

**PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT MELALUI
MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK GULA SEMUT
DI DESA BINANGUN KECAMATAN PATARUMAN
KOTA BANJAR**

LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

**Mendapatkan Bantuan Dana dari DIPA UIN SGD Bandung
Tahun Anggaran 2017
Sesuai dengan Kontrak Nomor: B-238.6/Un.05/V.2/PP.00.9/05/2017**

KATEGORI:

Pengabdian Kepada Masyarakat Berbasis Lokasi KKN



Tim Penyusun:

**Ketua : Dr. Deni Kamaludin Yusup, M.Ag
NIP. 197411062005011006
Anggota 1 : Ayi Yunus Rusyana, M.Ag
NIP. 197510082005011003
Anggota 2 : Irna Fitrianingsih
NIM. 1133040055**

**PUSAT PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG
TAHUN 2017**

ABSTRAK

Program pemberdayaan ekonomi masyarakat ini dilatarbelakangi temuan awal selama membimbing KKN SISDAMAS UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada pertengahan 2016 di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar. Desa Binangun tersebut terdiri atas tiga dusun yaitu Priagung, Pengasinan, dan Girimulya. Desa ini memiliki karakteristik yang unik, yakni selain menjadi daerah basis pertanian, namun sebagian masyarakatnya – terutama kalangan perempuan – memiliki profesi sebagai pengrajin dan sekaligus produsen industri rumahan (*home industry*), seperti: Gula Semut, Dodol, Wajit, Keripik, Kerupuk, Teng Teng, dan sejenisnya. Namun sayangnya mereka belum tergabung dalam sebuah kelompok usaha, belum memiliki rumah industri, belum memiliki izin usaha dan merek dagang, dan belum memasarkan produknya secara luas. Implikasinya tingkat pendapatan yang mereka peroleh belum maksimal dan mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga. Padahal Desa Binangun ini memiliki kekayaan dan potensi yang luar biasa dan jika dikembangkan secara sistemik dapat menjadi *Pilot Project Desa Wisata* di Kota Banjar.

Tujuan khusus program PKM ini adalah untuk meningkatkan partisipasi masyarakat melalui pendampingan dan asistensi (*supervision*) berupa pelatihan manajemen pemasaran gula semut berbasis kemitraan antara lembaga pemerintah keluarahan/desa dengan lembaga keuangan syariah dalam rangka memberdayakan ekonomi masyarakat. Sedangkan tujuan umum program PKM ini adalah untuk menjadikan Desa Binangun Kecamatan Pataruman sebagai ***Pilot Project Pengembangan Desa Wisata di Kota Banjar***.

Program ini dilaksanakan dengan menggunakan kombinasi metode *Rapid Rural Appraisal (RRA)* dan *Participatory Rural Appraisal (PRA)*, yang mana masyarakat desa dilibatkan secara langsung untuk memainkan peran yang lebih besar dalam pengumpulan informasi, analisis data, dan pengembangan intervensi, seperti pada program-program pengembangan ekonomi masyarakat yang didasarkan kepada pengertian dan pemahaman terhadap program secara keseluruhan.

