa dengan sebaik mungkin. Jika Konsumen bisa memenuhi beberapa kebutuhannya melalui produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan, maka itu artinya sebuah perusahaan berhasil menerapkan konsep pemasaran dengan ideal. Agar berjalan dengan baik maka kita harus mewujudkan poin-poin konsep pemasaran seperti produksi, produk, penjualan, pemasaran sosial, dan pemasaran global dengan benar agar tujuannya tercapai. Apapun usaha yang dilakukan perusahaan, perusahaan harus bisa mewujudkan sebuah produk yang akan memenuhi kebutuhan Masyarakat. Tak hanya memenuhi kebutuhan Masyarakat saja,akan lebih baik jika produk yang diberikan ini tetap menarik sifatnya supaya bisa bersaing dengan produk dari perusahaan lain.

10. Jika strategi pemasaran tidak mencapai tujuannya, yang bisa dan atau harus kita lakukan agar strategi bisa mencapai tujuan.

    Jika strategi pemasaran tidak mencapai tujuannya tidak masalah, justru itu adalah cambuk untuk kita lebih bersemangat lagi. Saat gagal kita harus mengkoreksi dan meperbaikinya dengan cara berikan sesuatu yg unik, yang berbeda dan menjadi ciri khas usaha bisnis kita. Kita juga harus lebih interaktif dengan calon Konsumen supaya kita lebih tahu produk dan jasa seperti apa yang mereka sukai, selanjutnya evaluasi kembali target pasarnya. Dan yg terakhir yaitu membuat strategi baru yg lebih bagus dan menarik dari sebelumnya.

11. Belakangan ini sistem pemasaran dengan menggunakan jasa *Influencer* (E*ndorsement)* sedang ramai dipergunakan.

    Menurut kami pemasaran dalam bentuk *endorsement* itu sangat tepat bagi suatu usaha yang mempunyai modal yg lebih. Supaya *endorsement* yang kita lalukan ke *Influencer* itu bisa berhasil, kita sebelumnya harus pandai melihat peluang dari si *Influencer* tersebut, apakah dapat dipercaya dan dapat menarik banyak Konsumen atau tidak, setelah itu baru kita mengambil keputusan.

12. Yang dimaksud dengan Strategi Pemasaran adalah kiat-kiat usaha atau cara kita untuk mempromosikan, memasarkan, dan mengenalkan produk/jasa kita ke seluruh Konsumen/Masyarakat atau ke Masyarakat tertentu/potensial Konsumen sesuai dengan target pasar produk usaha itu sendiri.

Modul 6 – 7
Mengelola SDM UMKM

A. Pengantar

Modul mengelola SDM UMKM merupakan penjabaran dari salah satu faktor yang berperan penting dalam usaha adalah SDM. Salah satu kendala yang dihadapi UMKM adalah kurangnya keterampilan manajerial (SDM). Selama ini pengembangan SDM di UMKM merupakan upaya banyak pihak untuk membantu pengembangan bisnis UMKM. UMKM harus mampu mengelola dengan baik faktor-faktor internal naupun eksternal di lingkungan bisnisnya. Salah satu faktor internal UMKM yang membutuhkan pengetahuan dan keterampilan pengelolaan adalah perihal SDM.

Sama dengan yang terjadi di perusahaan besar, maka pengelolaan SDM di UMKM juga meliputi kegiatan rekrutmen, seleksi, penempatan, pengembangan, upah (kompensasi), mempertahankan (retention), evaluasi, promosi hingga pengakhiran hubungan kerja.

Oleh karenanya, modul ini akan membicarakan tentang pengetahuan dan keterampilan dasar yang perlu dimiliki oleh UMKM sehubungan dengan pengelolaan SDM dan juga bentuk badan usaha, legalitas dan atau perizinan UMKM.

B. Kompetensi Dasar

Mahasiswa mampu memahami pengetahuan dan keterampilan dasar yang perlu dimiliki oleh UMKM sehubungan dengan pengelolaan SDM dan juga bentuk badan usaha, legalitas dan atau perizinan UMKM.

C. Kemampuan Akhir yang Diharapkan

1. Mahasiswa mampu menjelaskan pengetahuan dan keterampilan dasar yang perludimiliki oleh UMKM sehubungan dengan pengelolaan SDM.
2. Mahasiswa mampu menjelaskan bentuk badan usaha, legalitas, dan atau perizinanUMKM.

D. Kegiatan Pembelajaran

1. Pembelajaran diselenggarakan untuk memahami materi 1 dengan pendekatan *Contextual Instruction*.
3. Mahasiswa mempelajari penjelasan materi mengenai pengetahuan dan keterampilan dasar yang perlu dimiliki oleh UMKM sehubungan dengan pengelolaan SDM dan bentuk badan usaha, legalitas, dan atau perizinan UMKM selama 100 menit.

E. Materi Belajar

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah salah satu sektor usaha produktif yang banyak diminati orang karena termasuk bentuk usaha yang sederhana. Komponen dari UMKM terdiri dari modal, teknologi, sumber daya, dan jangkauan pasar.

Legalitas / Perizinan UMKM. Manfaat Izin

Usaha bagi UMKM:

1. **Terhindar dari penertiban dan pembongkaran.**
   Dapat menjalankan operasional bisnis secara aman dan nyaman.
2. **Mempermudah mendapatkan modal.**
   Usaha lebih terpercaya dan mudah mendapat suntikan modal dari pihak ketiga atauInvestor.
3. **Mempermudah promosi, ekspor, dan impor.**
   Mempermudah proses ekspor impor baik dalam lingkup nasional maupun international.
4. **Mendapat akses pegembangan UMKM dari Pemerintah.**
   Bisa berupa workshop, seminar maupun penyuluhan langsung di lokasi usaha.

Dokumen-dokumen Perizinan Mendirikan UMKM antara lain:

1. **Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP/SKDU/SKU/PM1)**
   Surat ini dikeluarkan oleh kelurahan ataupun kecamatan setempat dimana tempat mendirikan usaha. Biasanya surat ini dapat selesai dalam sehari jika semua persyaratan yang dibutuhkan telah anda penuhi. Surat ini nantinya akan diperlukan untuk membuat dokumen lain, seperti NPWP, SIUP, TDP dan surat pendukung pendirian usaha.
2. **Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)**
   Nomor Pokok Wajib Pajak dibuat oleh Petugas pajak dan diberikan kepada para wajib pajak sebagai alat untuk administrasi pajak sekaligus sebagai identitas wajib pajak. Sehingga dengan memiliki nomor ini maka pihak Petugas pajak dapat mengawasi para wajib pajak dengan melakukan identifikasi bahwa kewajiban pajak sudah penuhi atau belum.
3. **Izin Usaha Dagang (UD)**
   Walaupun hanya dikelola oleh perorangan saja suatu usaha tetap membutuhkan izin

usaha dagang sebagai bukti legalitas usaha. Usaha kecil bukan berarti menyepelekan dokumen penting. Untuk mendapatkannya bisa diperoleh dari Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan setempat.

4. **Surat Izin Tempat Usaha (SITU).**

   Surat Izin Tempat Usaha ini memiliki dasar hukum yang sah dan valid, sehingga suatu keharusan bagi para Pengusaha untuk memilikinya. Masa berlaku dari SITU biasanya selama 3 tahun dan bila waktu ini telah habis maka bisa diperpanjang lagi.

5. **Surat Izin Prinsip.**

   Surat ini dibuat oleh Pemerintah daerah dan diberikan kepada Pengusaha ataupun badan usaha yang ingin mendirikan usaha di daerah tersebut. Dokumen inilah yang nantinya akan memberikan pendapatan daerah (pajak) sebagai sumber investasi.

6. **Surat Izin Usaha Industri (SIUI).**

   Surat Izin Usaha Industri adalah surat yang sangat dibutuhkan oleh para Pengusaha kecil menengah sebagai legalitas usahanya agar usaha mereka tetap bisa berjalan tanpa melanggar ketentuan. Surat ini harus dimiliki oleh para Pengusaha yang memiliki modal berkisar Rp 5 juta sampai dengan Rp 200 juta. Surat ini bisadiperoleh dengan mengajukan permohonan di Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu Daerah tingkat II. Namun ketika usaha anda sudah berkembang menjadi lebih besar maka selanjutnya anda perlu mengajukan surat ini di kantor Pelayanan Perizinan Terpadu tingkat I.

7. **Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).**

   Surat Izin Usaha Perdagangan merupakan surat yang dibuat oleh Pemerintah daerah yang diperuntukkan bagi usaha perdagangan. Apapun bentuk usahanya ketika jenisnya merupakan usaha perdagangan maka mereka harus memiliki surat ini. Dokumen ini dikeluarkan oleh Pemerintah daerah di mana tempat mendirikan usaha dan hal ini berlaku di seluruh daerah.Pada umumnya SIUP memiliki 3 jenis yakni SIUP Kecil, SIUP Menengah, SIUP Besar.

8. **Tanda Daftar Perusahaan (TDP).**

   Tanda Daftar Perusahaan merupakan sebuah bukti bahwa perusahaan telah terdaftar secara sah. Bentuk perusahaan yang harus terdaftar adalah jenis badan usaha yang berbadan hukum misalnya CV, PT, dan Firma. Perusahaan yang tidak termasuk badan hukum maka tidak memerlukan ini.

9. **Tanda Daftar Industri (TDI).**

   Tanda Daftar Industri adalah sebuah bukti izin melakukan usaha industri baik itu usaha kecil yang memiliki investasi sebesar Rp.5,- juta sampai dengan Rp.200,-

juta, yang jumlah tersebut belum termasuk lahan dan bangunan. Untuk mendapatkansurat ini maka perlu melakukan permohonan di Dinas Peridustrian setempat.

10. HO Surat izin gangguan.

Dokumen ini merupakan surat bukti bahwa tidak ada yang merasa keberatan denganlokasi dan situasi dari tempat di mana akan didirikan usaha. Surat ini dibuat oleh Dinas Perizinan Domisili Usaha di Kabupaten atau Kota. Pada umumnya surat ini diperuntukkan bagi usaha yang akan didirikan di tempat tempat yang memiliki resiko bahaya yang cukup tinggi, yang sekiranya bisa mengganggu ketentraman masyarakat umum.

11. Surat Izin Mendirikan Bangunan (IMB).

Izin surat ini merupakan surat yang dikeluarkan oleh Pemerintah daerah kepada Pengusaha ataupun badan hukum yang akan mendirikan sebuah bangunan untuk usaha sesuai dengan perizinan yang telah diberikan. Ketika IMB diberikan maka biasanya akan disertai dengan retribusi sebagai pungutan daerah atas izin usaha yang diberikan. Biasanya jumlah yang ditetapkan pun berbeda beda di setiap daerah. Pemberian IMB bertujuan untuk menjaga ketertiban tata guna lahan dan pemanfaatan fungsinya sesuai dengan peraturan tata kota.

12. BPOM.

BPOM adalah surat izin keamanan dari suatu produk usaha makanan ataupun produklain yang layak dikonsumsi, sehingga jaminan produk tersebut sangat terjaga dan aman untuk digunakan oleh masyarakat. Para Pengusaha makanan ataupun obat- obatan wajib mendaftarkan produknya ke BPOM supaya mendapatkan izin penjualan dan peredaran.

Tantangan UMKM dalam Mengelola SDM

Secara umum, bisnis UMKM lebih mengutamakan kegiatan pemasaran dan keuangan, karena memang kedua hal tersebut merupakan faktor penting penentu pertumbuhan usaha. Seringkali aspek usaha lainnya *dipikirkan belakangan*, atau *bagaimana nanti* saja. Namun bila disadari lebih lanjut, maka faktor SDM merupakan kunci utama, yang biasanya dimulai dari Pemilik usaha (*Owner*) dan tenaga kerja di lingkungan sang Pemilik tersebut.

Sama dengan yang terjadi di perusahaan besar, maka pengelolaan SDM di UMKM juga meliputi kegiatan rekrutmen, seleksi, penempatan, pengembangan, kompensasi (upah), mempertahankan (retention), evaluasi, promosi hingga pengakhiran hubungan kerja.

Mengelola SDM bagi UMKM merupakan sebuah keterampilan yang penting dimiliki Pengusaha. Secara umum berdasarkan pengamatan, beberapa tantangan yang dihadapi UMKM dalam mengelola SDM adalah sebagai berikut:

- **Kepatuhan Dengan Hukum.**

  Tantangan yang dihadapi UMKM dalam hal ini adalah mematuhi ketentuan ketenagakerjaan yang berlaku, seperti mulai memiliki peraturan kepegawaian perusahaan, terdaftar di Dinas Tenaga Kerja setempat. Selain itu juga ketentuan mengenai hak-hak karyawan, jaminan kesehatan, lembur, dll..

- **Kesulitan dalam Rekrutmen.**

  UMKM biasanya kesulitan menentukan standar dalam melakukan rekrutmen. Umumnya mereka langsung saja mencontoh usaha lain dari sisi pemenuhan pegawai, kurang cermat dalam menyesuaikannya dengan kebutuhan bisnis.

- **Menetapkan Peraturan.**

  UMKM sering merasa bahwa peraturan ini nantinya akan membebani diri sendiri. Pemilik usaha umumnya kurang bisa menentukan hal-hal apa saja yang perlu diatur. Terkadang Pemilik terlalu tegas atau khawatir karyawan malah akan mengendor kerjanya bila dibuatkan peraturan.

- **Mengembangkan Kompetensi Pegawai.**

  Sedikit sekali Pemilik usaha UMKM yang memahami dengan tepat bagaimana potensi karyawannya. Hal ini karena umumnya konsentrasi Pemilik lebih ke arah produksi, pemasaran keuangan, selain Pemilik tersebut biasanya adalah *key person* yang memiliki keahlian produksi. Pada umumnya Pemilik sangat juga lupa melakukan update terhadap keterampilannya sendiri.

- **Menetapkan Upah Pegawai.**

  Sebagaian mereka tidak memperhitungkan upah untuk diri sendiri atau anggotakeluarga yang membantu dalam kegiatan usaha.

- **Memisahkan Biaya Usaha dan Belanja keluarga.**

  UMKM sering kali mencampur adukkan biaya usaha dengan belanja keluarga. Dengan melibatkan anggota keluarga sebagai SDM usaha, maka belanja keluarga menjadi rancu dengan biaya usaha.

- **Menilai Kinerja Karyawan dan Pemberian Reward dan Punishment.**

  Dalam hal ini, sering tidak ada standar atau aturan baku. Karena adanya anggota keluarga yang terlibat dalam usaha, maka kegiatan penilaian kinerja, pemberian *reward* dan *punishment* menjadi kurang obyektif, dan ujungnya dapat menimbulkan kendala SDM.

- **Mempertahankan dan Memberhentikan Pegawai**

  Dengan kesederhanaannya, UMKM dapat menciptakan kondisi kerja yang membuat SDM bekerja dengan nyaman seperti dalam keluarga. Namun dengan kedekatan kekeluargaan, UMKM juga kadang mengalami kesulitan untuk memberhentikanpegawainya.

Mengelola SDM Bagi UMKM

Hal ini tentu perlu diimbangi dengan niat yang kuat, dimana SDM yang bagus tentu akan meningkatkan kinerja UMKM itu sendiri. Hal ini dapat dipahami karena pada umumnya UMKM belum dapat memberikan gaji yang bersaing bagi karyawannya, jika dibandingkan perusahaan besar. Beban kerja juga relatif lebih berat dan harus serba bisa, bahkan untuk Usaha Menengah yang telah memiliki struktur, maka seseorang yanghandal sering merangkap jabatan, sistem belum tertata rapi dan fasilitas seadanya. Apalagi bila sang Pemilik usaha menggaji pegawai yang merupakan saudaranya lebih besar dari karyawan bagus tersebut. Disini pula muncul persaingan UMKM.

Untuk hal ini, maka perlu ditanamkan sejak awal oleh Pemilik atau pelaku UMKM bahwa karyawan yang memiliki loyalitas tinggi, kerjanya bagus, jujur, serta mau bertindak layaknya sang Pemilik, maka mereka adalah aset yang sangat besar dalam bisnis UMKM tersebut. Terkait hal ini maka jobdesk masing-masing karyawan termasuk tanggung jawab dan keterampilan perlu diperhatikan, perlu diukur dengan baik.

Kita dapat menengok cara tradisonal yang dilakukan Restoran Padang, di mana diberlakukan sistem bagi hasil, yaitu 40%-50% dari laba bersih yang diperoleh untuk investor dan sisanya untuk karyawan. Selanjutnya semakin bertambah pengetahuan pengelolaan SDM sang Pemilik usaha, maka manajemen SDM secara perlahan dapat diterapkan dengan menggunakan teknik-teknik yang lebih baru.

Berikut ini merupakan pengetahuan dan keterampilan dasar yang perlu dimiliki oleh UMKM sehubungan pengelolaan SDM:

a. Penyusunan struktur organisasi/bisnis, meliputi Pemilik, manajer/koordinator, kesekretariatan, keuangan, umum, dll..
b. Sistem seleksi yang memperhatikan kebutuhan usaha.
c. Pelatihan dan pengembangan SDM yang tidak terbatas pada Pemilik saja, namun bagi seluruh karyawan, untuk semua aspek usaha termasuk pengetahuan tata kelola SDM pada UMKM.

d. Administrasi kepegawaian yang didasari pengetahuan dan kebutuhan yang memadai, misalnya: pengupahan, absensi, lembur, fasilitas karyawan, asuransi kesehatan, dan dokumentasi data karyawan.
e. Perlunya menyusun peraturan perusahaan untuk usaha yang sudah memiliki karyawan lebih dari 25 orang, guna ketertiban dan pengelolaan yang lebih baik.

Cara Membuat Izin UMKM Secara Online/OSS

1. Pelaku badan usaha harus melakukan pendaftaran di sistem OSS dengan memasukanNomor Induk Kependudukan (NIK) Penanggung Jawab Badan Usaha atau Direktur Utama dan beberapa informasi lainnya pada Form Registrasi yang tersedia.
2. Sistem OSS akan mengirimkan 2 (dua) email ke pelaku usaha perorangan untuk registrasi dan verifikasi akun OSS. Email verifikasi berisi user-ID dan password sementara yang bisa digunakan untuk login sistem OSS.
3. Setelah mendapatkan user-ID dan password, pelaku usaha harus login menggunakan akun yang dimiliki di OSSv1.1 (https://oss.go.id).
4. Klik tombol Perizinan Berusaha > klik Perseorangan > kemudian pilih: Untuk skala usaha Mikro > klik tombol Pendaftaran NIB Perseorangan Mikro. Untuk skala usahaKecil > klik tombol Pendaftaran NIB Perseorangan Kecil.
5. Saat mengisi formulir, pelaku usaha harus melengkapi data profil yang masih kosong. Setelah semua terisi, klik Simpan dan Lanjutkan.
6. Kemudian, klik tombol Tambah Usaha, lengkapi data-data sesuai dengan formulir data usaha. Setelah data usaha terisi, klik Simpan dan Lanjutkan.
7. Pada formulir Komitmen Prasarana Usaha, khusus untuk skala kecil, pelaku usaha dapat mengajukan permohonan Izin Lokasi dan Izin Lingkungan (bila dipersyaratkan), klik Selanjutnya.
8. Setelah itu, pelaku usaha dapat melakukan preview draft NIB, Izin Lokasi, Izin Lingkungan dan Izin Usaha, kemudian beri tanda centang pada kotak disclaimer, klik tombol Proses NIB.
9. Pada tampilan Output NIB dan Izin Usaha, pelaku usaha dapat melihat Izin Lokasi, Izin Lingkungan, dan Izin Usaha juga dapat mencetak Izin Usaha dalam format QR yang berisi data lebih detail melalui tombol Preview Izin Usaha QR.

Bentuk Badan Usaha:

1. **Badan Usaha Tidak Berbadan Hukum (BUTBH).**

- **Perusahaan Perseorangan (UP, UD, *Home Industry*)**

  Badan Usaha perusahaan perseorangan adalah badan usaha yang seluruh modalnya dimiliki oleh satu orang dimana, keuntungan atas usaha tersebut juga sepenuhnya menjadi keuntungan satu orang tersebut. Perusahaan perseorangan biasanya memiliki nama Perusahaan Dagang , Usaha Dagang , Usaha Perseorangan , dan lain sebagainya.

- **Maatschap atau Persekutuan.**

  Maatschap atau persekutuan ini memiliki karakter yang bersifat 2 muka. Akan tetapi, dalam praktek kebanyakan dipakai ialah maatschap untuk kegiatan non komersial kegiatan profesi, seperti persekutuan diantara para lawyer , persekutuan para akuntan. Dalam KUHPerdata tidak diatur bagaimana cara penderian maatschap, karena hubungan pada maatschap terjadi hanya bersifat intern diantara para sekutu. Dengan demikian tidak relevan untuk didaftarkan dan diumumkan.

- **Firma (Fa).**

  Dasar Hukum Firma diatur dalam Pasal 15 sampai 35 Bab III Bagian I Buku I KUHD, segala yang menjadi dasar hokum Maatschap, dan Perjanjian-perjanjian antara para pihak. Pasal 22 KUHD menyebutkan bahwa Firma harus didirikan dengan akta otentik. Pasal 23 KUHD menyebutkan bahwa Firma harus didirikan dengan akta persekutuan yang memuat Anggaran Dasar persekutuan harus didaftarkan pada Kepaniteraan PN yang berwenang.Akan tetapi pada prakteknya pendirian Firma hanya sampai pada pendaftaran di PN saja, tidak ada yang sampai pengumuman dalam BNRI.

- **CV (Commanditaire Vennootschap).**

  Sebagaimana salah satu karakteristik CV adalah pembatasan tanggungjawab daripada sekutu diam, maka agar pembatasan tanggung jawab sekutu diam itu berlaku, mutlak untuk CV haruslah minimal dibuat secara otentik dan didaftarkan ke PN. Dalam Firma, semua sekutu saling bertanggung-jawab secara tanggung renteng sampai kepada harta kekayaan pribadinya untuk seluruh perikatan-perikatanpersekutuan. Sedangkan dalam CV ada 2 macam sekutu, yaitu sekutu komplementer/sekutu kerja/sekutu aktif dan sekutu komanditer/sekutu diam/sekutu pasif.

2. **Badan Usaha Berbadan Hukum (BUBH).**

1. **Perseroan Terbatas (PT).**

   Suatu PT harus memenuhi syarat:

   a. merupakan persekutuan modal;

   b. didirikan berdasar perjanjian;

   c. melakukan kegiatan usaha;

   d. lahirnya perseroan melalui proses hukum dalam bentuk pengesahan pemerintah. Karena PT adalah persekutuan modal, maka **pemegang saham hanya bertanggungjawab sebatas saham yang dimilikinya** dan **tidak meliputi harta kekayaanpribadinya.**

2. **Koperasi.**

   Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat berdasar atas asas kekeluargaan.

   Sifat keanggotaan koperasi yaitu sukarela bahwa tidak ada paksaan untuk menjadi anggota koperasi dan terbuka bahwa tidak ada pengecualian untuk menjadi anggota koperasi.

3. **Yayasan.**

   Yayasan merupakan **badan hukum** yang terdiri atas kekayaan yang dipisahkan dan diperuntukkan untuk mencapai tujuan tertentu di bidang sosial, keagamaan dankemanusiaan yang tidak mempunyai anggota.

   Yayasan bisa melakukan kegiatan usaha untuk menunjang pencapaian maksud dan tujuannya dengan cara mendirikan badan usaha dan/atau ikut dalam suatu badan usaha.

Apa Itu *Virtual Office*?

Virtual Office memiliki perbedaan yang sangat kontras dengan kantor biasa. Dengan menggunakan layanan *virtual location* ini, perusahaan bisa menggunakannya sebagai alamat untuk berkirim surat atau mencantumkan nomor telepon perusahaan. Mereka pun melengkapi dirinya dengan berbagai aplikasi yang mempermudah pekerjaan.

Aturan Hukum Penerapan *Virtual Office* di Indonesia.

Para Pengusaha yang berniat menggunakan layanan *virtual office* di Indonesia tidak perlu khawatir. Sebuah perusahaan, harus memiliki perangkat yang lengkap dan karyawan jelas.Hanya saja, penggunaan layanan tersebut harus disesuaikan dengan

aturan zonasi yang berlaku. Perusahaan yang menggunakan layanan sewa kantor diJakarta atau di kota lain untuk keperluan alamat kontak diperbolehkan.

Prosedur Penggunaan Virtual Office di Indonesia.

- ***Commanditaire Vennootschap* (CV).**

Untuk mendirikan sebuah CV, Anda harus mengikuti tahapan sebagai berikut:

1. Pembuatan akta pendirian CV, dilakukan di Notaris.
2. Pendaftaran akta pendirian CV ke Panitera pengadilan negeri.
3. Pengurusan Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP).
4. Membuat Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) badan usaha.
5. Pengurusan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).
6. Pengurusan Tanda Daftar Perusahaan.

- **Perseroan Terbatas (PT).**

Pengajuan PT lebih kompleks dibandingkan CV. Alasannya, karena PT merupakan badan usaha berstatus hukum. Sementara itu, CV bukan badan usaha yang berbadan hukum. Saat mendirikan sebuah PT, Anda bisa mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mengajukan nama PT.
2. Pembuatan akta pendirian PT.
3. Membuat Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP).
4. Pembuatan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
5. Pengurusan BPJS Ketenagakerjaan.
6. Mengajukan SIUP.
7. Pengajuan TDP.
8. Berita Acara Negara Republik Indonesia (BNRI).

Apa Saja Jenis Usaha Yang Tidak Diperbolehkan Menggunakan Virtual Office?

1. Jasa Konstruksi.
2. Pariwisata.
3. Properti Usaha.
4. E-Commerce.
5. Transportasi.
6. Event Organizer.

F. Rangkuman

Faktor SDM merupakan kunci utama, yang biasanya dimulai dari Pemilik usaha (*Owner*) dan tenaga kerja di lingkungan sang Pemilik tersebut.

Sama dengan yang terjadi di perusahaan besar, maka pengelolaan SDM di UMKM juga meliputi kegiatan rekrutmen, seleksi, penempatan, pengembangan, kompensasi (upah), mempertahankan (retention), evaluasi, promosi hingga pengakhiran hubungan kerja.

Mengelola SDM bagi UMKM merupakan sebuah keterampilan yang penting dimiliki Pengusaha.

Selain itu Pelaku usaha UMKM juga harus menguasai bentuk badan usaha, legalitas, dan atau perizinan UMKM yang secara langsung atau tidak langsung akan mempengaruhi bentuk dan ketentauan perusahaan terkait SDM.

G. Evaluasi BelajarLatihan

a. Soal

Jawablah latihan soal di bawah ini:

1. Bagaimana menurut Anda mengenai pengesahan UU Omnibus Law Cipta Kerja tentang legalitas usaha? Apakah lebih menguntungkan atau merugikan?
2. Bagaimana jika sebuah usaha kurang dapat mengelola SDM dengan baik? Apakah dampaknya sangat krusial bagi perusahaan atau tidak? Dan jika iya contohnya apa yang akan terjadi?
3. Bagaimana cara menghadapi kendala persetujuan surat izin usaha dari Masyarakat sekitar, sementara secara legal sebenarnya tempat itu layak untuk tempat/lokasi usaha?
4. Mengapa faktor SDM merupakan kunci utama dalam mengelola UMKM?
5. Bagaimana keterkaitan bentuk badan usaha dengan pengelolaan SDM pada UMKM?
6. Mengapa sampai saat ini SDM masih jadi kendala atau kelemahan bagi UMKM?
7. Dokumen legalitas usaha apa saja yang minimal harus dipenuhi oleh UMKM berbadan hukum Perseorangan?

b. Kunci Jawaban

1. Bahwa keberadaan Undang-undang Omnibus Law Cipta Kerja akan mempermudah Masyarakat Pelaku Usaha, terutama generasi-generasi muda produktif untuk membuka UMKM. Dengan adanya UU Omnibus Law Cipta Kerja prosedur pengurusan perizinan lebih cepat, izin di daerah dipotong dan disederhanakan sehingga mempermudah Masyarakat yang ingin membuka usaha.

2. Pada dasarnya, pengertian manajemen SDM sendiri yaitu upaya atau cara dalam mengelola sumber daya manusia guna tercapainya tujuan organisasi atau perusahaan. Tanpa memiliki kemampuan manajemen SDM yang mumpuni, kemampuan perusahaan dalam mencapai kesuksesan bisnis akan lebih sulit untuk bisa dilakukan, bahkan dapat menjadikan perusahaan rugi atau bangkrut/tutup. Jadi, bisa dibilang bahwa manajemen SDM adalah salah satu aspek krusial perusahaan agar bisa berkembang dan memiliki daya saing yang tinggi.

3. Cara menghadapi kendala persetujuan izin usaha dari Masyarakat sekitar adalah bisa dengan melakukan pendekatan personal (silaturahim) dan musyawarah mufakat. Musyawarah dapat membahas terkait keluhan/keberatan dari Masyarakat sekitar bila mana usaha tetap didirikan, dll.. Saat musyawarah Pemilik usaha atau utusannya juga sebaiknya memaparkan detail usaha yang akan dijalani dan meluruskan bila memang tidak akan ada sesuatu gangguan berlebihan terjadi. Namun apabila ternyata hasil musyawarah tidak menemukan titik temu maka sebaiknya Pemilik usaha berkonsultasi dengan advokat untuk selanjutnya dapat membuat kesepakatan bertandatangan bahwa memang tidak akan ada gangguang yang berlebih. Apabila masih tidak memiliki titik temu, dapat dilakukan jalur hukum bila mana memang Pemilik usaha dapat memenuhi persyaratan dan dapat memberikan dampak positif disekitar tempat usaha seperti penyerapan tenaga kerja, perputaran uang/ekonomi, dll..

4. SDM adalah aset/modal yang memiliki value yang mana jika dikelola/diinvestasikandengan baik akan memberikan keuntungan bagi perusahaan melalui kinerjanya yang baik. Pengembangan SDM merupakan usaha yang dilakukan untuk membentuk personal yang berkualitas dengan memiliki keterampilan, kemampuan kerja, dan loyalitas kerja kepada suatu perusahaan ataupun organisasi. SDM yang berkualitas akan membantu perusahaan untuk lebih berkembang dan mencapai tujuan

perusahaan. Berikut adalah beberapa hal yang bisa didapatkan jika melakukanpengembangan SDM pada bisnis:

1. Peningkatan Produktivitas Kerja
2. Peningkatan Efisiensi
3. Mencegah Kerusakan Produk
4. Mencegah Kecelakaan Kerja
5. Peningkatan Pelayanan
6. Peningkatan Moral Menjadi Lebih Baik
7. Peningkatan Karir Karyawan
8. Peningkatan Jiwa Kepemimpinan
9. Peningkatan Layanan Konsumen.

