



## PERAN KOPERASI DAN UMKM DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

### *THE ROLE OF COOPERATIVES AND UMKM IN IMPROVING COMMUNITY WELFARE*

**Dino Fernandi<sup>1\*</sup>, Sinta Tri Utami<sup>2</sup>, Heni Noviarita<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Ekonomi Syariah, Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung

Email : [dinofernandi@gmail.com](mailto:dinofernandi@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [sinta3utami@gmail.com](mailto:sinta3utami@gmail.com)<sup>2</sup>, [heninoviarita@radenintan.ac.id](mailto:heninoviarita@radenintan.ac.id)<sup>3</sup>

---

#### Article history :

Received : 23-11-2024

Revised : 24-11-2024

Accepted : 27-11-2024

Published : 30-11-2024

#### Abstract

*The purpose of this study is to quantify how cooperatives and MSMEs have improved Indonesia's economy. In addition to using secondary data from books, journals, ministry websites, and other pertinent sources, this study employs a qualitative methodology with a literature study approach. The study's findings demonstrate that MSMEs and cooperatives significantly boost labor absorption and the Gross Regional Domestic Product (GDP). By producing high-quality, locally produced goods, MSMEs in particular constitute the foundation of the economy. MSMEs still encounter certain obstacles, though, like trouble obtaining funding, which frequently prevents them from expanding and developing. The government must act immediately to address this issue by facilitating more access to funding and growing the market for consumers through its policies*

**Keywords : Cooperatives, MSMEs, Community Welfare**

---

#### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur bagaimana koperasi dan UMKM telah meningkatkan perekonomian Indonesia. Selain menggunakan data sekunder dari buku, jurnal, situs web kementerian, dan sumber terkait lainnya, penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan studi pustaka. Temuan penelitian menunjukkan bahwa UMKM dan koperasi secara signifikan meningkatkan penyerapan tenaga kerja dan Produk Domestik Regional Bruto (PDB). Dengan memproduksi barang-barang berkualitas tinggi dan diproduksi secara lokal, UMKM khususnya merupakan pondasi perekonomian. Namun, UMKM masih menghadapi hambatan tertentu, seperti kesulitan mendapatkan pendanaan, yang sering menghalangi mereka untuk berkembang dan berkembang. Pemerintah harus segera bertindak untuk mengatasi masalah ini dengan memfasilitasi lebih banyak akses ke pendanaan dan menumbuhkan pasar bagi konsumen melalui kebijakannya

**Kata Kunci : Koperasi, UMKM, Kesejahteraan Masyarakat**

#### PENDAHULUAN

##### Koperasi

Sebagai representasi dari semangat gotong royong dan kekeluargaan, koperasi telah berkembang menjadi komponen penting perekonomian Indonesia. Koperasi lebih dari sekadar badan usaha; sebagai gerakan ekonomi rakyat dengan tujuan meningkatkan kesehatan anggota dan



masyarakat secara keseluruhan. Koperasi yang bermula dari nilai-nilai luhur bangsa, telah terbukti hadir di berbagai industri, mulai dari pertanian, perikanan, perdagangan, hingga jasa keuangan. Koperasi memainkan peran yang signifikan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Koperasi menjadi salah satu pilar ekonomi kerakyatan karena berbasis kekeluargaan dan gotong royong. (Isa et al., 2021)

Koperasi telah berkembang menjadi komponen penting perekonomian Indonesia karena merupakan representasi dari semangat gotong royong dan kekeluargaan. Koperasi bukan hanya Perusahaan. Terbukti bahwa koperasi yang berasal dari nilai-nilai luhur bangsa dapat ditemukan di berbagai sektor, mulai dari pertanian, perikanan, perdagangan, hingga jasa keuangan. Koperasi adalah bagian penting dari pertumbuhan ekonomi Indonesia. Karena berbasis kekeluargaan dan gotong royong, koperasi menjadi salah satu pilar ekonomi kerakyatan (Siregar & Marliyah, 2022).

Koperasi biasanya terkait dengan upaya kelompok individu yang bertujuan untuk mencapai tujuan spesifik atau luas mereka melalui upaya ekonomi gabungan untuk kepentingan semua. Definisi asli koperasi, yang berasal dari kata Latin "*cooperre*", yang berarti kerja sama dalam bahasa Inggris, juga dapat digunakan untuk memahami apa arti kata tersebut. Kerja sama bekerja sama karena kata "*co*" berarti "bersama" dan "operasi" berarti "bekerja." Orang-orang dengan minat dan tujuan yang sama bekerja sama dalam hal ini. Ada banyak istilah berbeda yang digunakan untuk menyebut koperasi yang memiliki kata "kerjasama" atau setidaknya definisi kerja sama di berbagai bidang. Istilah "Ekonomi" mengacu pada kolaborasi dalam ranah ekonomi. kolaborasi atau kolaborasi dalam "Masyarakat Koperasi" (Tamba, 2001).

