

**Jurnal**

Nomor: 07.Th.IV.Juli 2010

# **Kewirausahaan & Bisnis**

1. Penyusunan Modul "Pemberdayaan UKM Sentra Melalui Koperasi Berbasis Produk Khas Budaya Lokal
2. Pengembangan Pusat Kewirausahaan Dan Produktivitas Nasional (P2KPN) Di Universitas Sebelas Maret Melalui Pusat Pengembangan Kewirausahaan (PPKwu) Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM)
3. Manual Layanan Pengembangan Bisnis UMKM Sektor Non Agribis
4. Strategi Adaptasi Masyarakat Pengrajin Kecil Gerabah Tradisional Dalam Mempertahankan Kemiskinannya Di Desa Bayat Kabupaten Klaten
5. Bengkel Wirausaha Sebagai Wadah Peningkatan Jiwa Kewirausahaan bagi Wirausaha Penyandang Tuna Daksa
6. Persepsi Mahasiswa UNS Terhadap Rancangan Undang-Undang Nikah Sirri



**Pusat Pengembangan Kewirausahaan  
LPPM Universitas Sebelas Maret  
Surakarta**





# **PENYUSUNAN MODUL “PEMBERDAYAAN UKM SENTRA MELALUI KOPERASI BERBASIS PRODUK KHAS BUDAYA LOKAL”**

**Oleh :**

Ir. Eddy Triharyanto, MP  
Ir. Joko Sutrisno, MP  
Ir. Martina Andriani, MS  
Drs. Edy Legowo M.Pd  
Susantiningrum, S.Pd., SE., M.AB  
Tutik Susilowati, S.Sos., M.Si

## **ABSTRAK**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Koperasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan. Dua lembaga terintegrasi dalam mendorong penggerakan roda perekonomian bangsa Indonesia. Permasalahan yang terjadi di UMKM adalah dari kinerjanya yang belum optimal. Hal ini disebabkan terutama oleh kekurangmampuan UMKM dalam bidang manajemen, penguasaan teknologi, pemasaran, dan daya kompetensi yang rendah. Sejalan dengan permasalahan yang dihadapi dapat kita lihat dari sisi peluangnya yaitu bahwa sektor usaha yang digeluti UMKM diantaranya bahkan sebagian besar adalah produksi khas budaya lokal yang menjadi komoditi unggulan, dan berpotensi memberikan kontribusi Pendapatan Asli Daerah (PAD). Melalui kegiatan ini dapat diketahui pentingnya mempertahankan dan mengembangkan produk khas budaya lokal.

**Kata Kunci :** UMKM, Produk Khas, Koperasi

## **PENDAHULUAN**

Merambahnya budaya asing ke Indonesia melalui sarana multi media massa (elektronik, cetak) serta media dunia maya (internet) sangat mempengaruhi perkembangan budaya Indonesia. Dampak yang ditimbulkan dari pengaruh budaya asing tersebut adalah semakin maraknya produk-

produk budaya asing di pasaran nusantara. Jika kebudayaan asing dibiarkan terus memasuki sendi-sendi kehidupan bangsa, terutama masyarakat yang semakin “bangga” menggunakan produk budaya asing maka dikhawatirkan Bangsa Indonesia akan kehilangan jati diri sebagai bangsa terutama akan semakin tenggelamnya produk-produk budaya lokal.

Upaya pencegahan semakin merajalelanya produk-produk budaya asing adalah dengan semakin meningkatkan produk budaya lokal, baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya.