Mengacu kepada program PKM yang telah dilaksanakan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa kalangan pelaku usaha produsen gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar terbukti belum memiliki perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan/evaluasi bisnis yang baik, terutama dalam memasarkan produk-produknya. Mereka masih berusaha sendiri-sendiri, tidak memiliki kelompok usaha, belum memiliki rumah produksi, produk mereka belum diuji dan memiliki sertifikasi halal, belum memiliki izin usaha dan sertifikat merek dagang, dan belum menjalin kemitraan usaha dengan pelaku usaha besar dalam pemasaran produknya. Implikasinya adalah pemasaran produk gula semut dan pendapatan hasil usahanya menjadi kurang maksimal, sehingga belum mampu meningkatkan kesejahteraan ekonominya. Rekomendasi dan tindak lanjut dari program PKM ini adalah LP2M UIN Sunan Gunung Djati perlu memberikan program pendampingan kepada para produsen gula semut di Desa Binangun dalam pembentukan kelompok usaha, rancang bangun rumah produksi, pengurusan legalisasi izin produksi dan sertifikasi halal, uji laboratorium, desain merek dagang, dan jaringan pasar. Hasil akhirnya adalah menjadikan Desa Binangun Kecamatan Pataruman sebagai Desa Wisata di Kota Banjar.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Laporan Kegiatan PKM ini adalah asli dan belum pernah diajukan sebagai Laporan Kegiatan PKM pada lembaga lainnya, baik di lingkungan UIN Sunan Gunung Djati Bandung maupun di Perguruan Tinggi lainnya;
2. Laporan Kegiatan PKM ini murni merupakan gagasan, rumusan, dan hasil kegiatan di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar yang dilakukan dengan tanpa bantuan pihak lain;
3. Dalam Laporan Kegiatan PKM ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali karya tulis yang secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka kami bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan hak atas karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi ini.

Bandung, 09 September 2017
Ketua Tim Pokja PKM,

Dr. Deni K. Yusup, M.Ag

PEDOMAN TRANSLITERASI

ا	a
ب	b
ت	t
ث	ts
ج	j
ح	<u>h</u>
خ	kh
د	d
ذ	dz
ر	r
ز	z
س	s
ش	sy
ص	sh
ض	dh

ط	th
ظ	zh
ع	‘
غ	gh
ف	f
ق	q
ك	k
ل	l
م	m
ن	n
و	w
ه	h
ء	’
ي	y
ة	t/h

Untuk Madd dan Diftong

آ	a panjang	ā
إِي	i panjang	ī
أُو	u panjang	ū
أُو	diftong	au
أَيُّ	diftong	ai

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT, yang dengan segala kuasa dan iradah-Nya, serta dengan segala taufiq dan hidayah-Nya, alhamdulillah peneliti dengan susah payah mampu menyelesaikan laporan akhir kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Shalawat dan salam semoga dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang selalu menjadi suri tauladan dan membawa ajaran mulia bagi penulis pada khususnya dan semua umat pada umumnya.

Program pemberdayaan ekonomi masyarakat ini dilatarbelakangi temuan awal selama menjadi membimbing KKN SISDAMAS UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada pertengahan 2016, tepatnya di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar. Desa Binangun tersebut terdiri atas tiga dusun yaitu Priagung, Pengasinan, dan Girimulya. Desa ini memiliki karakteristik yang unik, yakni selain menjadi daerah basis pertanian, namun sebagian masyarakatnya – terutama kalangan perempuannya – memiliki profesi sebagai pengrajin dan sekaligus produsen industri rumahan (*home industry*), seperti: Gula Semut, Dodol, Wajit, Keripik, Kerupuk, Teng Teng, dan sejenisnya.

Namun sayangnya mereka belum tergabung dalam sebuah kelompok usaha, belum memiliki rumah industri, belum memiliki izin usaha dan merek dagang, dan belum memasarkan produknya secara luas. Implikasinya tingkat pendapatan yang mereka peroleh belum maksimal dan mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga. Padahal Desa Binangun ini memiliki kekayaan dan potensi yang luar biasa dan apabila dikembangkan secara sistemik dapat menjadi ***Pilot Project Desa Wisata*** di Kota Banjar.

Tujuan khusus program PKM ini adalah untuk meningkatkan partisipasi masyarakat melalui pendampingan dan asistensi (*supervision*) berupa pelatihan manajemen pemasaran gula semut berbasis kemitraan antara lembaga pemerintah kelurahan/desa dengan lembaga keuangan syariah dalam rangka memberdayakan ekonomi masyarakat. Sedangkan tujuan umum program PKM ini adalah untuk menjadikan Desa Binangun Kecamatan Pataruman sebagai ***Pilot Project Pengembangan Desa Wisata di Kota Banjar***.