5. Keterkaitan bentuk badan usaha dengan pengelolaan SDM pada UMKM adalah bentuk badan usaha menentukan jumlah SDM dan struktur organisasi perusahaan. Semakin sedikit SDM yang terlibat semakin sedikit orang yang bekerja untuk kemajuan perusahaan tersebut dan umumnya bekerja seorang diri atau dibantu oleh kerabatnya dengan tanpa mempertimbangkan profesionalitas. Dengan sedikit orang umumnya identik dengan rendahnya kemampuan berwirausaha dan juga tidak memiliki izin usaha yang memadai.

6. Karena umumnya SDM-nya berpendidikan rendah, pengetahuan dan keterampilan berwirausahanya rendah, karyawan ada hubungan kekerabatan emosional, dan mayoritas karyawan berasal dari kalangan yang tidak mampu secara ekonomis.

7. Dokumen legalitas usaha minimal yang harus dipenuhi oleh UMKM berbadan hukum Perseorangan adalah Surat Pengantar Modal 1 (PM1) dari Kelurahan dan atau Surat Keterangan Usaha dan NPWP.

Modul 8 – 9
Mengelola Persediaan, Produksi, dan Manajemen Mutu UMKM

A. Pengantar

Dalam makalah ini kami membahas tentang pengadaan dan pengelolaan persediaan dan proses pengelolaan produksi UMKM yang menguraikan aspek-aspek lain di dalamnya, segala aspek pendukung yang berkaitan dengan proses produksinya. Terutama proses produksi di dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Tujuan dari manajemen persediaan dan produksi adalah untuk menghasilkan layanan barang dengan kualitas dan kuantitas yang tepat pada waktu dan biaya produksi yang tepat. Kualitas produk ditetapkan berdasarkan kebutuhan Pelanggan. Kualitas yang tepat belum tentu kualitas terbaik. Ini ditentukan oleh biaya produk dan karakteristik teknis yang sesuai dengan persyaratan spesifik.

B. Kompetensi Dasar

Mahasiswa mampu memahami pengetahuan tentang mengelola persediaan dan produksi serta manajemen mutu UMKM.

C. Kemampuan Akhir yang Diharapkan

Mahasiswa mampu mengetahui bagaimana mengelola dan menghasilkan layanan barang dengan kualitas dan kuantitas yang tepat pada waktu dan biaya produksi yang tepat.

D. Kegiatan Pembelajaran

1. Pembelajaran diselenggarakan dengan pendekatan *Contextual Instruction*.
2. Mahasiswa mempelajari penjelasan materi mengenai mengelola persediaan dan produksi serta manajemen mutu UMKM selama 100 menit.

E. Materi Belajar

1. Mengelola Persediaan

Beberapa jenis UMKM sangat bergantung pada pengelolaan persediaan yang baik. Usaha warung/toko yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari misalnya, harus selalu menjaga agar persediaan tetap variatif (banyak pilihan), tidak ada kerusakan, dan tidak kadaluarsa yang dapat merugikan Pelanggan.

Atau usaha jasa perbaikan bangunan, yang harus selalu yakin bahwa persediaan di tempat penyimpanan (gudang) masih menyediakan barang-barang yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pekerjaan kepada Klien.

Intinya, memiliki pengelolaan persediaan yang baik sangat diperlukan agar aktivitas bisnis tidak terganggu, dan agar Pelanggan dapat terlayani dengan baik. Berikut ini beberapa hal yang bisa diterapkan untuk membantu mengelola persediaan dengan lebih baik lagi.

1. Mendokumentasikan Data Persediaan.

Pengelolaan persediaan sebenarnya mencakup aktivitas hulu ke hilir persediaan, yaitu mulai dari pembelian persediaan, penyimpanan, sampai dengan pemakaian/penjualan persediaan. Untuk itu, perlu dilakukan penyusunan strategi yang matang terhadap setiap aktivitas yang melibatkan persediaan.

Namun, penyusunan strategi akan menjadi "hambar" tanpa adanya data pendukung yang menguatkan strategi yang diambil. Itu sebabnya dokumentasi data persediaan menjadi amat penting.

Mendokumentasikan data persediaan maksudnya adalah mencatat (*recording*) semua arus masuk dan arus keluar persediaan tanpa terkecuali. Sehingga, perusahaan akan selalu *up-to-date* terhadap jumlah persediaan yang dimiliki/masih ada di gudang.

Dari pencatatan yang dilakukan secara konsisten, akan terbentuk pola-pola seperti 'berapa persediaan A yang terjual/terpakai dalam sehari', 'berapa persediaan B yang terjual/terpakai dalam seminggu', dan seterusnya.

Pola-pola ini yang nantinya menjadi modal untuk menyusun strategi untuk mengelola persediaan lebih baik lagi.

2. Selektif Memilih Pemasok (*Supplier*).

Dalam usaha yang sangat bergantung pada persediaan, pemilihan Pemasok yang selektif akan sangat membantu usaha tersebut untuk meraih keuntungan lebih besar.

Setiap Pemasok bisa jadi menawarkan harga yang berbeda, hal ini tentunya sangat berpengaruh terhadap beban usaha perusahaan. Semakin murah harga yang ditawarkan Pemasok, semakin tinggi perusahaan bisa menargetkan keuntungan.

Pemasok yang berbeda juga boleh jadi menawarkan barang dengan kualitas berbeda. Barang dengan kualitas tinggi, selain biasanya memiliki harga yang lebih tinggi, pastinya juga akan memiliki nilai lebih di mata Pelanggan.

Pada akhirnya, perusahaan harus memilih Pemasok yang menawarkan kualitas dan harga barang sesuai dengan kebutuhan target pasar perusahaan karena barang kualitas baik dan mahal belum tentu cocok dengan target pasar perusahaan.

Yang tak kalah pentingnya, perusahaan juga harus senantiasa meng-*update* dan mencari info mengenai kemungkinan adanya Pemasok lain yang menawarkan barang dan harga yang lebih baik. Jangan pernah berhenti dan cepat puas dengan Pemasok usaha yang ada sekarang ini.

3. Memproyeksikan Pembelian Persediaan.

Untuk UMKM yang sudah memiliki persediaan dalam jumlah yang sangat banyak (biasanya sudah masuk kelas kecil atau menengah), perusahaan wajib untuk membuat proyeksi pembelian persediaan.

Dengan membuat proyeksi pembelian persediaan, perusahaan bisa mengetahui kapan saat yang tepat untuk

membeli persediaan. Selain itu, perusahaan juga dapat mengetahui berapa kuantitas pembelian yang tepat untuk dilakukan.

Proyeksi pembelian persediaan sangat penting dilakukan agar biaya dalam usaha lebih efisien. Karena dalam pembelian persediaan ada banyak sekali faktor yang mempengaruhi besaran biaya seperti ongkos kirim, perubahan harga, dan biaya penyimpanan di gudang perusahaan.

Salah satu metode untuk memproyeksikan pembelian persediaan adalah dengan metode *reorder point* dan EOQ (*Economic Order Quantity*).

Metode *reorder point* membantu perusahaan menentukan kapan seharusnya dilakukan pembelian persediaan, sedangkan metode EOQ menunjukkan berapa jumlah persediaan yang harus dibeli.

4. Mengatur Gudang Penyimpanan.

Selain itu, hal yang tak kalah pentingnya untuk mengelola persediaan dengan baik adalah memiliki gudang penyimpanan yang tertata dengan baik.

Maksud dari tertata dengan baik disini bukan hanya rapih dan bersih saja, tetapi juga telah sesuai dengan kaidah penyimpanan persediaan yang baik dan benar.

Salah satu hal yang harus diperhatikan dalam menyusun persediaan adalah sistem *racking* (penyimpanan vertikal dengan menggunakan rak). Hal ini dapat membantu mengatasi keterbatasan tempat.

Hal yang tak kalah penting adalah peletakan rak itu sendiri. Secara sederhana, persediaan dibagi menjadi *fast moving goods* (persediaan dengan perputaran cepat) dan *slow moving goods* (persediaan dengan perputaran lambat).

Karena *fast moving goods* mengharuskan perusahaan untuk memasukkan dan mengeluarkan persediaan secara cepat (karena pembelian dan penjualan terjadi dengan cepat), maka letakkanlah di rak bagian depan gudang (dekat pintu) untuk membantu melakukan mobilisasi barang.

Untuk *slow moving goods*, dapat memposisikannya di rak yang lebih dalam karena mobilisasinya pasti tidak akan sesering *fast moving goods*.

Dalam perjalanannya, bisa saja terjadi perubahan jenis persediaan yang tadinya *fast moving* menjadi *slow moving* dan sebaliknya. Selalu lihat dokumentasi data persediaan yang telah dicatat untuk mengatasi hal ini.

Selain itu, cara lain yang dapat membantu perusahaan adalah dengan menerapkan FIFO (*First-in-First-Out*) dalam peletakan persediaan dalam rak.

Dengan menggunakan sistem ini, perusahaan akan menaruh barang yang di beli pertama kali (dalam beberapa kasus: barang yang memiliki tanggal kadaluarsa paling dekat) di bagian terluar dari rak untuk memudahkan perusahaan mengeluarkannya terlebih dahulu.

2. Mengelola Produksi

a. Definisi Proses Produksi UMKM

Kata Produksi merupakan kata yang sudah familiar dalam kehidupan sehari-hari, baik di lingkungan rumah, kerja, dan lingkungan pendidikan. Untuk mengenali lebih dalam apa itu proses produksi kita harus mengetahui pengertiannya. Proses Produksi adalah sebuah kegiatan penggabungan berbagai elemen produksi dalam satu kesatuan dan menghasilkan barang yang memiliki nilai jual.

Proses produksi ini sendiri juga tidak terbatas pada membuat sebuah produk yang dapat menghasilkan keuntungan dan membantu kebutuhan Pelanggan, namun kegiatan pembuatan penggabungan barang atau ornament ini bisa juga merujuk pada bisnis barang dan jasa, bisa dimanfaatkan atau digunakan oleh Pelanggan nantinya. Proses produksi sendiri melibatkan banyak aspek, terutama bahan baku utama dan bahan baku pembantu atau pelengkap.

Sehingga jika disimpulkan proses produksi adalah tindakan pengolahan bahan baku dasar sebagai sebuah barang atau produksi jasa. Dimana hasil dari produksi ini sendiri memiliki output berbeda baik dari segi bentuk, karakteristik, dan waktu ketahanannya.

Lebih spesifiknya proses produksi UMKM adalah merubah bentuk bahan mentah menjadi bentuk baru dengan beberapa cara, diantaranya: menenun, memintal, memotong, dan lain-lain. Contoh industrinya, industri tekstil, kerajinan tangan, furnitur, dan lain-lain. Proses produksi lainnya adalah menggabungkan beberapa bahan mentah menjadi barang baru, seperti industri jasa boga, catering, obat-obatan herbal, kosmetik, dan lain-lain.

b. Faktor Produksi UMKM

Proses produksi sendiri dapat berjalan lancar jika dikelola dengan baik, Maka harus ada Manajemen yang jelas untuk mengawasinya. Dalam mengawasi dan mengendalikan proses produksi sendiri ada beberapa faktor yang harus diperhatikan, diantaranya adalah:

a. Pembelian

Kegiatan pembelian dalam perusahaan adalah mendapatkan barang/jasa yang diperlukan untuk memproduksi barang/jasa yang akan dijual. Pada awal usaha Perusahaan dapat melakukannya sendiri, namun jika kegiatan usaha Perusahaan meningkat dan skala perusahaan menjadi besar maka mungkin Perusahaan harus menugaskan karyawan khusus atau membentuk departemen pembelian untuk menangani kegiatan pembelian ini.

Tugas bagian pembelian adalah:

- Tingkat Persedian: tanpa memperhatikan tingkat persediaan di gudang maka Perusahaan akan terhindar dari kemungkinan terhentinya proses produksi akibat tidak tersedianya bahan baku.
- Tingkat Permintaan: naik turunnya tingkat permintaan Pelanggan dapat menjadi pedoman jumlah bahan baku yang harus tersedia dan dipesan untuk proses produksi berikutnya. Persediaan yang melebihi kapasitas gudang akan menigkatkan pengeluaran, sedangkan persediaan yang disimpan terlalu lama dapat membuat kondisi bahan baku yang disimpan rusak atau menurun kualitasnya.

- Barang/jasa yang dibeli: dengan mengetahui dengan pasti barang/jasa apa yang diperlukan dan berapa yang harus dibeli maka proses pembelian akan lebih efisien dan efektif.
- Pemasok: dalam mencari dan memilih Pemasok antara lain harus berdasarkan harga, kualitas, pengadaan, dan dukungan purna jual.
- Harga beli dan daya beli: menyeleraskan penawaran dan sistem pembayaran dengan kemampuan Perusahaan artinya mendapatkan barang/jasa yang berkualitas dengan harga serendah rendahnya demi keuntungan perusahaan.
- Sub kontraktor: carilah pihak-pihak ketiga yang dapat Perusahaan percayakan menjadi sub kontraktor sebagai bagian dari proses produksi jika diperlukan. Keberadaan sub kontraktor kadang dapat meningkatkan efisiensi proses pembelian.

b. Penerimaan dan Penyimpanan

Manajemen pergudangan yang efektif memungkinkan Perusahaan untuk memenuhi kebutuhan Pelanggan bahkan melebihi harapan Pelanggan dalam hal tersedianya produk/jasa yang diperlukan dengan tingkat keuntungan yang maksimal dan biaya yang minimal. Manajemen pergudangan intinya adalah menyeimbangkan kebutuhan akan bahan baku dengan biaya penyimpanan.

Ketika Perusahaan memesan bahan baku maka Perusahaan harus memastikan barang-barang yang datang sesuai dengan permintaan Perusahaan dari segi jenis, jumlah dan jadwal kedatangan:

a. Jenis Barang yang Dibeli – Jika jenis barang yang diterima tidak sesuai dengan jenis barang yang dibutuhkan atau dipesan Perusahaan tidak dapat meneruskan produksi karena bahan mentah yang tidak sesuai akan menghasilkan produk yang berbeda atau menghasilkan produk yang sama namun dengan kualitas yang berbeda.
b. Jumlah Pembelian – Jika perusahaan kehabisan satu jenis saja bahan baku maka proses produksi akan terhenti. Dan jika jumlah yang dipesan tidak sesuai maka Perusahaan tidak dapat menghasilkan jumlah produk yang sudah ditentukan sesuai permintaan. Seringkali Perusahaan akan mendapatkan diskon atau potongan harga jika membeli dalam jumlah banyak. Sebelum Perusahaan memutuskan untuk melakukannya pastikan Perusahaan memiliki tempat untuk menyimpannya di gudang Perusahaan, dan pastikan bahan baku tersebut aman dan tahan hingga proses produksi berikutnya.
c. Jadwal Pesanan – Pesanan bahan baku yang datang terlambat dapat menghambat proses produksi. Dalam hal ini Perusahaan harus menentukan batas minimum persediaan di gudang ketika melakukan pesanan sehingga jika terjadi keterlambatan dalam pengiriman bahan baku Perusahaan tidak perlu menghentikan proses produksi karena Perusahaan masih memiliki persediaan.

Buatlah sistem manajemen persediaan dan penyimpanan barang yang efisien dan efektif agar tidak terjadi pemborosan akibat kelebihan barang baku atau tempat penyimpanan yang terlalu kecil sehingga bahan mentah yang dipesan menjadi rusak.

Jangan lupa, selain bahan mentah, gudang Perusahaan juga harus menyimpan produk yang dikembalikan, bahan-bahan yang bisa didaur ulang atau digunakan kembali, produk yang rusak namun masih bisa diperbaiki

dan produk-produk jadi yang siap dikirim ke tangan Pelanggan.

c. Pengawasan Kualitas

Pengawasan kualitas sama artinya dengan memeriksa hasil pekerjaan atau hasil produksi agar sesuai dengan kriteria yang kita tetapkan. Pengawasan kualitas secara tradisional biasa dilakukan di 3 (tiga) titik:

(i) Pertama ketika bahan mentah diterima sebelum memasuki produksi. Karena jika bahan mentah kita berkualitas buruk maka besar kemungkinan hasil akhirnya juga akan buruk.

(ii) Kedua adalah proses produksi itu sendiri. Jika dalam produk itu dibuat dalam proses yang tidak sempurna misalnya dari segi pemotongan, pewarnaan, penyambungan dan lain-lain maka hasilnya pun tidak akan sempurna.

(iii) Ketiga adalah ketika produk itu jadi. Adakalanya walaupun bahan yang digunakan sudah diperiksa dan telah melalui proses produksi yang diawasi dengan ketat kadangkala produk yang dihasilkan tidak sempurna.

Kini, cara pengawasan kualitas tradisional tidak lagi populer karena dianggap tidak efisien dari segi waktu, biaya dan sumber daya manusia. Karena kadang-kadang untuk mengejar kuota produksi, pengawas di tahap pertama dan kedua sering mengabaikan kriteria-kriteria kualitas yang diminta.

Perusahaan-perusahaan modern kini tidak lagi melakukan pengawan kualitas dengan cara traditional. Begitu timbul penurunan kualitas di hasil produksi mereka langsung memperbaiki sistem proses produksi.

d. Pemeliharaan

Dalam proses produksi dan operasional perusahaan faktor pemeliharaan mesin dan peralatan memegang peranan penting yang menentukan turun naiknya tidak hanya tingkat produksi tapi juga moral Karyawan dan kepuasan dalam bekerja.

Jika dikejar tenggat waktu atau kuota produksi, pemeliharaan mesin dan peralatan sering diabaikan atau dilewati karena tidak dianggap penting. Padahal mesin dan peralatan yang tidak terawat baik akan menghasilkan produk yang kurang sempurna dan mungkin harus dibuang karena tidak terpakai. Waktu pemeliharaan harus dijadwalkan sebagai bagian dari proses produksi usaha Perusahaan.

Jika Perusahaan disiplin dalam pemeliharaan maka Perusahaan akan:

(i) mampu menghindari pemborosan akibat harus membuang produk yang rusak atau tidak sempurna,

(ii) mampu menghasilkan produk yang baik dan berkualitas,

(iii) menghemat biaya perbaikan yang lebih besar lagi jika mesin dan peralatan rusak akibat tidak dipelihara secara berkala.

e. Penyimpanan dan Pengiriman

Metode pengiriman produk/jasa perusahaan Perusahaan tidak saja penuh dengan tantangan tapi sekaligus memberikan peluang. Proses pengiriman adalah bagian yang juga menentukan keberhasilan atau kegagalan usaha Perusahaan. Faktor-faktor di bawah ini perlu Perusahaan pikirkan jika Perusahaan ingin bisnis Perusahaan senantiasa bergerak ke arah positif:

(i) Kesempatan beriklan. Kantong belanja, mobil pengirim, dan karton/dus yang memuat produk-produk Perusahaan adalah sarana beriklan yang tidak dapat Perusahaan abaikan. Desain dan kepala berita yang

memikat di kantong belanja, mobil pengirim, dan karton/dus umumnya mudah diingat oleh Pelanggan. Apalagi tas belanja plastik yang umumnya sering digunakan ulang oleh Pelanggan.

(ii) Bahan yang digunakan sebagai sarana penyimpanan dan pengiriman. Bayangkan jika Perusahaan menyediakan kantong belanja dari plastik yang tipis dan mudah robek maka produk Perusahaan akan jatuh berantakan di tangan Pelanggan. Atau mobil pengiriman yang tidak memiliki sistem pendinginan yang memadai untuk mengirim buah-buahan atau kue-kue. Atau bahan pembungkus yang tidak prima sehingga produk Perusahaan mudah rusak atau busuk.

(iii) Produk yang tersimpan dan terdata baik. Sistem pergudangan yang efektif dan efisien akan memudahkan Perusahaan atau karyawan Perusahaan menerima pesanan kapan saja karena Perusahaan tahu berapa jumlah yang tersedia dan tersimpan dimana.

(iv) Kecepatan dan ketepatan waktu pengiriman. Armada pengiriman Perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan akan waktu pengiriman yag dibutuhkan oleh Pelanggan atau distributir produk Perusahaan. Keterlambatan pengiriman dapat berakibat fatal pada citra perusahaan Perusahaan dan mendorong Pelanggan Perusahaan untuk beralih ke produk saingan. Jika Perusahaan tidak memiliki armada pengiriman sendiri tidak ada salahnya menyerahkan tugas ini ke perusahaan jasa pengiriman yang profesional.

f. Penelitian dan Pengembangan

Kebanyakan orang mengasosiasikan fungsi penelitian dan pengembangan di dalam perusahaan dengan penemuan produk baru. Padahal, pengembangan produk/jasa yang sudah ada tidak kalah pentingnya karena selera dan perilaku Pelanggan selalu berubah dari waktu ke waktu.

Jika usaha Perusahaan ingin sukses maka Perusahaan senantiasa harus selalu menawarkan produk/jasa yang mampu memenuhi kebutuhan mutakhir dan kebutuhan masa depan Pelanggan. Pelanggan senantiasa memerlukan produk/jasa yang lebih baik dari yang ada. Perusahaan dapat memenuhinya dengan selalu menggunakan bahan mentah yang lebih baik, meningkatkan kualitas proses produksi, mengemasnya lebih kuat dan lebih menarik, dan memastikan produk Perusahaan selalu tersedia di pasar. Yang juga penting adalah selalu mendengarkan keluhan dan komentar Pelanggan karena penelitian dan pengembangan produk berkaitan erat dengan penelitian pasar dan Pelanggan.

2. Aspek Penting Dalam Mengelola Produksi UMKM

Manajemen pengelolaan produksi UMKM atau mengelola produksi UMKM yang dapat dilakukan supaya UMKM yang ada tetap berjalan dan berkembang lebih besar kedepannya, serta dapat mencapai tujuan perusahaan adalah harus memperhatikan beberapa aspek penting, sebagai berikut:

1. Sumber Mendapatkan Bahan Baku

Barang yang diproduksi oleh UMKM biasanya memanfaatkan bahan baku yang ada disekeliling atau dilingkungan tempat usaha maupun tempat tinggal mereka.

Jika bahan baku sudah tidak tersedia lagi di sekeliling maupun di lingkungan tempat usaha dan tempat tinggal biasanya bahan baku akan dibeli. Dengan membeli bahan baku tentu harus memperhatikan kondisi, harga dan kualitas bahan baku tersebut supaya bisa membuat dan menghasilkan barang dengan nilai jual yang

sesuai . Bahan baku juga merupakan aspek penting dalam proses produksi itu sendiri sehingga perlu mendapatkan perhatian khusus dalam memilih dan membelinya.

2. Selalu Menjaga Hasil Produksi

Di sinilah peran Manajemen Proses Produksi atau Mengelola Proses Produksi pada intinya. Karena kebanyakan UMKM mengelola proses produksinya melalui tahapan kerajinan tangan atau masih manual, sehingga semua barang produksi tidak mungkin sama satu sama lain, berbeda dengan yang dihasilkan oleh sebuah mesin bisa sama antara satu dengan lainnya.

Sehingga sangat penting untuk menjaga kualitas hasil proses produksi supaya daya beli Pelanggan tetap terjaga oleh mutu produk yang dihasilkan.

Lakukan pengecekan berkala pada barang produksi dengan teliti setelah proses produksi selesai. Supaya hanya barang yang berkualitas baik saja yang bisa dijual. Barang dengan kualitas bagus saja yang lolos untuk dipasarkan dalam negeri bahkan luar negeri.

3. Menjaga Stok Produksi Barang

Sebagai usaha berskala kecil, maka harus selalu memperhatikan stok produksi supaya barang dapat memenuhi permintaan Pelanggan. Selain itu sirkulasi modal juga dapat terus berputar dengan baik dan lancar tidak terjadi penurunan drastis.

Jangan sampai terjadi kekurangan barang yang hendak dijual atau dipasarkan karena akan membuat Pelanggan kecewa dan bisa berpindah pada produksi sejenis yang lain, tentu saja hal ini bisa merugikan serta mengurangi Pelanggan dan keuntungan yang diperoleh juga menurun.

Jika terlalu banyak menimbun juga tidak baik, terlalu banyak stok barang tanpa menarik minat Pelanggan yang lebih banyak juga bisa mengakibatkan kerugian, karena barang yang ditimbun atau disimpan terlalu lama akan menurun kondisinya.

4. Pergudangan

Perhatikan selalu stok barang jadi yang ada di gudang, jika usaha UMKM menghasilkan barang yang ada masa berlaku seperti makanan atau bahan makanan, maka lebih baik tidak terlalu banyak menyimpan stok barang karena ada masa kadaluarsanya.

Perhatikan juga pengawasan barang yang disimpan di gudang usahakan penyimpanan dengan sistem kebersihan yang selalu dijaga sehingga barang tetap aman dan dalam kondisi yang baik.

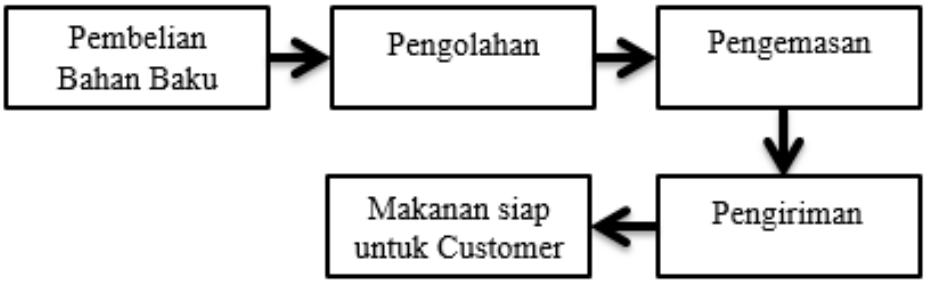
Lakukan pengawasan dan pengecekan berkala pada barang yang ada di dalam gudang, dan lakukan perawatan terhadap barang yang ada didalam gudang untuk mengurangi kerusakan yang terjadi, sehingga meskipun barang belum laku kondisinya tetap terjaga.

Memperhatikan hama juga penting karena dapat merusak barang, contohnya tikus, semut dan kecoa. Lakukan pengendalian hama di tempat penyimpanan barang secara berkala.

3. Skema atau Bagan Alur Produksi

Alur Proses Produksi tentu berbeda antara satu industri dan lainnya, pada kesempatan kali ini kami mengambil contoh dari usaha CV Dapur Sejahtera yang bergerak di bidang Usaha Jasa Catering. Berikut ini

Skema/ Bagan Alur Produksi



adalah contoh skema/bagan Alur Produksinya.

Dengan bagan di atas kita bisa simpulkan bahwa Alur Produksi berawal dari pembelian bahan baku dan berakhir dengan hasil produksi yang siap dikirim atau dikonsumsi oleh Pelanggan.

Demikian dalam mengelola proses produksi adalah memperhatikan keseluruhan dari proses tersebut, bagaimana membuatnya lebih efisien dan lebih maksimal dalam memproduksi sebuah barang atau jasa untuk dikonsumsi atau digunakan oleh Pelanggan.

4. Konsep Dasar Produksi UMKM

UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil Masyarakat yang pendiriannya berdasarkan insiatif seseorang. Pemberdayaan ekonomi rakyat melalui pengembangan usaha kecil dan menengah diharapkan dapat mendorong Masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam program pembangunan. Dengan begitu, dilihat dari kacamata ekonomi, pembangunan berbasis kerakyatan berarti pembangunan ekonomi yang berorientasi kepada kesejahteraan rakyat dengan bertumpu kepada pemberian kesempatan kerja yang sama dan seluas-luasnya bagi masyarakat untuk berkreatifitas dalam bidang ekonomi. Jika sebagian besar kegiatan ekonomi suatu Negara disumbang oleh usaha menengah dan kecil yang banyak menampung tenaga kerja, maka selayaknya apabila keduanya mendapatkan perhatian yang sangat besar.

Setiap UMKM memerlukan kegiatan produksi untuk menghasilkan barang atau jasa yang kemudian akan di pasarkan kepada Pelanggan tersebut. Produksi dalam pperusahaanngan Abdurrahman harus mengacu pada nilai utility dan masih mengacu dan masih dalam bingkai nilai “halal” serta tidak membahayakan bagi diri seseorang ataupun masyarakat.

Dalam kegiatan produksi dibutuhkan tempat untuk produksi, peralatan produksi dan orang yang melakukan produksi. Benda-benda atau alat-alat yang digunakan untuk terselenggaranya proses produksi disebut faktor-faktor produksi. Jadi faktor produksi adalah setiap benda atau alat yang digunakan untuk menciptakan, menghasilkan benda atau jasa.

Faktor-faktor produksi disebut juga sumber daya ekonomi, atau alat produksi yang meliputi faktor produksi alam, faktor produksi tenaga kerja, faktor produksi modal dan faktor produksi ketrampilan. Dalam proses produksi, faktor-faktor produksi harus digabungkan, artinya antara faktor produksi yang satu dengan yang lainnya tidak dapat berdiri sendiri tetapi harus dikombinasikan. Faktor-faktor yang mempengaruhi berkembangnya suatu industri meliputi modal, tenaga kerja, bahan mentah atau bahan baku, transportasi,

sumber energi atau bahan bakar dan pemasaran.

5. Perencanaan Produksi UMKM

Perencanaan produksi adalah perencanaan kegiatan produksi dan manufaktur di perusahaan atau industri. Hal ini memanfaatkan alokasi sumber daya kegiatan karyawan, bahan dan kapasitas produksi, untuk melayani pelanggan yang berbeda.

Menurut British Stperusahaanrds Institute, ada empat tahap, langkah, teknik, atau hal-hal penting dalam proses perencanaan dan pengendalian produksi.

Empat tahap atau langkah dalam perencanaan dan pengendalian produksi adalah:

1. *Routing* (Penyusunan Alur)

Routing adalah langkah pertama dalam perencanaan dan kontrol produksi. *Routing* dapat didefinisikan sebagai proses menentukan jalur (rute) pekerjaan dan urutan operasi.

