

**STRATEGI PENGEMBANGAN SEKTOR USAHA DI BIDANG UKM
MELALUI PROGRAM SIBAKUL JOGJA DI DINAS KOPERASI DAN
UKM DIY**

LAPORAN MAGANG



Disusun Oleh:

MUHAMAD RAFLI RAMDANI

18213053

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN
PROMGRAM DIPLOMA III FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2021

**STRATEGI PENGEMBANGAN SEKTOR USAHA DI BIDANG UKM
MELALUI PROGRAM SIBAKUL JOGJA DI DINAS KOPERASI DAN
UKM DIY**

Laporan Magang

**Laporan magang ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat
menyelesaikan jenjang Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

Universitas Islam Indonesia

Disusun Oleh:

Muhamad Rafli Ramdani

18213053

Program Studi Perbankan dan Keuangan

Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2021

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN MAGANG
STRATEGI PENGEMBANGAN SEKTOR USAHA DI BIDANG UKM
MELALUI PROGRAM SIBAKUL JOGJA DI DINAS KOPERASI DAN
UKM DIY



الجامعة الإسلامية

Disusun Oleh:

Nama : Muhamad Rafli Ramdani
No. Mahasiswa : 18213053
Jurusan : Perbankan dan Keuangan

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 06 Juni 2021

Dosen Pembimbing



Annisa Rahima, SE., M.Ec. Dev.

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa laporan magang ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 04 Juni 2021

Penulis


Muhamad Rafli Ramdani.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat iman, nikmat sehat, berupa rahmat dan hidayahnya, sehingga penulisan dapat menyelesaikan laporan magang ini yang berjudul **“STRATEGI PENGEMBANGAN SEKTOR USAHA DI BIDANG UKM MELALUI PROGRAM SIBAKUL JOGJA DI DINAS KOPERASI DIY”**.

Laporan Tugas Akhir ini untuk memenuhi salah satu syarat ujian sidang dalam memperoleh gelar Ahli Madya Diploma III di program studi Perbankan dan Keuangan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dalam hal materi maupun moral. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak antara lain.

1. Allah SWT yang sudah memberikan rahmat dan karunia-Nya yang sangat melimpah.
2. Bapak Rohadi dan Ibu Sunaeni yang telah memberikan kasih sayang dan nasihat, selalu memberikan doa kepada penulis, memberikan semangat dan motivasi, serta memberikan petunjuk untuk saya dalam kesehariannya.
3. Ibu Diana Wijayanti, SE, M.Si sebagai Ketua Prodi Perbankan dan Keuangan Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

4. Ibu Annisa Rahima, SE., M.Ec. Dev. Selaku dosen pembimbing tugas akhir yang selalu meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing penulis dalam kegiatan akademik dan juga dalam penyelesaian laporan magang ini.
5. Seluruh dosen Perbankan dan Keuangan Universitas Islam Indonesia yang sudah membekali penulisan dengan ilmu pengetahuan dalam masa perkuliahan.
6. Teman-teman seperjuangan dan memberikan motivasi serta memberikan semangat.
7. Terimakasih kepada sahabat Binar, Andi, Resza, Afan yang telah berbagi suka dan duka selama mengikuti perkuliahan.
8. Eli yang telah membantu menyelesaikan laporan magang ini dengan penuh kesabaran dan perhatian.
9. Semua pihak yang telah memberikan dukungan serta bantuan dan dapat terselesaikan laporan magang ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan ini baik dalam hal teknik pembahasan maupun penyajian. Penulis mengharapkan kritik dan saran untuk membangun dalam penyusunan tugas akhir ini. Semoga Laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi semua pihak.

Penulis,



Muhamad Rafli Ramdani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
Daftar tabel.....	ix
Daftar gambar.....	x
BAB I.....	11
PENDAHULUAN.....	11
1.1 Dasar Pemikiran Magang	11
1.2 Tujuan Magang.....	13
1.3 Target Magang	14
1.4 Bidang Magang	14
1.5 Lokasi Magang	14
1.6 Jadwal Magang.....	14
1.7 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II	17
LANDASAN TEORI.....	17
2.1 Strategi pengembangan	17
2.1.2 Strategi Pengembangan Produk	18
2.1.3 Tahap – Tahap Pengembangan Produk	20
2.1.4 Tujuan Pengembangan Produk	21
2.2 Koperasi.....	22
2.2.2 Jenis-Jenis Koperasi.....	23
2.2.3 Tujuan Koperasi.....	24
2.2.4 Landasan, Fungsi dan Peran Koperasi.....	25
2.3 UKM dan UMKM	25
2.3.1 Pengertian UKM	25

2.3.2 Klasifikasi UKM.....	27
2.3.3 Pengertian UMKM	28
2.3.4 Jenis-Jenis UMKM	29
BAB III.....	31
ANALISIS DESKRIPSI	31
3.1 Data Umum	31
3.1.1 Sejarah Dinas Koperasi dan UKM DIY	31
3.1.2 Visi Misi Dinas Koperasi dan UKM DIY	33
3.1.3 Ruang Lingkup DISKOP dan UMKM DIY	34
3.1.4 Struktur Organisasi Dinas Koperasi DIY	35
3.2 Data Khusus	36
3.2.1 Strategi pengembangan sektor usaha UKM yang terdaftar di SiBakul Jogja oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY	36
3.2.2 Hambatan Pengembangan Sektor Usaha UKM Yang Terdaftar di Program SiBakul Jogja.	40
BAB IV	42
KESIMPULAN DAN SARAN	42
4.1 Kesimpulan.....	42
4.2 Saran.....	42

Daftar tabel

Table 1.1 Jadwal Magang	15
Table 3.1 Susunan struktur organisasi Dinas Koperasi dan UKM DIY	35



Daftar gambar

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi UKM Dinas Koperasi UKM DIY.....	31
Gambar 4. 1 Platform MarketHub Jogja.....	46
Gambar 4. 2 SiBakul Jogja.....	47
Gambar 4. 3 Fitur SiBakul Jogja.....	47



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Pemikiran Magang

Koperasi dan UKM di Kota Istimewa Yogyakarta merupakan peranan yang penting untuk hal pembangunan ekonomi kerakyatan. Usaha kecil dan menengah merupakan bagian penting dari perekonomian di Indonesia. Pada tahun 1997-1998 Indonesia telah mengalami krisis ekonomi, berdampak pada pertumbuhan perekonomian. UKM bisa bertahan dengan keterbatasan dan kemampuan disaat situasi krisis pada tahun tersebut. UKM merupakan salah satu bentuk yang berkontribusi dengan menumbuhkan ekonomi yang ada di Indonesia, seperti meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan bisa menurunkan angka kemiskinan serta mengurangi tingkat pengangguran di suatu negara.