## **Umkm**

Perekonomian lokal dan nasional didorong oleh usaha kecil dan menengah (UMKM). UMKM sering menjadi sumber pendapatan utama bagi masyarakat di daerah pedesaan, terutama yang berada di masyarakat pedesaan. Kita dapat mengurangi kesenjangan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memanfaatkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Jenis usaha kecil tertentu (UMKM) memainkan peran besar dalam meningkatkan dan menumbuhkan ekonomi lokal. Karena UMKM dapat berkembang di lingkungan apa pun dan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Selama krisis keuangan 1998, UMKM menunjukkan ketangguhannya. Sementara banyak perusahaan besar yang gagal, UMKM bernasib lebih baik.

Usaha mikro didefinisikan sebagai usaha produktif yang dioperasikan oleh perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi persyaratan usaha mikro yang dikendalikan oleh Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 yang mengatur UMKM, sebagaimana tercantum dalam Pasal 1. Usaha mikro juga dapat digambarkan sebagai bisnis independen dan menguntungkan yang dijalankan oleh individu atau oleh entitas bisnis terpisah yang bukan anak perusahaan atau anak perusahaan yang dimiliki, dikendalikan, atau dikendalikan oleh orang lain (Al Farisi et al., 2022).

Usaha mikro, kecil, dan menengah adalah upaya ekonomi skala kecil yang memenuhi persyaratan hukum untuk kepemilikan, nilai bersih, atau pendapatan penjualan tahunan. Pengembangan empat perusahaan ekonomi utama (bisnis inti) yang mendorong pertumbuhan



agribisnis, manufaktur, sumber daya manusia, dan bisnis kelautan membentuk jenis bisnis kecil. Metode regional, yang melibatkan pemilihan daerah tertentu untuk tujuan program dan pertumbuhan dan potensi sektor, dapat digunakan untuk meningkatkan area andalan dan mempercepat pemulihan ekonomi. Peningkatan penekanan pada pemberdayaan masyarakat (Sundari, 2024).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif, membaca, mendokumentasikan, dan mengolah bahan penelitian melalui urutan langkah. Berikut ini adalah salah satu fitur utama dari penelitian studi literatur: Pertama, peneliti tidak memiliki pengetahuan langsung tentang bidang tersebut; sebaliknya, mereka bekerja langsung dengan bahasa (manuskrip) atau data numerik. Kedua, karena pustaka data "siap pakai", peneliti dapat bekerja langsung dengan sumber data yang sudah ada sebelumnya tanpa harus terjun ke lapangan. Ketiga, karena pustaka data berfungsi sebagai sumber sekunder, peneliti memperoleh informasi atau data dari sumber lain. Keempat, baik waktu maupun tempat tidak dapat menentukan keadaan data literatur. Dengan demikian, proses pengumpulan data penelitian melibatkan pemeriksaan dan pembuatan berbagai sumber informasi, dan data termasuk buku, jurnal, dan situs web kementerian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Jumlah Koperasi dan Anggota Koperasi 2017-2021

Secara umum, jumlah koperasi di Indonesia mengalami fluktuasi selama periode 2017-2021. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan ini, seperti kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, serta dinamika internal koperasi itu sendiri

**Tabel 1.** Keterangan Tabel Jumlah Koperasi dan Anggota Koperasi 2017-2021 Di Indonesia

Tahun	Jumlah Koperasi	Anggota Koperasi
2017	152.174	18.288.682
2018	123.343	20.049.995
2019	123.048	22.463.738
2020	127.124	25.098.807
2021	127.846	27.100.373

*Sumber: Kemenkop UKM RI*

Pada table tersebut dapat disimpulkan bahwa periode tahun 2017-2021, koperasi di Indonesia mengalami fluktuasi dalam jumlah unit dan anggotanya. Pada awal dekade, tercatat peningkatan jumlah koperasi dan anggota. contohnya, pada tahun 2017, jumlah koperasi yang beroperasi di Indonesia mencapai 152.174 unit, yang merupakan titik tertinggi dalam periode ini. Selain itu, jumlah anggota koperasi juga meningkat secara signifikan, bahkan melebihi 27 juta orang pada tahun 2021.

Meski jumlah koperasi menurun, koperasi tetap memberikan kontribusi signifikan kepada Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Pada tahun 2020, koperasi memberikan kontribusi sekitar 5% terhadap PDB nasional, dan target pemerintah untuk tahun 2024 adalah meningkatkan



kontribusi ini menjadi 5,5%. Hal ini menunjukkan potensi koperasi dalam meningkatkan kemakmuran anggota dan mendorong pertumbuhan ekonomi.

### **Peran koprasri dalam meningkatkan kesejahteraan Masyarakat**

Koperasi telah didirikan oleh pemerintah sebagai organisasi kerakyatan dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Koperasi dianggap membantu orang-orang di kelas sosial ekonomi yang lebih rendah menjalani kehidupan yang lebih baik. Kesejahteraan anggota koperasi dapat digunakan untuk mengukur kinerjanya. Karena anggota dapat menciptakan lebih banyak keuntungan dari perusahaan yang mereka kelola, koperasi mampu memberikan kesejahteraan. Anggota berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan anggota ekonomi dengan memberikan pinjaman yang cukup besar, beasiswa pendidikan dan pelatihan bagi anggota keluarga anggota, dan modal atau pinjaman usaha. Dengan demikian, anggota dapat langsung meminjam ke koprasri jika mereka memerlukan dana segera. Ini adalah upaya yang bisa dirasakan langsung oleh anggota dalam memberikan manfaatnya (Ryan Irwansyah Pasaribu & Kusmilawaty Kusmilawaty, 2024).