Melalui penerapan metode *Rapid Rural Appraisal (RRA)* dan *Participatory Rural Appraisal (PRA)*, penulis menyimpulkan bahwa kalangan pelaku usaha produsen gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar terbukti belum memiliki perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan/ evaluasi bisnis yang baik, terutama dalam memasarkan produk-produknya. Mereka masih berusaha sendiri-sendiri, tidak memiliki kelompok usaha, belum memiliki rumah produksi, produk mereka belum diuji dan memiliki sertifikasi halal, belum memiliki izin usaha dan sertifikat merek dagang, dan belum menjalin kemitraan usaha dengan pelaku usaha besar dalam pemasaran produknya.

Implikasinya adalah pemasaran produk gula semut dan pendapatan hasil usahanya menjadi kurang maksimal, sehingga belum mampu meningkatkan kesejahteraan ekonominya. Rekomendasi dan tindak lanjut dari program PKM ini adalah LP2M UIN Sunan Gunung Djati perlu memberikan program pendampingan kepada para produsen gula semut di Desa Binangun dalam pembentukan kelompok usaha, rancang bangun rumah produksi, pengurusan legalisasi izin produksi dan sertifikasi halal, uji laboratorium, desain merek dagang, dan jaringan pasar. Hasil akhirnya adalah ***Menjadikan Desa Binangun Kecamatan Pataruman sebagai Desa Wisata di Kota Banjar***.

Oleh karena itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak, baik dosen, teman sejawat, lembaga atau institusi yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil hingga selesainya laporan kegiatan PKM. Secara khusus, rasa terima kasih disampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H. Mahmud, M.Si selaku Rektor UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
2. Prof. Dr. H. Asep Muhyidin, M.Ag selaku Wakil Rektor I dan Prof. Dr. H. Oyo Sunaryo Mukhlas, M.Si selaku Wakil Rektor II UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang keduanya menjadi Tim Penelaah Laporan Kegiatan PKM ini;
3. Dr. Munir, MA selaku Ketua LP2M dan Dr. H. Ramdani Wahyu Sururi, M.Ag, M.Si selaku Ketua Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat LP2M UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang banyak membantu dalam pelaksanaan kegiatan PKM;
4. Dra. Erni Suwartini, M.Si selaku Sekretaris Dinas Sosial dan P3A Kota Banjar, Ika Kartikawati, S.IP., M.Si selaku Kepala Seksi Pemberdayaan Perempuan dan Anak Dinas Sosial dan P3A Kota Banjar, serta Lukita Dwi Purnamasari, S.Sos selaku Kepala Seksi Peningkatan Kualitas dan Pemberdayaan Perempuan Dinas Sosial dan P3A Kota Banjar yang banyak membantu dalam pelaksanaan kegiatan PKM UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
5. Kepala Desa dan Sekretaris Desa Binangun, Kepala Dusun, Ketua-ketua RW, dan Ibu-ibu Pengrajin Gula Semut, yang turut terlibat aktif berpartisipasi dalam kegiatan PKM UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
6. Asep, Angling, Ade dan teman-teman mahasiswa peserta KKN SISDAMAS UIN Sunan Gunung Djati Bandung Tahun 2017 yang melaksanakan tugas di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota

Banjar, serta semua pihak yang turut membantu kelancaran pelaksanaan kegiatan PKM ini.