Berkaitan dengan usaha meningkatkan kesejahteraan masyarakat, koperasi juga mempunyai fungsi bidang sosial dan ekonomi. Fungsi dan peran UKM yang ada di Indonesia begitu sangat penting. Sebagai salah satu sumber mata pencaharian masyarakat dan menyediakan lapangan kerja secara langsung. Sebagai kelompok usaha kecil dan menengah, UKM selalu terkendala dengan masalah keterbatasan modal, pemasaran, teknik produksi, manajemen dan teknologi.

Salah satu untuk meningkatkan kemampuan dan mengembangkan usaha kecil dan menengah dengan rangka untuk memperluas peranannya didalam perekonomian nasional, diperlukan pembinaan terpadu dan berkelanjutan untuk mengatasi berbagai masalah tersebut terutama pada masalah keterbatasan

permodalan, pengetahuan, dan informasi.

Perkembangan digitalisasi dalam globalisasi yang berpengaruh pada roda ekonomi pasar ritel dikarenakan pandemi atau virus Covid-19. Hal tersebut menyebabkan pasar ritel modern, mikro, skala besar, hingga kecil akan mengalami penurunan pendapatan. Meskipun dengan adanya kemudahan berbelanja, pada kenyataannya di era digitalisasi orang lebih suka melakukan aktifitas belanja *online* dengan menggunakan aplikasi yang tersedia di internet karena sudah menjadi terbiasa. Seperti dengan adanya produk SiBakul Jogja dari Dinas Koperasi dan UKM Yogyakarta yang bertujuan untuk memajukan UKM di Daerah Yogyakarta.

Ditengah persaingan UKM dalam menjual produk atau barang termasuk produk yang telah dibuat oleh pelaku UKM, setiap UKM harus memiliki strategi yang tepat untuk bertahan dan berkembang diantara kompetitor dalam memasarkan produknya. Sejak diberlakukannya sistem perdagangan bebas, telah memaksa para pelaku UKM harus memulai dan merubah strategi agar mampu bersaing dengan UKM lainnya.

UKM merupakan bentuk usaha kecil masyarakat yang pendirinya berdasarkan dari kemauan seseorang, akan tetapi masih belum adanya pengembangan sektor usaha yang membantu meningkatkan UKM. Dengan adanya digitalisasi dan upaya memperkenalkan UKM agar pelaku usaha sadar dengan adanya peran digital, maka hadirnya program SiBakul Jogja dari Dinas Koperasi dan UKM Yogyakarta merupakan solusi yang efektif untuk memperkenalkan dan mempersiapkan para UKM dalam mengembangkan

usahanya.

SiBakul Jogja merupakan pusat data koperasi dan UKM DIY dimana kegiatan pembinaan koperasi dan UKM di wilayah DIY yang wajib terintegrasi dengan adanya data SiBakul Jogja, untuk menjaga keterbaruan, soliditas, akurasi dan integrasi. SiBakul Jogja adalah sistem kegiatan pembinaan UKM dan koperasi untuk memandu dalam menentukan langkah modernisasi dan mengembangkan usahannya, sehingga para pelaku UKM menjadi roda ekonomi yang *modern* dan efektif.

Dengan demikian berdasarkan uraian di atas maka Tugas Akhir berjudul **“Strategi Pengembangan Sektor Usaha Di Bidang UKM Melalui Program SiBakul Jogja Di Dinas Koperasi dan UKM DIY”**

1.2 Tujuan Magang

Berdasarkan penjelasan diatas maka tujuan dilaksanakannya magang adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan sektor usaha yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY terhadap UKM-UKM yang sudah terdaftar dalam program SiBakul Jogja.
2. Untuk mengetahui hambatan pengembangan sektor usaha UKM yang terdaftar di program SiBakul Jogja.

1.3 Target Magang

Berdasarkan penjelasan diatas maka target dilaksanakannya magang adalah sebagai berikut.

1. Dapat menjelaskan strategi pengembangan sektor usaha yang dilakukan oleh dinas koperasi dan UKM DIY terhadap UKM-UKM yang sudah terdaftar dalam program SiBakul Jogja.
2. Dapat menjelaskan hambatan pengembangan sektor usaha UKM yang terdaftar di program SiBakul Jogja.

1.4 Bidang Magang

Adapun bidang magang yang dilakukan saat magang adalah pada bagian Kewirausahaan. Ditetapkan di posisi *order* dimana bagian ini menyelenggarakan fungsi dimana para pelaku UKM yang ingin *mengorderkan* dan mendapatkan gratis ongkir.

1.5 Lokasi Magang

Alamat magang bertempat pada Dinas Koperasi UKM Jl. HOS Cokroaminoto No.162, Tegalrejo, Kec. Tegalrejo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55244. Telepon (0274) 61622.

1.6 Jadwal Magang

Berikut ini merupakan yang dilaksanakan pada Dinas Koperasi dan UKM Yogyakarta sebagai berikut.

Table 1.1 Jadwal Magang

No	Keterangan	2021															
		Febuari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan Magang																
2	Pelaksanaan Magang																
3	Bimbingan Dosen																
4	Penyusunan Laporan Magang																
5	Ujian Tugas Akhir																

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan magang ini merupakan pembahasan secara garis besar yang terdapat dalam laporang magang ini dari beberapa bab di antaranya yaitu:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini yang di berisi tentang dasar pemikiran magang, tujuan magang, target magang, bidang magang, lokasi magang, jadwal magang, dan sistematika penulisan laporan magang

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini adalah yang akan membahas tentang teori-teori untuk digunakan memecahkan permasalahan yang akan dibahas.

BAB III : ANALISIS DESKRIPTIF

Bab ini adalah tentang data umum perusahaan tempat penulis magang dan yang mendeskripsikan tentang data hasil temuan perusahaan tempat penulisan

magnag yang sesuai dengan topik yang diobservasi.

BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini adalah bagian penutup dalam penulisan tugas akhir atau laporan magang yang berisi tentang kesimpulan yang disusun dan dirangkum oleh penulis serta data yang didapatkan di Dinas Koperasi dan UKM Yogyakarta.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Strategi pengembangan

2.1.1 Pengertian Strategi

Strategi merupakan suatu tindakan yang sewaktu-waktu bisa meningkat dan berkembang dilakukan berdasarkan sudut pandang pelanggan yang diharapkan dimasa yang akan datang. Strategi akan dimulai dari apa yang dapat terjadi bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya akan kecepatan dari sebuah inovasi pasar yang baru dan perubahan konsumen yang akan memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Strategi merupakan suatu tindakan yang terkoordinasi dan terintegrasi, untuk mendayagunakan kompetensi inti dan memperoleh keunggulan bersaing. Keberhasilan perusahaan dapat diukur dengan cara daya saing yang strategis dan profitabilitas tinggi. Merupakan salah satu fungsi kemampuan di dalam perusahaan untuk menggunakan dan mengembangkan kompetensi inti baru lebih cepat dibandingkan meniru pesaing pada saat ini.