2. *Scheduling* (Penjadwalan)

Penjadwalan adalah langkah kedua dalam perencanaan dan kontrol produksi. Muncul setelah *routing*.

Penjadwalan berarti:

(i) Perbaiki jumlah pekerjaan yang harus dilakukan.

(ii) Atur operasi pabrik yang berbeda sesuai urutan prioritas.

(iii) Atur waktu kapan mulai dan selesai. Juga anggal dan waktu, untuk setiap operasi.

Penjadwalan juga dilakukan untuk bahan, suku cadang, mesin, dll..

3. *Dispatching* (Penugasan)

Dispatching atau penugasan adalah langkah ketiga dalam perencanaan dan pengendalian produksi. Ini adalah tahap tindakan, tindakan atau implementasi. Muncul setelah *routing* dan *scheduling*.

Penugasan berarti memulai proses produksi berdasarkan tanggung jawab. Ini memberikan otoritas yang diperlukan untuk memulai pekerjaan.

4. *Follow-up* (Peninjauan ulang)

Follow-up atau peninjauan ulang adalah langkah terakhir dalam perencanaan dan pengendalian produksi. Ini adalah perangkat pengendali dan berkaitan dengan evaluasi hasil.

Proses ini untuk menemukan dan menghilangkan cacat produk, keterlambatan, keterbatasan, kemacetan, *gap*, dan masalah lainnya dalam proses produksi.

Tahapan ini juga mengukur kinerja aktual dan membandingkannya dengan kinerja yang diharapkan dengan cara melakukan pencatatan pekerjaan, mencari sumber masalah, dan mencatat solusi.

Tujuan Perencanaan Produksi:

a. Pemanfaatan sumber daya secara efektif.
b. Aliran produksi yang stabil.
c. Perkirakan sumber daya.
d. Memastikan jumlah stok yang optimal.
e. Mengkoordinasikan kegiatan departemen.

f. Meminimalkan pemborosan bahan baku.
g. Meningkatkan produktivitas tenaga kerja.
h. Membantu memimpin pasar.
i. Memberikan lingkungan kerja yang lebih baik.
j. Memfasilitasi peningkatan kualitas.
k. Menghasilkan kepuasan Pelanggan.
l. Mengurangi biaya produksi.

6. Pengendalian Produksi UMKM

Pengendalian produksi adalah berbagai kegiatan dan metode yang digunakan oleh majemen perusahaan untuk mengelolah, mengatur, mengkoordinir, dan mengarahkan proses produksi (peralatan, bahan baku, mesin, tenaga kerja) ke dalam suatu arus aliran yang memberikan hasil dengan jumlah biaya yang seminimal mungkin dan waktu yang secepat mungkin.

Pengendalian produksi yang dilaksanakan pada perusahaan yang satu dengan yang perusahaan yang lain akan berbeda-beda tergantung pada sistem kebijaksanaan perusahaan yang digunakan. Pengendalian produksi dapat dilakukan:

(i) *Order Control*: Perusahaaan yang beroperasi berdasarkan pesanan dari Pelanggan sehingga kegiatan operasionalnya juga tergantunmg pada pesanan tsb..
(ii) *Follow Control*: Perusahaan yang beroperasi untuk menghasilkan produk standar sehingga sebagian produk merupakan produk untuk persediaan dalam jumlah besar.

Pengendalian keduanya bertujuan sama bagaimana jangka waktu arus material apakah sudah sesuai dengan yang direncanakan demikian juga bagaimana transportasi dari pabrik proses produksi ke gudang dan dari gudang ke tempat penyimpanan.

7. Penjadwalan Produksi UMKM

Penjadwalan (*Scheduling*) atau membuat jadwal adalah salah satu kegiatan yang penting dalam proses produksi ataupun pekerjaan suatu proyek. Penjadwalan digunakan sebagai dasar untuk mengalokasikan sumber daya pabrik seperti mesin dan peralatan produksi, merencanakan sumber daya manusia yang akan digunakan, pembelian material dan merencanakan proses produksi. Penjadwalan yang baik akan memberikan dampak yang positif terhadap kelancaran produksi serta meminimalkan waktu dan biaya produksi.

Terdapat dua teknik dalam penjadwalan produksi yaitu teknik Penjadwalan Maju (*Forward Scheduling*) dan teknik Penjadwalan Mundur (*Backward Scheduling*).

1. Penjadwalan Maju (*Forward Scheduling*)

Penjadwalan Maju (*Forward Scheduling*) adalah teknik penjadwalan produksi yang menentukan waktu mulai produksi (*start*) terlebih dahulu dan kemudian menghitung jadwal waktu ke depan (maju) untuk setiap kegiatan operasi/produksi agar dapat menentukan waktu penyelesaian keseluruhan proses produksi (*completion*).

2. Penjadwalan Mundur (*Backward Scheduling*)

Penjadwalan Mundur (*Backward Scheduling*) adalah teknik penjadwalan produksi yang menentukan waktu kapan suatu produk dibutuhkan atau waktu kapan suatu proyek harus diselesaikan. Dari waktu penyelesaian (*completion*) atau waktu kebutuhan tersebut kemudian dihitung mundur waktu yang tepat kapan suatu proyek atau proses produksi harus dimulai (*start*).

3. Manajemen Mutu

Pelanggan berhak untuk memilih dan membandingkan produk dengan mutu terbaik dan harga yang kompetitif yang menurut mereka paling efisien dan menguntungkan. Dalam usaha mikro kecil dan menengah sebaiknya Manajemen Mutu ini juga diperhatikan dengan khusus. Untuk mempertahankan pasar serta menumbuhkan penjualan dibutuhkan produk dengan kualitas yang unggul, manajemen mutu ini bisa menjadi strategi tepat untuk memenangkannya.

Definisi dari Manajemen Mutu sendiri adalah rangkaian tindakan yang digunakan untuk memastikan kualitas barang atau jasa yang diproduksi, tindakan ini dilakukan untuk menjaga kualitas produk sesuai keinginan perusahaan. Tindakan yang mencakup pada rangkaian aktivitas lain seperti menentukan stperusahaanrt kualitas, peraturan yang diperlukan, dan aspek lain yang dapat menentukan kualitas produk atau jasa.

Tujuan utama manajemen mutu adalah jangka panjang, agar kesetiaan Pelanggan bisa stabil atau bahkan terus meningkat. Setiap Pelanggan yang melakukan transaksi atas produk kita pasti menginginkan kualitas yang sama bahkan lebih dari yang sebelumnya pernah mereka terima. Ekspektasi itu yang harus dijaga bahkan ditingkatkan untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Komponen utama pada Manajemen Mutu dapat dijabarkan pada poin-poin di bawah ini:

1. *Quality Planning*/Perencanaan Kualitas.

Quality Planning merupakan komponen utama dalam manajemen mutu. *Quality Planning* sendiri merupakan perencanaan awal kualitas produk yang akan diproduksi, ini merupakan langkah paling awal dalam manajemen mutu. Penentuan kualitas produk ini yang akan menjadi awal berhasil atau tidaknya produk dapat menarik Pelanggan atau tidak. Jika tidak ada perencanaan kualitas maka produk menjadi tidak ada karakter atau standar sehingga kedepannya bisa menjadi berubah-ubah bahkan menjadi tidak jelas lagi karena kualitas yang dihasilkan berubah-ubah.

2. *Quality Impovement*/ Peningkatan Kualitas.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk dari waktu ke waktu. Dengan adanya peningkatan kualitas produk pada proses produksi, diharapkan proses produksi bisa menjadi lebih optimal dan produk yang dihasilkan bisa dipercaya kualitasnya.

3. *Quality Control*/ Pengendalian Kualitas.

Komponen selanjutnya yang tidak kalah penting adalah *Quality Control*, atau pengendalian kualitas. Seperti yang kita ketahui di perusahaan besar terdapat departemen sendiri untuk hal ini biasanya disebut QC (*Quality*

Control), bercermin dari hal tersebut sebaiknya UMKM juga memperhatikan hal ini dari awal. Dengan melakukan pengawasan terhadap hasil produksi dan produk yang dihasilkan bisa terjaga kualitasnya.

4. *Quality Assurance*/Jaminan Kualitas.

Menjalankan *Quality Assurance* bertujuan untuk membuat proses produksi menjadi lebih efisien. Karena jika hanya mengandalkan *Quality Control* bisa saja banyak produk yang terbuang karena tidak memenuhi kualifikasi. Dengan menjalankan *Quality Assurance* dapat menentukan bahwa produk sudah memenuhi standar yang ditentukan.

Dengan penjabaran komponen di atas maka kita dapat menyimpulkan manfaat manajemen mutu bagi UMKM. Manfaat utamanya adalah perusahaan yang menggunakan manajemen mutu dapat menjaga konsistensi kualitas produknya dalam seluruh proses produksi, sehingga kualitas hasilnya juga konsisten. Dengan begitu juga perusahaan dapat menggunakan sumber dayanya dengan lebih efisien dan optimal. Selain itu memberikan kepuasan bagi Pelanggan sehingga menjaga kepercayaan Pelanggan kepada perusahaan untuk melakukan *repeat order*. Menumbuhkan motivasi dalam diri karyawan untuk menjaga konsistensi kualitas produk yang mereka hasilkan. Meningkatkan standar kerja dan menjaga nama baik perusahaan.

Pada dasarnya, hasil dari proses maupun tahapan awal harus ditinjau kembali untuk menyempurnakan dan mengembangkan kualitas mutu dari perusahaan. Ini merupakan salah satu tujuan awal yang diinginkan dalam mengimplementasikan manajemen untuk menjaga mutu.

Ada 3 aspek yang harus ditargetkan, yaitu kinerja atau implementasi mutu terhadap produk, manajemen atau pengelolaan mutu, dan manajemen atau pengelolaan badan usaha atau perusahaan itu sendiri secara keseluruhan. Itulah beberapa penjelasan mengenai apa itu manajemen mutu.

Proses manajemen mutu memiliki tujuan untuk memastikan bahwa semua bagian dalam organisasi bekerja sama untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi proses produksi, dan juga budaya perusahaan untuk mencapai keberhasilan jangka panjang yang berasal dari kepuasan Pelanggan.

Pada proses manajemen mutu terdapat pedoman yang sudah dikembangkan untuk menjadi acuan bagi perusahaan maupun UMKM untuk menjalankannya. Agar mencapai tujuan sesuai standar yang ditentukan dan tepat sasaran.

a. Aktivitas pada proses manajemen mutu dimulai ketika organisasi menentukan target kualitas yang harus dipenuhi dan yang disepakati dengan Pelanggan.
b. Organisasi mendefinisikan bagaimana target akan diukur.
c. Mengambil tindakan yang diperlukan untuk mengukur kualitas.
d. Mengidentifikasi masalah kualitas yang muncul dan memulai perbaikan.
e. Pelaporan tingkat keseluruhan kualitas yang dicapai.

Dengan langkah-langkah tersebut manajemen mutu menjadi lebih jelas dan memiliki tindakan konkret yang akan dijalankan. Proses tersebut juga dapat memastikan bahwa kualitas produk dan layanan yang dihasilkan oleh perusahaan sesuai dengan harapan Pelanggan.

Metode peningkatan kualitas terdiri dari tiga komponen, yaitu: peningkatan kualitas produk, peningkatan kualitas proses, dan peningkatan kualitas berbasis orang.

Jadi manajemen mutu merupakan gabungan dari semua fungsi manajemen yang dibangun berdasarkan konsep kualitas yang berorientasi pada kepuasan Pelanggan.

F. Rangkuman

Beberapa jenis UMKM sangat bergantung pada pengelolaan persediaan yang baik. Usaha warung/toko yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari misalnya, harus selalu menjaga agar persediaan tetap variatif (banyak pilihan), tidak ada kerusakan, dan tidak kadaluarsa yang dapat merugikan Pelanggan.

Atau usaha jasa perbaikan bangunan, yang harus selalu yakin bahwa persediaan di tempat penyimpanan (gudang) masih menyediakan barang-barang yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pekerjaan kepada Klien.

Intinya, memiliki pengelolaan persediaan yang baik sangat diperlukan agar aktivitas bisnis tidak terganggu, dan agar Pelanggan dapat terlayani dengan baik.

Kata Produksi merupakan kata yang sudah familiar dalam kehidupan sehari-hari, baik di lingkungan rumah, kerja, dan lingkungan pendidikan. Proses produksi ini sendiri juga tidak terbatas pada membuat sebuah produk yang dapat menghasilkan keuntungan dan membantu kebbutuhan Pelanggan, namun kegiatan pembuatan penggabungan barang atau ornament ini bisa juga merujuk pada bisnis barang dan jasa, bisa dimanfaatkan atau digunakan oleh Pelanggan nantinya.

Kegiatan pembelian dalam perusahaan adalah mendapatkan barang/jasa yang diperlukan untuk memproduksi barang/jasa yang akan dijual.

Barang yang diproduksi oleh UMKM biasanya memanfaatkan bahan baku yang ada disekeliling atau dilingkungan tempat usaha maupun tempat tinggal mereka. Jika bahan baku sudah tidak tersedia lagi disekeliling maupun di lingkungan tempat usaha dan tempat tinggal biasanya bahan baku akan dibeli. Dengan membeli bahan baku tentu harus memperhatikan kondisi, harga dan kualitas bahan baku tersebut supaya bisa membuat dan menghasilkan barang dengan nilai jual yang sesuai . Karena kebanyakan UMKM mengelola proses produksinya melalui tahapan kerajinan tangan atau masih manual, sehingga semua barang produksi tidak mungkin sama satu sama lain berbeda dengan yang dihasilkan oleh sebuah mesin bisa sama antara satu dengan lainnya.

Lakukan pengecekan berkala pada barang produksi dengan teliti setelah proses produksi selesai. Supaya hanya barang yang berkualitas baik saja yang bisa dijual. Sebagai usaha berskala kecil, Maka harus selalu memperhatikan stok produksi supaya barang dapat memenuhi permintaan Pelanggan. Selain itu sirkulasi modal juga dapat terus berputar dengan baik dan lancar tidak terjadi penurunan drastis.

UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan insiatif seseorang. Setiap UMKM memerlukan kegiatan produksi untuk menghasilkan barang atau jasa yang kemudian akan di pasarkan kepada Pelanggan tersebut.

Pada dasarnya, hasil dari proses maupun tahapan awal harus ditinjau kembali untuk menyempurnakan dan mengembangkan kualitas mutu dari perusahaan. Ini merupakan salah satu tujuan awal yang diinginkan dalam mengimplementasikan manajemen untuk menjaga mutu.

Definisi dari Manajemen Mutu adalah rangkaian tindakan yang digunakan untuk memastikan kualitas barang atau jasa yang diproduksi, tindakan ini dilakukan untuk menjaga kualitas produk sesuai keinginan perusahaan. Tindakan yang mencakup pada rangkaian aktivitas lain seperti menentukan stperusahaanrt kualitas, peraturan yang diperlukan, dan aspek lain yang dapat menentukan kualitas produk atau jasa.

Tujuan utama manajemen mutu adalah jangka panjang, agar kesetiaan Pelanggan bisa stabil atau bahkan terus meningkat. Setiap Pelanggan yang melakukan transaksi atas produk kita pasti menginginkan kualitas yang sama bahkan lebih dari yang sebelumnya pernah mereka terima. Ekspektasi itu yang harus dijaga bahkan ditingkatkan untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan.

G. Evaluasi Belajar

Latihan

1. Soal

Jawablah latihan soal di bawah ini:

1. Seberapa besar pengaruh perencanaan terhadap keberhasilan dalam proses produksi?
2. Mengapa mengelola atau memproyeksikan pembelian persediaan itu penting?
3. Tujuan utama manajemen mutu adalah jangka panjang yang harus dijaga untuk memberikan kepuasan yang tinggi kepada Pelanggan agar kesetian Pelanggan tetap terjaga stabil bahkan meningkat. Bagaimana cara manajemen mengatasi keluhan Pelanggan jika mereka tidak puas dengan barang/jasa yang diproduksi?
4. Jelaskan teknik-teknik dalam penjadwalan produksi?
5. Jelaskan *quality control* yang ada pada salah satu komponen dalam manajemen mutu?

2. Kunci jawaban

1. Perencanaan dan keberhasilan dalam proses produksi mempunyai pengaruh yang sangat besar, karena tanpa ada perencanaan yang baik maka proses produksi tidak akan berjalan dengan lancar dan hasil outputnya pun menjadi tidak jelas, serta banyak hal menjadi tidak ada kepastian.

Dalam melaksanakan kegiatan produksi atau apa pun yang berkaitan dengan pencapaian tujuan diperlukan fungsi-fungsi manajemen yang baik. Hal ini dikarenakan dengan menggunakan fungsi-fungsi manajemen, maka tujuan yang hendak dicapai akan dapat dicapai dengan lebih terarah dan lebih mudah.

2. Proyeksi pembelian persediaan sangat penting dilakukan agar biaya dalam usaha lebih efisien. Karena dalam pembelian persediaan ada banyak sekali faktor yang mempengaruhi besaran biaya seperti ongkos kirim, perubahan harga, dan biaya penyimpanan di gudang perusahaan.

   Salah satu metode untuk memproyeksikan pembelian persediaan adalah dengan metode *reorder point* dan EOQ (*Economic Order Quantity*).

   Metode *reorder point* membantu perusahaan menentukan kapan seharusnya dilakukan pembelian persediaan, sedangkan metode EOQ menunjukkan berapa jumlah persediaan yang harus dibeli.

3. Antara lain dengan cara menerima semua keluahan dengan baik, menunjukkan empati dan komunikasi dengan baik, memetakan masalah keluhan Pelanggan, menangani/menyelesaikan semua keluhan dengan cepat, dan memberikan solusi yang terbaik.

4. Terdapat dua teknik dalam penjadwalan produksi yaitu teknik Penjadwalan Maju (*Forward Scheduling*) dan teknik Penjadwalan Mundur (*Backward Scheduling*).

   a. Penjadwalan Maju (*Forward Scheduling*)

   Penjadwalan Maju (*Forward Scheduling*) adalah teknik penjadwalan produksi yang menentukan waktu mulai produksi (*start*) terlebih dahulu dan kemudian menghitung jadwal waktu ke depan (maju) untuk setiap kegiatan operasi/produksi agar dapat menentukan waktu penyelesaian keseluruhan proses produksi (*completion*).

   b. Penjadwalan Mundur (*Backward Scheduling*)

   Penjadwalan Mundur (*Backward Scheduling*) adalah teknik penjadwalan produksi yang menentukan waktu kapan suatu produk dibutuhkan atau waktu kapan suatu proyek harus diselesaikan. Dari waktu penyelesaian (*completion*) atau waktu kebutuhan tersebut kemudian dihitung mundur waktu yang tepat kapan suatu proyek atau proses produksi harus dimulai (*start*).

5. *Quality Control* atau pengendalian kualitas adalah salah satu komponen yang tidak kalah penting dalam manajemen mutu, seperti yang kita ketahui di perusahaan besar terdapat departemen sendiri untuk hal ini biasanya disebut QC (*Quality Control*), bercermin dari hal tersebut sebaiknya UMKM juga memperhatikan hal ini dari awal. Dengan melakukan pengawasan terhadap hasil produksi dan produk yang dihasilkan bisa terjaga kualitasnya.

Modul 10
Penganggaran Modal UMKM

A. Pengantar

Mengatur keuangan sebuah usaha bukanlah perkara mudah, terlebih jika baru memulai menjalankan bisnis skala mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Setiap rupiah sangat berharga dan mempengaruhi kondisi keuangan usaha secara keseluruhan. Jika tidak bisa mengelola keuangan dengan baik, usaha yang dijalankan bisa mengalami kebangkrutan di usianya yang masih seumur jagung.

Memang ada banyak faktor yang menyebabkan kegagalan sebuah usaha. Bisa pola pemasaran yang buruk, harga yang tidak sesuai, dan produk yang tidak dikembangkan dengan benar. Namun ada satu masalah yang paling umum, yaitu *budgeting* yang buruk.

Budgeting sangat penting untuk semua jenis usaha, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah. Apabila ingin meraih kesuksesan dalam berbisnis, maka harus mamastikan kondisi keuangan tetap aman terkendali. Tanpa adanya *budgeting* yang baik, pengeluaran perusahaan bisa membengkak dan menjurumuskan usaha ke dalam hutang.

Tingkat literasi keuangan dari sudut pandang perorangan/keluarga memiliki dampak pada kemampuan untuk memiliki tabungan jangka panjang yang digunakan untuk memiliki aset (seperti tanah dan atau rumah), pemenuhan pendidikan tinggi dan dana hari tua (pensiun). Pengelolaan uang yang tidak efektif akan berdampak pada krisis keuangan keluarga. UMKM yang memiliki literasi keuangan yang baik akan dapat mencapai tujuan perusahaannya, memiliki orientasi pengembangan usaha dan mampu *survive* dalam kondisi ekonomi yang sulit.

B. Kompetensi Dasar

Mahasiswa mampu memahami pengetahuan tentang anggaran modal usaha UMKM.

C. Kemampuan Akhir yang Diharapkan

Mahasiswa mampu mengetahui bagaimana membuat dan mengelola anggaran modal usaha UMKM yang efektif dan efisien.

D. Kegiatan Pembelajaran

3. Pembelajaran diselenggarakan dengan pendekatan *Contextual Instruction*.
4. Mahasiswa mempelajari penjelasan materi mengenai anggaran modal UMKM selama 100 menit.

E. Materi Belajar

Banyak usaha UMKM yang mengalami kegagalan karena kurangnya perencanaan dalam bisnis mereka dalam memperhitungkan penganggaran modal dan tidak adanya analisis yang tepat untuk langkah-langkah usaha kedepannya. Pemilik usaha UMKM sering kurang pengalaman dan pelatihan untuk pengelolaan bisnis mereka. Akibatnya, mereka tidak bisa memenuhi kebutuhan dimasa depan.

Salah satu kendala serius pada pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah adalah kurangnya keterampilan manajemen dan pengetahuan akan literasi keuangan, yang menghasilkan tindakan manajemen yang buruk yang diambil oleh Pemilik usaha UMKM. Sehingga memicu dalam permodalan yang buruk. Banyak Pemilik usaha UMKM berjuang untuk mendapatkan modal dan dijamin dari pendapatan usaha. Akibatnya, mereka memiliki kredit dengan catatan buruk, yang menyebabkan kurangnya arus kas.

Apa masalahnya? Selain karena kendala teknis, lambatnya perkembangan bisnis UMKM bisa jadi disebabkan oleh masalah keuangan UMKM yang tak bisa diantisipasi sejak dini. Mungkin terlalu menganggap remeh masalah itu sebab lebih mengutamakan keuntungan pada saat awal usaha.

Mengejar keuntungan memang target sebuah usaha. Tapi terlalu fokus hingga mengabaikan masalah keuangan UMKM yang seharusnya bisa dicegah di awal bisnis justru membuat usaha terancam punah dimasa mendatang.

Masalah-masalah yang biasa dihadapi oleh UMKM terkait mengelola keuangan/anggaran modal, antara lain adalah:

1. Kurangnya Modal Usaha.

Adalah masalah mendasar dan umum terjadi di setiap bisnis yang baru saja dirintis. Tak jarang, keinginan membuka atau mengembangkan usaha karena tak adanya modal jadi gagal. Alhasil ide-ide brilian harus mengendap dan terkubur ditelan angan-angan.

Bagaimana cara menyikapinya? Masalah keuangan UMKM ini memang jadi pertama yang harus diselesaikan. Selain menabung, kita bisa membuat proposal pengajuan dana usaha pada Pemerintah dengan berbagai persyaratannya. Atau bisa juga mengajukan pinjaman ke Koperasi atau Bank, hanya saja akan diributkan dengan lamanya proses birokrasi, meski ketika pinjaman disetujui, dana yang dikucurkan cukup menjanjikan. Cara lain adalah menemukan Angel Investor untuk bisnis UMKM kita.

2. Tidak Ada Rencana Anggaran yang Matang.

Sebagai Wirausahawan mandiri, biasanya dalam membuka UMKM kita melakukan seorang diri, baik itu produksi, pemasaran, distribusi, maupun pengelolaan keuangan. Tak jarang, pekerjaan yang multitasking ini membuat kita keteteran untuk mengurus dengan matang.

Karena alasan ini pulalah, biasanya kita jadi bertindak sesukanya dalam mengelola laba bisnis. Padahal masalah keuangan UMKM salah satunya terletak pada pemanfaatan anggaran yang semena-mena.

Seperti belanja barang tersier yang tak ada hubungannya dengan bisnis.

Cara mengatasinya adalah reset kembali rencana anggaran bisnis kita per bulan. Fokuskan pada kebutuhan bisnis dan dibagi jadi beberapa bagian akumulasi keuntungan dalam satu bulan itu. Misal untuk gaji, pengeluaran, dan investasi.

3.Mengabaikan Laporan Keuangan.

Tak cuma soal rencana anggaran yang bisa membuat masalah keuangan bisnis kita berantakan, tapi juga laporan keuangan yang tidak konsisten dibuat. Kalau laporan keuangan saja diabaikan, bagaimana tahu keuntungan bisnis perusahaan?

Bagaimana belanja kebutuhan bisnis bulanan? Alokasi dana darimana? Sejatinya laporan keuangan bukan melulu mencatat uang masuk dan keluar. Uang masuk adalah pendapatan dan uang keluar adalah pengeluaran, sedangkan selisihnya adalah laba.

Bukan begitu. Laporan keuangan tak sesederhana itu, tapi paling tidak perusahaan punya laporan Neraca, Arus Kas, dan Laba Rugi.

7. Masih Melakukan Pembukuan Konvensional.

Coba periksa kembali pencatatan keuangan bisnis kita. Jangan sampai hanya karena salah meng-input data, keuangan kita dalam masalah besar. Terkadang kesalahan kecil semacam ini terjadi jika kita masih melakukan pembukuan manual atau konvensional.

Tak cuma salah rekapitulasi, data hilang dan rusak sangat mungkin terjadi. Sementara itu, penumpukan kertas di tempat usaha kita lambat laun memakan ruang. Oleh karenanya kita harus mengatur kembali pembukuan.

Berada di era digital, sangat mungkin kita memakai pembukuan digital dengan meng-install software akuntansi. Selain mudah digunakan, tentu kesalahan dalam memasukkan data bisa diminimalisasi.

Dalam usaha berskala mikro, kecil, dan menengah, seharusnya perusahaan merasa memiliki kewajiban untuk menyampaikan laporan keuangannya. Ketentuan ini seringkali diikuti dengan kewajiban untuk menjaga berbagai rasio keuangan. Beberapa rasio yang diperhatikan Investor untuk mengetahui kondisi permodalan perusahaan antara lain, minimum *Return on Equity* (ROE) atau minimum rasio keuntungan berbanding dengan modal ekuitas yang sudah diinvestasikan Pemegang saham. Pemberi modal juga akan memperhatikan maksimum *Debt to Equity Ratio* (DER) atau rasio yang membandingkan jumlah utang terhadap ekuitas. Tak hanya itu, perusahaan juga harus menjaga *Liquidity Ratio* atau Rasio Likuiditas yang seringkali diperhatikan Investor. Rasio Likuiditas yang terdiri dari Rasio Lancar (*current ratio*), Rasio Cepat (*quick ratio*), dan Rasio Kas (*cash ratio*). Komponen terakhir yang menjadi perhatian utama para Investor adalah *Operating Ratio* atau Rasio Operasi, yaitu rasio yang mengukur biaya operasi terhadap penjualan. Semakin kecil angka rasio menunjukkan kinerja semakin baik.

Keputusan penganggaran modal akan menentukkan arah strategis bagi pelaku UMKM dalam memutuskan investasi yang bergerak ke arah penciptaan produk baru, pembeliaan peralatan maupun ekspansi pasar baru. Keputusan investasi yang tepat dapat menghasilkan hasil yang spektakuler dalam hal keuntungan tetapi keputusan keliru dan tidak benar dapat membahayakan kelangsungan hidup dari bisnis.

Keputusan yang diambil selama proses pembangunan dan evaluasi penganggaran modal menentukan masa depan pertumbuhan dan produktivitas perusahaan, dan membantu untuk mencapai profitabilitas yang terbesar. Penganggaran modal sebagai prosedur, rutinitas, metode dan teknik yang digunakan untuk mengidentifikasi peluang investasi, untuk mengembangkan ide-ide awal dalam proposal investasi tertentu, untuk mengevaluasi dan memilih proyek dan untuk mengontrol proyek investasi untuk menilai akurasi perkiraan.

Memiliki usaha yang sukses adalah impian semua orang, dan ketika kita akan memiliki suatu usaha atau mendirikan UMKM, perencanaan bisnis yang matang sangat diperlukan untuk menjalankan UMKM yang kita miliki.

Salah satunya adalah dengan memiliki manajemen keuangan yang baik. Manajemen yang tidak berjalan akan menyebabkan kita mengalami kerugian dan akan menghancurkan usaha kita. Untuk dapat tahu seberapa pentingnya manajemen keuangan dalam suatu usaha dapat kita lihat dari fungsi manajemen itu sendiri.

Pengelolaan Manajemen Keuangan

Dalam manajemen keuangan kita dapat melakukan pembedaan antara uang pribadi dan uang bisnis atau usaha. Jangan campur adukkan antara keuangan pribadi dan bisnis. Lakukan pencatatan untuk semua uang yang masuk dan keluar. Lakukan perencanaan anggaran, dengan membuat perencanaan anggaran, kita akan dapat mengurangi terjadinya defisit anggaran yang tidak terduga.

Hal utama yang harus kita perhatikan dalam menyusun rencana anggaran adalah pastikan bahwa jumlah yang dikeluarkan tidak lebih besar dari penerimaan kas. Jangan membuat pengeluaran keuangan untuk hal yang tidak berdampak pada peningkatan pendapatan atau produktivitas usaha.

Dalam manajemen keuangan hal yang harus kita perhatikan adalah arus kas dapat berputar cepat. Pelaku usaha harus mengetahui jika putaran suatu kas akan cepat jika penjualan kredit dan pembelian kredit berjalan sama besar.

Jika proses penjualan kredit anda lebih besar dibandingkan barang yang kita beli, maka akan mengakibatkan kita defisit dan akhirnya kekurangan dana kas. Maka dari itu pastikan kita mampu memastikan ketersediaan barang tetap ada, namun dapat berputar dengan cepat sehingga setiap order yang masuk tidak membebani keuangan usaha.