Pada akhirnya, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti yang tak dapat disebutkan namanya satu persatu. Semoga Allah SWT memberikan ganjaran yang setimpal atas segala kebaikan dan pertolongannya bagi peneliti. Besar harapan hasil penelitian dapat bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Hukum Islam. *Amiin ya robbal 'alamiin...*

Bandung, 09 September 2017

Ketua Tim Pokja PKM,

Dr. Deni K. Yusup, M.Ag

DAFTAR ISI

LEMBAR ABSTRAK	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR TRANSLITERASI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Analisis Situasi	1
B. Khalayak Sasaran	6
C. Identifikasi Masalah	7
D. Tujuan Kegiatan	8
E. Manfaat Kegiatan	9
F. Kerangka Pemecahan Masalah	10
G. Metodologi dan Desain Kegiatan	11
H. Rancangan Evaluasi/Alat Ukur Keberhasilan Program	17
I. Rencana dan Agenda Kegiatan	19
J. Organisasi/Pelaksana Kegiatan	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA TENTANG PENGABDIAN PADA MASYARAKAT, PEMBERDAYAAN EKONOMI, DAN KEMITRAAN	21
A. Pengabdian Masyarakat	21
1. Hakikat Pengabdian Masyarakat	21
2. Landasan Pengabdian Masyarakat	27
3. Metode Pengabdian Masyarakat	31
4. Bentuk-bentuk Pengabdian Masyarakat	38
5. Tujuan Pegabdian Masyarakat	39

B. Pemberdayaan Ekonomi	40
1. Pengertian Pemberdayaan Ekonomi	40
2. Bentuk-bentuk Pemberdayaan Ekonomi	42
3. Tantangan Pemberdayaan Ekonomi	47
4. Strategi Pemberdayaan Ekonomi	51
5. Tujuan Pemberdayaan Ekonomi	53
C. Kemitraan Usaha	55
1. Pengertian Kemitraan Usaha	55
2. Kemitraan Usaha dalam Pemberdayaan Ekonomi ..	59
3. Prinsip-prinsip Kemitraan Usaha	64
4. Bentuk-bentuk Kemitraan Usaha	69
5. Tujuan Kemitraan Usaha	76
BAB III KONDISI OBYEKTIF MASYARAKAT DESA	
 BINANGUN KECAMATAN PATARUMAN KOTA	
 BANJAR	81
A. Sejarah Singkat	81
B. Kondisi Alam dan Geografis	85
C. Kondisi Pendidikan dan Agama	86
D. Kondisi Sosial dan Budaya	86
E. Kondisi Ekonomi dan Kesejahteraan	87
BAB IV HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN	93
A. Perencanaan Pemasaran Produk Gula Semut Melalui Kemitraan Usaha dalam Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar	93
B. Pengorganisasian Pemasaran Produk Gula Semut Melalui Kemitraan Usaha dalam Program	

Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar	107
C. Pelaksanaan Pemasaran Produk Gula Semut Melalui Kemitraan Usaha dalam Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar	117
D. Pengawasan dan Evaluasi Tingkat Keberhasilan Pemasaran Produk Gula Semut Melalui Kemitraan Usaha dalam Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar	127
BAB V PENUTUP	159
A. Kesimpulan	159
B. Saran/Rekomendasi	160
DAFTAR PUSTAKA	163
LAMPIRAN-LAMPIRAN	169

BAB I

PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Desa Binangun masuk ke dalam Kecamatan Pataruman Kota Banjar. Desa ini berdiri tepat pada tahun 1504 M yang diawali kedatangan seorang penziar agama yang berasal dari Jawa Tengah yang bernama “Ki Ubin” dengan mengawali tinggal di daerah Babakan, pada awalnya Binangun berasal dari Bahasa Bina dan Bangun yang artinya dibina dan dibangun secara bersama-sama. Dengan demikian secara harfiah pengertian Binangun adalah sebuah perkampungan yang masih memerlukan pembinaan dan pembangunan.

Pada awal pemerintahan Binangun biasa juga disebut Bangun adalah sebuah kampung dan kepala pemerintahan wilayahnya bergelar kepala kampung dengan sebutan kepala kampung Bangun yang berada dalam wilayah Distrik Pamarican. Kampung Bangun yang dihuni oleh penduduk mayoritas Suku Sunda dengan hampir seluruhnya menganut Agama Islam.