Komunitas koperasi dapat diberdayakan secara ekonomi untuk memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi. Individu mungkin memperoleh lebih banyak sumber daya dan dana untuk memperluas bisnis mereka dengan bergabung dengan koperasi. Untuk membantu anggota meningkatkan kemampuan dan keahlian mereka di dunia komersial, koperasi juga dapat menawarkan pelatihan dan bimbingan. Selain memperluas jangkauan pasar, anggota koperasi dapat meningkatkan nilai barang dan jasa mereka. Koperasi juga dapat membedakan antara bisnis dan individu yang terlibat dalam perusahaan. Infrastruktur koperasi dan sarana usaha dapat membantu pembangunan infrastruktur dan sarana usaha yang menopang kegiatan ekonomi desa. Misalnya, koperasi dapat membangun fasilitas pengolahan hasil pertanian atau gudang penyimpanan untuk meningkatkan nilai tambah barang daerah. Selain itu, koperasi mungkin menawarkan layanan tambahan seperti akses teknologi, peralatan produksi, dan distribusi.

Selain itu, membina ikatan sosial dan solidaritas komunal sangat dibantu oleh solidaritas koperasi dan pemberdayaan sosial. Anggota koperasi dapat berkolaborasi, bertukar informasi dan keahlian, serta saling mendukung dalam menyelesaikan kesulitan keuangan. Koperasi dengan demikian dapat memperkuat ikatan sosial antara anggotanya dan masyarakat luas. (Perkasa & Sulistiani, 2023).

Koperasi dapat memanfaatkan potensi lokal untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi. Misalnya, koperasi dapat mengembangkan produk yang unik dan bernilai tinggi dengan memanfaatkan sumber daya alam dan keterampilan tradisional masyarakat. Untuk meningkatkan keberhasilan pelaksanaan pengembangan koperasi lokal, pemerintah dan lembaga pendidikan dapat memberikan fasilitas, kebijakan, dan pendanaan. Pelatihan, pendidikan, dan pembinaan yang diselenggarakan oleh pihak terkait juga sangat penting untuk mengembangkan keterampilan anggota koperasi; dengan demikian, koperasi dapat mengembangkan produk lokal dan memperkuat perekonomian daerah.



Pinjaman modal pada koperasi memungkinkan UMKM untuk menginvestasikan lebih banyak sumber daya dalam peralatan, bahan baku, dan tenaga kerja, sehingga mereka dapat meningkatkan volume produksi dan kualitas produk mereka. Pelatihan yang diselenggarakan oleh koperasi juga membantu UMKM dalam meningkatkan keterampilan, manajemen bisnis, dan strategi pemasaran, yang semuanya berkontribusi pada efisiensi operasional dan pertumbuhan usaha yang lebih stabil.

UMKM dapat memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualan melalui akses ke modal dan pelatihan. Anggota sering mendapatkan bantuan dari koperasi dalam membangun hubungan dengan distributor dan pasar baru, baik lokal maupun internasional. Hal ini memungkinkan UMKM untuk meningkatkan pendapatan dengan memasarkan barang mereka ke audiens yang lebih luas. Dengan peningkatan pendapatan, UMKM dapat melakukan reinvestasi dalam bisnis mereka, memperluas skala operasi, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi pemilik dan karyawan. Dengan mengembangkan potensi ekonomi di wilayahnya, koperasi memainkan peran penting dalam pemberdayaan ekonomi lokal. Pemberdayaan ekonomi lokal juga berarti bahwa keuntungan bisnis yang dihasilkan oleh UMKM cenderung kembali ke komunitas, mendukung pembangunan infrastruktur, pendidikan, dan layanan sosial (Fatimah dan Darna, 2011).

### **Kontribusi UMKM Terhadap PDB dan Penyerapan Tenaga Kerja Tahun 2017-2022**

Seperti yang kita ketahui UMKM sangat berperan aktif terhadap PDB di Indonesia yang tiap tahun berkontribusi selalu lebih dari 50%, dan penyerapan tenaga kerja yang cukup besar terhadap masyarakat, berikut adalah table 2 yang menunjukkan kontribusi UMKM terhadap PDB dan peluang kesempatan tenaga kerja tahun 2017-2021:

**Tabel 2.** Keterangan Tabel Kontribusi UMKM Terhadap PDB dan Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia Tahun 2017-2021

<b>Tahun</b>	<b>Kontribusi UMKM Terhadap PDB</b>	<b>Penyerapan Tenaga Kerja</b>
2017	61,41%	96,70%
2018	60,34%	97%
2019	60,51%	96,92%
2020	61%	97%
2021	61,07%	97%