Usaha UMKM seringkali masih beroperasi dan dikelola secara tradisional. Bila ingin mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah menjadi usaha yang besar, menguasai pasar lokal, regional maupun global, Pemilik usaha tidak bisa lagi menerapkan mentalitas tradisional. Manajemen dan pengelolaan sebuah usaha mikro dan kecil juga harus menerapkan prinsip-prinsip pengelolaan modern tanpa harus mengorbankan hal baik yang menjadi ciri usaha kecil.

Sebuah anggaran atau *budget* merupakan salah satu alat yang sangat penting untuk membantu Pemilik usaha melakukan perencanaan.

Penganggaran atau *budgeting* yang hati-hati akan memungkinkan UMKM untuk dapat membagi sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk pos-pos tertentu. *Budgeting* merupakan fondasi dari perencanaan bisnis UMKM. *Budget* yang baik akan membantu perusahaan untuk merencanakan pertumbuhan dan biaya atas peluang baru, menyediakan gambaran dari kinerja perusahaan dan membantu perusahaan untuk mengatasi pada saat-saat perusahaan menurun dengan cara mengidentifikasi penghematan dan efisiensi biaya.

Apa sebenarnya *budgeting* itu?

Budgeting merupakan estimasi dari penerimaan dan pengeluaran untuk periode waktu tertentu di masa yang akan datang.

Sebagian besar pemilik UMKM tidak tahu dari mana harus memulai, tidak tahu bagaimana cara untuk meramalkan secara akurat atau tidak dapat membagi waktu untuk mundur sejenak dari bisnis dan melakukan perencanaan bagi usahanya ataupun melakukan *budgeting*.

Berikut ini merupakan beberapa alasan mengapa UMKM pun memerlukan *budgeting* yang efektif:

1. *Budgeting* akan membantu pengusaha menjadi *manager* yang lebih baik.

Ketika dikerjakan dengan benar, *budget* dapat menjadi sangat berguna untuk menguji dan menggali kemampuan untuk meramalkan dan mengatur sesuatu. Sementara Direksi dari perusahaan besar menggunakan *budget* untuk mempertahankan akuntabilitas Manajernya, Pemilik UMKM dapat menggunakan *budgeting* untuk memeriksa apakah penggerak/*driver* pada usahanya sudah benar dan tepat. Salah satu cara mudah untuk melakukan hal ini adalah dengan cara membuat *budget* bulanan dan atau tahunan dengan asumsi-asumsi kunci (contohnya: jumlah konsumen baru, harga produk, dan lain-lain), lalu perhitungkan ulang *budget* setiap harian/bulanan/triwulanan/kuartalan/semesteran sekali dengan memperbaharui asumsi-asumsi tersebut dengan hasil terakhir.

2. *Budgeting* membantu perusahaan untuk penggalangan dana.

Ketika berhubungan dengan Kreditur/Investor, ketentuan investasi seringkali menuntut perusahaan untuk menyediakan *budget* bulanan dan atau tahunan bagi calon Kreditur/Investor. Mengembangkan sebuah sistem dan budaya perusahaan untuk menganalisa dan membandingkan antara hasil yang

tercapai dari *budget*, akan membantu perusahaan untuk mencapai dan melampaui harapan-harapan Kreditur/Investor.

3. *Budgeting* akan membantu perusahaan menghindari kehabisan dana.

Risiko utama dari bisnis kecil biasanya adalah kehabisan dana/kas. Ketika menetapkan *budget*, mulailah dari biaya-biaya, bukan pendapatan. Biaya lebih mudah untuk diramalkan. Hal ini dapat mengingatkan perusahaan agar tidak berjalan tanpa arah/tanpa panduan dan dapat mengurangi risiko kehabisan dana.

4. *Budget* akan membantu perusahaan untuk merencanakan *capital expenditure*.

Sebagian besar UMKM, tidak mampu untuk melakukan seluruh proyek modal atau membeli seluruh peralatan yang perusahaan inginkan atau butuhkan. Oleh karena itu, *capital expenditure* harus disesuaikan dengan *cost and benefit analysis*, namun tanpa pemahaman yang menyeluruh tentang situasi keuangan perusahaan, Pemilik UMKM akan kesulitan untuk melakukannya secara benar.

Sebagai contoh, katakanlah perusahaan berencana untuk menambahkan produk baru untuk persediaan perusahaan. Perusahaan mungkin akan membutuhkan penambahan aktivitas perusahaan seperti pembelian persediaan tambahan, penambahan gudang dan penyimpanan, peralatan baru dan Staff baru. Apakah Pemilik UMKM mengetahui apakah biaya ini sudah sesuai dan apa saja dampaknya bagi arus kas perusahaan dan keuntungan perusahaan?

5. *Budget* akan membantu perusahaan pada masa sulit/*downturns*.

Di waktu yang baik, perusahaan mudah untuk mengabaikan laba dan rugi dan arus kas mungkin bukan masalah bagi perusahaan. Namun, di masa-masa sulit, sebuah *budget* dapat menjadi alat untuk membantu perusahaan untuk tetap bertahan. Ketika perusahaan mengetahui dari mana saja uang masuk dan keluar, perusahaan dapat menilai cara-cara yang lebih efektif dalam mengelola biaya. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk fokus pada titik-titik yang menguntungkan dan menghilangkan pengeluaran yang tidak perlu maupun proses bisnis yang tidak efisien.

6. *Keep track of the Business*.

Budget merupakan alat yang sangat berguna untuk mengevaluasi kinerja dan *progress* perusahaan dalam suatu kurun waktu tertentu. Dengan menelusuri pendapatan dan biaya variabel setiap bulan, perusahaan dapat menilai perusahaan dan belajar untuk bagaimana untuk mengembangkan perusahaan secara efektif. Perusahaan mungkin mengalami peningkatan yang signifikan pada penjualan, namun bila perusahaan tidak menganalisa kinerja keuangan, perusahaan tidak akan meningkatkan wawasan pada pos biaya dan keuntungannya. Jika perusahaan ada masa atau musim tertentu yang mempengaruhi bisnis perusahaan, analisa *budget* akan membantu meyakinkan bahwa perencanaan perusahaan tidak hanya bergantung pada cara kira-kira semata.

Ketika mengembangkan *budget* perusahaan, perusahaan akan menjadi lebih baik dalam memprediksi

biaya dan pendapatan di masa yang akan datang dan hal ini akan menambahkan nilai tambah bagi perencanaan jangka panjang perusahaan.

Anggaran modal adalah proses usaha yang dilakukan untuk mengevaluasi potensi proyek-proyek besar atau investasi atau penganggaran modal atau *capital budgeting* ialah rencana kerja keuangan jangka panjang pada suatu proyek investasi.

Pembangunan investasi baru atau investasi luar kemungkinan membutuhkan anggaran modal sebelum disetujui atau ditolak.

Sebagai bagian dari anggaran modal perusahaan dapat menilai dari proyek arus kas prospektif dan menentukan potensi pengembalian yang akan dihasilkan dengan memenuhi target *benchmark* yang memadai. Proses ini juga dikenal sebagai penilaian investasi.

Anggaran modal atau dikenal juga dengan sebutan anggaran belanja modal adalah cara bagi manajemen perusahaan untuk merencanakan penjualan dan pembelian Aset Tetap. Biasanya anggaran ini membantu manajemen menganalisis berbagai strategi jangka panjang yang dapat diambil perusahaan untuk mencapai sasaran ekspansi.

Jenis - jenis Anggaran Modal

1. Analisis Throughput: Analisis throughput adalah bentuk paling rumit dari analisis penganggaran modal tetapi juga yang paling akurat dalam membantu manajer memutuskan proyek mana yang akan dikejar. Dengan metode ini, seluruh perusahaan dianggap sebagai sistem penghasil untung tunggal. Throughput diukur sebagai jumlah material yang melewati sistem itu.
2. Analisis DCF: Analisis ini adalah arus kas terdiskonto (DCF) melihat arus kas keluar awal yang diperlukan untuk mendanai suatu proyek, campuran arus kas masuk dalam bentuk pendapatan, dan arus keluar masa depan lainnya dalam bentuk pemeliharaan dan biaya lainnya.
3. Analisis pengembalian: Analisis pengembalian adalah bentuk paling sederhana dari analisis penganggaran modal tetapi juga yang paling tidak akurat. Ini masih banyak digunakan karena cepat dan dapat memberi manajer "belakang amplop" pemahaman tentang nilai sebenarnya dari proyek yang diusulkan.

Tujuan dan Fungsi Anggaran Modal

Penganggaran modal memiliki tujuan untuk membuat keputusan tentang investasi jangka panjang modal perusahaan ke dalam operasi. Anggaran modal juga merencanakan pengembalian akhirnya atas investasi dalam permesinan, real estat dan teknologi baru adalah semua contoh penganggaran modal. Manajer dapat mengadopsi salah satu dari beberapa teknik untuk penganggaran modal, tetapi banyak usaha kecil bergantung pada teknik paling sederhana, yang disebut periode pengembalian, yang hanya mengukur waktu yang dibutuhkan untuk investasi untuk mengembalikan nilainya.

Jenis-jenis keputusan pengangaran modal:

a. Penambahan dan perluasan fasilitas.

b. Produk baru.

c. Inovasi dan perluasan produk.

d. Penggantian (replacements), penggantian pabrik atau peralatan *using,* penggantian pabrik atau peralatan lama dengan pabrik atau peralatan yang lebih *efisien.*

e. Menyewa/membuat atau membeli.

f. Penyesuaian fasilitas dan peralatan dengan peraturan pemerintah, lingkungan, dan keamanan.

g. Lain-lain keputusan seperti kampanye iklan, program pelatihan dan proyek-proyek yang memerlukan analisis arus kas keluar dan arus kas masuk.

Manfaat Anggaran Modal

1. Dana akan terikat untuk jangka waktu yang panjang.
2. Investasi pada aktiva tetap diharapkan akan meningkatkan penjualan dimasa yang akan datang.
3. Pengeluaran dana sangat besar dan sulit untuk menjual kembali hasil investasi.
4. Kesalahan dalam pengambilan keputusan akan berakibat fatal.

Menyusun aliran kas investasi

Untuk mempermudah analisis, aliran kas investasi dikelompokkan menjadi tiga, yaitu aliran kas awal, aliran kas periode operasi produksi, dan aliran kas terminal.

1. **Aliran kas awal (I*nitial Cash Flow)*** adalah pengeluaran untuk merealisasi gagasan sampai menjadi kenyataan fisik, misalnya aliran kas langsung pengeluaran biaya membangun unit instalasi (produksi) baru sampai siap beroperasi, yang terdiri dari biaya prakonstruksi, pembelian material dan peralatan, konstruksi, dan modal kerja. Untuk investasi yang cukup besar aliran kas awal dapat berlangsung selama 6-12 bulan.
2. **Aliran kas periode operasi** (***Operational Cash Flow)***. Periode ini jumlah pendapatan dari hasil penjualan produk telah melampaui pengeluaran biaya operasi dan produksi.
3. **Aliran kas terminal (*terminal cash fl*ow)** terdiri atas nilai sisa dari aset dan pengembalian modal kerja.

Contoh perhitungan analisis investasi:

1. *Discounted cash Flow-The Net Present Value Method*

Sebagai analisa disajikan kasus pertimbangan investasi dengan menggunakan metode *Net Present Value* (NPV). Kasus yang terjadi ialah proyek pengadaan mesin. UMKM mempertimbangkan untuk membeli mesin baru. Mesin diperkirakan memerlukan biaya Rp.40.000.000,00, memiliki jangka waktu

penggunaan selama tiga tahun, dan setelah itu mesin tidak memiliki *salvage value*. Diperkirakan mesin menghasilkan pendapatan operasional Rp.35.000.000,00 dan biaya operasional sebesar Rp.8.500,000,00 setiap tahun. Proyek ini membutuhkan investasi awal sebesar Rp.2.500.000,00 pada *working capital* yang akan tertutup biayanya pada akhir tahun ketiga. Biaya modal UKM adalah 16%. Tarif pajak adalah 30%. Perhitungan yang dilakukan untuk memutuskan apakah proyek ini dijalankan atau tidak adalah:

Investasi awal = Rp.40.000.000,00

Net Working Capital awal = Rp.2.500.000,00

Present value dari arus kas operasional setelah pajak:

= (35.000.000 – 8.500.000) x (1 – 0,30) x PVIFA (16%, 3 tahun)

= 26.500.000 x 0,70 x 2,2459

= 41.661.400

Present value dari *net working capital* akhir periode proyek:

= 2.500.000 x PVIFA (16%, 3 tahun)

= 2.500.000 x 0.6406

= 1.601.500

NPV = (40.000.000) + (2.500.000) + 41.661.400 + 1.601.500

= 85.762.900

NPV ≥ 0 maka proyek diterima atau layak dijalankan.

NPV ≤ 0 maka proyek ditolak atau tidak layak dijalankan.

Nol, berarti netral.

NPV = 85.762.900 dimana NPV ≥ 0 maka proyek diterima dan layak dijalankan.

2. *Discounted Cash Flow-The Internal Rate of Return Method*

Dijelaskan bahwa IRR merupakan *rate discount* dimana nilai *present value* dari *cash inflow* sama dengan nilai investasi awal suatu proyek. Dengan kata lain IRR adalah *rate discount* dimana NPV dari proyek tersebut = Rp.0. IRR juga menggambarkan persentase keuntungan yang sebenarnya akan diperoleh dari investasi barang modal atau proyek yang direncanakan.

Contoh:

Perusahaan ABC akan melakukan investasi terhadap proyek A dan proyek B. Kedua proyek tersebut merupakan proyek independen dan *mutually exclusive*. Investasi dikeluarkan pada awal tahun pertama. Adapun aliran kas bersih dari masing-masing proyek sebagai berikut:

Tahun	Proyek A	Proyek B

0	-100.000	-100.000
1	50.000	10.000
2	40.000	30.000
3	30.000	40.000
4	20.000	50.000
5	10.000	20.000

Jawaban : (Untuk Proyek A, apabila : menggunakan *discout rate* 20% dan 21%)

Menggunakan *discount rate* sebesar 20%

PV *Cashflow* A = (50.000/1.2) + (40.000/1.44) + (30.000/1.728) + (20.000/2.0736) + (10000/2.4883) = 100.470

Menggunakan *discount rate* sebesar 21%

PV *Cashflow* A = (50.000/1.21) + (40.000/1.4641) + (30.000/1.7716) + (20.000/2.1436) + (10000/2.5937) = 98.763

Jawaban : (Untuk Proyek A, apabila : menggunakan *discout rate* 18% dan 23%)

Menggunakan *discount rate* sebesar 18%

PV *Cashflow* A = (50.000/1.18) + (40.000/1.3924) + (30.000/1.6430) + (20.000/1.9387) + (10000/2.2877) = 104.047

Menggunakan *discount rate* sebesar 23%

PV *Cashflow* A = (50.000/1.23) + (40.000/1.5129) + (30.000/1.8608) + (20.000/2.2888) + (10000/2.8153) = 95.502

Menggunakan Interpolasi untuk mencari *present value* aliran kas sebesar 100.000 (diantara 95.502 dengan 104.047)

IRR proyek A = 18% + {(104.047 - 100.000)/(104.047 - 95.502)} {5%}

IRR proyek A = 18% + 2,368%

IRR proyek A = 20.368%

Contoh IRR Proyek A

Tahun	PVIF(20%)	PV Proyek A	PVIF(21%)	PV Proyek A
1	1,2	41.667	1,21	41.322
2	1,44	27.778	1,4641	27.321

3	1,728	17.361	1,7716	16.934
4	2,0736	9.645	2,1436	9.330
5	2,4883	4.019	2,5937	3.855
PV		**100.470**		**98.762**

Melalui interpolasi diperoleh IRR Proyek A = 20,275%

Jawaban :

Menggunakan *discount rate* sebesar 14%

PV *Cashflow* B = (10.000/1.14) + (30.000/1.2996) + (40.000/1.4815) + (50.000/1.6889) + (20.000/1.9254) = 98.848

Menggunakan *discount rate* sebesar 13%

PV *Cashflow* B = (10.000/1.13) + (30.000/1.2769) + (40.000/1.4429) + (50.000/1.6305) + (20000/1.8424) = 101.587

Menggunakan Interpolasi untuk mencari *present value* aliran kas sebesar 100.000 (diantara 98.848 dengan 101.587)

IRR proyek B = 13% + {(101.587 - 100.000)/(101.587 - 98.848)} {1%}

IRR proyek B = 13% + 0.579%

IRR proyek B = 13.579%

Contoh (IRR → Proyek B)

Tahun	PVIF(14%)	PV Proyek B	PVIF(13%)	PV Proyek B
1	1,14	8.772	1,13	8.850
2	1,2996	23.084	1,2769	23.494
3	1,4815	27.000	1,4429	27.722
4	1,6889	29.605	1,6305	30.665
5	1,9254	10.387	1,8424	10.856

Proyek yang dipilih:

Proyek A, karena memiliki *rate of return* lebih tinggi dibandingkan dengan proyek B.

Untuk membantu menyusun anggaran keuangan dengan baik, berikut beberapa tips yang bisa digunakan untuk usaha UMKM.

1. Lakukan Riset Biaya

Untuk menghindari datangnya pengeluaran tidak terduga, melakukan riset terhadap biaya yang dibutuhkan oleh usaha sangatlah penting. Terlalu banyak pengeluaran tidak terduga akan semakin menjauhkan dari tujuan bisnis yang direncanakan.

Dalam menyusun anggaran, pisahkan antara biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap mencakup sewa, utilitas, telepon dan internet, pemasaran, serta gaji karyawan. Sementara biaya variabel meliputi komisi untuk para pekerja, dan biaya lain yang berhubungan dengan penjualan.

Melalui riset yang benar, Anda dapat merencakan biaya operasi perusahaan dan menjalankan bisnis tanpa harus menemui banyak pengeluaran tidak terduga yang bisa mengancam kestabilan usaha.

2. Perkiraan Pendapatan

Memperkirakan jumlah pendapatan adalah kunci kesuksesan sebuah bisnis. Buatlah estimasi pendapatan harian, bulanan, tiga bulanan, dan tahunan untuk membantu menyusun biaya pengeluaran dalam budgeting.

Dengan membuat perkiraan seperti ini, sekaligus memasang target pada usaha untuk mencapai tujuan tertentu. Perkiraan pendapatan bisa dibuat dengan menjadikan pendapatan tahun lalu sebagai acuan. Misalnya jika usaha menghasilkan Rp.100,- juta di tahun sebelumnya, maka dapat menetapkan angka Rp.300,- juta sebagai target pendapatan tahun ini agar usaha bisa berkembang.

3. Hitung Margin Keuntungan

Margin keuntungan adalah indikasi kesehatan keuangan perusahaan. Cara paling mudah adalah dengan melihat jumlah pendapatan dan pengeluaran usaha setiap bulan/tahunnya. Jika usaha bisa mendapatkan Rp.300,- juta namun tidak bersisa di akhir bulan/tahun karena biaya pengeluaran yang lebih besar, maka usaha tidak bisa dikatakan untung.

Jika bisa menghitung margin keuntungan yang diperoleh, akan tahu bagaimana kondisi keuangan usaha/perusahaan dan menggunakannya sebagai alat untuk meningkatkan keuntungan di masa mendatang dengan cara mengurangi biaya-biaya pengeluaran. Bisnis yang benar-benar sukses adalah bisnis yang memiliki keuangan sehat, bukan bisnis yang berhasil melakukan penjualan tinggi namun tidak mendapatkan margin keuntungan yang baik di akhir bulan/tahun.

4. Proyeksi Arus Kas selama sebulan/setahun penuh

Setelah menetapkan target pendapatan, juga harus menentukan bagaimana cara untuk mencapainya. Dengan demikian, Anda dapat menyusun budget berdasarkan proyeksi yang direncanakan selama 12 bulan penuh.

Anggaran bulanan/tahunan membantu perusahaan untuk menghitung berapa jumlah uang yang harus dikeluarkan setiap bulannya, sehingga bisa mengendalikan pengeluaran bulanan. Cara ini bisa juga digunakan untuk bisnis musiman, dimana pengeluaran besar-besaran hanya terjadi selama periode 4-5 bulan saja. Di luar itu, bisa merencanakan lebih sedikit anggaran yang dibutuhkan untuk operasional

usaha.

5. Perhitungkan "Musim" Berbisnis

Seperti yang sudah disinggung sebelumnya, bisnis musiman harus memperhitungkan masa dimana pengeluaran mereka memuncak dan saat dimana mereka tidak banyak melakukan pembayaran. Pada model bisnis seperti ini, tidak bisa menyusun jumlah yang sama untuk pengeluaran bulanan.

Budgeting untuk usaha musiman dapat dilakukan dengan melakukan riset secara keseluruhan mengenai permintaan musiman di bidang usaha kita, memaksimalkan bulan-bulan "sepi" untuk menambah tabungan perusahaan, serta mempekerjakan Karyawan lepas ketika bisnis sedang berada pada puncaknya.

6. Pekerjakan Seorang Akuntan

Untuk sebuah bisnis UMKM, apalagi bisnis baru, meminimalkan jumlah Karyawan sangat membantu menekan pengeluaran perusahaan. Namun jangan menyepelekan peran Akuntan dalam bisnis kita. Bila memungkinkan, pastikan memiliki satu karyawan yang ahli dalam menyusun anggaran dan mengelola keuangan perusahaan secara keseluruhan.

Agar efektif, bisa mendistribusikan tugas ganda pada setiap Pekerja. Misalnya, posisi Akuntan merangkap perpajakan. Pada umumnya, dalam sebuah perusahaan kecil memang tidak ada pembagian tugas yang kaku, sehingga para Pekerja sangat fleksibel dalam membantu tugas satu sama lain.

7. Pikirkan Setiap Pengeluaran dengan Matang

Baik dalam keuangan pribadi maupun perusahaan, cara perusahaan menghabiskan uang sangat berpengaruh pada kondisi keuangan. Sebagai contoh, jika perusahaan terlalu royal mengeluarkan uang untuk hal-hal yang tidak bermanfaat bagi pertumbuhan bisnis, maka semua itu akan sia-sia. Lebih baik gunakan uang perusahaan untuk segala sesuatu yang dapat menunjang perkembangan bisnis.

Oleh sebab itu, perusahaan harus tahu pengeluaran seperti apa yang bisa membuat usaha bertahan lama. Misalnya dalam hal gedung kantor, kendaraan, dan komputer. Putuskan apakah sebaiknya menyewa atau membeli semuanya dengan memperhitungkan untung rugi masing-masing benda yang dibutuhkan.

Penyusunan anggaran pada perusahaan kecil bukan hal yang mudah. Dengan sedikit dana yang ada, perusahaan harus bisa mengelolanya untuk menutupi semua biaya operasional. Selain itu, perusahaan juga harus memastikan bisnis perusahaan memiliki margin keuntungan yang baik. Semakin baik perusahaan mengelola keuangan usaha, maka semakin besar pula peluang usaha perusahaan untuk sukses.

F. Rangkuman

Salah satu kendala serius pada pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah adalah kurangnya

keterampilan manajemen dan pengetahuan akan literasi keuangan, yang menghasilkan tindakan manajemen yang buruk yang diambil oleh Pemilik usaha UMKM. Sehingga memicu dalam permodalan yang buruk.

Dalam manajemen keuangan kita dapat melakukan pembedaan antara uang pribadi dan uang bisnis atau usaha. Jangan campur adukkan antara keuangan pribadi dan bisnis. Lakukan pencatatan untuk semua uang yang masuk dan keluar. Lakukan perencanaan anggaran, dengan membuat perencanaan anggaran, kita akan dapat mengurangi terjadinya defisit anggaran yang tidak terduga. Hal utama yang harus kita perhatikan dalam menyusun rencana anggaran adalah pastikan bahwa jumlah yang dikeluarkan tidak lebih besar dari penerimaan kas. Jangan membuat pengeluaran keuangan untuk hal yang tidak berdampak pada peningkatan pendapatan atau produktivitas usaha.

Memang ada banyak faktor yang menyebabkan kegagalan sebuah usaha. Bisa pola pemasaran yang buruk, harga yang tidak sesuai, dan produk yang tidak dikembangkan dengan benar. Namun ada satu masalah yang paling umum, yaitu *budgeting* yang buruk.

Budgeting merupakan estimasi dari penerimaan dan pengeluaran untuk periode waktu tertentu di masa yang akan datang.

Budgeting sangat penting untuk semua jenis usaha, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah. Apabila ingin meraih kesuksesan dalam berbisnis, maka harus mamastikan kondisi keuangan tetap aman terkendali. Tanpa adanya *budgeting* yang baik, pengeluaran perusahaan bisa membengkak dan menjurumuskan usaha ke dalam hutang.

G. Evaluasi Belajar

Latihan

3. Soal

Jawablah latihan soal di bawah ini:

1. Jelaskan pengertian penganggaran modal!
2. Mengapa anggaran modal penting untuk UMKM?
3. Sebutkan masalah-masalah yang biasa dihadapi oleh UMKM terkait mengelola keuangan/anggaran modal!
4. Sebutkan jenis-jenis keputusan pengangaran modal!
5. Jelaskan pengelompokkan aliran kas dalam analisis investasi!

4. Kunci jawaban

1. Anggaran modal/*bugeting* atau dikenal juga dengan sebutan anggaran belanja modal adalah cara bagi manajemen perusahaan untuk merencanakan penjualan dan pembelian Aset Tetap.

Budgeting merupakan estimasi dari penerimaan dan pengeluaran untuk periode waktu tertentu di masa yang akan datang.

Biasanya anggaran ini membantu manajemen menganalisis berbagai strategi jangka panjang yang dapat diambil perusahaan untuk mencapai sasaran ekspansi.

2. Berikut ini merupakan beberapa alasan mengapa UMKM memerlukan *budgeting* yang efektif:
   a. *Budgeting* akan membantu pengusaha menjadi *manager* yang lebih baik.
      Ketika dikerjakan dengan benar, *budget* dapat menjadi sangat berguna untuk menguji dan menggali kemampuan untuk meramalkan dan mengatur sesuatu.
   b. *Budgeting* membantu perusahaan untuk penggalangan dana.
      Ketika berhubungan dengan Kreditur/Investor, ketentuan investasi seringkali menuntut perusahaan untuk menyediakan *budget* bulanan dan atau tahunan bagi calon Kreditur/Investor.
   c. *Budgeting* akan membantu perusahaan menghindari kehabisan dana.
      Risiko utama dari bisnis kecil biasanya adalah kehabisan dana/kas. Ketika menetapkan *budget*, mulailah dari biaya-biaya, bukan pendapatan. Biaya lebih mudah untuk diramalkan. Hal ini dapat mengingatkan perusahaan agar tidak berjalan tanpa arah/tanpa panduan dan dapat mengurangi risiko kehabisan dana.
   d. *Budget* akan membantu perusahaan untuk merencanakan *capital expenditure*.
      Sebagian besar UMKM, tidak mampu untuk melakukan seluruh proyek modal atau membeli seluruh peralatan yang perusahaan inginkan atau butuhkan. Oleh karena itu, *capital expenditure* harus disesuaikan dengan *cost and benefit analysis*, namun tanpa pemahaman yang menyeluruh tentang situasi keuangan perusahaan, Pemilik UMKM akan kesulitan untuk melakukannya secara benar.
   e. *Budget* akan membantu perusahaan pada masa sulit/*downturns*.
      Pada saat yang baik, perusahaan mudah untuk mengabaikan laba dan rugi dan arus kas mungkin bukan masalah bagi perusahaan. Namun, di masa-masa sulit, sebuah *budget* dapat menjadi alat untuk membantu perusahaan untuk tetap bertahan. Ketika perusahaan mengetahui dari mana saja uang masuk dan keluar, perusahaan dapat menilai cara-cara yang lebih efektif dalam mengelola biaya. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk fokus pada titik-titik yang menguntungkan dan menghilangkan pengeluaran yang tidak perlu maupun proses bisnis yang tidak efisien.

f. *Keep track of the Business.*

Budget merupakan alat yang sangat berguna untuk mengevaluasi kinerja dan *progress* perusahaan dalam suatu kurun waktu tertentu.

3. Masalah-masalah yang biasa dihadapi oleh UMKM terkait mengelola keuangan/anggaran modal, antara lain adalah:

1. Kurangnya Modal Usaha.

Adalah masalah mendasar dan umum terjadi di setiap bisnis yang baru saja dirintis. Tak jarang, keinginan membuka atau mengembangkan usaha karena tak adanya modal jadi gagal.

2. Tidak Ada Rencana Anggaran yang Matang.

Sebagai Wirausahawan mandiri, biasanya dalam membuka UMKM kita melakukan seorang diri, baik itu produksi, pemasaran, distribusi, maupun pengelolaan keuangan. Tak jarang, pekerjaan yang multitasking ini membuat kita keteteran untuk mengurus dengan matang.

3. Mengabaikan Laporan Keuangan.

Tak cuma soal rencana anggaran yang bisa membuat masalah keuangan bisnis kita berantakan, tapi juga laporan keuangan yang tidak konsisten dibuat. Kalau laporan keuangan saja diabaikan, bagaimana tahu keuntungan bisnis perusahaan?

Paling tidak perusahaan punya laporan Neraca, Arus Kas, dan Laba Rugi.

4. Masih Melakukan Pembukuan Konvensional.

Coba periksa kembali pencatatan keuangan bisnis kita. Jangan sampai hanya karena salah meng-input data, keuangan kita dalam masalah besar. Terkadang kesalahan kecil semacam ini terjadi jika kita masih melakukan pembukuan manual atau konvensional.

Tak cuma salah rekapitulasi, data hilang dan rusak sangat mungkin terjadi. Sementara itu, penumpukan kertas di tempat usaha kita lambat laun memakan ruang. Oleh karenanya kita harus mengatur kembali pembukuan.