Pada masa pemerintahan Nata Santana terbentuklah desa gaya baru dan Kampung Binangun berubah menjadi Desa Binangun tercatat sejak tahun 1960, sekaligus Nata Santana sebagai Kepala Desa Binangun yang kelima. Pada awal terbentuknya Desa Binangun, ada 3 (empat) lingkungan (organisasi di bawah desa) yaitu Lingkungan 1 Priagung, Lingkungan 2 Pangasinan, Lingkungan 3 Girimulya.

Sepeninggal Nata Santana (Wafat) Desa Binangun mengalami Pergantian 3 kali pemimpin dalam jangka waktu Satu Periode, yang pertama oleh Suganda pada tahun 1960-1961, kemudian diteruskan oleh Kidit yang

menjadi Kepala Desa Binangun menggantikan Suganda tahun 1961-1962, dilanjutkan dengan Jahidi pada tahun 1962-1965.

Pada tahun 1992 Desa Binangun dimekarkan menjadi 2 (dua) desa, wilayah Desa Binangun bagian selatan (mekarannya) diberi nama Desa Sukajaya. Pemekaran Desa ini terjadi pada masa pemerintahan Kepala Desa K. Dana S. Setelah masa kepemimpinan Kepala Desa K. Dana S. selanjutnya digantikan oleh Dadang Mulyana (pejabat sementara) sebagai Pelaksana Tugas Kepala Desa Binangun tahun 1995-2000.

Selanjutnya Desa Binangun pada tahun 2005 mengalami pemekaran kembali, wilayah Desa Binangun bagian timur (mekarannya) diberi nama Desa Sukamukti pada masa Pemerintahan Elan Suherlan, S.IP, dengan kepercayaan masyarakat Desa Binangun, dari tahun 2008 sampai sekarang Pemerintahan Desa Binangun dipimpin oleh H. Karjono.

Desa Binangun merupakan salah satu kelurahan yang terdapat di wilayah Kecamatan Pataruman Kota Banjar. Dalam struktur Pemerintah Desa dikenal dengan istilah “Dusun”, sedangkan dalam struktur Pemerintahan Desa/Kelurahan di Kota Banjar dikenal dengan istilah “Lingkungan”. Desa Binangun sendiri mencakup 3 Dusun, yaitu: Priagung, Pengasinan, dan Girimulya. Setiap dusun memiliki karakteristik masing-masing baik dari segi sosial, politik, ekonomi dan budaya.

Sebagai contoh, Dusun Priagung memiliki 4 RW yang rata-rata penduduknya memiliki mata pencaharian sebagai petani dan pengrajin industri rumahan. Hal ini tampak berbeda dengan masyarakat yang tinggal di dua dusun lainnya, yakni Pengasinan dan Girimulya yang rata-rata penduduknya juga memiliki mata pencaharian yang sangat bervariasi seperti petani, pedagang, pegawai negeri, buruh, dan sebagainya. Hal tersebut dapat disebabkan oleh faktor geografis lingkungan yang mana masing-masing

memiliki karakteristik yang khusus, misalnya ada yang tinggal di daerah yang dekat dengan kawasan pertanian dan sentra industri kecil.

Secara umum, sebagian besar masyarakat di Desa Binangun memiliki mata pencaharian yang sangat beragam diantaranya ada yang bekerja sebagai petani, pedagang, guru, wiraswasta, dokter, bidan, home industri, buruh, sopir, bengkel dan lain sebagainya. Namun demikian data di lapangan menunjukkan belum meratanya tingkat kesejahteraan ekonomi, dan bahkan ada yang masuk kategori keluarga pra sejahtera.

Di bidang ekonomi, Desa Binangun ini bisa dikatakan belum masuk dalam kategori masyarakat sejahtera, meskipun secara makro tingkat kesejahteraan tersebut belum merata. Berdasarkan identifikasi awal di lapangan dan data yang telah diperoleh sebelumnya diketahui bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh Pemerintah Desa Binangun secara umum menyangkut bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi, dan lingkungan.