*Sumber: Kemenkop UKM RI*

Kontribusi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap PDB dan peluang tenaga kerja di Indonesia mengalami fluktuasi antara tahun 2017-2021. Pada tahun 2017, kontribusi UMKM mencapai sekitar 61,41% dari total PDB, dengan peluang tenaga kerja mencapai 96,7% dari total tenaga kerja sektor usaha. dan pada tahun 2021, kontribusi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap PDB Indonesia mencapai 61,07% atau setara dengan Rp8.573,89 triliun, dan UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja atau 97% dari total



tenaga kerja. Peningkatan ini didorong oleh usaha pemerintah dalam program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), yang menyediakan insentif seperti subsidi bunga pinjaman dan restrukturisasi kredit untuk mendukung UMKM yang terdampak pandemi COVID-19. Selain itu, digitalisasi dan adaptasi terhadap e-commerce membantu UMKM beroperasi secara efektif meskipun dalam kondisi terbatas. Oleh karena itu, UMKM berperan penting dalam pemulihan perekonomian dan penyediaan lapangan kerja di Indonesia. (Ilmiah & Islam, 2023) Mengatakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangatlah penting untuk kemajuan di negara Indonesia sebagai salah satu cara cepat untuk mempercepat pembangunan daerah.

### **Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat**

Meskipun ukurannya kecil, UMKM memiliki potensi besar untuk menciptakan lapangan kerja, mendorong perekonomian lokal, dan mengurangi kemiskinan. Hal ini karena sektor ini sangat beragam dengan berbagai jenis dan skala usaha (Sholeah et al., n.d.). Ketika UMKM berhasil membuat barang atau jasa baru yang memenuhi kebutuhan pasar, mereka cenderung menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan mereka. Misalnya, beberapa perusahaan usaha kecil dan menengah (UMKM) dalam industri minuman dan makanan mengembangkan produk baru yang lebih sehat sesuai dengan tren konsumen saat ini. Salah satu faktor penting dalam perluasan pasar UMKM adalah inovasi dalam strategi pemasaran, terutama melalui platform digital. Penggunaan media sosial, e-commerce, dan pemasaran konten terbukti meningkatkan visibilitas dan penjualan produk UMKM. Misalnya saja UMKM di industri fashion yang menggunakan platform seperti Instagram dan TikTok untuk mempromosikan barang mereka mengalami peningkatan yang signifikan dalam jumlah pengikut dan penjualan. Selain itu, inovasi dalam model bisnis, seperti crowdsourcing atau model bisnis berlangganan, membuka peluang baru bagi UMKM untuk meningkatkan pendapatan mereka. Beberapa UMKM dalam industri jasa, seperti layanan kebersihan dan perawatan, menerapkan model bisnis berlangganan yang memastikan pendapatan tetap setiap bulan (Putri & Widadi, 2024).

Usaha kecil dan menengah telah mengalami berbagai perubahan dan kemajuan dalam perkembangannya, salah satunya adalah digitalisasi (E-commerce, 2024). Ketika bisnis mereka, kebanyakan pengusaha UMKM ingin memulai bisnis digital. Dikarenakan upaya berjalannya UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di pertengahan arus globalisasi serta persaingan yang meningkat, perlunya UMKM memiliki kemampuan untuk mengatasi provokasi secara universal sebagaimana reka baru barang dan juga jasa, ekspansi ruang pemasaran, dan pembaruan teknologi serta sumber daya alam. Salah satunya adalah dengan menggunakan teknologi informasi; ini adalah golongan digital yang dikenakan guna membentuk, mengubah, menyimpan, serta mengenakan penjelasan dalam gambaran apa pun. Digitalisasi adalah salah satu dari banyak perubahan dan kemajuan yang dialami oleh usaha kecil dan menengah selama perkembangannya. Ketika bisnis mereka, kebanyakan pengusaha UMKM ingin memulai bisnis digital.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bisa menaiki pasar global dengan menggunakan digital informasi ini. Akibat mengimplementasikan informasi digital pada peningkatan usahanya, di dalam waktu yang singkat bisnis yang awalnya kecil seperti toko buku Amazon, portal Yahoo, dan situs lelang sederhana Ebay menjadi perusahaan besar. Bagi perusahaan kecil, menggunakan digital informasi pada suatu niaga, juga diakui sebagai



terminologi e-commerce, dapat meningkatkan permulaan dalam perakitan, memungkinkan pengiriman produk perangkat lunak lebih cepat ke pelanggan, mengirim dan menerima penawaran dengan cepat dan hemat, dan mendukung transaksi tanpa dokumen atau kertas. Digitalisasi adalah salah satu dari banyak perubahan dan kemajuan yang dialami oleh usaha kecil dan menengah selama perkembangannya. Ketika bisnis mereka, kebanyakan pengusaha UMKM ingin memulai bisnis digital.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dapat memanfaatkan internet untuk melakukan iklan dengan tujuan pasar internasional, yang membuka peluang ekspor luas. Selain itu, harga persetujuan jual beli dapat dikurangi. Dana yang muncul dari proses aktivitas bisnis dikenal sebagai biaya transaksi. Biaya tersebut termasuk belanja untuk komunikasi organisasi, layanan, dan sesuai kontrak. Dengan sistem TI (Teknologi Informasi) atau digital informasi yang lebih baik, dari semua ini biaya dapat dikurangi (Sedyastuti, 2018).