Berada di era digital, sangat mungkin kita memakai pembukuan digital dengan meng-install software akuntansi. Selain mudah digunakan, tentu kesalahan dalam memasukkan data bisa diminimalisasi.

a. Jenis-jenis keputusan pengangaran modal:

a. Penambahan dan perluasan fasilitas.
b. Produk baru.
c. Inovasi dan perluasan produk.
d. Penggantian (replacements), penggantian pabrik atau peralatan *using*, penggantian pabrik atau peralatan lama dengan pabrik atau peralatan yang lebih *efisien*.

e. Menyewa/membuat atau membeli.
f. Penyesuaian fasilitas dan peralatan dengan peraturan pemerintah, lingkungan, dan keamanan.
g. Lain-lain keputusan seperti kampanye iklan, program pelatihan dan proyek-proyek yang memerlukan analisis arus kas keluar dan arus kas masuk.

b. Aliran kas investasi dikelompokkan menjadi tiga, yaitu aliran kas awal, aliran kas periode operasi produksi, dan aliran kas terminal, sebagai berikut:
   a. Aliran kas awal (I*nitial Cash Flow)* adalah pengeluaran untuk merealisasi gagasan sampai menjadi kenyataan fisik, misalnya aliran kas langsung pengeluaran biaya membangun unit instalasi (produksi) baru sampai siap beroperasi, yang terdiri dari biaya prakonstruksi, pembelian material dan peralatan, konstruksi, dan modal kerja. Untuk investasi yang cukup besar aliran kas awal dapat berlangsung selama 6-12 bulan.
   b. Aliran kas periode operasi (*Operational Cash Flow)*. Periode ini jumlah pendapatan dari hasil penjualan produk telah melampaui pengeluaran biaya operasi dan produksi.
   c. Aliran kas terminal (*terminal cash fl*ow) terdiri atas nilai sisa dari aset dan pengembalian modal kerja.

Modul 11
Manajemen Resiko

A. Pengantar

Modul manajemen risiko merupakan penjabaran dari makna atau pengertian dasar manajemen risiko yang merupakan suatu cara, metode, atau ilmu pengetahuan yang mempelajari berbagai jenis risiko. Bagaimana risiko itu terjadi dan mengelola risiko tersebut dengan tujuan agar terhindar dari kerugian, atau usaha untuk menggunakan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran dan usaha seorang manajer untuk mengatasi kerugian secara rasional agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai secara efektif dan efisien.

Risiko adalah kemungkinan terjadinya sesuatu yang buruk atau hilangnya sesuatu yang bernilai. Nilai yang dimaksud disini dapat berupa kesehatan, status sosial, kekayaan, barang, harta ataupun kesejahteraan dan kebahagiaan. Nilai-nilai ini dapat diperoleh atau hilang ketika kita mengambil keputusan untuk melakukan ataupun tidak melakukan suatu tindakan.

Dalam dunia bisnis, Risiko dapat diartikan sebagai faktor luar maupun faktor dalam yang dapat menyebabkan ketidakpastian dalam usaha mencapai tujuan yang diinginkan. Untuk menghadapi risiko ini, kita harus mengidentifikasikan dan menganalisis risiko tersebut serta mengevaluasi risiko tersebut agar bisa dikelola ataupun diatasi. Oleh karena itu, kita memerlukan suatu manajemen yang disebut dengan Manajemen Risiko.

Dalam dunia bisnis, manajemen risiko didefinisikan sebagai proses mengidentifikasi, memantau dan mengelola risiko potensial untuk meminimalkan dampak negatif yang mungkin ditimbulkannya terhadap suatu organisasi. Setiap bidang dalam bisnis memiliki risikonya tersendiri. Contohnya di bidang sistem informasi, risiko potensialnya adalah seperti terjadinya pelanggaran keamanan data, kehilangan data, serangan dunia maya, kegagalan sistem, dan bencana alam. Sedangkan potensi risiko yang akan terjadi di perusahaan Manufaktur adalah gagal mencapai target produksi yang direncanakan, kerusakan mesin, hilangnya pesanan dari pelanggan, terjadinya masalah kualitas produk dan lain sebagainya.

Pengertian Manajemen Risiko menurut Djohanputro (2008,43), Manajemen Risiko merupakan proses terstruktur dan sistematis dalam mengidentifikasi, mengukur, memetakan, mengembangkan alternatif penanganan risiko, dan memonitor dan mengendalikan penanganan risiko.

Pengertian Manajemen Risiko menurut Peraturan Menteri Keuangan Nomor 142/PMK.010/2009 tentang Manajemen Risiko Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia, Manajemen Risiko adalah serangkaian prosedur dan metodologi yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau, dan mengendalikan Risiko yang timbul dari kegiatan usaha.

B. Kompetensi Dasar

Mahasiswa mampu memahami konsep manajemen risiko dan melakukan penerapan manajemen risiko secara efektif.

C. Kemampuan Akhir yang Diharapkan

Mahasiswa mampu menjelaskan konsep manajemen risiko dan mampu melakukan mitigasi risiko secara maksimal.

D. Kegiatan Pembelajaran

5. Pembelajaran diselenggarakan untuk memahami materi 1 dengan pendekatan Contextual Instruction.
6. Mahasiswa mempelajari penjelasan materi mengenai konsep dasar manajemen risiko selama 100 menit.

E. Materi Belajar

Manajemen Risiko.

Catatan Penting Dalam Menghadapi Risiko:

- Risiko dapat menimpa siapa saja.
- Risiko bisa terjadi setiap saat dan dimana saja.
- Semua risiko berpotensi merugikan Perusahaan.
- Perlu ukuran kuantitatif terhadap potensi risiko.
- Kebanyakan risiko saling berinteraksi.
- Risiko yang tidak teridentifikasi tidak bisa dikelola.
- Risiko bisa terjadi kapan saja, dimana saja, dan pada siapa saja. WASPADALAH..!

Apakah Risiko itu?

- Setiap membuat keputusan, kita memutuskan untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu. Keduanya membawa konsekuensi risiko.
- Risiko adalah kemungkinan kejadian yang merugikan (akibat).
- Manajemen Risiko adalah Pengelolaan dan Pengendalian Risiko.

Jenis-jenis Risiko:

A. Risiko berdasarkan Akibatnya:

1. Risiko Spekulatif (bisa untung atau rugi).
2. Risiko Murni (rugi saja).

B. Risiko berdasarkan Penyebabnya:

1. Risiko Keuangan.
2. Risiko Operasional.

- Risiko Sistematik/Undiversiviable (tidak bisa dikurangi dengan cara diversifikasi).
- Risiko Tidak Sistematik atau risiko Spesifik / khusus.

Konsep2 Lain yang Berkaitan dengan Risiko.

- Peril.
- Hazard:

1. Physical Hazard.
2. Moral Hazard.

- Ketidakpastian adalah keadaan dimana ada beberapa kemungkinan kejadian dan setiap kejadian akan menyebabkan hasil yang berbeda tetapi tingkat kemungkinan kejadian itu sendiri tidak diketahui secara kuantitatif.

Biaya-biaya yang ditimbulkan karena Menanggung Risiko:

1. Biaya dari Kerugian yang tidak diharapkan:
   a. Kerugian Langsung.
   b. Kerugian Tidak Langsung.
2. Biaya Ketidakpastian:
   Menimbulkan persaaan tidak aman, gelisah, khawatir, dll..

Risiko Tergantung pada yang:

- Pengetahuan dan penguasaan informasi.
- Pengalaman seseorang mempengaruhi penilaian pada tingkat risiko.
- Budaya yang memandang.
- Posisi yang memandang.
- Posisi keuangan.
- Kemampuan mempengaruhi hasil.
- Sifat asimetris.

Sikap Orang Terhadap Risiko.

1. Kelompok orang yang tidak menyukai risiko (*Risk Avert*).
2. Kelompok orang yang tidak berpengaruh dengan adanya risiko (*Indifferent to risk*).

3. Kelompok orang yang senang menghadapi risiko (*Risk Taker / Lover*).

Model Manajemen Risiko:

Konvensional:

- Risiko bersifat Murni,
- Risiko merupakan sumber Masalah,
- Risiko menimbulkan Biaya,
- Risiko harus Diminimalisasi,
- Memindahkan risiko ke pihak lain merupakan cara terbaik,
- Risiko dikelola pada setiap Unit Kerjanya.

Modern:

- Risiko bersifat Murni & Spekulatif,
- Risiko bisa menjadi sumber Keunggulan Bersaing,
- Risiko merupakan Modal,
- Risiko harus Dikelola dalam Portofolio,
- Ada beberapa Metode Pengelolaan risiko,
- Risiko dikelola secara Terintegrasi.

Manfaat Penanganan Risiko.

1. Dapat mencegah perusahaan dari kegagalan.
2. Dapat meningkatkan laba perusahaan.
3. Memperlancar pencapaian tujuan perusahaan.
4. Survival, kedamaian pikiran, memperkecil biaya, menstabilkan pendapatan perusahaan, memperkecil / meniadakan gangguan operasi perusahaan, melanjutkan pertumbuhan perusahaan, & merumuskan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap Karyawan & Masyarakat.

Tujuannya untuk “Meminimalisir Risiko”.

Siklus Manajemen Risiko.

1. Identifikasi Risiko,
2. Pengukuran Risiko,
3. Pemetaan Risiko,
4. Model Pengelolaan Risiko,
5. Pengawasan & Pengendalian Risiko,
6. Evaluasi Pihak Berkepentingan.

Tahap 1. Identifikasi Risiko

Konsep TKP (Tempat, Kejadian, & Penyebab):

Tempat (T): **BOUP**

1. Barang,
2. Orang,
3. Uang,
4. Prosedur.

Kejadian (K):

- Barang (B)

Kejadian yg Merugikan:

1. Rusak,
2. Hilang,
3. Tidak Sesuai,
4. Usang,
5. Tidak Berkualitas.

- Orang (O)

Kejadian yang Merugikan:

1. Sakit,
2. Cidera,
3. Meninggal,
4. Keluar,
5. Demotivasi,
6. Mogok atau Demo.

- Uang (U)

Kejadian yang Merugikan:

1. Hilang,
2. Dicuri,
3. Diselewengkan,
4. Tidak Tertagih,
5. Berubah Nilainya.

- Prosedur (P)

Kejadian yang Merugikan:

1. Salah,
2. Usang.

Penyebab (P):

1. Faktor Operasional (MATA)
   a. Manusia,
   b. Alam,
   c. Teknologi,
   d. Aturan.
2. Faktor Keuangan (P)
   a. Harga,
   b. Nilai Tukar Mata Uang,
   c. Tingkat Bunga.

a. **Manusia** (M)

Berhubungan dengan Manusia	**Keterangan**
Kompetensi	Tidak mampu, lalai, sakit
Moral	Kejujuran, kesengajaan, keserakahan, keadilan, kekecewaan
Selera	Mode, keinginan, persepsi

b. **Alam** (A)

Berhubungan dengan Alam	**Keterangan**
Bencana Alam	Banjir, gempa bumi, kebakaran

Kondisi Alam	Basah, kering, panas, dingin
Makhluk Alam	Kuman, virus, binatang, tumbuhan

c. **Teknologi** (T)

Berhubungan dengan Teknologi	**Keterangan**
Kesesuaian	Tidak sesuai
keusangan	Sudah Usang
Fungsi	Tidak berfungsi sebagaimana mestinya
Kualitas	Tidak berkualitas
Kebenaran	Salah digunakan

d. **Aturan** (A)

Berhubungan dengan Aturan	**Keterangan**
Kebijakan Perusahaan	Kebijakan personalia, keuangan, operasional, pemasaran, dll.
Keputusan Manajemen	Keputusan rapat, Pimpinan, dll.

e. **Pasar** (P)

Berhubungan dengan Pasar	**Keterangan**
Harga	Harga beli maupun jual yang berubah-ubah
Nilai tukar mata uang	Nilai tukar mata uang yang berubah-ubah
Tingkat bunga	Tingkat bunga yang berubah-ubah

Tahap 2. Pengukuran Risiko

Status **Risiko** = Kemungkinan X Akibat

Kemungkinan dalam persentasi dan akibat dalam Rupiah.

Level: Sangat rendah, rendah, medium, tinggi, sangat tinggi.

Tahap 3. Pemetaan Risiko

Peta Risiko.

Tujuan Pemetaan adalah untuk menetapkan prioritas risiko berdasarkan kepentingannya bagi perusahaan.

Mengapa Prioritas?

Karena keterbatasan Sumber Daya untuk menghadapi semua risiko.

Tahap 4. Model Pengelolaan Risiko

1. Menghindar.

   Tindakan untuk tidak melakukan bisnis/kegiatan tertentu yang dapat memunculkan risiko tertentu.

   Risiko yang dihindari:

   a. Tidak sesuai dengan visi,

   b. Risiko yang dihadapi terlalu besar,

   c. Peraturan yang tidak kondusif,

   d. Risiko yang dihadapi tidak dapat dikendalikan dan ditangani dengan strategi pengelolaan risiko yang lain.

2. Mencegah.

   Strategi untuk membuat kemungkinan terjadinya risiko sekecil-kecilnya.

   Cara-cara yang dapat dilakukan antara lain:

   a. Memperbaiki sistem dan prosedur.

   b. Memperbaiki fasilitas.

   c. Memperbaiki SDM, contoh: pelatihan dan *coaching*.

   d. Membuat/memperbaiki aturan2 dan kebijakan, contoh kebijakan insentif dan promosi.

3. Mengurangi.

   Mengurangi kemungkinan terjadinya risiko dan akibat dari risiko.

   Strategi yang dapat dilakukan:

   a. Menyebar / Diversifikasi, contoh: diversifikasi produk, geografis, portfolio, atau *back-up*.

   b. Bergabung, contoh: *merger, joint venture, alliance, cartel*.

   d. Memperbaiki fasilitas fisik.

   e. Memperbaiki SDM.

4. Mengalihkan.

   Risiko dialihkan kepada pihak lain, seperti:

   a. Asuransi.

   b. *Hedging*.

c. *Leasing*.

d. *Factoring*.

e. *Outsourcing*.

5. Mendanai.

   Menanggung sendiri pembiayaan risikonya.

   Caranya antara lain:

   a. Menyediakan dana cadangan.

   b. Menyediakan kas kecil.

   c. Melakukan *self-insurance*.

   d. Membuat *captive insurer*, membuat perusahaan asuransi dimana memungkinkan untuk mendapatkan Konsumen dari pihak lain.

Tahap 5. Monitor & Pengendalian

Mengapa Monitor & Pengendalian Penting?

1. Perlu dipastikan bahwa pelaksanaan pengelolaan risiko berjalan sesuai rencana.
2. Perlu memastikan bahwa model pengelolaan risiko cukup efektif.
3. Karena risiko itu sendiri berkembang, maka untuk memantau perkembangan terhadap kecenderungan berubahnya profil risiko.

2. Tujuan Manajemen Risiko

Setiap hari kita membuat keputusan. Satu keputusan mengantarkan kita kepada suatu akibat yang pada akhirnya mengharuskan untuk membuat keputusan lainnya. Setiap akibat yang muncul bisa berupa akibat baik atau buruk. Tidak ada jaminan semua akan muncul baik. Kemungkinan munculnya akibat buruk itu biasa kita sebut risiko, dan atas hal ini kita memerlukan manajemen risiko yang baik.

Secara umum tujuan dari majajemen risiko adalah:

a. Agar perusahaan tetap hidup dengan perkembangan dan berkesinambungan.

b. Memberikan rasa aman.

c. Biaya *risk manajement* yang efisien dan efektif.

d. Agar pendapatan perusahaan stabil dan wajar, memberikan kepuasan dari pemilik dan pihak lain.

F. Rangkuman

Risiko adalah kemungkinan terjadinya sesuatu yang buruk atau hilangnya sesuatu yang bernilai. Nilai yang dimaksud disini dapat berupa kesehatan, status sosial, kekayaan, barang, harta ataupun kesejahteraan dan kebahagiaan. Nilai-nilai ini dapat diperoleh atau hilang ketika kita mengambil

keputusan untuk melakukan ataupun tidak melakukan suatu tindakan.

Dalam dunia bisnis, Risiko dapat diartikan sebagai faktor luar maupun faktor dalam yang dapat menyebabkan ketidakpastian dalam usaha mencapai tujuan yang diinginkan. Untuk menghadapi risiko ini, kita harus mengidentifikasikan dan menganalisis risiko tersebut serta mengevaluasi risiko tersebut agar bisa dikelola ataupun diatasi. Oleh karena itu, kita memerlukan suatu manajemen yang disebut dengan Manajemen Risiko.

Dalam dunia bisnis, manajemen risiko didefinisikan sebagai proses mengidentifikasi, memantau dan mengelola risiko potensial untuk meminimalkan dampak negatif yang mungkin ditimbulkannya terhadap suatu organisasi. Setiap bidang dalam bisnis memiliki risikonya tersendiri.

Pada materi ini dibahas tentang pengertian risiko, manajemen risiko, jenis-jenis risiko, model, tujuan, manfaat, dan siklus manajemen risiko.

G. Evaluasi Belajar

Latihan

1. Soal

Jawablah latihan soal di bawah ini:

4. Jelaskan yang dimaksud dengan risiko dan manajemen risiko dalam bisnis?
5. Jelaskan manfaat penanganan risiko!
6. Jelaskan pengertian ketidakpastian, peril, dan hazard!
7. Sebutkan beberapa karakteristik yang seharusnya diperhatikan dalam menghindari risiko!
8. Sebutkan siklus manajemen risiko!

2. Kunci jawaban

1. Dalam dunia bisnis, Risiko dapat diartikan sebagai faktor luar maupun faktor dalam yang dapat menyebabkan ketidakpastian dalam usaha mencapai tujuan yang diinginkan. Untuk menghadapi risiko ini, kita harus mengidentifikasikan dan menganalisis risiko tersebut serta mengevaluasi risiko tersebut agar bisa dikelola ataupun diatasi. Oleh karena itu, kita memerlukan suatu manajemen yang disebut dengan Manajemen Risiko.

   Dalam dunia bisnis, manajemen risiko didefinisikan sebagai proses mengidentifikasi, memantau dan mengelola risiko potensial untuk meminimalkan dampak negatif yang mungkin ditimbulkannya terhadap suatu organisasi. Setiap bidang dalam bisnis memiliki risikonya tersendiri.

2. Manfaat Penanganan Risiko:
   1. Dapat mencegah perusahaan dari kegagalan.
   2. Dapat meningkatkan laba perusahaan.
   3. Memperlancar pencapaian tujuan perusahaan.
   4. Survival, kedamaian pikiran, memperkecil biaya, menstabilkan pendapatan perusahaan, memperkecil / meniadakan gangguan operasi perusahaan, melanjutkan pertumbuhan perusahaan, & merumuskan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap Karyawan & Masyarakat.

   Tujuannya untuk "Meminimalisir Risiko".
3. **Ketidakpastian** mengacu pada pengertian **risiko** yang tidak diperkirakan (unexpected risk) dan ketidakpastian tidak bisa diukur, sedangkan istilah **risiko** itu sendiri mengacu kepada **risiko** yang diperkirakan (expected risk) dan risiko bisa diukur (ada data dan atau informasi).

   Berikut perbedaan antara peril dan hazard:

   1. **Peril**

   Disebut juga bencana atau musibah. Peril didefinisikan sebagai penyebab terjadinya kerugian. Dimana ketika terjadi peril, maka orang akan mengalami kerusakan. Jenis musibah yang sering ditemui adalah kebakaran, kecelakaan, ketidakjujuran, kecerobohan, dll..

   2. **Hazard atau bahaya**

   Hazards didefinisikan sebagai keadaan yang dapat meningkatkan terjadinya kerugian dari suatu musibah atau suatu keadaan yang dapat memperbesar kemungkinan terjadinya suatu peril (bencana) atau *chance of loss* (kesempatan terjadinya kerugian) dari suatu bencana tertentu. Jalan raya yang rusak, mesin yang tidak terawat atau pekerjaan yang berbahaya merupakan contoh dari hazards.

   Sebelum suatu musibah terjadi, selalu ada yang menjadi penyebab bencana tersebut. Contohnya, kebakaran yang terjadi di sebuah pabrik kertas adalah peril, tapi ada kemungkinan sebelum terjadi kebakaran ada kerusakan listrik yang menyebabkan percikan api sebagai pemicu awal kebakaran.

4. Beberapa karakteristik yang seharusnya diperhatikan dalam menghindari risiko antara lain adalah:
   1. Kemungkinan untuk menghindari risiko tidak ada. Semakin luas risiko yang dihadapi, maka semakin besar ketidakmungkinan menghindarinya. Misalnya, ingin menghindari semua tanggung jawab, maka semua kegiatan harus dihentikan.
   2. Manfaat atau laba potensial yang akan diterima dari sebab kepemilikan harta, memperkerjakan Pegawai tertentu atau bertanggung jawab, akan hilang jika dilaksanakan penghindaran risiko.
   3. Semakin sempit risiko yang dihadapi, maka semakin besar kemungkinan akan terciptanya risiko baru.
5. Siklus Manajemen Risiko:
   1. Identifikasi Risiko,

2. Pengukuran Risiko,
3. Pemetaan Risiko,
4. Model Pengelolaan Risiko,
5. Pengawasan & Pengendalian Risiko,
6. Evaluasi Pihak Berkepentingan.

Modul 12
Regulasi dan Etika Bisnis UMKM

A. Pengantar

Modul Regulasi dan Etika Bisnis UMKM merupakan suatu kode etik perilaku Pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntutan dan pedoman berperilaku dalam menjalankan kegiatan perusahaan atau berusaha. Etika bisnis dalam UMKM menjadi seseorang Pengusaha untuk tetap bepegang pada perilaku yang baik dan sopan agar sukses dikemudian hari.

UMKM merupakan salah satu bagian terpenting dari perekonomian suatu negara, UMKM memiliki kesempatan yang sangat luas dalam meningkatkan pemberdayaan ekonomi secara terpadu yang dapat diwujudkan dalam kerjasama bisnis dan perdagangan.

B. Kompetensi Dasar

Mahasiswa mampu memahami konsep Regulasi dan Etika Bisnis UMKM.

C. Kemampuan Akhir Yang Diharapkan

Mahasiswa mampu menjelaskan konsep Regulasi dan Etika Bisnis yang baik dan benar.

D. Kagiatan Pembelajaran

1. Pembelajaran diselenggarakan untuk memahami materi 1 dengan pendekatan *Contextual Instruction*.
2. Mahasiswa mampu mempelajari penjelasan materi menganai konsep Regulasi dan Etika Bisnis UMKM selama 100 menit.

E. Materi Belajar

a. Ketentuan Umum

Ketentuan umum yang dimaksud dalam pembahasan regulasi dan etika bisnis ini adalah hal-hal yang lazim perlu dijalankan dan dilakUKanan oleh setiap Pelaku usaha. Ketentuan yang dimaksud bersifat tertulis meliputi Kitab Undang-Undang Hukum Dagang, Undang-Undang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Perpajakan., serta berbagai peraturan lainnya. Setiap kegiatan usaha memerlukan beberapa dokumen pendukung yang seharusnya dilengkapi oleh Pemilik usaha. Tujuannya untuk memberikan dan meningkatkan rasa percaya terhadap lingkungan usaha itu sendiri, seperti Pemasok, Konsumen, Lembaga Pembiayaan khususnya dan Masyarakat pada umumnya.

b. **Pembinaan dan Pengembangan UMKM**

Bidang usaha baik yang berskala usaha mikro, kecil, menengah, dan besar yang berdomisili di Indonesia pada dasarnya dalam perlindungan dan pembinaan Pemerintah. Namun dalam sistem Pemerintahan dewasa ini khusus untuk usaha skala mikro, kecil, dan menengah serta koperasi dilakukan oleh Menteri yang melaksanakan tugas teknis yaitu Menteri Negara Urusan Usaha Kecil, Menengah dan Koperasi. Secara yuridis usaha mikro, kecil, dan menengah serta koperasi masing-masing telah memiliki Undang-Undang. Bagi usaha mikro, kecil, dan menengah telah diatur dalam Undang-Undang yang cukup komprehensip. Dari penelitian yang dilakukan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah terdapat dua Undang-Undang yakni Nomor 9 Tahun 1995 Nomor 20 tahun 2008, berbagai ketentuan tentang usaha mikro, kecil, dan menengah telah diatur secara jelas Diantara ketentuan-ketentuan dimaksud antara lain meliputi definisi, kriteria, iklim usaha, pembinaan dan sebagainya.

Pemerintah sudah sejak lama ingin melakukan pembinaan terhadap UMKM. Pembinaan terhadap kelompok usaha ini semenjak kemerdekaan telah mengalami beberapa perubahan. Dahulu UMKM dibina oleh Departemen Perindustrian dan Departemen Perdagangan. Setelah melalui perubahan beberapa kali maka semenjak beberapa tahun terakhir pembinaan terhadap UMKM dilakukan bersama dengan UMKM dan Koperasi di bawah Departemen Koperasi, Pengusaha Kecil dan Menengah. Pemerintah melakukan pembinaan dan pengembangan terhadap UMKM dengan mengeluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 32 Th. 1998 diatur mengenai lingkup, tata cara, dan pelaksanaan pembinaan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Adapun pembinaan dan pengembangan UMKM dilakukan oleh Pemerintah, dunia usaha dan Masyarakat, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama, dan dilakukan secara terarah dan terpadu serta berkesinambungan untuk mewujudkan UMKM yang tangguh, mandiri serta dapat berkembang menjadi Usaha Menegah dan Besar. Ruang lingkup pembinaan dan pengembangan UMKM meliputi bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, dan teknologi. Pembinaan dan pengembangan UMKM dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Identifikasi potensi dan masalah yang dihadapi oleh UMKM.
2. Penyiapan program pembinaan dan pengembangan sesuai potensi dan masalah yang dihadapi oleh UMKM.
3. Pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan.
4. Pemantauan dan pengendalian pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan bagi UMKM.

Pembinaan dan pengembangan UMKM di bidang produksi dan pengolahan, dilaksanakan dengan:

1. Meningkatkan kemampuan manajemen serta teknik produksi dan pengolahan.
2. Meningkatkan kemampuan rancang bangun dan perekayasaan.

3. Memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong, dan kemasan.
4. Menyediakan tenaga konsultan profesional di bidang produksi dan pengolahan.

Pembinaan dan pengembangan UMKM di bidang pemasaran, dilaksanakan dengan:

1. Melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran.
2. Meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran.
3. Menyediakan sarana serta dUMKMungan promosi dan uji coba pasar.
4. Mengembangkan lembaga pemasaran dan jaringan distribusi.
5. Memasarkan produk UMKM.
6. Menyediakan tenaga konsultan profesional di bidang pemasaran.
7. Menyediakan rumah dagang dan promosi UMKM.
8. Memberikan peluang pasar.

Pembinaan dan pengembangan UMKM di bidang sumber daya manusia, dilaksanakan dengan:

1. Memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan.
2. Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial.
3. MembentUMKM dan mengembangkan lembaga pendidikan, pelatihan, dan konsultasi UMKM.
4. Menyediakan tenaga penyuluh dan konsultan UMKM.
5. Menyediakan modul manajemen UMKM.
6. Menyediakan tempat magang, studi banding, dan konsultan untuk UMKM.

Pembinaan dan pengembangan UMKM di bidang teknologi, dilaksanakan dengan:

1. Meningkatkan kemampuan di bidang teknologi produksi dan pengendalian mutu.
2. Meningkatkan kemampuan di bidang penelitian untuk mengembangkan desain dan teknologi baru.
3. Memberikan insentif kepada UMKM yang menerapkan teknologi baru dan melestarikan lingkungan hidup.
4. Meningkatkan kerjasama dan alih teknologi.
5. Meningkatkan kemampuan dalam memenuhi standardisasi teknologi.
6. Menumbuhkan dan mengembangkan lembaga penelitian dan pengembangan di bidang desain dan teknologi bagi UMKM.
7. Menyediakan tenaga konsultan profesional di bidang teknologi.
8. Memberikan bimbingan dan konsultasi berkenaan dengan hak atas kekayaan intelektual.

Pemerintah juga mengeluarkan Program Pembangunan Nasional (PROPENAS) 2000-2004. Pada PROPENAS ini ditetapkan program pokok pembinaan dan pengembangan terhadap UMKM sebagai berikut (www.bkksi.or.id):

1. Program penciptaan Iklim Usaha yang Kondusif. Program ini bertujuan untuk membukaa kesempatan berusaha seluas-luasnya, serta menjamin kepastian usaha dengan memperhatikan kaidah efisiensi ekonomi sebagai prasyarat untuk berkembangnya UMKM. Sedangkan sasaran yang akan dicapai adalah menurunnya biaya transaksi dan meningkatnya skala usaha UMKM dalam kegiatan ekonomi.
2. Program Peningkatan Akses kepada Sumber Daya Produktif. Tujuan program ini adalah meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan kesempatan yang terbuka dan potensi sumber daya, terutama sumber daya lokal yang tersedia. Sedangkan sasarannya adalah tersedianya lembaga pendukung untuk meningkatkan akses UMKM terhadap sumber daya produktif, seperti SDM, modal, pasar, teknologi dan informasi.
3. Program Pengembangan Kewirausahaan dan UMKM Berkeunggulan Kompetitif. Tujuannya untuk mengembangkan perilaku kewirausahaan serta meningkatkan daya saing UMKM. Sedangkan sasaran adalah meningkatnya pengetahuan serta sikap wirausaha dan meningkatnya produktivitas UMKM. Berbagai upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah di atas untuk membina dan mengembangkan UMKM ternyata tidak membawa dampak yang signifikan. Hal ini terlihat dari pertumbuhan UMKM yang masih jauh dari harapan karena masih selalu terjebak pada masalah klasik dan kompleks yang dihadapi. Dari sisi internal, antara lain kualitas sumber daya manusia, modal kerja, penyediaan bahan baku, kewirausahaan, organisasi, dan manajemen usaha. Dari sisi ekternal, meliputi pengadaan bahan baku, akses ke lembaga pembiayaan/kredit, pemasaran, persaingan, birokrasi, dan dukungan kebijakan ekonomi yang belum sepenuhnya berpihak pada UMKM.