Globalisasi budaya luar tidak selamanya berdampak negatif. Pada dasarnya keberadaan globalisasi juga bisa dimanfaatkan sebagai "peluang". Melalui globalisasi, Indonesia memiliki peluang untuk memperkenalkan berbagai produk budaya lokal dari tiap daerah melalui web atau bahkan blog, yang dapat diakses dari seluruh dunia. Perkembangan Mode dunia juga dapat dijadikan sebagai panduan bagi produk-produk budaya lokal Indonesia untuk mensejajarkan diri dengan produk-produk budaya asing. Hal seperti ini tentu saja merupakan peluang besar bagi produk-produk budaya lokal misalnya batik dan kain tenun untuk menjadi merek global dan dapat ditemukan di berbagai butik di seluruh dunia. Untuk dapat mencapai harapan tersebut, maka perlu dilakukan berbagai pembinaan terhadap

industri-industri yang menghasilkan produk-produk budaya lokal itu sendiri. Selama ini, produk-produk budaya lokal cenderung diproduksi oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Oleh karena itu maka pemberdayaan yang lebih intensif bagi UMKM sangat diperlukan. Pemberdayaan UMKM produk budaya lokal tentu saja diharapkan menggunakan institusi yang merupakan produk budaya lokal Indonesia, yaitu koperasi.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Koperasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan. Dua lembaga terintegrasi dalam mendorong pergerakan roda perekonomian bangsa Indonesia. Meski koperasi merupakan salah satu instrumen untuk memperkuat dan memperkokoh perekonomian anggota pada khususnya dan bangsa Indonesia pada umumnya, namun demikian masyarakat luas maupun pelaku usaha masih menganggap bahwa UMKM mengabaikan kedudukan dan peran koperasi. Di samping persoalan tersebut terdapat

persoalan yang bersifat internal yaitu bahwa dewasa ini jumlah koperasi dan UMKM sangat banyak, namun jumlah yang banyak tersebut belum diimbangi oleh kualitas yang memadai. Sebagai contoh, di Kalimantan Selatan pada tahun 2007 terdapat 2.073 unit, namun yang benar-benar aktif sebanyak 1.380 unit atau sebesar 66,57%. Target pengembangan koperasi berkualitas di wilayah ini pada tahun 2006-2009 sebanyak 1.138 unit, dengan pencapaian target pada tahun 2007 sebanyak 256 unit. Pada interval tahun yang sama di Kalimantan Selatan menargetkan pencapaian sasaran unit UMKM baru sebanyak 89.000 unit dengan target pencapaian sebanyak 23.380 unit pada tahun 2007. Bilamana data tersebut dapat diasumsikan terjadi pula di wilayah yang lain, maka dapat diasumsikan bahwa kinerja koperasi maupun UMKM belum memadai sehingga perlu ditingkatkan.

Permasalahan yang terjadi di UMKM adalah dari kinerjanya yang belum optimal. Hal ini disebabkan

terutama oleh kekurangmampuan UMKM dalam bidang manajemen, penguasaan teknologi, pemasaran, dan daya kompetensi yang rendah. Lemahnya kinerja UMKM juga berkaitan dengan lemahnya kemampuan dan posisi tawar untuk mengelola dan mengakses ke berbagai sumber daya produktif seperti sumber-sumber permodalan, informasi, teknologi, pasar, dan faktor produksi.

Permasalahan lain yang dihadapi UMKM adalah perkembangan iklim usaha yang masih kurang mendukung yang disebabkan oleh: (1) ketidakpastian dan ketidakjelasan prosedur perizinan yang mengakibatkan besarnya biaya transaksi, panjangnya proses perizinan, dan adanya berbagai pungutan tidak resmi; (2) proses bisnis dan persaingan usaha yang tidak sehat; (3) lemahnya koordinasi lintas instansi dalam pemberdayaan koperasi dan UMKM; dan (4) masih munculnya peraturan-peraturan daerah yang menghambat, termasuk pengenaan pungutan-pungutan baru kepada koperasi dan UMKM sebagai

sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Penguasaan teknologi, manajemen, informasi, dan pasar masih jauh dari yang diharapkan. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, UMKM memerlukan biaya yang relatif besar apalagi untuk dikelola secara mandiri. Ketersediaan lembaga pemerintah

dan swasta yang menyediakan jasa di bidang tersebut juga sangat terbatas dan tidak merata di seluruh daerah. Masih terbatasnya sumber daya finansial juga merupakan masalah utama bagi usaha mikro. Usaha mikro yang bermodal kecil umumnya tidak berbadan hukum dan masih menerapkan