Karena memanfaatkan kearifan lokal, seperti kerajinan tangan dan kuliner tradisional, UMKM berperan penting dalam mempromosikan budaya lokal melalui pengembangan produk yang unik dan unik. Dengan melakukan ini, UMKM tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga memperkuat identitas budaya daerah. Salah satu contohnya adalah Pemeran UMKM dengan basis budaya lokal yaitu di Bali, yang menunjukkan bahwa perilaku wirausaha dalam melakukan inovasi ini membantu melestarikan budaya lokal karena produk yang mereka buat berbasis budaya lokal. Para wirausaha kreatif ini menghidupkan kembali budaya lokal dengan cara yang membuat dan memikat tamu agar kembali menyukai terhadap suatu produk yang mereka buat. Selain itu, pameran kerajinan PKB mendorong wirausaha untuk terus mengembangkan produk baru dan menjualnya pada pameran PKB berikutnya (Wulandari & Parameswara, 2020). Pemerintah juga harus bekerja sama terhadap bagian-bagian yang berkepentingan guna membantu peningkatan UMKM. Kolaborasi antara pemerintah, seniman, dan masyarakat dapat mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Pemerintah dapat mengadakan pelatihan kewirausahaan untuk mentransfer pengetahuan dan keterampilan dari berbagai sumber untuk melaksanakan kegiatan dengan cara yang paling menguntungkan (Noviarita et al., 2021).

Tidak hanya pemerintah, tetapi juga masyarakat luas harus menjadi peserta dan konsumen industri kreatif. Sementara pemerintah menetapkan peraturan dan menyediakan infrastruktur, masyarakat mendukungnya dengan ide-ide baru dan membantu pertumbuhan industri kreatif di masa depan. Industri kreatif Indonesia memiliki peluang untuk berkembang menjadi sumber ekspor yang dapat diandalkan dan menghasilkan pendapatan baru bagi negara dan masyarakat melalui peran aktif antara pemerintah dan masyarakat. Di Indonesia, pemerintah pusat dan daerah harus mengoptimalkan potensi pemberdayaan perempuan dalam membantu UMKM (Cahyani et al., 2021)

Misalnya, pemerintah telah membantu pertumbuhan UMKM dengan memberikan bantuan secara langsung tanpa biaya dan memberikan bantuan perizinan dengan staf secara gratis melalui lembaga penanaman modal dan layanan satu atap. Selain itu, beberapa UMKM diundang oleh Kementerian Perdagangan, Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi, dan UKM untuk mengikuti pelatihan desain dan produksi, serta studi banding pameran (Alfadri, 2023).



## **Sinergi Koperasi dan UMKM**

Pasal 27 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 44 tahun 1997 tentang kolaborasi memberikan penjelasan lebih lanjut tentang konsep tersebut. Pasal ini membahas berbagai jenis kemitraan, termasuk, tetapi tidak terbatas pada, pola Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 44 tahun 1997 tentang kolaborasi memberikan bisnis luas, sub-kontraktor, waralaba (franchise), dan inti plasma. Usaha kecil, menengah, dan besar bekerja sama sebagai inti plasma untuk membangun dan memperluas bisnis kecil. Usaha besar bertanggung jawab untuk memberikan intruksi langkah-langkah tentang manajemen produksi, bisnis, penguasaan, perolehan, dan pengembangan teknologi digital yang diharapkan untuk meningkatkan daya produksi serta efisiensi. suatu sistem yang mengatur hubungan antara perusahaan besar dan usaha kecil menengah. Dalam sistem ini, usaha besar, sebagai perusahaan induk, meminta usaha kecil menengah, yang bertindak sebagai subkontraktor, untuk menyelesaikan seluruh atau sebagian tugas, dengan tanggung jawab penuh pada perusahaan induk, atau subkontraktor. Dagang umum adalah kemitraan antara usaha kecil, menengah atau besar. Ini terjadi dalam bentuk kerja sama pemasaran, penyediaan lokasi, atau penerimaan pasokan dari mitra usaha kecil untuk memenuhi kebutuhan usaha menengah atau usaha besar. Waralaba, juga dikenal sebagai franchise, adalah sistem yang mengatur hubungan antara perusahaan besar dan agen. Sebaliknya, keagenan adalah hubungan dimana kemitraan pihak pertama memiliki sesuatu dan membuat, dan agen (pihak lain) menjalankan bisnis dan menghubungkan pihak ketiga dengan produk (Weda, 2018).