Undang-undang 20/2008 yang disusun untuk memberdayakan UMKM. Secara umum struktur dan materi dari Undang-Undang ini memuat tentang:

1. Ketentuan Umum,
2. Asas, Prinsip Dan Tujuan Pemberdayaan,
3. Kriteria,
4. Penumbuhan Iklim Usaha,
5. Pengembangan Usaha,
6. Pembiayaan Dan Penjaminan,
7. Kemitraan, dan Koordinasi Pemberdayaan,
8. Sanksi Administratif dan Ketentuan Pidana.

c. **Definisi Etika Bisnis dalam UMKM**

Etika Bisnis adalah Pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas

berarti aspek baik atau buruk, terpuji atau tercela, dan karenanya diperbolehkan atau tidak, dari perilaku manusia. Moralitas selalu berkaitan dengan apa yang dilakukan manusia, dan kegiatan ekonomis merupakan suatu bidang perilaku manusia yang penting (K. Bertens 2009).

d. **Manfaat Etika Bisnis dalam UMKM**

Manfaat Etika Bisnis untuk Pelaku bisnis adalah akan memperoleh kepercayaan dan citra yang baik di mata Konsumen. Manfaat perusahaan dalam menerapkan etika bisnis nenurut Amran (2012) yaitu:

1. Perusahaan mendapatkan kepercayaan dari Konsumen.
2. Menciptakan citra yang baik di mata Konsumen.
3. Meningkatkan motivasi pekerja.
4. Keuntungan perusahaan dapat diperoleh.

e. **Prinsip – Prinsip Etika Bisnis dalam UMKM**

Secara umum, prinsip-prinsip yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari norma. Namun, sebagai etika khusus atau etika terapan, prinsip - prinsip dalam etika bisnis sesungguhnya adalah penerapan dari prinsip etika pada umumnya (Moerdiyanto, 2009). Penerapan UMKM konsep-konsep etika bisnis oleh UMKM, yaitu:

1. Kejujuran

Kejujuran merupakan suatu prinsip etika bisnis. Kini para praktisi bisnis dan manajemen mengakui bahwa kejujuran merupakan suatu jaminan dan dasar bagi kegiatan bisnis (Moerdiyanto, 2009).

Kejujuran relevan dalam bisnis berkaitan dengan hal-hal sebagai berikut: Sutrisna (2011, h.70)

a. Kejujuran sangat penting dalam menjaga kelangsungan hubungan bisnis dengan para relasi.
b. Kesesuaian mutu dan harga sebagaimana yang diiklankan akan menciptakan kepercayaan dan kepuasan Konsumen. Perusahaan mampu bertahan apabila hubungan kerja antar individu yang ada di dalamnya dilakukan dengan berlandaskan pada kejujuran. Kejujuran yang dalam etika bisnis Pelaku UMKM tercermin dalam tindakan sebagai berikut:
    a) memberikan informasi tentang produk sesuai dengan kondisi produk, yang ditunjukkan dengan foto disertai informasi bahan, dan ukuran.
    b) Pemberian harga sesuai dengan yang dicantumkan saat promosi, syarat berlaku, menjelaskan harga produk dan ongkos kirim.
    c) Jujur dalam kualitas produk, apalagi untuk produk branded yang sudah terkenal dan banyak dijual di toko lain.

2. Tanggung Jawab

Tanggung jawab adalah perbuatan yang kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari dan merupakan kewajiban. Tanggung jawab yang diberikan oleh Pelaku UMKM ditunjukkan dengan menepati janji,

dan memberitahu ketika terjadi perubahan. Mengirimkan produk sesuai transaksi yang dilakukan sampai ke tangan Konsumen, dan sebisa mungkin menyelesaikan keluhan yang ada. Menurut Umar Hadi sebagaimana dikutip Megabudi (2009). Sebagai Pengelola maupun Pelaku jasa suatu layanan, tanggung jawab merupakan sikap yang wajib dimiliki. Karena ini menyangkut kredibilitas juga melibatkan kepuasan Konsumen. Semakin kita cepat dan tanggap dalam memberi respon yang diadukan Pelanggan semakin Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang kita berikan.

3. Bersaing dengan Sehat

Bersaing secara sehat Persaingan sehat merupakan persaingan yang mengedepankan standar etika. Hal ini dalam artian, persaingan yang selalu dilandasi oleh nilai-nilai moral yang baik. Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa Pelaku UMKM berusaha menciptakan persaingan yang sehat dengan cara menghargai Pesaing, menjaga hubungan baik dengan para Pesaing selama masih dalam batas-batas etika dalam bisnis.

4. Ramah

Sifat ramah dalam bisnis *offline* maupun *online*, termasuk media sosial Instagram, tiktok, dsb. sangat dibutuhkan. Karena Konsumen tidak bertatap muka secara langsung, maka sikap ramah ditunjukkan dengan kalimat yang ditampilkan baik melalui situs maupun dalam media instagram. Oleh karenanya sangat penting menggunakan dan mengolah kata-kata dalam Instagram, karena dapat mengekspresikan keramahan. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan kedua UMKM (fashion dan elektronik) telah bersikap ramah terhadap Konsumennya. Sifat ramah dalam Pelaku UMKM tercermin dalam melakukan interaksi dengan Konsumen dan ramah dalam menanggapi setiap pertanyaan Konsumen terkait dengan produk/jasa yang dijual. Sikap ramah akan meningkatkan jalinan komunikasi dan loyalitas Konsumen terhadap Pelaku UMKM.

5. Peduli dengan Pelanggan / Kepedulian (*empathy*)

Peduli dengan Pelanggan/kepedulian (*empathy)* kepada Pelanggan, memperhatikan permasalahan yang dihadapi Pelanggan dan sebisa mungkin memberikan solusi kepada Pelanggan. Nilai kepedulian terhadap Pelanggan tercermin dalam tindakan: (1). tidak adanya pemaksaan terhadap pembelian suatu produk, memberikan informasi yang jelas mengenai produk tersebut, misalnya kualitas produk dan (2). penangan pesanan maupun keluhan diterima secara *welcome* oleh Pelaku UMKM. Kepedulian terhadap Pelanggan menunjukkan bahwa Pelaku UMKM memegang etika bisnis yang baik (AnneAhira, 2012). Kepedulian kepada Pelanggan akan dapat meningkatkan loyalitas Pelanggan terhadap Pelaku UMKM.

6. Responsif

Responsif adalah cara Pelaku UMKM menjawab atau melayani secara responsif terhadap Konsumen. Nilai responsif terwujud dalam penyediaan waktu untuk Konsumen, menjawab setiap keingintahuan

Konsumen atas suatu produk/jasa yang dipromosikan dengan keramahan.

7. Dedikasi yang tinggi

Dedikasi yang tinggi sebagai Pelaku UMKM juga menerapkan nilai etika bisnis. Dedikasi tercermin dalam penjualan produk yang berkualitas dan pelayanan yang baik. Adanya penerapan etika bisnis dalam Pelaku UMKM tersebut dapat meningkatkan kepercayaan Konsumen, menumbuhkan loyalitas Konsumen yang ditunjukkan banyaknya Konsumen yang melakukan pembelian ulang atau sering melakukan pembelian ke Pelaku UMKM . Penerapan etika bisnis ini pada Pelaku UMKM berdampak pada adanya citra baik Pelaku UMKM dimata Konsumen, sehingga bisa meningkatkan pendapatan Pelaku UMKM.

2. Hubungan Etika Bisnis dan Sistem Ekonomi dalam Wirausaha dan UMKM.

Pada dasarnya praktek etika bisnis akan selalu menguntungkan perusahaan baik untuk jangka menengah maupun jangka panjang, karena:

1) Mampu mengurangi biaya akibat dicegahnya kemungkinan terjadinya fiksi, baik intern perusahaan maupun dengan eksternal.
2) Mampu meningkatkan motivasi pekerja.
3) Melindungi prinsip kebebasan berniaga.
4) Mampu meningkatkan keunggulan bersaing.

Tidak bisa dipungkiri, tindakan yang tidak etis yang dilakukan oleh perusahaan akan memancing tindakan balasan dari Konsumen dan Masyarakat dan akan sangat kontra produktif, misalnya melalui gerakan pemboikotan, larangan beredar, larangan beroperasi dan lain sebagainya.

Hal ini akan dapat menurunkan nilai penjualan maupun nilai perusahaan. Sedangkan perusahaan yang menjunjung tinggi nilai-nilai etika bisnis, pada umumnya termasuk perusahaan yang memiliki peringkat kepuasan bekerja yang tinggi pula, terutama apabila perusahaan tidak mentolerir tindakan yang tidak etis, misalnya diskriminasi dalam sistem remunerasi atau jenjang karier.

F. Rangkuman

Regulasi atau ketentuan pembinaan dalam UMKM dapat menjadikan sebuah usaha UMKM berjalan dengan baik dan dengan adanya bantuan dari Pemeritah yang menjadikan UMKM semakin menjadi usaha yang membantu setiap pengangguran yang kena PHK apalagi di masa-masa krisis. Apabila pembinaan dan pengembangan terhadap UMKM berhasil dilakukan Pemerintah, dunia usaha, dan Masyarakat, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama, dan dilakukan secara terarah dan terpadu serta berkesinambungan, itu berarti amanat di dalan UU No.9 Tahun 1995 telah dilaksanakan.

UU No.9 Tahun 1995 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah secara tegas menyatakan tujuan pembinaan dan pengembangan UMKM adalah: (1) menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi UMB, dan (2) meningkatkan peranan UMKM dalam pembentukan produk nasional, perluasan kesempatan kerja dan berusaha, peningkatan ekspor, serta peningkatan pemerataan pendapatan untuk mewujudkan dirinya sebagai tulang punggung serta memperkukuh struktur perekonomian nasional.

G. Evaluasi Belajar

Latihan

1. Soal

1. Apa sajakah manfaat dalam penerapan etika bisnis?
2. Sebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya pelanggaran etika bisnis UMKM!
3. Apa saja yang biasa dilaksanakan terkait dengan pembinaan dan pengembangan UMKM di bidang pemasaran?
4. **Apakah definisi Etika Bisnis dalam UMKM?**
5. **Sebutkan prinsip-prinsip etika bisnis dalam UMKM**

2. Jawaban

1. Manfaat dalam penerapan etika bisnis:
   a. Perusahaan mendapatkan kepercayaan dari Konsumen.
   b. Menciptakan citra yang baik di mata Konsumen.
   c. Meningkatkan motivasi pekerja.
   d. Keuntungan perusahaan dapat diperoleh.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya pelanggaran etika bisnis UMKM:
   a. Mementingkan keperluan pribadi.
   b. Tekanan persaingan terhadap pencapaian laba perusahaan.
   c. Pertentangan antara nilai perusahaan dengan kepentingan perorangan/oknum.
3. Pembinaan dan pengembangan UMKM di bidang pemasaran, dilaksanakan dengan:
   a. Melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran.

b. Meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran.
c. Menyediakan sarana serta dUMKMungan promosi dan uji coba pasar.
d. Mengembangkan lembaga pemasaran dan jaringan distribusi.
e. Memasarkan produk UMKM.
f. Menyediakan tenaga konsultan profesional di bidang pemasaran.
g. Menyediakan rumah dagang dan promosi UMKM.
h. Memberikan peluang pasar.

4. Definisi Etika Bisnis dalam UMKM adalah pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas berarti aspek baik atau buruk, terpuji atau tercela, dan karenanya diperbolehkan atau tidak, dari perilaku manusia. Moralitas selalu berkaitan dengan apa yang dilakukan manusia, dan kegiatan ekonomis merupakan suatu bidang perilaku manusia yang penting.

5. Prinsip-prinsip etika bisnis dalam UMKM:
   a. Kejujuran.
   b. Tanggungjawab.
   c. Bersaing secara sehat.
   d. Ramah.
   e. Peduli terhadap Pelanggan.
   f. Responsif.
   g. Memiliki dedikasi tinggi dalam menerapkan etika bisnis.

Modul 13 – 14
Manajemen dan DIaletika Koperasi

A. Pengantar

Modul koperasi ini berisikan tentang pengertian koperasi, cara kerja koperasi, bentuk dan kedudukan koperasi, persiapan mendirikan koperasi, koperasi dalam Undang-Undang (termasuk UU Cipta kerja yang baru), jenis, tujuan, fungsi koperasi, peran koperasi dalam ekonomi Negara, perjalanan koperasi di Indonesia, trade off koperasi, dualisme pengawasan lembaga keuangan/koperasi, perangkat koperasi, model KSP/USP, paparan rekomendasi untuk koperasi saat ini, pengawasan koperasi, dan ciri-ciri koperasi yang sehat.

Koperasi sudah dikenal sejak lama oleh Masyarakat Indonesia. Badan usaha yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan atas asas kekeluargaan ini juga telah cukup banyak membantu meningkatkan perekonomian Masyarakat dan pembangunan nasional. Sejak pertama kali diperkenalkan kepada Masyarakat Indonesia, badan usaha koperasi telah mampu membantu Masyarakat dalam meningkatkan kemampuan ekonominya melalui kegiatan-kegiatan usaha koperasi. Prinsip usaha dan karakter koperasi yang berbeda dengan badan usaha lainnya membuat badan usaha ini disenangi oleh Masyarakat Indonesia yang melaksanakan seluruh kegiatan perekonomiannya berdasarkan sistem ekonomi kerakyatan. Sistem ekonomi kerakyatan yang ada di Indonesia ini memang secara umum sangat cocok dengan badan usaha yang terbentuk koperasi. Keduanya sama-sama menganut asas kekeluargaan dan mengedepankan prinsip gotong-royong.

Tujuan koperasi sebagai perusahaan atau badan usaha bukan semata-semata hanya pada orientasi laba, melainkan juga pada orientasi manfaat . Karena itu, dalam banyak kasus koperasi, manajemen koperasi tidak mengejar keuntungan sebgai tujuan perusahaan karena mereka bekerja didasari dengan pelayanan. Untuk koperasi diindonesia, tujuan badan usaha koperasi adaalah memajukan kesejahteraan Anggota pada khususnya dan Masyarakat pada umumnya (UU No. 25/1992 pasal 3). Tujuan ini dijabarkan dalam berbagai aspek program oleh manajemen koperasi pada setiap rapat angggota tahunan. Koperasi juga memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pembentukan produk nasional, peningkatan ekspor, perluasan lapangan kerja dan usaha, serta peningkatan dan pemerataan pendapatan.

Pada saat ini masih banyak orang yang kurang memahami betapa pentingnya peran koperasi sebagai salah satu sektor usaha perekonomian Indonesia. Mungkin masih banyak orang yang menganggap koperasi hanyalah lembaga keuangan biasa. Namun kenyataannya koperasi merupakan salah satu dari tiga sektor usaha formal dalam perekonomian Indonesia. Dalam kegiatannya, selain menekankan pada kepentingan sosial dan ekonomi, kegiatan ekonomi juga menekankan pada kepentingan moral.

H. Kompetensi Dasar

Mahasiswa mampu memahami konsep dasar dan manajemen koperasi yang sehat.

I. Kemampuan Akhir yang Diharapkan

Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar dan manajemen koperasi yang sehat.

J. Kegiatan Pembelajaran

7. Pembelajaran diselenggarakan untuk memahami materi 1 dengan pendekatan *Contextual Instruction.*
8. Mahasiswa mempelajari penjelasan materi mengenai konsep dasar dan manajemen koperasi selama 100 menit.

K. Materi Belajar

A. Pengertian Koperasi

Koperasi adalah badan usaha yang dimiliki dan dijalankan oleh Anggotanya untuk memenuhi kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial dan budaya. Sedangkan pengertian koperasi yang lebih formal adalah sesuai dengan Undang Undang No. 17 Tahun 2012 pasal 1, yaitu:

Koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum koperasi, dengan pemisahan kekayaan para Anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip koperasi.

Koperasi didirikan dengan berlandaskan pada Pancasila dan Undang Undang Dasar 1945. Artinya, dalam menjalankan usahanya koperasi harus tunduk pada aturan dalam Pancasila dan UUD ’45.

Koperasi dijalankan dengan asas kekeluargaan. Artinya, koperasi tidak bertujuan untuk menguntungkan satu orang saja, tetapi mencapai keuntungan bersama. Hal ini membedakan koperasi dengan badan usaha lainnya.

B. Cara Kerja Koperasi

Meskipun dikatakan sebagai “usaha”, namun ternyata cara kerja koperasi tidak sepenuhnya sama dengan cara kerja perusahaan pada umumnya. Cara kerja koperasi dilandasi dengan prinsip-prinsip beserta hukum yang berlaku.

- **Prinsip Koperasi**

Menjalankan koperasi berbeda dengan menjalankan usaha biasa karena ada prinsip-prinsip yang harus dipenuhi.

Prinsip-prinsip itu adalah:

- Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka.

Sukarela artinya Anggota bergabung tanpa paksaan. Terbuka berarti siapa saja yang mampu menjalankan

kewajiban sebagai Anggota berhak bergabung dalam koperasi.

- Pengawasan oleh Anggota diselenggarakan secara demokrasi.

Demokrasi artinya setiap Anggota diperbolehkan menyampaikan pendapat sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pengurus maupun Pengawas tidak bisa mencabut hak-hak seorang Anggota kecuali Anggota tersebut mengundurkan diri dari posisinya.

- Anggota berpartisipasi aktif dalam kegiatan ekonomi koperasi.

Setiap Anggota memiliki perannya sendiri-sendiri dalam koperasi, baik sebagai pengurus, pengawas maupun Anggota yang berkontribusi dengan melaksanakan kegiatan usaha koperasi.

- Pemberian balas jasa sesuai modal.

Balas jasa berupa SHU diberikan kepada Anggotanya secara adil. Bagi Anggota yang menyertakan modal besar, maka SHU yang diterima akan besar juga. Begitu juga sebaliknya.

- Koperasi merupakan badan usaha swadaya yang otonom dan independen.

Artinya dalam menjalankan usahanya koperasi tidak dipengaruhi oleh kepentingan individu Anggotanya maupun kepentingan pihak luar.

- Koperasi menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan.

Pendidikan dan pelatihan diberikan baik untuk Anggota atau Masyarakat umum. Pendidikan dan pelatihan untuk Anggota bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mereka sehingga koperasi dapat beroperasi lebih baik, sedangkan pelatihan untuk Masyarakat umum bertujuan untuk meningkatkan kesadaran Masyarakat akan peran koperasi dalam meningkatkan kesejahteraan.

- Koperasi memperkuat gerakan dengan bekerjasama.

Kerjasama dengan koperasi lain maupun dengan organisasi lain dapat dilakukan lewat jaringan kegiatan pada tingkat lokal, regional, nasional dan internasional. Tujuan dari kerja sama adalah untuk memperkuat gerakan koperasi sehingga dapat memberikan manfaat yang lebih besar lagi bagi perekonomian nasional.

C. Bentuk dan kedudukan

Koperasi terdiri dari dua bentuk, yaitu Koperasi Primer dan Koperasi Sekunder.

a) Koperasi Primer adalah koperasi yang beranggotakan sekelompok orang dengan jumlah Anggota sekurang-kurangnya 20 orang.
b) Sedangkan Koperasi Sekunder adalah koperasi yang beranggotakan badan-badan hukum koperasi, yang dibentuk oleh sekurang-kurangnya 3 koperasi yang telah berbadan hukum.
c) Pembentukan koperasi, baik itu primer dan sekunder dilakukan dengan akta pendirian yang memuat Anggaran Dasar.
d) Koperasi memiliki tempat kedudukan di dalam wilayah negara Republik Indonesia.
e) Koperasi memiliki status badan hukum setelah akta pendiriannya disahkan oleh Pemerintah.
f) Di Indonesia itu sendiri, hanya terdapat dua badan usaha yang diakui kedudukannya sebagai badan hukum, yaitu Koperasi dan Perseroan Terbatas (PT). Oleh karena itu, kedudukan atau status hukum Koperasi sama dengan Perseroan Terbatas.

D. Persiapan Mendirikan Koperasi

Anggota Masyarakat yang harus mendirikan koperasi harus mengerti maksud dan tujuan dalam berkoperasi itu sendiri, termasuk kegiatan usaha yang akan dilaksanakan oleh koperasi untuk meningkatkan pendapatan dan manfaat yang sebesar-besarnya bagi Anggota.

Agar orang-orang yang mendirikan koperasi memperoleh pengertian, maksud, tujuan, struktur organisasi, manajemen, prinsip-prinsip koperasi, serta prospek pengembangan koperasi itu sendiri, maka mereka harus mendapatkan penyuluhan dan pendidikan serta latihan dari Kantor Departmen Koperasi, Pengusaha Kecil, dan Menengah setempat.

E. Koperasi Dalam Undang-Undang

UU No.17 tahun 2012 tentang Perkoperasian merupakan pengganti UU No.25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian yang memuat pembaharuan hukum, sehingga mampu mewujudkan Koperasi sebagai organisasi ekonomi yang sehat, kuat, mandiri, dan tangguh, serta terpercaya sebagai entitas bisnis, yang mendasarkan kegiatannya pada nilai dan prinsip Koperasi.

Undang-Undang Nomor 17 tahun 2012 tentang Perkoperasian menegaskan bahwa pemberian status dan pengesahan perubahan Anggaran Dasar dan mengenai hal tertentu merupakan wewenang dan tanggung jawab Menteri. Pun Pemerintah memiliki peran dalam menetapkan kebijakan serta menempuh langkah yang mendorong Koperasi sehingga dapat tumbuh dan berkembang dengan baik. Untuk mendorong langkah tersebut, Pemerintah wajib menghormati jati diri, keswadayaan, otonomi, dan independensi Koperasi tanpa melakukan campur tangan terhadap urusan internal Koperasi.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 tahun 2012 tentang Perkoperasian disahkan pada tangal 29 Oktober 2012 di Jakarta oleh Presiden Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 tahun 2012 tentang Perkoperasian diundangkan oleh Menkumham. Amir Syamsudin dan mulai berlaku pada tanggal 30 Oktober 2012. UndangUndang Nomor 17 tahun 2012 tentang Perkoperasian diumumkan pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 212, dan Penjelasan Atas Undang-Undang Nomor 17 tahun 2012 tentang Perkoperasian diumumkan dalam Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5355, agar seluruh orang Indonesia mengetahuinya.

Koperasi Dalam UU Cipta Kerja – Terbaru

Undang-Undang (UU) Cipta Kerja yang disahkan pada rapat Paripurna DPR RI pada 5 Oktober lalu tak lepas membahas mengenai Koperasi. Pembahasan terkait koperasi dijabarkan dalam Bab V tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan, Koperasi, Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah.

Ada beberapa perubahan UU tentang Koperasi di dalam UU Cipta Kerja. Perubahan diantaranya adalah terkait dengan pembentukan koperasi, dimana pada UU Cipta Kerja diatur ketentuan pasal 6 diubah menjadi:

Pasal 6 (1) Koperasi Primer dibentuk paling sedikit oleh 9 (sembilan) orang. Pada UU sebelumnya yaitu UU No.25 tahun 1992 mengenai Perkoperasian diatur bahwa Koperasi Primer dibentuk sekurang-kurangnya 20 orang.

Adapula aturan mengenai digitalisasi koperasi diakomodir dengan buku daftar Anggota dapat berupa dokumen tertulis atau dokumen elektronik. Tak hanya itu digitalisasi koperasi juga mengakomodir rapat secara daring.

Kemudian di antara Pasal 44 dan Pasal 45 disisipan satu pasal, yakni Pasal 44A yang berisi mengenkoperasi dengan prinsip Syariah diakomodir penuh dari perangkat organisasi, kegiatan usaha koperasi hingga Dewan Pengawas Syariah. Adapun pasal tersebut berbunyi sebagai berikut:

Pasal 44A:

(1) Koperasi dapat menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.
(2) Koperasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus mempunyai dewan pengawas syariah.
(3) Dewan pengawas syariah sebagaimana dimaksud pada ayat (2) terdiri atas 1 (satu) orang atau lebih yang memahami syariah dan diangkat oleh Rapat Anggota.
(4) Dewan pengawas syariah sebagaimana dimaksud pada ayat (2) bertugas memberikan nasihat dan saran kepada Pengurus serta mengawasi kegiatan Koperasi agar sesuai dengan prinsip syariah.
(5) Dewan pengawas syariah sebagaimana dimaksud pada ayat (2) selanjutnya mendapatkan pembinaan atau pengembangan kapasitas oleh Pemerintah Pusat dan/atau Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia.
(6) Ketentuan lebih lanjut mengenai Koperasi yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah diatur dalam Peraturan Pemerintah.

F. Jenis-jenis Koperasi

1. Non KSP, meliputi:

- Koperasi Produsen yaitu koperasi yang berfungsi membantu kegiatan proses produksi yang dilakukan Anggotanya. Proses produksi ini mencakup menyediakan bahan baku untuk proses produksi, membantu menyediakan berbagai macam alat yang digunakan dalam proses produksi dan juga membantu produksi berbagai macam jenis barang tertentu.

Contoh, koperasi membantu mempersiapkan bibit dan pupuk untuk menanam padi, koperasi perajin batik, koperasi peternak sapi perah, koperasi produsen tahu tempe, dan lainnya. Dalam Gabungan Koperasi Susu Indonesia (GKSI) misalnya, Anggotanya adalah peternak yang menghasilkan susu. Lewat koperasi, kerja sama berlangsung vertikal. Susu didistribusikan dari peternak ke koperasi. Susu kemudian disalurkan kepada Industri Pengolah Susu (IPS). Sebagian besar produksi susu segar berasal dari peternakan rakyat. Koperasi berfungsi sebagai pengumpul dan penyalur. Koperasi juga memberi layanan input produksi agar susu yang diproduksi sesuai dengan kebutuhan di pasaran. Sistem ini disebut sistem klaster (cluster).

- Koperasi Konsumen yaitu koperasi yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari Anggotanya. Kelebihannya adalah jika Anggota yang berbelanja kebutuhan maka harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan dengan harga di toko lain. Karena tujuan utama dari koperasi ini adalah mensejahterakan para Anggotanya.

Contoh koperasi konsumen adalah koperasi sekolah, koperasi serbausaha (KSU), koperasi unit desa (KUD), dan koperasi pegawai negeri (KPN).

- Koperasi Pemasaran yaitu koperasi yang dibentuk untuk membantu Anggota mendistribusikan barang atau jasa yang dihasilkan hingga sampai di tangan konsumen.

2. KSP (Koperasi Simpan Pinjam).

Yaitu koperasi dapat menyediakan pinjaman uang sekaligus tempat menyimpan uang. Uang pinjaman diperoleh dari dana yang dikumpulkan secara bersama-sama oleh para Anggotanya.

- Konvensional.

Koperasi merupakan organisasi swasta, yang dibentuk secara sukarela oleh orang-orang yang mempunyai persamaan kepentingan, dengan maksud mengurusi kepentingan para Anggotanya serta menciptakan keuntungan timbal balik bagi Anggota koperasi maupun perusahaan koperasi.

- Syariah.

Koperasi syari'ah juga memiliki pengertian yang sama yang kegiatan usahanya bergerak di bidang pembiayaan, investasi, dan simpanan sesuai pola bagi hasil (syariah), atau lebih dikenal dengan Koperasi Simpan Pinjam Pola Syariah (KSPPS).

G. Tujuan Koperasi

Berdasarkan UU yang mengatur koperasi pada pasal 3, koperasi memiliki tujuan untuk mensejahterakan Anggota pada khususnya dan Masyarakat pada umumnya, serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan Masyarakat yang maju, adil, dan makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

Berdasarkan pasal tersebut, bisa disimpulkan bahwa yang menjadi prioritas untuk disejahterakan adalah Anggota koperasi terlebih dahulu, kemudian koperasi diharapkan bisa memberikan kontribusi jika memungkinkan untuk Masyarakat sekitar. Karena pada dasarnya, Anggota koperasi adalah Anggota Masyarakat, maka dengan jalan ini diharapkan koperasi dapat berperan aktif dalam menaikkan taraf hidup Masyarakat

H. Fungsi Koperasi

Berdasarkan UU No.25 tahun 1992 tentang perkoperasian, fungsi-fungsi koperasi adalah sebagai berikut:

- Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi Anggota pada khususnya dan Masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya.
- Berperan serta secara aktif dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan manusia dan Masyarakat.

- Memperkukuh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai guru utamanya.
- Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

I. Peran Koperasi dalam Ekonomi Negara

a. Koperasi dapat mengurangi tingkat pengangguran.

Kehadiran koperasi diharapkan dapat menolong nasib mereka yang membutuhkan pekerjaan, karena dengan adanya koperasi akan dibutuhkan banyak pekerja untuk mengelola usahanya.

b. Koperasi dapat mengembangkan kegiatan usaha Masyarakat

Sebagai contoh, koperasi yang bergerak dalam bidang usaha pengadaan alat-alat pertanian yang dibutuhkan oleh petani. Dengan adanya koperasi tersebut, maka petani dapat membeli kebutuhan alat-alat pertanian di koperasi dengan harga lebih murah, sehingga dapat meningkatkan kegiatan usaha pertanian tersebut.

c. Koperasi dapat berperan ikut meningkatkan pendidikan rakyat, terutama pendidikan perkoperasian dan dunia usaha.

Koperasi dapat memberikan pendidikan kepada para Anggota koperasi dan dapat mengamalkan pengetahuannya tersebut kepada Masyarakat sekitar.

d. Koperasi dapat berperan sebagai alat perjuangan ekonomi.

Sesuai dengan prinsip koperasi bahwa koperasi harus memiliki kemandirian, sehingga mampu bersaing dengan badan usaha lainnya. Majunya koperasi akan dapat memberi dorongan untuk meningkatkan taraf hidup para Anggota dan Masyarakat.

e. Koperasi Indonesia dapat berperan menciptakan demokrasi ekonomi. Demokrasi ekonomi yang dimaksud adalah menekankan peran aktif Masyarakat dalam pembangunan, sedangkan pemerintah hanya wajib memberi dorongan, pengarahan, dan bimbingan.

f. Koperasi Indonesia berperan serta dalam membangun tatanan perekonomian nasional.

Koperasi sebagai salah satu urat nadi perekonomian bangsa, perlu dikembangkan bersama kegiatan usaha lainnya. Dengan memberdayakan koperasi, berarti pula dapat memberdayakan Masyarakat, yang pada akhirnya akan dapat memberdayakan perekonomian nasional.

J. Perjalanan Koperasi di Indonesia

Koperasi di Indonesia Setelah Kemerdekaan.

Keinginan dan semangat untuk berkoperasi yang hancur akibat politik pada masa kolonial Belanda dan dilanjutkan oleh sistem kumini pada zaman penjajahan Jepang, lambat laun setelah Indonesia merdeka kembali menghangat. Apalagi dengan adanya Undang-Undang Dasar Republik Indonesia tahun 1945, pada pasal 33 yang menetapkan koperasi sebagai soko guru perekonomian Indonesia, maka kedudukan hukum koperasi di Indonesia benar-benar menjadi lebih mantap.