Menurut Stanton (2018) strategi adalah sarana bersama untuk tujuan jangka panjang yang akan dicapai. Strategi bisnis mencakup berbagai dari ekspansi yaitu akuisisi, penetrasi, likuidasi, usaha patungan atau *joint venture* dan juga pengembangan produk. Strategi merupakan aksi potensial yang dibutuhkan keputusan manajemen puncak sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Strategi adalah aksi tindakan dan aktivitas, dilaksanakan oleh perusahaan atau seseorang untuk tercapainya sasaran atau tujuan yang telah diciptakan. Strategi

berasal dari analisis lingkungan eksternal dan internal, diperlukan juga untuk formulasi serta implementasi strategi yang sangat efektif. Strategi bisa diartikan sebuah program yang menentukan dan mencapai tujuan organisasi serta mengimplementasikan misinya, tertera dari strategi bahwa para manajer memainkan peranan yang aktif.

2.1.2 Strategi Pengembangan Produk

Pengembangan adalah dari poin-poin penting yang didesain didalam lapangan, jika sudah didesain dan sudah diuji coba maka desain tersebut harus diperbarui juga diperbarbaiki sesuai masukan. Pengembangan merupakan proses penerapan dan uji coba desain di lapangan yang diperbaiki dan dibuat untuk diperbarui guna memastikan efisiensi dan efektivitas dalam kegunaanya. Pengembangan juga sebuah proses atau langkah untuk mengembangkan suatu produk baru dan menyempurnakan proses yang telah ada sebelumnya serta dapat dipertanggung jawabkan. Pengembangan produk juga untuk mempertahankan daya saing produk yang sudah ada, memenangkan persaingan dan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen. Perusahaan juga cenderung untuk memilih mengembangkan produk atau membuat inovasi terbaru untuk menggantikan produk yang sudah lama, perusahaan juga harus menentukan produk apa yang disukai oleh konsumen, melakukan survei atau analisis serta menguji apakah produk yang dibuat dan dikembangkan itu disukai dan diterima oleh konsumen atau sebaliknya.

Strategi bertujuan untuk mengembangkan produk barunya dengan pasar yang sudah dimilikinya saat ini. Pendekatan yang digunakan dengan

mengembangkan secara keseluruhan produk baru yang ditawarkan (inovasi produk). Meningkatkan nilai kepada pelanggan atas produk yang sudah melalui peningkatan kualitas layanan atau memperluas produk melalui cara penambahan variasi, ukuran, rasa dan lainnya. Strategi menunjukan arahan umum untuk ditempuh dan dilalui untuk mencapai tujuannya dengan adanya strategi pengembangan produk akan lebih mudah untuk mencapai sasaran yang diperlukan. Suatu perusahaan akan melakukan pengembangan terhadap produk untuk menyadari apa tujuan dan dilakukannya pengembangan tersebut dan bagaimana proses tersebut pengembangan produk dilakukann hingga mencapai sasaran atau target yang diinginkan.

Lestari dan Sandra (2007: 155) pertimbangan penting yang harus dilakukan dalam memilih strategi ini adalah ukuran volume pasar, saat menanggapi persaingan, dampak yang ditimbulkan dengan adanya produk baru oleh pelanggan sekarang dan ditinjau dari kapasitas sumberdaya keuangan, keahlian dan kemampuan sumber daya manusia juga teknologi yang dimiliki. Menurut Kotler dan Armstong (2008) Strategi pengembangan produk adalah strategi untuk peningkatan dari pengembangan produk dan memodifikasi produk. Untuk melakukan pengembangan produk baru, perusahaan menghadapi berbagai kendala. Tidak sedikit perusahaan yang mengalami kegagalan untuk mengembangkan produknya disebabkan karena perusahaan tidak mampu memecahkan masalah.

2.1.3 Tahap – Tahap Pengembangan Produk

Menurut Kotler (2002: 382). Pelaksanaan pengembangan produk bisa berjalan dengan baik sesuai apa yang diharapkan, perlu juga diperhatikan tahap dalam melaksanakan pengembangan produk. Tahap - tahap pengembangan produk dibagi menjadi 5 tahap, yaitu:

1. *Idea Generation* (Pemunculan Gagasan)

Merupakan Pencarian peluang produk baru secara terus menerus dan sistematis. Dilakukan menemukan gagasan baru serta penciptaan produk.

2. *Idea Screening* (Penyaringan Gagasan)

Setelah perusahaan mengidentifikasi gagasan produk yang berpotensi harus menyaringnya, bentuk produk screening, ketidakcocokan, kekurangan, atau gagasan yang kurang menarik harus disingkirkan terlebih dahulu.

3. *Business Analysis* (Analisis Bisnis)

Dilakukan untuk menguji kelayakan dari konsep pengembangan produk baru. Dilakukan analisis sejumlah aspek, perkiraan biaya produksi, seperti proyeksi permintaan pasar dan peta persaingan.

4. *Product Development* (Pengembangan Produk)

Pengembangan produk mengkonversi ide produk baru menjadi berbentuk fisik serta sekaligus mengidentifikasi pola strategi yang akan diterapkan. Mencakup dari packaging, pemilihan brand, konstruksi produk, brand *positioning*.

5. *Test Marketing* (Pengujian Pasar)

Mencakup fase packaging, konstruksi produk, pemilihan brand, *usage testing* dan brand *Positioning*. Tujuannya untuk mengevaluasi dan kinerja produk pada program pemasaran secara terbatas. Perusahaan dapat melihat dari reaksi yang dilakukan pesaing dan juga respon dari para *distribution*.

2.1.4 Tujuan Pengembangan Produk

Sebuah perkembangan Produk harus terlebih dahulu menyadari apa yang dilakukannya dan bagaimana proses pengembangan produk untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Mendapatkan keuntungan yang diinginkan melalui penjualan tujuannya untuk meningkatkan perusahaan dan harus memperbaiki atau meningkatkan produk yang dihasilkan berdasarkan pada dua fungsi dasar, yaitu: pemasaran dan inovasi produk. Produk baru secara keseluruhan, misalnya produk baru di rancang untuk menjaga posisi perusahaan dalam pangsa pasar, atau untuk menjaga posisi perusahaan untuk mengembalikan investasi disaat merintis posisi dalam pasar baru, sehingga dapat dikatakan bahwa tujuan pengembangan produk yang dilaksanakan oleh perusahaan. Pada umumnya tujuan yang ingin di capai dari produk baru, yaitu:

1. Untuk memenuhi kebutuhan baru dan memperkuat reputasi perusahaan sebagai investor, dengan menawarkan produk yang lebih baru dari produk sebelumnya.
2. Untuk mempertahankan daya saing produk yang sudah ada, dengan jalan menawarkan produk yang dapat memberikan kepuasan yang baru, bisa

bertambah terhadap produk yang sudah ada maupun produk yang telah di perbaiki.