Kemitraan antara koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan upaya yang cukup besar memiliki banyak manfaat yang keduanya menguntungkan. Kemitraan dapat membuka peluang bagi koperasi dan UMKM guna mengeksplorasi pasar global dari dalam atau luar negeri. Koperasi dan UMKM dapat meningkatkan kualitas produk mereka dengan bantuan teknis dan transfer teknologi. Kemitraan bisa saja memfasilitasi akses yang tidak sulit terhadap permodalan untuk koperasi dan UMKM. Melalui pelatihan dan pendampingan dari usaha besar, koperasi dan UMKM dapat meningkatkan kapasitas manajerial dan teknis mereka. Kemitraan dapat memberikan stabilitas usaha bagi koperasi dan UMKM, terutama pada hal pasokan pemasaran produk dan materi dasar seperti bahan baku. Kemitraan dapat menghasilkan merek bersama yang dapat meningkatkan daya saing produk koperasi dan UMKM di pasaran.

Secara umum, kemitraan antara koperasi dan UMKM dengan usaha besar dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi perekonomian nasional, yaitu; Kemitraan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui lapangan kerja, peningkatan produksi, dan bertambahnya pendapatan masyarakat, kemitraan dapat membantu mengurangi ketimpangan antara usaha besar dan UMKM. Kemitraan dapat mengembangkan kompetitivitas produk Indonesia di pasar internasional. Kemitraan antara koperasi dan UMKM merupakan sinergi yang kuat untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan menggabungkan kekuatan, sumber daya, dan jaringan masing-masing, keduanya dapat mencapai hasil yang lebih besar dibandingkan jika bekerja sendiri. Kemitraan antara koperasi dan UMKM merupakan sinergi yang kuat untuk memperluas jangkauan pasar dan dapat menimbulkan banyak persaingan produk lokal di pasar global. Keduanya dapat mencapai hasil yang lebih besar daripada jika mereka bekerja sendiri dengan menggabungkan kekuatan, sumber daya, dan jaringan masing-masing. Dalam hal ini terdapat beberapa cara koperasi dan UMKM dapat bekerja sama seperti pembentukan konsorsium,



pemanfaatan jaringan distribusi koperasi, pemanfaatan merek koperasi pengembangan produk bersama, pembiayaan bersama, pelatihan dan pengembangan kapasitas, serta partisipasi dalam pameran dan event. Koperasi dapat menyediakan bahan baku yang berkualitas bagi UMKM dengan menggabungkan kekuatan pembelian dari banyak anggota, koperasi dapat membeli bahan baku dalam jumlah besar sehingga mendapatkan harga yang lebih murah. Koperasi dapat mengolah bahan baku menjadi produk setengah jadi atau produk akhir, sehingga meningkatkan nilai tambah bagi anggotanya. Koperasi dapat melakukan analisis pasar untuk mengetahui tren permintaan pasar, sehingga dapat memberikan informasi yang relevan kepada UMKM.

Selain itu tantangan penting lainnya juga perlu ditangani secara bersamaan yakni: 1) Peran berbagai pemangku kepentingan dan lembaga bersifat kompleks dan ambigu. 2) Sumber daya manusia yang masih rendah terhadap pemahaman ekonomi digital. 3) Akses internet yang belum merata. 4) Research and Development untuk UMKM dan pengembangannya yang masih rendah. 5) Masalah keamanan data di era digitalisasi dan industri. 6) Korupsi. 7) Pembangunan infrastruktur yang belum memadai (listrik, air, jalan). 8) Pasokan bahan baku dengan harga yang kompetitif. 9) Pelatihan tenaga kerja karena masih kurangnya tenaga kerja yang mahir di bidang manufaktur, jasa, dan pemasaran yang dipekerjakan oleh perusahaan mikro, kecil, dan menengah (umkm).

Koperasi dan UMKM memiliki beberapa peluang yaitu: 1) Permintaan yang meningkat. 2) Potensi yang luas. 3) Keterlibatan masyarakat. 4) Variasi produk dan layanan (Simangunsong, 2022).

### **Tantangan dan Solusi**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sering kali bertemu masalah akses modal, yang menghambat pertumbuhan mereka. Ini karena modal yang cukup sangat penting untuk menjalankan operasional, mengembangkan produk, dan memperluas pasar. Untuk mendapatkan modal yang dibutuhkan, UMKM dapat menggunakan berbagai sumber pembiayaan. Beberapa di antaranya adalah pinjaman bank, venture capital, dan crowdfunding, masing-masing dengan kelebihan dipertimbangkan dengan cermat dan kekurangan yang perlu. Teknologi dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan literasi keuangan UMKM. Aplikasi keuangan dan platform edukasi online dapat memberikan akses ke informasi dan pelatihan keuangan yang mudah diakses oleh pelaku UMKM, bahkan di daerah terpencil. Lebih banyak UMKM dapat meningkatkan literasi keuangan mereka karena teknologi dapat membantu mengatasi hambatan geografis dan biaya (Pristiyanto, 2024).

Agar Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dapat menjadi lebih bersaing dengan bisnis lain, pemerintah pusat dan daerah layak menyerahkan perhatian yang sangat baik terhadap pertumbuhannya serta mendukungnya dari masyarakat. Kebijakan pemerintah di waktu ke depan harus meningkatkan peranannya pada pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mengembangkan kemitraan bisnis yang menguntungkan antara bisnis kecil dan besar, dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia (Yuliana, 2024).