Dan sejak saat itu Moh.Hatta sebagai Wakil Presiden Republik Indonesia lebih intensif mempertebal kesadaran untuk berkoperasi bagi bangsa Indonesia, serta memberikan banyak bimbingan dan motivasi kepada gerakan koperasi agar meningkatkan cara usaha dan cara kerja, atas jasa-jasa Beliaulah maka Moh.Hatta diangkat sebagai Bapak Koperasi Indonesia.

Beberapa kejadian penting yang mempengaruhi perkembangan koperasi di Indonesia:

- Pada tanggal 12 Juli 1947, dibentuk SOKRI (Sentral Organisasi Koperasi Rakyat Indonesia) dalam Kongres Koperasi Indonesia I di Tasikmalaya, sekaligus ditetapkannya sebagai Hari Koperasi Indonesia.
- Pada tahun 1960 dengan Inpres No.2, koperasi ditugaskan sebagai badan penggerak yang menyalurkan bahan pokok bagi rakyat. Dengan inpres No.3, pendidikan koperasi di Indonesia ditingkatkan baik secara resmi di sekolah-sekolah, maupun dengan cara informal melalui siaran media masa, dll. yang dapat memberikan informasi serta menumbuhkan semangat berkoperasi bagi Rakyat.
- Pada tahun 1961, dibentuk Kesatuan Organisasi Koperasi Seluruh Indonesia (KOKSI).
- Pada tanggal 2-10 Agustus 1965, diadakan (Musyawarah Nasional Koperasi) MUNASKOP II yang mengesahkan Undang-Undang koperasi No.14 tahun 1965 di Jakarta.
- 1965, Pemerintah mengeluarkan Undang–Undang No.14 th.1965, dimana prinsip NASAKOM (Nasionalis, Agama, dan Komunis) diterapkan di koperasi. Tahun ini juga dilaksanakan MUASKOP II di Jakarta.
- 1967, Pemerintah mengeluarkan Undang – Undang No.12 tahun 1967 tentang Pokok–Pokok Perkoperasian disempurnakan dan diganti dengan UU No.25 tahun 1992 tentang Perkoperasian.
- Pada tahun 1969, disahkan Badan Hukum terhadap badan kesatuan Gerakan Koperasi Indonesia (GERKOPIN).
- Pada tanggal 9 Februari 1970, dibubarkannya GERKOPIN dan sebagai penggantinya dibentuk Dewan Koperasi Indonesia (DEKOPIN).
- Pada tanggal 21 Oktober 1992, disahkan Undang-Undang No.25 tahun 1992 tentang perkoperasian, undang-undang ini merupakan landasan yang kokoh bagi koperasi Indonesia di masa yang akan datang.

Pada awal 1990-an, dilatarbelakangi gejala lahirnya konglomerat dengan grup-grup bisnis besar dan BUMN, timbul wacana mengapa koperasi justru berada di buritan perkembangan ekonomi.

Padahal, koperasi dibina oleh Pemerintah dan memiliki kontribusi besar terhadap tercapainya swasembada beras tahun 1984.

Para pengamat ekonomi umumnya berpendapat, jawabannya terletak pada konsep koperasi yang lebih dipahami sebagai lembaga sosial daripada badan usaha berorientasi pasar. Karena itu, timbul usaha untuk merevisi UU No.12/1967, yang kemudian melahirkan UU No.25/1992. Dalam UU itu, koperasi dibedakan menjadi dua kategori.

Pertama sebagai gerakan ekonomi rakyat. Kedua sebagai badan usaha yang bermotif keuntungan. Maksud UU baru itu sebenarnya adalah memberi peluang bagi koperasi untuk berkembang menjadi badan usaha. Dari situlah timbul gagasan-gagasan untuk melakukan revitalisasi.

Masuk tahun 2000-an hingga sekarang perkembangan koperasi di Indonesia cenderung jalan di tempat dan hingga sekarang, di era 2000-an ini, koperasi wajib berbadan hukum tetap berjalan melalui **OSS** (*One Single Submission*).

K. Trade Off Koperasi dalam Sektor Ekonomi dari Era ke Era.

Pada tahun 60-an , awal didirikannya koperasi, Koperasi Produksi menjadi unggulan, contoh:
Koperasi susu – Koperasi Batik – Kop. Tembakau, dsb..
Pada tahun 80-an, Koperasi Profesi menjadi unggulan, contoh:
Koperasi Tani – Koperasi Nelayan – Koperasi Pegawai / Karyawan.
Pada tahun 90-an, hadirnya Koperasi Keuangan yang dinilai cukup membantu Masyarakat dalam pengadaan dana yaitu seperti Koperasi Simpan Pinjam dan Koperasi Kredit.
Pada awal tahun 2000-an, Koperasi Jasa turut meramaikan sektor koperasi di Indonesia. Seperti misalnya Koperasi Asuransi, Angkutan, dsb..

L. Dualisme Pengawasan Lembaga Keuangan di bawah Kemenkop. dan OJK.

Keuangan mikro di Indonesia statusnya bisa di bawah naungan dua lembaga, yaitu Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menegah (Kemenkop. UKM) atau Otoritas Jasa Keuangan (OJK).
Dalam konteks lembaga keuangan mikro ada regulasi Undang-Undang (UU) No.25 tahun 1991, didalamnya disebutkan tentang praktik koperasi.
Tentang praktik koperasi syariah, itu dituangkan dalam peraturan Menteri Koperasi, bernama Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah atau KSPPS. Jadi bagi lembaga keuangan mikro yang ingin berbadan hukum koperasi dan berjenis KSPPS, bisa menginduknya di bawah otoritas Kemenkop UKM.
Namun, selain UU Koperasi ada satu lagi yaitu UU No.1 Tahun 2013, yakni UU tentang Lembaga Keuangan Mikro. Dengan UU tersebut, lembaga keuangan mikro diberikan kebebasan, jika koperasi ingin di bawah OJK, maka namanya Koperasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah.
Ketentuan ini merupakan pilihan masing-masing. Diantara Kemenkop. dan OJK yang membedakan hanyalah dari sisi pengawasannya.
Dari segi perlakukan, bila lembaga keuangan mikro di bawah naungan OJK, maka diwajibkan untuk membuat laporan setiap tiga bulan sekali. Bila terjadi kasus seperti kredit bermasalah, maka lembaga keuangan mikro akan ditangani OJK.
Sementara pengawasan dari Kemenkop dan UKM terletak pada Dinas Koperasi dan UKM, akan ada peran Dinas Koperasi dan UKM, seperti pembinaan.

M. Perangkat Koperasi

Untuk bisa berjalan lancar, koperasi memerlukan perangkat. Perangkat yang dimaksud di sini adalah:

a **Rapat Anggota.**

Rapat Anggota merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam koperasi. Keputusan-keputusan penting dalam koperasi seperti pemilihan Pengurus, pembagian SHU, dan penetapan dana cadangan diambil pada saat Rapat Anggota.

Rapat Anggota dihadiri oleh seluruh Anggota. Setiap Anggota memiliki satu suara yang dapat digunakan saat pengambilan keputusan. Umumnya, Rapat Anggota diadakan setahun sekali dan sering disebut sebagai RAT (Rapat Anggota Tahunan).

b **Pengurus.**

Untuk menjalankan koperasi, diperlukan beberapa orang yang bertanggung jawab melakukannya. Orang-orang ini disebut sebagai pengurus dan bertugas menjalankan koperasi secara umum.

Pengurus dipilih melalui Rapat Anggota dan memiliki masa jabatan selama lima tahun.

c **Pengawas.**

Untuk mencegah adanya kecurangan dalam pengelolaan koperasi, kinerja Pengurus akan diawasi oleh Pengawas. Setiap tahunnya, Pengawas melakukan audit atas kondisi manajerial, kondisi finansial, serta kondisi fisik/inventaris koperasi. Pengawas juga melaporkan hasil kinerja Pengurus.

Pengawas dipilih melalui Rapat Anggota.

d **Pengelola.**

Pengurus bertugas menjalankan koperasi secara umum, sedangkan Pengelola bertugas menjalankan usaha

koperasi sesuai arahan dari Pengurus. Pengelola sering juga disebut sebagai Manajer. Pengelola ditunjuk oleh Pengurus.

Hak dan Kewajiban Anggota Koperasi.

Saat seseorang menjadi Anggota koperasi, secara otomatis dia akan mendapatkan hak dan kewajiban. Hak dan kewajiban Anggota koperasi diatur dalam pasal 20 UU No.25/1992.

Kewajiban Anggota koperasi adalah sebagai berikut:

- Mematuhi anggaran dasar dan anggaran rumah tangga koperasi serta semua keputusan yang telah disepakati bersama dalam rapat Anggota.
- Berpartisipasi dalam kegiatan usaha yang diselenggarakan oleh koperasi.
- Mengembangkan dan memelihara kebersamaan azas kekeluargaan

Hak Anggota koperasi adalah sebagai berikut:

- Menghadiri, menyatakan pendapat dan memberikan suara dalam rapat Anggota.
- Memilih dan atau dipilih menjadi Pengurus.
- Meminta diadakan rapat Anggota menurut ketentuan-ketentuan dalam anggaran dasar.
- Mengemukakan pendapat atau saran-saran kepada pengurus diluar rapat Anggota, baik diminta atau tidak diminta.
- Memanfaatkan koperasi dengan mendapat pelayanan yang sama antar sesama Anggota.
- Mendapatkan keterangan mengenai perkembangan menurut ketentuan dalam anggaran dasar
- Tidak ada yang dapat mencabut hak Anggota koperasi, termasuk Pengurus sekalipun. Hak dan kewajiban seorang Anggota koperasi akan gugur hanya saat dia tidak lagi menjadi Anggota.

L. 7 (tujuh) Model Bisnis KSP/USP.

	KSP/USP	Model Bisnis & Skala
1	Balo'ta (Toraja)	• KSP dengan model bisnis **kuasi-kopdit** • KSP berskala **Nasional**
2	BMT Tamziz (Wonosobo)	• Mewakili tipe **KJKS** • KSP berskala **Nasional**
3	CU Pancur Kasih (Pontianak)	• KSP dengan sistem ***Credit Union*** • KSP berskala **Provinsi**

4	Kospin Jasa (Pekalongan)	• KSP yang memiliki model bisnis **kuasi-perbankan** • Berskala **Nasional**
5	Komida (Bogor)	• USP dengan sistem **tanggung renteng** dan *target group* perempuan miskin • USP berskala **Kabupaten**
6	Rukun Makmur (Madiun)	• **USP** dari KUD yg masih bertahan • USP berskala **Kabupaten**
7	Swamitra Koppas Cipulir (Jakarta)	• Merupakan **USP mitra** Bank Bukopin • USP berskala **Kota**

M. Ada 3 (tiga) isu Tantangan Utama Koperasi:

1. Kompleksitas Koperasi.

- Koperasi beraset puluhan juta sampai triliunan rupiah.
- Koperasi yang tidak memiliki komputer sampai yang beroperasi berbasis teknologi.

  Pada era revolusi industri 4.0, koperasi tidak boleh ketinggalan. Koperasi harus dapat memanfaatkan teknologi informasi. Koperasi butuh ide kreatif, aktif, dan inovatif. Contoh inovasi usaha yang kreatif berkaitan dengan revolusi industri 4.0 adalah munculnya transportasi dengan sistem *ride-sharing* seperti Go-Jek dan Grab.

  Para pelaku koperasi harus dapat mengimplementasikan dan memanfaatkan perkembangan teknologi guna meningkatkan kualitas dan kemudahan dalam pelayanan. Secara sederhana, koperasi minimal harus memiliki dan mengaktifkan website dan media sosial yang aktif dan dapat diakses dengan mudah oleh Anggota, calon Anggota, dan Masyarakat.
- Pengurus dan atau Pengelola yang belum pernah mendapatkan pendidikan Koperasi sampai yang bersertifikasi.

  Sumber daya manusia yang tersedia terkadang kurang memiliki keahlian sehingga menyebabkan kurangnya kerja sama antara Pengurus, Pengawas, dan Anggotanya. Rendahnya kualitas SDM dipengaruhi oleh kurangnya pendidikan koperasi yang mengakibatkan koperasi tidak berjalan lancar.

  Tingkat keterampilan SDM pada Koperasi, pada umumnya masih relatif rendah dan hal ini menjadikan produk yang dihasilkan relatif stagnan, baik ditinjau dari segi kualitas maupun kuantitas. Tingkat kualitas produk yang relatif produk yang kurang atau tidak sesuai dengan keinginan pasar, tentunya produk tidak laku terjual. Kondisi ini akan menyebabkan Koperasi

mengalami stagnasi bahkan dapat bangkrut. Disisi lain, jumlah produk yang relatif sedikit, mencerminkan terjadinya in-efisiensi di usaha Koperasi dan tentunya hal ini akan berdampak pada harga pokok produksi yang semakin mahal.

- Berlokasi di pusat Pemerintahan sampai ke pelosok pedesaan.

2. Ada 4 Regulasi OJK yang menjadi tantangan baru bagi Koperasi (KSP/KSPPS).
   POJK NO.35 TAHUN 2018 tentang Usaha Pembiayaan.
   POJK NO.13 TAHUN 2018 tentang Inovasi Keuangan Digital (*Fintech*).
   POJK NO.37 TAHUN 2018 tentang Layanan Urun Dana Melalui Penawaran Saham.
   POJK NO.31 TAHUN 2016 tentang Usaha Pegadaian.
3. Pemanfaatan Teknologi dalam Koperasi.
   - Bukti Keanggotaan apakah masih relevan HARUS bertanda-tangan BASAH di Buku Keanggotaan.
   - Pelaksanaan RAT yang berjumlah ribuan-ratusan ribu dapat melakukan RAT melalui platform TI.
   - Proses transaksi pembayaran dan proses simpan-pinjam melalui platform TI.
   - Pembatasan keanggotaan berbasis wilayah, masihkah relevan, jika pendaftaran berbasis teknologi.

N. Paparan Rekomendasi

1. Pengawasan Koperasi.

Pengawas koperasi merupakan bagian dari perangkat atau struktur koperasi disamping rapat Anggota dan Pengurus koperasi di Indonesia. Hal tersebut tercantum dalam pasal 21, UU Nomor 25 Tahun 19912 Tentang Perkoperasian Indonesia.

Pasal 38 ayat (1) menyatakan bahwa Pengawas dipilih dari dan oleh Anggota koperasi dalam Rapat Anggota. Selanjutnya Pengawas bertanggung jawab kepada Rapat Anggota (ayat 2).

Jelaslah bagi kita bahwa Pengawas koperasi tidak bertanggung jawab kepada Pengurus melainkan kepada Rapat Anggota.

Tugas dan wewenang Pengawas koperasi sebagaimana diatur dalam pasal 39, secara umum, Pengawas koperasi bertugas mengawasi manajemen koperasi dan membuat laporan tahunan.

Secara rinci tugas dan wewenang Pengawas koperasi adalah:

Tugas Pengawas koperasi:

1. Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijaksanaan dan pengelolaan koperasi.
2. Membuat laporan tertulis tentang hasil pengawasannya.
3. Persyaratan untuk dapat dipilih dan diangkat sebagai Anggota Pengawas ditetapkan dalam Anggaran Dasar Koperasi.

Wewenang Pengawas koperasi:

1. Meneliti catatan yang ada pada Koperasi.

2. Mendapatkan segala keterangan yang diperlukan.

3. Pengawas harus merahasiakan hasil pengawasannya terhadap Pihak Ketiga.

Tujuan dan sasaran pengawasan Koperasi.

Tujuan:

a. Meningkatkan efektifitas pelaksanaan pengawasan Koperasi oleh pemerintah, Pemerintah Provinsi, dan Pemerintah Kabupaten/Kota sesuai dengan wilayah Keanggotaan Koperasi.

b. Meningkatkan kesadaran para Pengelola Koperasi dalam Mewujudkan kondisi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Dengan adanya pengelolaan dana yang bersumber dari Publik/Masyarakat/Anggota dan keterkaitan antar lembaga keuangan tersebut, perlu ada pengelolaan *risk appetite*, regulasi , dan pengawasan dengan tujuan untuk menjaga stabilitas lembaga keuangan, sistem keuangan, dan pengguna jasa keuangan (Konsumen) dari berbagai faktor risiko dengan tetap memberi ruang yang cukup dalam melakukan inovasi.

Sasaran pengawasan Koperasi adalah:

a) Terwujudnya peningkatan kepatuhan Koperasi terhadap Peraturan perundang-undangan.

b) Terbentuknya Koperasi yang kuat, sehat, mandiri, dan tangguh.

c) Terwujudnya Koperasi yang akuntabel.

2. Rekomendasi Koperasi dalam Bidang IT.

Pada dunia koperasi, pemanfaatan teknologi internet mulai menggeser paradigma pendirian unit-unit usaha koperasi. Sebagai contoh dengan teknologi e-commerce koperasi tidak lagi harus mendirikan bangunan toko secara fisik. Dengan e-commerce koperasi sudah dapat mendirikan toko (secara maya) di internet yang memiliki jangkauan (*coverage*) lebih luas, apalagi barang-barang yang dijual nantinya adalah barang-barang yang disukai penduduk dari negara lain.

Disamping membuat situs e-commerce mestinya tak ketinggalan perlu menyisipkan *company profile* sebagai promosi tentang koperasi itu sendiri. Apalagi dengan memanfaatkan situs jejaring sosial semacam facebook sebagai media promosi, karena pada dasarnya promosi bertujuan melakukan penetrasi pasar bahkan dengan memanfaatkan situs jejaring sosial pula dapat dilakukan *market research*. Metode-metode pembayaran online seperti e-banking, paypal, liberty reserve dll. menjadikan bisnis di internet semakin disukai.

Perlu adanya upaya strategis dan sistematik bagi gerakan koperasi untuk melakukan modernisasi manajemen dan integrasi secara vertikal koperasi berbasis IT sehingga koperasi mampu mengelola usahanya secara korporasi.

Dengan menjangkau pasar yang lebih luas harapannya adalah peningkatan pendapatan koperasi, jika peningkatan pendapatan telah terpenuhi berikutnya adalah peningkatan kualitas, bila rangkaian ini telah didapatkan maka kesejahteraan Anggota dan Pengurus koperasi dengan sendirinya akan terpenuhi. Dengan terpenuhinya kesejahteraan Anggota dan Pengurus juga akan meningkatkan perekonomian itu sendiri. Selain itu digitalisasi koperasi juga memfasilitasi pembiayaan murah kepada Anggotanya sehingga

menekan biaya dan lebih efisien.

Lahirnya Undang-Undang Cipta Kerja yang disahkan DPR RI pada tanggal 5 Oktober 2020 turut menata sistem manajemen koperasi agar lebih modern dan makin diminati Masyarakat. UU Cipta Kerja mengubah konsep bisnis koperasi menjadi lebih modern dengan pendekatan digitalisasi.

Koperasi kerap melakukan rapat Anggota termasuk Rapat Anggota Tahunan. Dalam skala nasional, rapat sulit terlaksana karena membutuhkan tanda tangan dari masing-masing Anggota menggunakan tinta atau tanda tangan basah. Mengikuti kemajuan teknologi informasi, pemerintah pun kemudian menerapkan kepada koperasi yaitu dengan metode rapat digital. Hal itu tercantum dalam UU Cipta Kerja ayat 3 pasal 22 mengenai Perkoperasian. Disebutkan di situ, kehadiran Anggota koperasi dapat dilakukan dengan sistem virtual memanfaatkan teknologi informasi. Selain itu, pada ayat 2 pasal 17 disebutkan bahwa daftar Anggota koperasi dapat berbentuk dokumen tertulis atau dokumen elektronik.

Ada beberapa kendala pengembangan teknologi finansial koperasi, antara lain:

- **E-KYC dan Digital ID.**

Salah satu masalah yang kerap ditemui adalah hambatan regulasi dalam proses verifikasi calon Pelanggan, atau dikenal sebagai Know Your Customer (KYC).

Tahapan yang panjang dalam regulasi ini menghasilkan berbagai permasalahan kompleks sehingga menghambat kemampuan perusahaan fintech untuk menjangkau lebih banyak calon Pelanggan.

- **Batasan Jaringan Agen.**

Jaringan agen yang mempunyai batasan yang disebabkan oleh berbagai faktor di antaranya regulasi, teknologi, dan infrastruktur digital.

- **Literasi keuangan Rendah.**

Literasi keuangan merupakan hal yang amat penting untuk diperhatikan. Literasi yang rendah mengenai keuangan dapat membawa dampak buruk bagi kehidupan di masa kini dan masa depan.

Contohnya, banyak Masyarakat sudah terkena dampak dari investasi ‘bodong’. Setidaknya pada kurun 2008-2018, kerugian yang diakibatkan oleh investasi tidak terpercaya tersebut mencapai sekitar Rp.88,8 triliun. Hal ini disebabkan oleh kurangnya literasi Masyarakat.

- **Infrastruktur internet dan mobile.**

Infrastruktur internet di beberapa daerah yang masih rendah mengakibatkan hambatan para Pelaku usaha untuk melakukan kegiatan fintech. Akibat rendahnya tingkat infrastruktur mengakibatkan banyak para Pelaku yang belum terjangkau teknologi.

3. Beberapa rekomendasi lainnya:

- **Transfromasi digital sektor usaha simpan pinjam.**

Pemanfaatan teknologi digital di era modern ini harus dimaksimalkan. Sehingga koperasi dapat bersaing dengan Pelaku usaha lainnya. Selain itu, akses fintech dapat menjangkau Peserta usaha secara lebih luas karena terhubung melalui jaringan internet.

Lewat Undang-Undang Nomor 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Pemerintah berupaya melakukan

transformasi digital. Salah satunya dengan mendorong pelaku UMKM untuk masuk ke pasar digital sekaligus membuat pelaku usaha informal menjadi usaha formal.

- **Peningkatan kemitraan antara perusahaan *FinTech* dengan Lembaga Keuangan Formal (Bank, Asuransi, Dana Pensiun, LKM, Koperasi dan lainnya).**

Perusahaan *Financial Technology* (*Fintech*) harus berkolaborasi dengan lembaga jasa keuangan, agar pelaku UMKM yang belum terhubung dengan industri perbankan (*unbankable*) bisa memberikan akses pembiayaan lewat perusahaan fintech.

Kolaborasi fintech dan perbankan ini sangat diperlukan agar pelaku UMKM bisa mengakses pembiayaan yang mudah dan murah.

O. Roadmap Penerapan Pengawasan Koperasi.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) menyusun strategi pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam lima tahun ke depan. Dalam roadmap pengembangan UMKM 2020-2024, ada lima target yang hendak dicapai, yaitu kenaikan ekspor UMKM, kontribusi UMKM terhadap PDB, rasio kewirausahaan, koperasi modern, dan UMKM naik kelas.

Perjalanan rencana strategi koperasi dalam bidang pengawasan 2020-2024 mencakup hal–hal sebagai berikut:

1. Perubahan Regulasi

Perubahan regulasi dimulai dari disahkannya UU No. 12 tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU Cipta Kerja). Ada sembilan manfaat positif yang diraup sektor Koperasi dan UMKM (KUMKM) atas implementasi regulasi baru ini.

Pertama, izin tunggal bagi UMKM. Sehingga pelaku UMKM kini hanya cukup mengantongi Nomor Induk Berusaha (NIB).

Kedua, ketentuan insentif oleh Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah bagi perusahaan besar yang bermitra dengan UMKM. Ketentuan ini dimaksudkan untuk menghindari terjadinya persaingan bisnis

Ketiga, pengelolaan terpadu UMKM melalui sinergi Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah, dan Stakeholders terkait pendampingan berupa dukungan manajemen, SDM, anggaran dan penyediaan prasarana dan sarana.

Keempat, kemudahan pembiayaan dan intensif fiskal. Antara lain penyederhanaan administrasi perpajakan, pengajuan izin usaha tanpa biaya, insentif pajak penghasilan, dan insentif kepabeanan bagi UMKM ekspor.

Kelima, adanya dana alokasi khusus (DAK) dari Pemerintah untuk pengembangan UMKM.

Keenam, bantuan dan perlindungan hukum untuk menjaga kelangsungan bisnis UMKM. **Ketujuh**, prioritas produk UMKM dalam kegiatan belanja barang dan pengadaan jasa Pemerintah.

“Ketentuannya minimal menyerap 40 persen produk UMKM” .

Kedelapan, pola kemitraan UMKM. Rest area, stasiun, terminal, pelabuhan, hingga bandara wajib menyediakan tempat promosi dan penjualan bagi UMKM melalui pola kemitraan.

Kesembilan, kemudahan bagi koperasi. Yaitu, pendirian koperasi primer kini cukup dengan minimal 9

orang Anggota, rapat Anggota tahunan bisa dilakukan secara daring atau luring, dan koperasi bisa usaha syariah.

2. Infrastruktur Pendukung Pengawasan Koperasi

Mencermati sistem pengawasan Koperasi yang berlaku saat ini di Indonesia, perlu dilakukan penguatan dan penyiapan infrastruktur yang memadai, terutama kuantitas dan kualitas Pejabat Pengawas, baik di tingkat Pusat, Provinsi, maupun Kabupaten/Kota. Kompetensi Pejabat Pengawas yang sudah ada dan bertugas mengawasi Koperasi juga perlu ditingkatkan, khususnya dalam kaitan dengan pemahaman tentang tata kelola di bidang usaha simpan pinjam, selain penguasaan atas instrumen pengawasan itu sendiri.

Bidang usaha simpan pinjam, selain penguasaan atas instrumen pengawasan itu sendiri.

Penguatan koordinasi dan fungsi kebijakan. Keterlibatan Pemerintah Daerah dalam penguatan pengawasan Koperasi dengan menggunakan instrument yang telah ditetapkan dan terstandarisasi dari Kementerian Koperasi dan UKM sangat krusial dalam menerapkan tata-kelola yang baik dalam bidang pengawasan. Dengan menggunakan peraturan yang ada, Pemda. memiliki kewenangan untuk memberikan pembinaan berdasarkan ketentuan dan peraturan yang berlaku.

Lembaga pendukung KSP.

Lembaga pendukung KSP hampir sama dengan yang diperlukan oleh Lembaga Perbankan. Untuk mendapatkan kepastian bahwa dana yang disimpan aman. Untuk mendapatkan standardisasi pengelolaan, KSP memerlukan pengawasan. Untuk membantu saat terjadi *mismatch* likuiditas, KSP memerlukan bantuan likuiditas dari APEX. Untuk mengetahui kinerja lembaga, KSP memerlukan lembaga pemeringkatan, sehingga setiap lembaga mengetahui kekuatan dan kelemahannya. Dengan pengetahuan tersebut diharapkan setiap lembaga mampu menyusun strategi yang lebih baik di masa yang akan datang. Selain itu, ada suatu informasi yang sangat penting, yang berguna dalam pengambilan keputusan, yaitu informasi kredit (pinjaman). Biro kredit yang merupakan lembaga yang mampu mengolah data dan menyediakan informasi yang penting

Bagi KSP sangat diperlukan saat ini maupun di masa yang akan datang. Menghindari calon Peminjam yang bermasalah di suatu koperasi menjadi keniscayaan dewasa ini. Tanpa Informasi tentang profil risiko pengguna jasa akan memperburuk kualitas pinjaman bagi KSP di masa yang akan datang.

3. Pengembangan Struktur Organisasi Koperasi maupun Bidang Pengawasan

Peningkatan kapasitas lembaga diklat. perkoperasian yang dilaksanakan oleh Pusdiklat. di tingkat Kabupaten/Kota. Diperlukan upaya untuk meningkatkan kualitas modul, Pengajar, dan dukungan ICT. Sampai saat ini belum tersedia kurikulum atau modul pengawasan yang dirancang secara khusus untuk pendidikan/pelatihan perkoperasian dan pendidikan usaha simpan pinjam dalam bentuk pendidikan untuk tingkat dasar, pendidikan untuk tingkat menengah, dan pendidikan/pelatihan untuk tingkat atas. Ketidakseragaman pendidikan perkoperasian menimbulkan kesulitan dalam menyeragamkan

pengetahuan dan keterampilan tentang Koperasi dan USP baik untuk Pengawas Internal Koperasi maupun untuk Pejabat Pengawas Koperasi.

Strategi peningkatan kapasitas ini dilaksanakan untuk meningkatkan profesionalisme dan kinerja organisasi Deputi. Bidang Pengawasan sebagai bagian dari upaya Kementerian Koperasi dan UKM untuk meningkatkan profesionalisme dan kinerja Kementerian Koperasi dan UKM secara keseluruhan. Langkah-langkah yang dilakukan dalam strategi ini adalah sebagai berkut:

a. Memperbaiki berbagai proses internal penyelenggaraan tugas dan fungsi agar berjalan efektif dan efisien;
b. Meningkatkan kapabilitas aparatur di lingkungan Deputi. Bidang Pengawasan secara terus menerus;
c. Meningkatkan kepatuhan terhadap pengelolaan program dan anggaran;
d. Meningkatkan kualitas pelayanan bidang pengawasan koperasi.

4. Menetapkan Standarisasi Hasil Pengawasan

Beragamnya bentuk laporan menjadi salah satu tantangan yang dihadapi oleh Pengawas Koperasi. Bentuk Laporan Keuangan yang beragam yang disusun oleh masing-masing model bisnis KSP perlu dicarikan jalan keluar agar output pelaporannya sama. Artinya, walaupun berbeda, seharusnya laporan keuangan kepada pihak Pengawas menggunakan format yang standar. Misalnya, format laporan hanya dibedakan menjadi dua jenis format saja, yaitu format untuk Koperasi konvensional dan Koperasi yang berbasis Syariah. Pihak Regulator dapat menentukan pedoman teknis penyusunan laporan keuangan Koperasi secara standar berdasarkan ketentuan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang berlaku. Walaupun masing-masing model memiliki karakteristik yang berbeda namun ketika membuat laporan untuk Pengawas memiliki standar yang sama.

Laporan dengan format standar akan memudahkan Pengawas Koperasi untuk melakukan monitoring dan evaluasi (*Monev*). Kecepatan analisis dan tanggapan (*feedback*) terhadap laporan keuangan dari Koperasi akan memberikan dampak positif terhadap tingkat kepatuhan terhadap pelaksanaan peraturan.