Dari hasil temuan lapangan selama pelaksanaan KKN SISDAMAS UIN Sunan Gunung Djati Bandung di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar diperoleh gambaran bahwa untuk mata pencaharian masyarakat sangat beragam. Namun ada beberapa permasalahan yang ditemukan selama pelaksanaan KKN SISDAMAS UIN Sunan Gunung Djati Bandung di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar Tahun 2017, antara lain:

1. Bidang Ekonomi

- a. Banyaknya lahan pertanian yang menganggur pada musim kemarau;
- b. Kurangnya modal usaha bagi petani;
- c. Produktifitas kakao menurun drastic;
- d. Usaha peternakan sangat potensial tapi kurang berkembang;
- e. Perkembangan home industri dan industri kecil sangat lamban.

2. Bidang Sosial

- a. Tingginya jumlah anak usia sekolah yang tidak bersekolah;
- b. Banyaknya anak usia dini yang belum mendapatkan layanan pendidikan;
- c. Masih banyak warga membuang tinja di sembarang tempat;
- d. Sebagian besar penduduk kesulitan memperoleh air bersih;
- e. Fasilitas Puskesmas tidak memadai;
- f. Sebagian besar ibu hamil menggantungkan kelahiran pada dukun;
- g. Tingginya jumlah pengangguran generasi muda dan perempuan;
- h. Sebagian besar lahan warga belum tersertifikasi;
- i. Perlunya peningkatan kapasitas aparat desa dan anggota BPD.

3. Bidang Pendidikan

Masalah pendidikan yang paling menonjol adalah kurangnya instansi sekolah formal seperti SMP dan SMA/SMK sehingga para remaja di Desa Binangun yang merupakan pendidikan setara. Desa Binangun hanya memiliki 3 gedung SD, 1 TK, 1 TPA, 1 lembaga pendidikan agama, 1 perpustakaan, 12 Mesjid, 3 Pos Yandu dan 1 Puskesmas. Tingkat pendidikan penduduk Desa Binangun terdiri atas S3 3 orang, S2 5 orang, S1 60 orang, Diploma III 10 orang, Diploma II 10 orang, Diploma I 14 orang, SLTA/ sederajat 3.541 orang, SLTP/ sederajat 410 orang, SD/ sederajat 500 orang, pernah sekolah SD tapi tidak tamat 280 orang, tidak pernah sekolah 50 orang, Belum sekolah 391 orang.

4. Bidang Penataan Lingkungan

Dalam bidang lingkungan, permasalahan yang muncul yaitu masyarakat di Desa Binangun hanya memiliki tiga dusun. Masing-masing tidak memiliki sarana dan prasarana dalam hal penerangan jalan, padahal di

jalan-jalan yang sepi karena jalan adalah akses utama dalam semua lini kehidupan. Belum adanya batas yang jelas antar dusun di wilayah Kelurahan Pataruman.

- a. Kondisi jalan Desa dan jalan lingkar desa sepanjang 4300 m rusak parah;
- b. Akses jalan tani kurang memadai;
- c. Setiap tahun lahan pertanian dan pemukiman terendam banjir kiriman;
- d. Abrasi sungai mengancam kelangsungan pemukiman warga;
- e. Tanggul lening sekunder dan tersier yang mengairi lahan pertanian sering jebol;
- f. Kurangnya pintu distribusi air pada lahan pertanian;
- g. Pada musim banjir/musim hujan, air menggenangi jalan dan pemukiman.

Dari semua permasalahan tersebut, ditemukan fenomena bahwa persoalan yang paling mendasar adalah belum meratanya tingkat kesejahteraan ekonomi. Padahal apabila dilihat dari segi potensi alam dan potensi ekonomi di Desa Binangun sangat menjanjikan untuk dikembangkan sebagai “Kawasan Agro Politan” dan “Agro Industri”.