Kebijakan pemerintah sangat diperlukan untuk meningkatkan lingkungan bisnis, meningkatkan akses pembiayaan, dan memperluas pasar bagi koperasi dan UMKM. Beberapa



kebijakan utama yang telah dan sedang dilaksanakan termasuk: 1) Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) menawarkan pembiayaan dengan bunga rendah kepada UMKM, termasuk koperasi. Tujuannya adalah untuk mendorong pertumbuhan bisnis dan menciptakan lebih banyak lapangan kerja. 2) Lembaga Pengelola Dana Bergulir (LPDB-KUKM) memberikan pembiayaan koperasi dan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), terutama untuk sektor produktif. 3) Penjaminan Kredit Pemerintah memberikan penjaminan kredit kepada UMKM, sehingga perbankan tidak memiliki risiko untuk memberikan kredit. 4) Pemberian 5) Insentif Pajak: UMKM menerima berbagai insentif pajak dari pemerintah, seperti pengurangan pajak penghasilan atau pembebasan pajak tertentu. 6) Kemudahan Perizinan Usaha: Pemerintah telah menurunkan regulasi dan membuat perizinan usaha lebih mudah bagi usaha kecil dan menengah (UMKM). 7) Pemasaran Produk UMKM: Pemerintah membantu UMKM memasarkan barang mereka melalui berbagai cara, seperti pameran, toko online, dan program kolaborasi dengan perusahaan besar. 8) Program Kemitraan: Pemerintah mendorong koperasi dan UMKM untuk bekerja sama dengan perusahaan besar untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jaringan pemasaran. Target primer dari strategi tersebut adalah guna mengembangkan persaingan, misalnya dengan membantu koperasi dan UMKM menjadi lebih kompetitif di pasar domestik maupun internasional; menciptakan lapangan kerja, misalnya dengan mengakselerasi pertumbuhan ekonomi serta menghasilkan lapangan pekerjaan yang baru; mengurangi kemiskinan dan mengoptimalkan penghasilan warga melalui pengembangan UMKM; dan memperkuat struktur ekonomi nasional melalui pengembangan sektor UMKM.

Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya koperasi dan UMKM, kebijakan atau perangkat daerah terkait harus digunakan untuk mendukung keberadaan koperasi. Dalam hal ini, ini mencakup memberikan dukungan, membangun sumber daya manusia koperasi yang berkualitas, memberikan pendidikan dan pelatihan, mensosialisasikan pentingnya koperasi, dan melakukan onitoring secara teratur. Sangat penting untuk merevitalisasi budaya pangan nasional yang bergantung pada produk lokal, dan pemerintah melakukan banyak hal untuk mendorong masyarakat untuk lebih banyak mengonsumsi produk lokal. Pemerintah harus melakukan restorasi budaya pangan nasional yang berbasis lokal untuk memperkuat ketahanan pangan secara berkelanjutan dalam menghadapi perubahan iklim. Pemerintah harus melakukan restorasi budaya pangan nasional yang berbasis lokal untuk memperkuat ketahanan pangan secara berkelanjutan dalam menghadapi perubahan iklim. Akibatnya, dari hulu ke hilir pengembangan pangan lokal yang berkelanjutan memerlukan komitmen dari lembaga legislatif dan pemerintah pada tingkat nasional dan regional. Mendorong orang untuk kembali makan nasi jagung, ubi rebus, atau tiwul tidak berarti mengembangkan produk pangan lokal. Sebaliknya, itu membantu pangan lokal berkembang dalam pola konsumsi masyarakat. Pengembangan produk pangan lokal harus dapat mengikuti tren konsumsi masyarakat, terutama generasi milenial. Ini membutuhkan beberapa pendekatan untuk meningkatkan kualitas produk, menambah nilai, dan meningkatkan daya saingnya. Beberapa metode yang mungkin termasuk: 1) Riset dan mutasi untuk mengetahui preferensi konsumen dan tren pasar. 2) Manajemen barang-barang dengan standar kebersihan dan kualitas tinggi. 3) Peningkatan variasi dan rasa yang ditujukan untuk menarik beragam jenis pelanggan. 4) Label organik, sertifikasi halal atau label lain yang terkait dapat mengembangkan



kepercayaan pelanggan pada barang-barang yang dijual juga dapat menjadi tugas yang lebih mudah dikenali di pasar. (Widowati, 2023).