2.2 Koperasi

2.2.1 Pengertian Koperasi

Menurut Kasmir (2014: 252) koperasi adalah kumpulan dari orang-orang yang mempunyai kepentingan dan tujuan bersama. Koperasi adalah bentukan dari kelompok yang mempunyai tujuan besama, kelompok tersebut yang akan menjadi anggota koperasi yang akan didirikannya. Pembentukan koperasi merupakan berdasarkan dari asas kekeluargaan dan gotong royong untuk membantu para anggotanya yang akan memerlukan bantuan baik pinjaman uang atau berbentuk barang. Untuk memajukan kesejahteraan para anggotanya, koperasi lebih mengutamakan kepentingan untuk para anggotanya. Apabila kepentingan anggota sudah terpenuhi atau terwujud, maka koperasi bisa dikatakan dan dapat memajukan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Undang-undang tentang Perkoperasian Nomor 25 Tahun 1992, yang dimaksud koperasi merupakan badan usaha yang beranggotakan perseorangan atau badan hukum koperasi sekaligus gerakan ekonomi oleh rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan dan ditegas bahwa pemberian badan hukum koperasi, pembinaan koperasi dan pengesahan anggaran dasar, bagian wewenang dan tanggung jawab dari pemerintah. Dalam pelaksanaanya pemerintah bisa melimpahkan kepada menteri wewenang dan tanggung jawab serta membidangi koperasi. Menurut Hendrojogi (2010: 22) mendefinisikan koperasi merupakan suatu perkumpulan orang-orang yang atas dasar persamaan

derajat sebagai manusia tidak memandang agama serta politik secara sukarela masuk dan sekedar memenuhi kebutuhan bersama bersifat tanggung bersama. Bahwa koperasi di Indonesia mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk mensejahterakan anggotanya dan masyarakat, khususnya mengandung unsur sosial, demokrasi serta tidak mencari keuntungan.

2.2.2 Jenis-Jenis Koperasi

Ada beberapa jenis koperasi yang ada di Indonesia berdasarkan jenis usaha, kondisi dan kepentingan, tingkat dan luas daerah kerja, serta keanggotaan. Koperasi berdasarkan jenis usahanya yaitu:

1. Koperasi Produksi

Koperasi produksi adalah koperasi yang membantu anggotanya melakukan usaha bersama-sama. Berbagai macam-macam bentuk koperasi produksi seperti untuk para pengrajin, para petani, peternak ayam, peternak sapi, peternak kambing dan sebagainya. Pada koperasi produksi untuk membantu anggotanya yang kesulitan dalam menjalankan usaha tersebut.. Sebagai contoh koperasi membantu atau menyediakan bahan baku untuk dibuatkan kerajinan.

2. Koperasi Konsumsi

Koperasi konsumsi adalah koperasi yang menjual barang pokok untuk kebutuhan para anggotanya. Barang-barang harga di koperasi umumnya lebih murah dibandingkan dipasaran. Sebagai contoh koperasi konsumsi menjual barang seperti beras, kopi, tepung, gula dan lain-lain.

3. Koperasi Simpan Pinjam

Koperasi simpan pinjam (KSP) biasa dikenal sebagai koperasi kredit. Koperasi simpan pinjam juga menyediakan uang juga untuk tempat menyimpan uang. Uang pinjaman dari koperasi diperoleh dari dana anggota yang telah dikumpulkan yang telah dikumpulkan.

4. Koperasi Serba Usaha

Koperasi konsumsi merupakan yang mempunyai berbagai bidang usaha. Contohnya, unit usaha simpan pinjam untuk pinjaman para anggotanya, unit pertokoan untuk kebutuhan sehari-hari untuk anggota dan masyarakat, unit produksi, unit wartel dan sebagainya.

2.2.3 Tujuan Koperasi

Menurut UU Nomor 25 Tahun 1992 Pasal 3, tujuan koperasi dapat disimpulkan menjadi tiga bagian berdasarkan tingkatan kepentingannya. Berikut tujuan dari koperasi adalah:

1. Tujuan koperasi didirikan dari segi kepentingan anggota karena adanya suatu dorongan untuk mempersatukan kepentingan, mempersatukan usaha agar memperoleh manfaat yang lebih baik.
2. Tujuan koperasi dari segi kepentingan masyarakat agar koperasi berperan penting kepada masyarakat dan bisa membantu para anggotanya untuk meningkatkan penghasilan sehingga meningkatkan pula kemakmurannya
3. Tujuan koperasi dari segi kepentingan tata perekonomian nasional koperasi ini juga ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam negara mewujudkan masyarakat adil dan makmur, peningkatan produksi

di berbagai bidang, memperluas lapangan pekerjaan dan pembagian pendapatan negara kepada seluruh masyarakat Indonesia.

2.2.4 Landasan, Fungsi dan Peran Koperasi

Landasan Koperasi terbagi atas landasan koperasi adalah Pancasila yang menjadi sila ke-5. Landasan struktural koperasi Indonesia adalah UUD 1945 dan landasan gerakannya adalah Pasal 33 Ayat 1 UUD 1945 dengan penjelasannya, sedangkan landasan mental dari koperasi Indonesia adalah kesadaran diri dan setia kawan. UUD No. 25 tahun 1992 Pasal 4 fungsi dan peran, ialah:

1. Peran dan aktif dalam mengupayakan mempertinggi kualitas kehidupan masyarakat dan manusia.
2. Mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama dalam asas demokrasi ekonomi dan kekeluargaan.
3. Meningkatkan perekonomian rakyat sebagai ketahanan dan kekuatan perekonomian nasional
4. Mengembangkan kesejahteraan ekonomi dan membangun potensi anggota pada khususnya masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya.

2.3 UKM dan UMKM

2.3.1 Pengertian UKM

UKM adalah Usaha Kecil dan Menengah adalah salah satu yang memberikan kontribusi dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UKM adalah jenis usaha yang terbanyak di Indonesia, tetapi sampai saat ini, batasan untuk mengenai usaha kecil di Indonesia masih beragam. Menurut Keppres Nomor 99

tahun 1998 pengertian Usaha Kecil Menengah merupakan kegiatan ekonomi berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan bagian kegiatan usaha kecil juga perlu untuk dilindungi dengan mencegah adanya persaingan yang tidak sehat. UKM memiliki peran yang sangat besar terhadap perekonomian nasional. Adapun fungsi dan peran UKM diantaranya sebagai penyedia jasa dan barang, penyerap tenaga kerja, nilai tambah bagi produk daerah, pemerataan pendapatan dan peningkatan taraf hidup. Melihat perannya yang begitu besar maka pengembangan dan pembinaan industri kecil bukan hanya saja penting sebagai pemerataan hasil pembangunan, akan tetapi sebagai unsur pokok dari industri di Indonesia, dengan investasi yang kecil dapat berproduksi secara efektif dan dapat menyerap tenaga kerja

Keunggulan dari UKM terkadang sangat mahir mencari peluang untuk berinovasi dan menerapkan teknologi baru dibandingkan dengan perusahaan besar yang telah mapan. Menurut Della, Rustam dan Zahroh (2015) Perkembangan usaha kecil dan menengah dapat memberikan kontribusi yang besar dalam perekonomian negara karena peran UKM tidak dapat dinilai dengan melihat kontribusinya pada produksi, penterapan tenaga kerja dan indikator ekonomi. UKM perlu diberdayakan sehingga menjadi lebih tangguh dan mandiri serta berperan lebih besar lagi dalam perekonomian Indonesia. Perkembangan UKM tidak lepas dari masalah pengelolaan dalam keuangan karena pengelolaan yang baik membutuhkan keterampilan akuntansi yang tidak semua UKM bisa merealisasikan. Pelaku UKM berpendapat bahwa tidak perlu adanya penilaian

dalam kinerja perusahaan dan tidak perlu membuat laporan keuangan karena terlalu rumit dan membuang waktu.