5. Melaksanakan *Monev*. (*Monitoring and Evaluation*)

Proses terakhir dari kegiatan pengawasan adalah Monitoring dan Evaluasi (*Monev.*). *Monev*. merupakan langkah strategis yang dilakukan dengan tujuan untuk mengukur dan menilai kesehatan kegiatan perkoperasian. Dari Monev., Badan Pengawasan dapat mengetahui permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam koperasi, sehingga kedepannya juga dapat mendorong terciptanya program atau fasilitas untuk mengatasi masalah-masalah tersebut.

Pemberian *award* dan *punishment* juga dinilai diperlukan setelah dilakukannya *Monev.*, hal ini dapat mendorong perubahan dan inovasi dari koperasi-koperasi yang lain dan juga sebagai bentuk apreasiasi kepada koperasi yang sehat, independen, dan terintegrasi.

P. Ciri Koperasi Yang Sehat

1. Dipercaya oleh Anggota

   Ketika suatu koperasi dinilai sehat maka akan mendapatkan kepercayaan dari para Anggotanya. Indikator sebuah koperasi sehat dinilai dari menjamin pengelolaan aset, terwujudnya pelayanan yang prima, meningkatkan citra dan kredibilitas koperasi, meningkatnya transparansi dan akuntabilitas, serta meningkatkan manfaat bagi Anggota koperasi.

2. Diterima oleh pasar

   Bukan hanya disokong dari internal tetapi koperasi yang sehat juga akan diterima dalam Masyarakat luas. Kesehatan suatu koperasi dapat diketahui apabila koperasi menerapkan transparasi tentang kegiatan usahanya. Sehingga Publik bisa menilai suatu koperasi secara keseluruhan.

3. Bebas dari masalah hukum

   Koperasi yang sehat adalah koperasi yang bebas dari masalah hukum sehingga dinilai koperasi tersebut patuh dan taat pada regulasi yang berlaku serta mempunyai moral dalam melaksanakan tanggung jawabnya.

4. Bertumbuh dan berkesinambungan

   Koperasi yang sehat juga adalah koperasi yang dapat bertumbuh dan berkesinambungan. Hal ini berarti koperasi tidak hanya stagnan dan dilakukan dalam waktu yang panjang dan menjamin kesejahteraan Anggota dengan lebih optimal. Tumbuh dan berkembangnya suatu koperasi harus didukung dari berbagai faktor yaitu para Anggota, Masyarakat dan Pemerintah.

F. Rangkuman

Modul koperasi ini berisikan tentang pengertian koperasi, cara kerja koperasi, bentuk dan kedudukan koperasi, persiapan mendirikan koperasi, koperasi dalam Undang-Undang (termasuk UU Cipta kerja yang baru), jenis, tujuan, fungsi koperasi, peran koperasi dalam ekonomi Negara, perjalanan koperasi di Indonesia, trade off koperasi, dualisme pengawasan lembaga keuangan/koperasi, perangkat koperasi, model KSP/USP, paparan rekomendasi untuk koperasi saat ini, pengawasan koperasi, dan ciri-ciri koperasi yang sehat.

Koperasi merupakan gerakan ekonomi rakyat yang dijalankan berdasarkan asas kekeluargaan. inti dari koperasi adalah kerja sama, yaitu kerja sama diantara Anggota, para Pengawas, Pengurus serta Pengelola dalam rangka mewujudkan kesejahteraan Anggota dan Masyarakat serta membangun tatanan perekonomian nasional. Sebagai gerakan ekonomi rakyat, koperasi bukan hanya milik orang kaya melainkan juga milik oleh seluruh rakyat Indonesia tanpa terkecuali. Keanggotaan Koperasi Indonesia bersifat sukarela dan didasarkan atas kepentingan bersama sebagai Pelaku ekonomi. Melalui koperasi, para Anggota ikut, secara aktif memperbaiki kehidupannya dan kehidupan Masyarakat melalui karya dan jasa yang disumbangkan. Dalam usahanya, koperasi akan lebih menekankan pada pelayanan terhadap kepentingan Anggota, baik sebagai Produsen maupun Konsumen.

Koperasi juga merupakan bentuk organisasi yang tujuan utamanya bukan mencari keuntungan tetapi mencari kesejahteraan Anggotanya dan meningkatkan perekonomian rakyat. Koperasi menyediakan kebutuhan setiap Anggotanya dengan harga terjangkau. Masyarakat ikut serta menjadi Anggota koperasi di dalamnya. Modal koperasi diperoleh dari modal sendiri, Masyarakat, maupun modal pinjaman. Oleh karena itu, dengan adanya koperasi, kesejahteraan rakyat akan meningkat.

G. Evaluasi Belajar

Latihan

1. Soal

Jawablah latihan soal di bawah ini:

9. Jelaskan definisi Koperasi menurut Undang-Undang!
10. Sebutkan dan jelaskan prinsip-prinsip Koperasi!
11. Sebutkan dan jelaskan jenis-jenis Koperasi!
12. Sebutkan fungsi-fungsi Koperasi menurut Undan-Undang!
13. Sebutkan dan jelaskan peran Koperasi dalam ekonomi Negara!
14. Untuk bisa beroperasi dengan lancar, Koperasi memerlukan beberapa perangkat, sebutkan dan jelaskan!
15. Sebutkan Hak dan Kewajiban Anggota Koperasi!
16. Jelaskan 3 (tiga) isu tantangan utama Koperasi saat ini!
17. Sebutkan ciri-ciri Koperasi yang sehat!
18. Sebutkan dan jelaskan Lembaga pendukung/penunjang yang sangat dibutuhkan oleh industri Koperasi di Indonesia saat ini!

2. Kunci jawaban

1. Koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum koperasi, dengan pemisahan kekayaan para Anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip koperasi.

2. Prinsip-prinsip Koperasi adalah:

- Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka.

Sukarela artinya Anggota bergabung tanpa paksaan. Terbuka berarti siapa saja yang mampu menjalankan kewajiban sebagai Anggota berhak bergabung dalam koperasi.

- Pengawasan oleh Anggota diselenggarakan secara demokrasi.

Demokrasi artinya setiap Anggota diperbolehkan menyampaikan pendapat sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pengurus maupun Pengawas tidak bisa mencabut hak-hak seorang Anggota kecuali Anggota tersebut mengundurkan diri dari posisinya.

- Anggota berpartisipasi aktif dalam kegiatan ekonomi koperasi.

Setiap Anggota memiliki perannya sendiri-sendiri dalam koperasi, baik sebagai pengurus, pengawas maupun Anggota yang berkontribusi dengan melaksanakan kegiatan usaha koperasi.

- Pemberian balas jasa sesuai modal.

Balas jasa berupa SHU diberikan kepada Anggotanya secara adil. Bagi Anggota yang menyertakan modal besar, maka SHU yang diterima akan besar juga. Begitu juga sebaliknya.

- Koperasi merupakan badan usaha swadaya yang otonom dan independen.

Artinya dalam menjalankan usahanya koperasi tidak dipengaruhi oleh kepentingan individu Anggotanya maupun kepentingan pihak luar.

- Koperasi menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan.

Pendidikan dan pelatihan diberikan baik untuk Anggota atau Masyarakat umum. Pendidikan dan pelatihan untuk Anggota bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mereka sehingga koperasi dapat beroperasi lebih baik, sedangkan pelatihan untuk Masyarakat umum bertujuan untuk meningkatkan kesadaran Masyarakat akan peran koperasi dalam meningkatkan kesejahteraan.

- Koperasi memperkuat gerakan dengan bekerjasama.

Kerjasama dengan koperasi lain maupun dengan organisasi lain dapat dilakukan lewat jaringan kegiatan pada tingkat lokal, regional, nasional dan internasional. Tujuan dari kerja sama adalah untuk memperkuat gerakan koperasi sehingga dapat memberikan manfaat yang lebih besar lagi bagi perekonomian nasional.

3. Jenis-jenis Koperasi:

a. Non KSP, meliputi:

- Koperasi Produsen yaitu koperasi yang berfungsi membantu kegiatan proses produksi yang dilakukan Anggotanya. Proses produksi ini mencakup menyediakan bahan baku untuk proses produksi, membantu menyediakan berbagai macam alat yang digunakan dalam proses produksi dan juga membantu produksi berbagai macam jenis barang tertentu.

Contoh, koperasi membantu mempersiapkan bibit dan pupuk untuk menanam padi, koperasi perajin batik, koperasi peternak sapi perah, koperasi produsen tahu tempe, dan lainnya. Dalam Gabungan Koperasi Susu Indonesia (GKSI) misalnya, Anggotanya adalah peternak yang menghasilkan susu. Lewat koperasi, kerja sama berlangsung vertikal. Susu didistribusikan dari peternak ke koperasi. Susu kemudian disalurkan

kepada Industri Pengolah Susu (IPS). Sebagian besar produksi susu segar berasal dari peternakan rakyat. Koperasi berfungsi sebagai pengumpul dan penyalur. Koperasi juga memberi layanan input produksi agar susu yang diproduksi sesuai dengan kebutuhan di pasaran. Sistem ini disebut sistem klaster (cluster).

- Koperasi Konsumen yaitu koperasi yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari Anggotanya. Kelebihannya adalah jika Anggota yang berbelanja kebutuhan maka harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan dengan harga di toko lain. Karena tujuan utama dari koperasi ini adalah mensejahterakan para Anggotanya.

Contoh koperasi konsumen adalah koperasi sekolah, koperasi serbausaha (KSU), koperasi unit desa (KUD), dan koperasi pegawai negeri (KPN).

- Koperasi Pemasaran yaitu koperasi yang dibentuk untuk membantu Anggota mendistribusikan barang atau jasa yang dihasilkan hingga sampai di tangan konsumen.

2. KSP (Koperasi Simpan Pinjam).

Yaitu koperasi dapat menyediakan pinjaman uang sekaligus tempat menyimpan uang. Uang pinjaman diperoleh dari dana yang dikumpulkan secara bersama-sama oleh para Anggotanya.

- Konvensional.

Koperasi merupakan organisasi swasta, yang dibentuk secara sukarela oleh orang-orang yang mempunyai persamaan kepentingan, dengan maksud mengurusi kepentingan para Anggotanya serta menciptakan keuntungan timbal balik bagi Anggota koperasi maupun perusahaan koperasi.

- Syariah.

Koperasi syari'ah juga memiliki pengertian yang sama yang kegiatan usahanya bergerak di bidang pembiayaan, investasi, dan simpanan sesuai pola bagi hasil (syariah), atau lebih dikenal dengan Koperasi Simpan Pinjam Pola Syariah (KSPPS).

4. Berdasarkan UU No.25 tahun 1992 tentang perkoperasian, fungsi-fungsi koperasi adalah sebagai berikut:

- Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi Anggota pada khususnya dan Masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya.
- Berperan serta secara aktif dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan manusia dan Masyarakat.
- Memperkukuh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai guru utamanya.
- Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

5. Peran Koperasi dalam Ekonomi Negara

a. Koperasi dapat mengurangi tingkat pengangguran.

Kehadiran koperasi diharapkan dapat menolong nasib mereka yang membutuhkan pekerjaan, karena dengan adanya koperasi akan dibutuhkan banyak pekerja untuk mengelola usahanya.

b. Koperasi dapat mengembangkan kegiatan usaha Masyarakat.

Sebagai contoh, koperasi yang bergerak dalam bidang usaha pengadaan alat-alat pertanian yang dibutuhkan oleh petani. Dengan adanya koperasi tersebut, maka petani dapat membeli kebutuhan alat-alat pertanian di koperasi dengan harga lebih murah, sehingga dapat meningkatkan kegiatan usaha pertanian tersebut.

c. Koperasi dapat berperan ikut meningkatkan pendidikan rakyat, terutama pendidikan perkoperasian dan dunia usaha.

Koperasi dapat memberikan pendidikan kepada para Anggota koperasi dan dapat mengamalkan pengetahuannya tersebut kepada Masyarakat sekitar.

d. Koperasi dapat berperan sebagai alat perjuangan ekonomi.

Sesuai dengan prinsip koperasi bahwa koperasi harus memiliki kemandirian, sehingga mampu bersaing dengan badan usaha lainnya. Majunya koperasi akan dapat memberi dorongan untuk meningkatkan taraf hidup para Anggota dan Masyarakat.

e. Koperasi Indonesia dapat berperan menciptakan demokrasi ekonomi. Demokrasi ekonomi yang dimaksud adalah menekankan peran aktif Masyarakat dalam pembangunan, sedangkan pemerintah hanya wajib memberi dorongan, pengarahan, dan bimbingan.

f. Koperasi Indonesia berperan serta dalam membangun tatanan perekonomian nasional.

Koperasi sebagai salah satu urat nadi perekonomian bangsa, perlu dikembangkan bersama kegiatan usaha lainnya. Dengan memberdayakan koperasi, berarti pula dapat memberdayakan Masyarakat, yang pada akhirnya akan dapat memberdayakan perekonomian nasional.

6. Perangkat Koperasi.

Untuk bisa berjalan lancar, koperasi memerlukan perangkat. Perangkat yang dimaksud di sini adalah:

a Rapat Anggota.

Rapat Anggota merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam koperasi. Keputusan-keputusan penting dalam koperasi seperti pemilihan pengurus, pembagian SHU, dan penetapan dana cadangan diambil pada saat Rapat Anggota.

Rapat Anggota dihadiri oleh seluruh Anggota. Setiap Anggota memiliki satu suara yang dapat digunakan saat pengambilan keputusan. Umumnya, Rapat Anggota diadakan setahun sekali dan sering disebut sebagai RAT (Rapat Anggota Tahunan).

b Pengurus.

Untuk menjalankan koperasi, diperlukan beberapa orang yang bertanggung jawab melakukannya. Orang-orang ini disebut sebagai pengurus dan bertugas menjalankan koperasi secara umum.

Pengurus dipilih melalui Rapat Anggota dan memiliki masa jabatan selama lima tahun.

c Pengawas.

Untuk mencegah adanya kecurangan dalam pengelolaan koperasi, kinerja Pengurus akan diawasi oleh Pengawas. Setiap tahunnya, Pengawas melakukan audit atas kondisi manajerial, kondisi finansial, serta

kondisi fisik/inventaris koperasi. Pengawas juga melaporkan hasil kinerja Pengurus. Pengawas dipilih melalui Rapat Anggota.

d Pengelola.

Pengurus bertugas menjalankan koperasi secara umum, sedangkan Pengelola bertugas menjalankan usaha koperasi sesuai arahan dari Pengurus. Pengelola sering juga disebut sebagai Manajer. Pengelola ditunjuk oleh Pengurus.

7. Hak dan Kewajiban Anggota Koperasi.

Saat seseorang menjadi Anggota koperasi, secara otomatis dia akan mendapatkan hak dan kewajiban. Hak dan kewajiban Anggota koperasi diatur dalam pasal 20 UU No.25/1992.

<u>Kewajiban Anggota koperasi adalah sebagai berikut:</u>

- Mematuhi anggaran dasar dan anggaran rumah tangga koperasi serta semua keputusan yang telah disepakati bersama dalam rapat Anggota.
- Berpartisipasi dalam kegiatan usaha yang diselenggarakan oleh koperasi.
- Mengembangkan dan memelihara kebersamaan azas kekeluargaan

<u>Hak Anggota koperasi adalah sebagai berikut:</u>

- Menghadiri, menyatakan pendapat dan memberikan suara dalam rapat Anggota.
- Memilih dan atau dipilih menjadi Pengurus.
- Meminta diadakan rapat Anggota menurut ketentuan-ketentuan dalam anggaran dasar.
- Mengemukakan pendapat atau saran-saran kepada pengurus diluar rapat Anggota, baik diminta atau tidak diminta.
- Memanfaatkan koperasi dengan mendapat pelayanan yang sama antar sesama Anggota.
- Mendapatkan keterangan mengenai perkembangan menurut ketentuan dalam anggaran dasar
- Tidak ada yang dapat mencabut hak Anggota koperasi, termasuk Pengurus sekalipun. Hak dan kewajiban seorang Anggota koperasi akan gugur hanya saat dia tidak lagi menjadi Anggota.

8. Ada 3 (tiga) isu Tantangan Utama Koperasi:

1. Kompleksitas Koperasi.
   - Koperasi beraset puluhan juta sampai triliunan rupiah.
   - Koperasi yang tidak memiliki komputer sampai yang beroperasi berbasis teknologi.
   - Pengurus dan atau Pengelola yang belum pernah mendapatkan pendidikan Koperasi sampai yang bersertifikasi.
   - Berlokasi di pusat Pemerintahan sampai ke pelosok pedesaan.
2. Ada 4 Regulasi OJK yang menjadi tantangan baru bagi Koperasi (KSP/KSPPS).

   POJK NO.35 TAHUN 2018 tentang Usaha Pembiayaan.

   POJK NO.13 TAHUN 2018 tentang Inovasi Keuangan Digital (*Fintech*).

   POJK NO.37 TAHUN 2018 tentang Layanan Urun Dana Melalui Penawaran Saham.

POJK NO.31 TAHUN 2016 tentang Usaha Pegadaian.

3. Pemanfaatan Teknologi dalam Koperasi.
   a. Bukti Keanggotaan apakah masih relevan HARUS bertanda-tangan BASAH di Buku Keanggotaan.
   b. Pelaksanaan RAT yang berjumlah ribuan-ratusan ribu dapat melakukan RAT melalui platform TI.
   c. Proses transaksi pembayaran dan proses simpan-pinjam melalui platform TI.
   d. Pembatasan keanggotaan berbasis wilayah, masihkah relevan, jika pendaftaran berbasis teknologi.

9. Ciri-ciri Koperasi yang sehat:
   1. Dipercaya oleh Anggota.
      Ketika suatu koperasi dinilai sehat maka akan mendapatkan kepercayaan dari para Anggotanya. Indikator sebuah koperasi sehat dinilai dari menjamin pengelolaan aset, terwujudnya pelayanan yang prima, meningkatkan citra dan kredibilitas koperasi, meningkatnya transparansi dan akuntabilitas, serta meningkatkan manfaat bagi Anggota koperasi.
   2. Diterima oleh pasar.
      Bukan hanya disokong dari internal tetapi koperasi yang sehat juga akan diterima dalam Masyarakat luas. Kesehatan suatu koperasi dapat diketahui apabila koperasi menerapkan transparasi tentang kegiatan usahanya. Sehingga Publik bisa menilai suatu koperasi secara keseluruhan.
   3. Bebas dari masalah hukum.
      Koperasi yang sehat adalah koperasi yang bebas dari masalah hukum sehingga dinilai koperasi tersebut patuh dan taat pada regulasi yang berlaku serta mempunyai moral dalam melaksanakan tanggung jawabnya.
   4. Bertumbuh dan berkesinambungan.
      Koperasi yang sehat juga adalah koperasi yang dapat bertumbuh dan berkesinambungan. Hal ini berarti koperasi tidak hanya stagnan dan dilakukan dalam waktu yang panjang dan menjamin kesejahteraan Anggota dengan lebih optimal. Tumbuh dan berkembangnya suatu koperasi harus didukung dari berbagai faktor yaitu para Anggota, Masyarakat dan Pemerintah.

10. Lembaga pendukung/penunjang KSP hampir sama dengan yang diperlukan oleh Lembaga Perbankan. Untuk mendapatkan kepastian bahwa dana yang disimpan aman. Untuk mendapatkan standardisasi pengelolaan, KSP memerlukan pengawasan. Untuk membantu saat terjadi *mismatch* likuiditas, KSP memerlukan bantuan likuiditas dari APEX. Untuk mengetahui kinerja lembaga, KSP memerlukan lembaga pemeringkatan, sehingga setiap lembaga mengetahui kekuatan dan kelemahannya. Dengan pengetahuan tersebut diharapkan setiap lembaga mampu menyusun strategi yang lebih baik di masa yang akan datang. Selain itu, ada suatu informasi yang sangat penting, yang berguna dalam pengambilan keputusan, yaitu informasi kredit (pinjaman). Biro kredit yang merupakan lembaga yang mampu mengolah data dan menyediakan informasi yang penting

Bagi KSP sangat diperlukan saat ini maupun di masa yang akan datang. Menghindari calon Peminjam yang bermasalah di suatu koperasi menjadi keniscayaan dewasa ini. Tanpa Informasi tentang profil risiko pengguna jasa akan memperburuk kualitas pinjaman bagi KSP di masa yang akan datang.

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I

● Program Pascasarjana Magister Akuntansi (S-2)
● Program Studi Akuntansi (S-1) ● Program Studi Manajemen (S-1)
Jl. Salemba Raya No. 7-9A Jakarta Pusat, Telp. (021) 3149205, (021) 3914075
Homepage : http://www.yai.ac.id; Email : stie@yai.ac.id

SURAT TUGAS

No.36/K/STIE Y.A.I/II/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua STIE Y.A.I memberikan tugas kepada :

Drs. Zainal Arifin, MM

Dosen Tetap Program Studi Manajemen S1 STIE Y.A.I

Untuk Membuat modul ajar yaitu : **Modul 1 Pengertian dan Perkembangan UMKM di Indonesia** yang akan dipergunakan pada semester Genap 2020/2021.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebaik-baiknya, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Jakarta, 18 Februari 2021
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I,

Dr. Reschiwati, SE, MM, Ak, CA
Ketua

Tembusan kepada :
- Yth. Bapak Ketua Y.A.I
- Yth. Karo. Personalia dan PSDM Y.A.I

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I

● Program Pascasarjana Magister Akuntansi (S-2)
● Program Studi Akuntansi (S-1) ● Program Studi Manajemen (S-1)
Jl. Salemba Raya No. 7-9A Jakarta Pusat, Telp. (021) 3149205, (021) 3914075
Homepage : http://www.yai.ac.id; Email : stie@yai.ac.id

SURAT TUGAS

No.34/K/STIE Y.A.I/II/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua STIE Y.A.I memberikan tugas kepada :

Drs. Zainal Arifin, MM

Dosen Tetap Program Studi Manajemen S1 STIE Y.A.I

Untuk Membuat modul ajar yaitu : **Modul 2 Kewirausahaan** yang akan dipergunakan pada semester Genap 2020/2021.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebaik-baiknya, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Jakarta, 18 Februari 2021
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I,

Dr. Reschiwati, SE, MM, Ak, CA
Ketua

Tembusan kepada :
- Yth. Bapak Ketua Y.A.I
- Yth. Karo. Personalia dan PSDM Y.A.I

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I

● Program Pascasarjana Magister Akuntansi (S-2)
● Program Studi Akuntansi (S-1) ● Program Studi Manajemen (S-1)
Jl. Salemba Raya No. 7-9A Jakarta Pusat, Telp. (021) 3149205, (021) 3914075
Homepage : http://www.yai.ac.id; Email : stie@yai.ac.id

SURAT TUGAS

No.35/K/STIE Y.A.I/II/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua STIE Y.A.I memberikan tugas kepada :

Drs. Zainal Arifin, MM

Dosen Tetap Program Studi Manajemen S1 STIE Y.A.I

Untuk Membuat modul ajar yaitu : **Modul 3 Peluang Usaha** yang akan dipergunakan pada semester Genap 2020/2021.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebaik-baiknya, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Jakarta, 18 Februari 2021
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I,

Dr. Reschiwati, SE, MM, Ak, CA
Ketua

Tembusan kepada :
- Yth. Bapak Ketua Y.A.I
- Yth. Karo. Personalia dan PSDM Y.A.I

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I

● Program Pascasarjana Magister Akuntansi (S-2)
● Program Studi Akuntansi (S-1) ● Program Studi Manajemen (S-1)
Jl. Salemba Raya No. 7-9A Jakarta Pusat, Telp. (021) 3149205, (021) 3914075
Homepage : http://www.yai.ac.id; Email : stie@yai.ac.id

SURAT TUGAS

No.33/K/STIE Y.A.I/II/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua STIE Y.A.I memberikan tugas kepada :

Drs. Zainal Arifin, MM

Dosen Tetap Program Studi Manajemen S1 STIE Y.A.I

Untuk Membuat modul ajar yaitu : **Modul 4 - 5 Mengelola Pemasaran** yang akan dipergunakan pada semester Genap 2020/2021.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebaik-baiknya, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Jakarta, 18 Februari 2021
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I,

Dr. Reschiwati, SE, MM, Ak, CA
Ketua

Tembusan kepada :
- Yth. Bapak Ketua Y.A.I
- Yth. Karo. Personalia dan PSDM Y.A.I

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I

● Program Pascasarjana Magister Akuntansi (S-2)
● Program Studi Akuntansi (S-1) ● Program Studi Manajemen (S-1)
Jl. Salemba Raya No. 7-9A Jakarta Pusat, Telp. (021) 3149205, (021) 3914075
Homepage : http://www.yai.ac.id; Email : stie@yai.ac.id

SURAT TUGAS

No.32/K/STIE Y.A.I/II/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua STIE Y.A.I memberikan tugas kepada :

Drs. Zainal Arifin, MM

Dosen Tetap Program Studi Manajemen S1 STIE Y.A.I

Untuk Membuat modul ajar yaitu : **Modul 6 - 7 Mengelola SDM UMKM** yang akan dipergunakan pada semester Genap 2020/2021.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebaik-baiknya, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Jakarta, 17 Februari 2021
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I,

Dr. Reschiwati, SE, MM, Ak, CA
Ketua

Tembusan kepada :
- Yth. Bapak Ketua Y.A.I
- Yth. Karo. Personalia dan PSDM Y.A.I

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I

● Program Pascasarjana Magister Akuntansi (S-2)
● Program Studi Akuntansi (S-1) ● Program Studi Manajemen (S-1)
Jl. Salemba Raya No. 7-9A Jakarta Pusat, Telp. (021) 3149205, (021) 3914075
Homepage : http://www.yai.ac.id; Email : stie@yai.ac.id

SURAT TUGAS

No.28/K/STIE Y.A.I/II/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua STIE Y.A.I memberikan tugas kepada :

Drs. Zainal Arifin, MM

Dosen Tetap Program Studi Manajemen S1 STIE Y.A.I

Untuk Membuat modul ajar yaitu : **Modul 8 dan 9 Mengelola Persediaan, Produksi dan Manajemen Mutu UMKM,** yang akan dipergunakan pada semester Genap 2020/2021.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebaik-baiknya, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Jakarta, 17 Februari 2021
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I,

Dr. Reschiwati, SE, MM, Ak, CA
Ketua

Tembusan kepada :
- Yth. Bapak Ketua Y.A.I
- Yth. Karo. Personalia dan PSDM Y.A.I

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I

● Program Pascasarjana Magister Akuntansi (S-2)
● Program Studi Akuntansi (S-1) ● Program Studi Manajemen (S-1)
Jl. Salemba Raya No. 7-9A Jakarta Pusat, Telp. (021) 3149205, (021) 3914075
Homepage : http://www.yai.ac.id; Email : stie@yai.ac.id

SURAT TUGAS

No.29/K/STIE Y.A.I/II/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua STIE Y.A.I memberikan tugas kepada :

Drs. Zainal Arifin, MM

Dosen Tetap Program Studi Manajemen S1 STIE Y.A.I

Untuk Membuat modul ajar yaitu : **Modul 10 Penganggaran Modal UMKM,** yang akan dipergunakan pada semester Genap 2020/2021.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebaik-baiknya, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Jakarta, 17 Februari 2021
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I,

Dr. Reschiwati, SE, MM, Ak, CA
Ketua

Tembusan kepada :
- Yth. Bapak Ketua Y.A.I
- Yth. Karo. Personalia dan PSDM Y.A.I

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I

● Program Pascasarjana Magister Akuntansi (S-2)
● Program Studi Akuntansi (S-1) ● Program Studi Manajemen (S-1)
Jl. Salemba Raya No. 7-9A Jakarta Pusat, Telp. (021) 3149205, (021) 3914075
Homepage : http://www.yai.ac.id; Email : stie@yai.ac.id

SURAT TUGAS

No.30/K/STIE Y.A.I/II/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua STIE Y.A.I memberikan tugas kepada :

Drs. Zainal Arifin, MM

Dosen Tetap Program Studi Manajemen S1 STIE Y.A.I

Untuk Membuat modul ajar yaitu : **Modul 11 Manajemen Risiko** yang akan dipergunakan pada semester Genap 2020/2021.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebaik-baiknya, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Jakarta, 17 Februari 2021
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I,

Dr. Reschiwati, SE, MM, Ak, CA
Ketua

Tembusan kepada :
- Yth. Bapak Ketua Y.A.I
- Yth. Karo. Personalia dan PSDM Y.A.I

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I

● Program Pascasarjana Magister Akuntansi (S-2)
● Program Studi Akuntansi (S-1) ● Program Studi Manajemen (S-1)
Jl. Salemba Raya No. 7-9A Jakarta Pusat, Telp. (021) 3149205, (021) 3914075
Homepage : http://www.yai.ac.id; Email : stie@yai.ac.id

SURAT TUGAS

No.31/K/STIE Y.A.I/II/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua STIE Y.A.I memberikan tugas kepada :

Drs. Zainal Arifin, MM

Dosen Tetap Program Studi Manajemen S1 STIE Y.A.I

Untuk Membuat modul ajar yaitu : **Modul 12 Regulasi dan Etika Bisnis UMKM** yang akan dipergunakan pada semester Genap 2020/2021.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebaik-baiknya, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Jakarta, 17 Februari 2021
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I,

Dr. Reschiwati, SE, MM, Ak, CA
Ketua

Tembusan kepada :
- Yth. Bapak Ketua Y.A.I
- Yth. Karo. Personalia dan PSDM Y.A.I

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I

● Program Pascasarjana Magister Akuntansi (S-2)
● Program Studi Akuntansi (S-1) ● Program Studi Manajemen (S-1)
Jl. Salemba Raya No. 7-9A Jakarta Pusat, Telp. (021) 3149205, (021) 3914075
Homepage : http://www.yai.ac.id; Email : stie@yai.ac.id

SURAT TUGAS

No.27/K/STIE Y.A.I/II/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua STIE Y.A.I memberikan tugas kepada :

Drs. Zainal Arifin, MM

Dosen Tetap Program Studi Manajemen S1 STIE Y.A.I

Untuk Membuat modul ajar yaitu : **Modul 13 dan 14 Manajemen dan Dialektika Koperasi,** yang akan dipergunakan pada semester Genap 2020/2021.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebaik-baiknya, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Jakarta, 17 Februari 2021
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I,

Dr. Reschiwati, SE, MM, Ak, CA
Ketua

Tembusan kepada :
- Yth. Bapak Ketua Y.A.I
- Yth. Karo. Personalia dan PSDM Y.A.I