## KESIMPULAN

Koperasi dan UMKM terbukti menjadi pilar penting ketika mengembangkan masyarakat yang sejahtera. Melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, serta pemberdayaan ekonomi lokal, keduanya berkontribusi signifikan dalam mengurangi kesenjangan sosial dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

Peneitian ini telah menggarisbawahi peran krusial koperasi dan UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Koperasi, dengan prinsip gotong royong dan pengelolaan bersama, telah terbukti efektif dalam memberdayakan anggota dan meningkatkan taraf hidup mereka. Sebagai tulang punggung perekonomian, sementara itu UMKM telah menghasilkan sektor pekerjaan, mendukung inovasi, serta berkontribusi besar pada penyerapan tenaga kerja data dan Produk Domestik Bruto (PDB) menunjukkan peran UMKM dalam penyerapan tenaga kerja di Indonesia dalam periode 2017-2021 terus meningkat dan berkontribusi terhadap PDB selalu diatas 50%. Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM tidak hanya berperan dalam kesejahteraan masyarakat di tingkat lokal, tetapi juga memiliki dampak yang luas terhadap perekonomian nasional. Pertumbuhan UMKM yang pesat menunjukkan adanya potensi besar untuk terus dikembangkan dan didukung agar dapat berkontribusi lebih besar lagi di masa depan

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Alfadri, F. (2023). Peran Quadruple Helix Dalam Meningkatkan Kreatifitas Dan Inovasi Industri Kreatif Berbasis Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1859. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8324>
- Cahyani, A. B., Imaniah, S., Damaskha, P., Sari, R., & Hidayat, A. (2021). *Peranan Perempuan Dalam Meningkatkan Kewirausahaan Dalam Pembangunan*. 2(1), 37–43.
- E-commerce, D. I. (2024). *SOSIALISASI MARKETPLACE DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENGETAHUAN MASYARAKAT TENTANG PENJUALAN ONLINE*. 5(2), 934–944.
- Fatimah dan Darna. (2011). Peranan Koperasi Dalam Mendukung Permodalan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 127–138.
- Ilmiah, J., & Islam, E. (2023). *Pengaruh Literasi , Inklusif Keuangan Syariah dan Locus Of Control Terhadap Kinerja Keuangan dalam Meningkatkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah ( UMKM ) di Kota Bandar Lampung*. 9(03), 4018–4028.
- Isa, I., (Jurnal, G. H.-J. I. I. E., & 2017, undefined. (2021). Perancangan Aplikasi Koperasi Simpan Pinjam Berbasis Web (Studi Kasus Koperasi Mitra Setia). *Eprints.Ummi.Ac.Id*, 4(2), 130–133. <https://eprints.ummi.ac.id/60/>
- Noviarita, H., Kurniyawati, A., Ningsih, N. W., & Rosilawati, W. (2021). *Analisis Tingkat Pendapatan Keluarga dan Pelatihan Kewirausahaan Gender dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 7(03), 1192–1198.



- Perkasa, R. D., & Sulistiani, W. N. (2023). Peran dan Tantangan Koperasi dalam Pembangunan Ekonomi Masyarakat yang Berada di Desa Namo Bintang Kecamatan Pancur Batu. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1019–1028. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i2.4687>
- Pristiyanto. (2024). *Manajemen Koperasi dan UMKM: Era Society 5.0*. CV. Gita Lentera.
- Putri, P. L., & Widadi, B. (2024). Peran Inovasi dalam Pengembangan Model Bisnis UMKM di Era Digital. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(4), 180–189. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i4.1113>
- Ryan Irwansyah Pasaribu, & Kusmilawaty Kusmilawaty. (2024). Analisis Peran Koperasi Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Anggotanya. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(2), 359–368. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i2.2940>
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Sholeah, D. A., Khan, H. I., Rahmawati, I., Noviarita, H., Ekonomi, F., Dan, B., & Belakang, A. L. (n.d.). *Peningkatan kualitas dan layanan umkm untuk meningkatkan daya saing*.
- Simangunsong, B. Y. P. (2022). Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review. *JUREKA (Jurnal Ekonomi Pembangunan)*, 25–39. <https://jureka.fekonubt.net/index.php/jureka/article/view/21>
- Siregar, R., & Marliyah, M. (2022). Efektivitas Peran Koperasi dalam Pengembangan Usaha Kecil di Kota Medan. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(2), 55–60. <https://doi.org/10.37676/mude.v1i2.2143>
- Sundari, R. (2024). Persepsi Mahasiswa Tentang Regulasi Sertifikasi. *Diklat Review: Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Pelatihan*, 8(2), 232–242.
- Tamba, arifin sitio & halomon. (2001). *koperasi teori dan praktik*.
- Weda, R. T. (2018). *Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Penguatan Kemitraan Usaha UMKM, Koperasi dan Korporasi*. Jakad Media Publishing.
- Widowati, S. (2023). *Diversifikasi Pangan Lokal untuk Ketahanan Pangan: Perspektif Ekonomi, Sosial, dan Budaya*. Penerbit BRIN (Badan Riset dan Inovasi Nasional).
- Wulandari, I. G. A. A., & Parameswara, A. A. G. A. (2020). Problematika UMKM Berbasis Budaya Lokal di Bali (Studi Kasus Pemasaran Produk UMKM Berbasis Budaya Lokal di Pesta Kesenian Bali). *Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 101–120. <https://doi.org/10.35590/jeb.v6i2.1263>
- Yuliana. (2024). *Manajemen Koperasi dan UMKM: Era Society 5.0*. : CV Rey Media Grafika.