Definisi usaha merupakan usaha kecil dari berbagai segi tersebut adalah sebagai berikut.

1. Berdasarkan Total Asset

Total Asset pengusaha kecil kekayaan bersih paling besar Rp10.000.000.000 (Sepuluh Milyar Rupiah) tidak termasuk bangunan membuka usaha dan tanah.

2. Berdasarkan Total Penjualan Bersih Per Tahun

Berdasarkan total penjualan bersih pertahun untuk pengusaha kecil yang memiliki hasil penjualan paling bersih pertahun sebesar Rp50.000.000.000 (Lima Puluh Milyar Rupiah)

3. Berdasarkan Status Kepemilikan

Bahwa pengusaha kecil merupakan usaha berbentuk dari perseorangan bukan dari perusahaan, bisa juga berbadan hukum atau tidak berbadan hukum yang ada didalamnya termasuk koperasi.

2.3.2 Klasifikasi UKM

Dalam klasifikasi perkembangan, Usaha Kecil dan Menengah diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelompok yaitu:

1. *Livelihood Activities*: Merupakan UKM yang dimiliki untuk kesempatan kerja dan mencari nafkah, yang dikenal sebagai sektor informal.
2. *Micro Enterprise*: Merupakan UKM yang mempunyai sifat pengrajin akan tetapi tidak memiliki jiwa kewirausahaan

3. *Small Dynamic Enterprise*: Merupakan UKM yang memiliki jiwa kewirausahaan dan mempunyai pekerjaan sebagai subkontrak dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterpris*: merupakan UKM yang memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan pengembangan usaha yang kecil dan menjadi besar.

2.3.3 Pengertian UMKM

UMKM adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah dan di atur dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pasal 1, bahwa usaha mikro adalah usaha produktif usaha milik warga negara Indonesia, baik perseorangan maupun berbadan hukum, yang memiliki kriteria yang telah diatur dalam undang-undang tersebut. Menurut Hastuti (2020: 157) Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan suatu usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan menurunkan angka pengangguran yang ada di Indonesia dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas pada masyarakat. UMKM mampu berperan dalam proses pemerataan dan meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan mewujudkan stabilitas nasional.

Menurut Pasal 6 UU No. 20 Tahun 2008 tentang Kriteria UMKM adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk bangunan dan tanah dan hasil penjualan tahunan, sebagai berikut.

1. Memiliki kekayaan paling bersih sebanyak Rp50.000.000 (Lima Puluh Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan.

2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling besar sebanyak Rp300.000.000
(Tiga Ratus Juta Rupiah)

2.3.4 Jenis-Jenis UMKM

UMKM diatur dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, yaitu:

1. Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif perseorangan atau badan usaha perseorangan yang telah memenuhi kriteria usaha mikro, biasa jumlah tenaga kerja usaha mikro 1-4 orang. Usaha Mikro yang ada di Indonesia sudah berkembang maju dan pesat, banyak wirausahawan juga mendirikan usaha mikro dengan adanya usaha mikro bisa meningkatkan perekonomian di Indonesia.

2. Usaha Kecil

Usaha Kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan orang perorangan atau badan usaha dan bukan dimiliki atau dikuasai oleh perusahaan, jumlah tenaga kerja kecil biasanya hanya 1-7 orang. Bisa juga diartikan usaha kecil adalah bagian suatu usaha ekonomi yang berdiri sendiri atau independen.

3. Usaha Menengah

Usaha Menengah merupakan usaha dalam ekonomi produktif bukan dari cabang usaha utama atau perusahaan pusat serta menjadi bagian secara tidak langsung maupun secara langsung bagi usaha kecil dan usaha besar. Usaha menengah mempunyai jumlah tenaga kerja biasanya berjumlah 20-

99 orang. Dan harus mempunyai kekayaan perusahaan yang diatur oleh undang-undang. Adanya dengan usaha menengah akan lebih membuat ekonomi di Indonesia lebih meningkat lagi, banyaknya pebisnis yang ikut masuk dalam pasar di Indonesia yang membawa dampak baik perekonomian yang ada di Indonesia.



BAB III

ANALISIS DESKRIPSI

3.1 Data Umum

3.1.1 Sejarah Dinas Koperasi dan UKM DIY

Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Daerah Istimewa Yogyakarta yang disingkat menjadi DISKOP UKM DIY dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 1 Tahun 2018 tentang Kelembagaan Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta. Peraturan Gubernur Nomor 56 Tahun 2018 tentang Rincian Tugas dan Fungsi Dinas Koperasi dan Menengah menyatakan bahwa Dinas Koperasi dan UKM DIY memiliki tugas untuk melakukan urusan kepada Pemerintah Daerah di bidang Koperasi UKM. Dinas Koperasi dan UKM DIY memiliki tugas untuk melaksanakan segala urusan pemerintah di bidang koperasi dan UKM serta kewenangan tugas pembantuan diberikan kepada pemerintah. Diskop dan UMKM DIY memiliki 4 bidang dalam melaksanakan tugasnya yaitu:

1. Bidang Koperasi

Bidang koperasi dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala dinas. Bidang koperasi memiliki dan mempunyai tugas untuk melaksanakan pemberdayaan, pembinaan dan pengawasan koperasi untuk meningkatkan nilai omset koperasi sektor rill. Bidang Koperasi mempunyai fungsi seperti pengelola data dan informasi, penyusun program kerja bidang koperasi, evaluasi, pemantaun, penyusunan laporan progran bidang koperasi dan lainnya.

2. Bidang Pembiayaan

Bidang pembiayaan dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala dinas.

Bidang pembiayaan mempunyai tugas untuk melaksanakan pembinaan, pengendalian dan fasilitas pembiayaan koperasi UKM. Bidang pembiayaan mempunyai fungsi pengelolaan data pembiayaan koperasi, pelaksanaan fasilitasi bantuan kepada koperasi, pembinaan dan pengembangan pembiayaan UKM, pemantauan, evaluasi dan lainnya.

3. Bidang Layanan Kewirausahaan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah

Bidang layanan kewirausahaan koperasi UKM dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala dinas. Layanan koperasi UKM mempunyai tugas yaitu melakukan pengembangan, pembinaan dan pemantauan kewirausahaan untuk meningkatkan jumlah wirausaha yang baru. Bidang layanan kewirausahaan juga mempunyai fungsi untuk pembinaan dan pengembangan kewirausahaan koperasi UKM, dan penumbuhan wirasusaha baru.

4. Bidang Usaha Kecil Menengah

Bidang usaha kecil menengah dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala Dinas. Mempunyai tugas untuk melaksanakan pemberdayaan dan pembinaan kepada UKM untuk meningkatkan nilai omset UKM dan mempunyai tugas seperti pelaksanaan fasilitas kemitraan usaha kecil dan menengah dengan lembaga dan pelaku usaha lainnya.

3.1.2 Visi Misi Dinas Koperasi dan UKM DIY

1. Visi

“Terwujudnya Peningkatan Kemuliaan Martabat Manusia Jogja”

2. Misi

Misi Dinas Koperasi dan UKM DIY kemuliaan martabat manusia Jogja menyandang misi “Lima Kemuliaan” atau “Pancamulia”, yaitu:

1. Peningkatan kemampuan dengan keterampilan penghidupan masyarakat yang berkeadilan dan berkeadaban, melalui peningkatan kemampuan dan peningkatan ketrampilan sumberdaya manusia Jogja yang berdaya saing,
2. Peningkatan kualitas dan keragaman kegiatan perekonomian masyarakat, ekonomi yang berbasis pada sumberdaya lokal (keunikan teritori ekonomi) untuk pertumbuhan dan pendapatan masyarakat serta pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan.
3. Terwujudnya peningkatan harmoni kehidupan bersama baik pada lingkup masyarakat atas dasar toleransi, tenggang rasa, kesantunan, dan kebersamaan.
4. Terwujudnya tata dan perilaku penyelenggaraan pemerintahan yang demokratis.
5. Terwujudnya perilaku bermartabat dari para aparatur sipil penyelenggara pemerintahan apabila melakukan penyimpangan-penyimpangan yang berupa korupsi, kolusi, dan nepotisme atas dasar tegaknya nilai integritas yang menjunjung nilai kejujuran.

3.1.3 Ruang Lingkup DISKOP dan UMKM DIY

Dinas Koperasi dan UKM DIY mempunyai tugas membantu gubernur melaksanakan urusan pemerintahan bidang koperasi, usaha kecil dan menengah.

Untuk melaksanakan tugas Dinas mempunyai fungsi, yaitu:

1. Penyusunan program kerja dinas.
2. Perumusan kebijakan teknis bidang koperasi, usaha kecil dan menengah.
3. Pelaksanaan kerja sama koperasi, usaha kecil dan menengah;
4. Pelindungan, pembinaan, pemasaran, dan pengembangan koperasi, usaha kecil dan menengah;
5. Pelayanan umum bidang koperasi, usaha kecil dan menengah;
6. Pemberdayaan sumber daya dan mitra kerja bidang koperasi, usaha kecil dan menengah;
7. Pelaksanaan koordinasi, pembinaan, dan pengawasan urusan pemerintahan bidang koperasi, usaha kecil dan menengah yang menjadi kewenangan pemerintah kabupaten/kota. Pelaksanaan kegiatan kesekretariatan;
8. Pelaksanaan dekonsentrasi dan tugas pembantuan;
9. Evaluasi, Pemantauan dan penyusunan laporan pelaksanaan kebijakan bidang koperasi, usaha kecil dan menengah.
10. Penyusunan laporan pelaksanaan tugas dinas dan
11. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh gubernur sesuai dengan tugas dan fungsi Dinas

3.1.4 Struktur Organisasi Dinas Koperasi DIY



Sumber : Dinas Koperasi dan UKM DIY

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Dinas Koperasi dan UKM DIY

Table 3.1 Susunan struktur organisasi Dinas Koperasi dan UKM DIY

No	Nama	Jabatan
1	Ir. Srie Nurkyatsiwi, M.M.A	Kepala Dinas
2	Drs. Wiryawan sudianto, M.Si	Sekretaris Dinas
3	Ir. Setyo Hastuti, MP	Kepala Sub Bagian Program
4	Fuji Ippa Wati, SE	kepala Sub Bagian Keuangan
5	Lusia Sri Indarti, SE	kepala Sub Bagian Umum
6	Ir. Yudi Yusuf, MM	Kepala Bidang Koperasi
7	Hellen Phornica, STP., M.Si	Kepala Seksi Kelembagaan dan Usaha
8	Drs. Hadi Suryono, MM	Kepala Seksi Pengawasan Koperasi
9	Dra Tatik Ratnawati. MM	Kepala Bidang Usaha Kecil dan Menengah

No	Nama	Jabatan
10	Eko Triyanto, SIP	Kepala Seksi Produksi
11	Veronica Setioningtyas P., S.Si., M.Si	Kepala Seksi Pemasaran
12	Wisnu Harmawan, S.P.,MT	Kepala Bidang Layanan Kewirausahaan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah
13	Firsanedi, SH	Kepala Seksi Layanan Kewirausahaan Baru Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah
14	Hana Fais Prabowo, S.T.P., M.Si.	Kepala Seksi Layanan Usaha Terpadu Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah
15	Agus Mulyono, SP., MT	Kepala Bidang Pembiayaan
16	Dra. Murdawati Candrayani	Kepala Seksi Pembiayaan Koperasi
17	Ibu Sukamti SIP, MM.	Kepala Seksi Pembiayaan Usaha Kecil dan Menengah
18	Konsultan PLUT	Wira Sutirta (Pembiayaan), Imam Syafi’I (Kerjasama dan Branding), Wahyu Tri Atmojo (Sumber Daya Manusia), Rosalia Kurnia Handari (Packing dan Produksi), Novita Budi Kirniatri (Pemasaran)

Sumber : Dinas Koperasi dan UKM DIY

3.2 Data Khusus

3.2.1 Strategi pengembangan sektor usaha UKM yang terdaftar di SiBakul Jogja oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY

SiBakul sebelumnya dikenal sebagai Kelas Bisnis Selasa Pagi, KBSP merupakan tempat pengusaha sukses berbagi ilmu kepada pengusaha yang ingin

sukses dan dilaksanakan tahun 2014. KBSP telah menyelenggarakan 174 kegiatan yang diikuti lebih dari 4 ribu pelaku usaha sebagai terobosan kegiatan pembinaan yang dilakukan secara sistematis, efektif dan berkelanjutan. Dengan adanya program pembinaan dapat melahirkan koperasi dan UKM yang berdaya saing serta mampu menghadapi tantangan yang semakin maju. KBSP memberikan insprasi bagi Dinas Koperasi dan UKM DIY untuk membuat sebuah program yang lebih terarah dan terukur yang disebut program SiBakul Jogja. SiBakul Jogja merupakan akronim dari Sistem Informasi Pembinaan Koperasi dan Pelaku Usaha, sedangkan Jogja adalah kata populer dari wilayah Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta. SiBakul Jogja adalah *platform* digitalisasi layanan urusan pemerintah di Dinas Koperasi dan UKM DIY melingkupi pembinaan Koperasi serta Usaha Mikro dan Menengah (KUMKM), pendataan dan inovasi fasilitas penguatan UKM. Mengawal dan memastikan keberlanjutan inovasi serta memajukan UKM-UKM melewati program SiBakul Jogja di Dinas Koperasi UKM DIY, maka dikembangkan menjadi *marketplace* untuk memasarkan produk atau hasil dari para UKM.

Platform tata pembinaan SiBakul Jogja digunakan untuk menumbuh kembangkan jiwa kewirausahaan koperasi dan UKM. Serta menjadi pusat inovasi dan solusi untuk mengatasi masalah sejumlah persoalan yang dihadapi dalam pengembangan UKM di era digital. Kegiatan pembinaan UKM dapat diarahkan secara tepat, efektif, berdampak dan membantu memberi gambaran yang tepat. UKM menjadi lebih maju dan berkembang atau menjadi bagian tulang punggung roda ekonomi yang modern dan efektif.

Para pelaku UKM DIY melalui MarketHub yang sudah terdaftar di SiBakul Jogja dapat melakukan pengembangan usaha, memasarkan produknya melalui *website* yang telah disediakan yaitu <https://sibakuljogja.jogjaprov.go.id/market/>. MarketHub merupakan sebuah layanan *Marketplace* yang dimana para pelaku UKM dengan mudah untuk memasarkan produknya secara mudah melalui SiBakul. Pada *website* tersebut konsumen dapat mencari produk, memesan produk dan menaruh ke keranjang belanja terhadap produk yang akan dibeli serta dapat melacak pesanan yang sudah dipesan. Selain menggunakan *website* yang telah disediakan, para UKM juga dapat melakukan promosi *online* dengan menggunakan sosial media seperti *facebook*, *Instagram* dan lainnya. Dilayanan SiBakul Jogja menawarkan *Free Ongkir*, semua ongkos kirim ditanggung oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY. Hal ini ditawarkan kepada pengelola bisnis agar para konsumen tertarik dengan produk UKM melalui adanya *Free Ongkir*. Strategi tersebut ditunjukan untuk membantu serta mendorong para UKM tetap bersemangat dengan jualanya dan juga tetap produktif. Program *Free Ongkir* bekerjasama dengan Gojek, Grab dan Jogja Kita. Program *Free Ongkir* SiBakul Jogja dimulai pada Febuari 2021 pada pukul 07.00 sampai dengan 17.00 WIB dilakukan secara manual dengan persyaratan transaksi minimal Rp 50.000 (lima puluh ribu rupiah) dengan batas jarak 30 km untuk Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dinas Koperasi dan UKM DIY menyediakan layanan konsultan dan jasa finansial bagi para pelaku UKM untuk memudahkan mengakses lembaga keuangannya. Layanan tersebut sering dikenal dengan PLUT (Pusat Layanan

Usaha Terpadu). PLUT adalah lembaga yang didirikan oleh Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia yang menyediakan jasa non finansial. Dalam melakukan fungsinya PLUT bekerja untuk meningkatkan kemampuan koperasi dan UKM melalui peningkatan pada kapasitas kewirausahaan, manajerial, teknis dan kinerja kelembagaan dalam rangka untuk meningkatkan daya saing UKM. Pengembangan PLUT diharapkan mampu untuk mensinergikan dan mengintegrasikan seluruh potensi sumber daya produktif yang dimiliki oleh pemerintah pusat dan daerah, serta bisa menyediakan jasa layanan bagi pengembangan usaha bagi UKM.

Pada Dinas Koperasi dan UKM DIY juga memiliki layanan Konsultan PLUT dan dipimpin langsung oleh Kepala Dinas Koperasi dan UKM DIY yang berkerjasama dengan Bidang Kewirausahaan Koperasi dan UKM DIY. Konsultan PLUT memiliki tujuh layanan utama, yaitu:

1. *Networking*, berbagi pengalaman dengan pengusaha besar/menengah dalam lembaga lain yang membantu UKM dalam mengembangkan usahanya salah satu fasilitas yang diberikan dengan membuat grup mitra PLUT yang mana para pelaku UKM bisa saling berbagi terkait dengan keilmuan dalam dunia berbisnis.
2. Promosi dan Pemasaran, mendapatkan fasilitas akses promosi dan pemasaran bisa melakukan promosi *event* pameran yang di selenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY serta berkerja sama dengan lembaga promosi dan juga pemasaran produksi seperti LPP (Lembaga Layanan Pemasaran) dan Kementerian Perdagangan.

3. Pendampingan atau *Monitoring*, merupakan fasilitas diberikan para UKM yang ingin naik kelas, mengembangkan usahanya dan membenahi masalah usaha yang dihadapi dengan mengikuti pendampingan kelas
4. Fasilitas Akses Pembiayaan, fasilitas ini diantaranya mendapatkan akses kredit ke lembaga perbankan dan nonbank. Fasilitas pembiayaan yang disediakan oleh pemerintah atau lembaga pemerintah daerah dan bantuan donor baik skala nasional maupun internasional yang sudah kriteria ditentukan.
5. Pelatihan Bisnis, dalam meningkatkan kualitas produk bagi pelaku UKM yang sudah berjalan dan pelatihan skil manajemen untuk pengembangan bisnisnya bisa juga mengembangkan produk dengan membuat inovasi-inovasi terbaru.
6. Konsultasi Bisnis, memberikan layanan konsultasi yang terkait dengan kinerja dan daya saing usaha UKM dan bisa bertanya tentang usaha dengan ahlinya.
7. Pelayanan Pustaka Entrepreneur, menyediakan multimedia informasi berbasis *e-bussiness*, penyedia buku, majalah dan jurnal yang dapat dipelajari secara mandiri.

3.2.2 Hambatan Pengembangan Sektor Usaha UKM Yang Terdaftar di Program SiBakul Jogja.

Hambatan dalam menghadapi dunia usaha semakin ketat, dengan keterbatasan yang ada pada UKM, maka UKM diharapkan mampu menjadi andalan perekonomian Indonesia. Usaha Kecil Mikro diharapkan menjadi salah

satu sumber penting untuk meningkatkan sumber pendapatan dan memperluas lapangan kerja bagi masyarakat. Pada dasarnya hambatan dan rintangan yang dihadapi para pelaku UKM dalam mengembangkan sektor usaha yaitu:

1. Modal, modal yang dikeluarkan diawal sangat cukup tinggi karena digunakan untuk membeli peralatan-peralatan yang menunjang untuk proses pengembangan usaha. Akan tetapi biaya yang digunakan setelahnya relatif lebih rendah.
2. Server *Website* yang mengalami gangguan seperti susahnya di akses untuk membuka *Website* tersebut
3. Masyarakat yang kurang pengetahuan tentang digitalisasi, masyarakat akan menghadapi tantangan baru pada era digitalisasi, banyaknya masyarakat yang belum paham untuk menggunakan teknologi seperti Handphone, Sosial Media, dan lainnya, dengan hal itu untuk menghadapi masalah tersebut pihak Dinas Koperasi dan UKM DIY melakukan pembinaan dan melakukan kelas bisnis selasa pagi.
4. Kurangnya inovasi dalam mengembangkan usahanya karena minimnya inovasi, sehingga usaha tersebut hanya bertahan selama 1 tahun, kemudian gagal untuk berwirausaha dan produk yang ditawarkan kalah bersaing.
5. Pengelolaan uang yang kurang efisien, masalah yang hadapi dari hal keuangan karena adanya pengeluaran yang lebih besar dibandingkan dengan pemasukan.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan terkait strategi pengembangan sektor usaha dibidang UKM melalui program SiBakul Jogja di Dinas Koperasi dan UKM DIY, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi pengembangan sektor usaha UKM yang sudah terdaftar SiBakul dilakukan dengan memasarkan produknya malui MarketHub serta mengikuti kelas bisnis selasa pagi (KBSP) untuk meningkatkan UKM agar mampu bersaing dan merubah strategi dengan para UKM lainnya.
2. Dengan cara pengembangan sektor usaha ada juga hambatan yang dihadapi dalam pengembangan sektor usaha UKM salah satunya kurangnya pemahaman masyarakat tentang digitalisasi, dan kurangnya inovasi sehingga masyarakat susah untuk memajukan usaha tersebut.

4.2 Saran

Berdasarkan pembahasan yang sudah dilakukan, Dinas Koperasi dan UKM DIY, yaitu:

1. Strategi pengembangan sektor usaha untuk para pelaku UKM sebaiknya kelas bisnis selasa pagi ditambahkan lagi agar para pelaku UKM lebih memahami dan meningkatkan usahanya serta meningkatkan *Website* MarketHub agar para pelaku UKM tidak merasa kesusahan dalam mengakses situs SiBakul Jogja.

2. Untuk mengembangkan UKM yang tidak mengerti dengan *digitalisasi* sebaiknya mengadakan pendampingan kelas tentang digitalisasi supaya masyarakat lebih mengenal dan memahami bagaimana menggunakan alat teknologi dengan baik dan benar.



DAFTAR PUSTAKA

Dinas Koperasi dan UKM DIY. Profil Dinas, diperoleh pada 15 Mei 2021 di:

<https://diskopukm.jogjaprovo.go.id/dinas/profil.php?id=1>

Hatta, Mohammad. 2015. *Membangun Koperasi dan Koperasi Membangun*.

Cetakan 1. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.

Hastuti, Puji. 2020. *Kewirausahaan dan UMKM*. Cetakan 1. Jakarta: Yayasan

Kita Menulis.

Hendrojologi. 2010. *Koperasi Asas-Asas Teori dan Praktik*. Jakarta: Raja

Grafindo Persada.

Kasmir. 2016. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Cetakan 17. Jakarta: PT

Raja Grafindo Persada.

Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan 13. Jilid

1. Jakarta: Erlangga.

Lestari, Sandra dkk. 2007. *Mari Membangun Usaha Mandiri*. Cetakan 1.

Yogyakarta: Graha Ilmu.

Lia, Rustam dan Zahroh. 2015. "Penilaian Kinerja Keuangan Pada Usaha Kecil

dan Menengah Berdasarkan Analisis Rasio Keuangan". *Administrasi*

Bisnis. Vol.25, No.1, pp. 1-11.

Nailuvary, Mustika Ani, Sukidin. 2020. "Strategi Pengembangan Produk Pada

Handicraft Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten

Jember". *Pendidikan Ekonomi*. Vol.14, No. 1, pp.185-193.

Setiawan, Achma. 2004. "Fleksibilitas Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan

Menengah". *Dinamika Pembangunan*. Vol.1, No. 2, pp. 118-124.

Subandi. 2017. *Ekonomi Koperasi Teori dan Praktik*. Cetakan 6. Bandung:

Penerbit PT Alfabeta.

Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 Tentang *Perkoperasian*.

Undang-Undang No. 99 Tahun 1998 Tentang *Bidang/Jenis Usaha Yang*

Dicadangkan Untuk Usaha Kecil dan Bidang/Jenis Usaha Yang Terbuka

Untuk Usaha Menengah Atau Usaha Besar Dengan Syarat Kemitraan.


Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang *Usaha Mikro, Kecil, dan*


Menengah.




Lampiran 1

Platform 4. 1Platform MarketHub Jogja


[CARI PRODUK](#)
[KERANJANG BELANJA \(0\)](#)
[GABUNG](#)
[LACAK PESANAN](#)
[KONTAK](#)
[LOGIN](#)




Pusat Bakul D.I Yogyakarta
Produk BERKUALITAS HARGA PRODUSEN dan FREE ONGKIR


[CARI PRODUK](#)
[KERANJANG BELANJA \(0\)](#)
[GABUNG](#)
[LACAK PESANAN](#)
[KONTAK](#)
[LOGIN](#)


Pusat Bakul D.I Yogyakarta
Produk BERKUALITAS HARGA PRODUSEN dan FREE ONGKIR

[PRODUK](#)
[FASHION](#)
[KULINER](#)
[KERAJINAN/CRAFT](#)
[BAKUL MARKETHUB](#)


[CARI](#)



CILOK KUAH INST
Rp. 10,000



ANGGREK LATEX
Rp. 660,000



CHEESE TEA
Rp. 18,000

Lampiran 2

Platform 4. 2 SiBakul Jogja


SiBakul Jogja



SiBakul Jogja

SiBakul Jogja merupakan akronim dari Sistem Informasi Pembinaan Koperasi dan Pelaku Usaha sedangkan Jogja adalah kata populer dari Wilayah Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta.

SiBakul Jogja merupakan platform digitalisasi layanan urusan Pemerintahan di Dinas Koperasi dan UKM DIY melingkupi Pendataan dan Klasterisasi UKM, Pembinaan KUKM, dan Inovasi Fasilitasi Penguatan KUKM

Untuk mengawal dan memastikan keberlanjutan inovasi serta implementasi program sibakul jogja, Dinas Koperasi dan UKM DIY berkomitmen untuk memajukan koperasi dan ukm yang terdata di Sibakul Jogja

[Daftar disini](#)

Satu Data

Pembinaan

Tata Kelola

Satu Data KUMKM DIY

Lampiran 3

Platform 4.3 fitur SiBakul Jogja