Faktor masih minimnya perhatian pemerintah, kurang optimalnya pengembangan sumber daya manusia, dan kurang optimalnya pengembangan potensi alam sebagai sumber daya ekonomi menjadikan Desa Binangun belum mampu menjadi wilayah kelurahan yang memiliki keunggulan. Dampaknya tentu saja adalah belum meningkatnya kesejahteraan masyarakat baik secara sosial maupun ekonomi.

Oleh karena itu, salah satu rekomendasi penting hasil temuan lapangan selama pelaksanaan KKN SISDAMAS UIN Sunan Gunung Djati Bandung di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar Tahun 2017 adalah perlu dikembangkannya program pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui kemitraan antara Pemerintahan Desa dengan Lembaga Perbankan Syariah dalam upaya mendorong kalangan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), pada khususnya industri rumahan (*home industry*)

untuk mengembangkan kinerja usahanya agar meningkat kesejahteraan ekonominya.

B. Khalayak Sasaran

Sasaran utama program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah kalangan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang belum pernah mendapatkan bantuan pendampingan atau bantuan modal usaha baik dari Pemerintah maupun Lembaga Perbankan. Alasan utama pemilihan khalayak dengan sasaran pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam program Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2017 ini adalah:

1. Kebanyakan pelaku UMKM di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar masih melakukan aktifitas usaha secara individu dan belum tergabung dalam “Kelompok Usaha” atau “Asosiasi Bisnis”, sehingga mereka perlu dibina baik dari *business skill* maupun permodalan untuk meningkatkan kemampuan bisnisnya;
2. Kebanyakan pelaku UMKM di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar masih terkendala dengan terbatasnya kemampuan dalam bidang manajemen bisnis, sehingga mereka belum memiliki “produk unggulan” serta berorientasi pada “peluasan segmentasi pasar”;
3. Kebanyakan pelaku UMKM di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar ternyata belum pernah mendapatkan pendidikan dan pelatihan manajemen bisnis dari berbagai instansi terkait seperti Lembaga Perbankan, Dinas Koperasi dan UKM, serta Balai Latihan Kerja dan Transmigrasi.

Melalui ketiga alasan tersebut di atas, Tim Pokja PKM LP2M UIN Sunan Gunung Djati Bandung berpendapat bahwa kalangan pelaku UMKM di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar menjadi prioritas utama dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini karena:

1. Wirausaha sudah merupakan kegiatan rutin dan sekaligus mata pencaharian utama, yang dapat mempercepat terjalinnya kemitraan bisnis dan peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara masif dan massal;
2. Wirausaha merupakan kegiatan bisnis yang sudah berjalan, namun belum mendapatkan prioritas utama sebagai ujung tombak kegiatan ekonomi, yang sebenarnya dapat memberikan sumbangan cukup besar bagi Peningkatan Asli Daerah (PAD);
3. Wirausaha dapat dikembangkan menjadi berbagai kegiatan bisnis yang bersifat kolektif dan dihipunkan ke dalam berbagai kelompok usaha dan asosiasi bisnis, sehingga dapat menyerap “lapangan kerja baru” dalam jumlah besar untuk mempercepat peningkatan kesejahteraan ekonomi.

C. Identifikasi Masalah

Mengacu kepada latar belakang dan kondisi obyektif khalayak yang menjadi sasaran di lapangan diketahui bahwa ada banyak faktor yang mendukung dan menghambat pemasaran produk gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar. Di satu sisi, secara internal mereka memiliki potensi ekonomi yang cukup baik, namun tampaknya belum tereksplorasi dengan baik dan diberdayakan secara maksimal.

Di sisi lain, secara eksternal mereka juga dihadapkan kepada tantangan persaingan ekonomi yang lebih besar dan belum mampu meningkatkan daya saing usaha, sehingga tingkat kesejahteraan ekonominya pun menjadi tidak seimbang dan hanya dapat diakses oleh sebagian kecil pelaku UMKM saja. Padahal apabila semua potensi ekonomi tersebut dikelola dan

kembangkan secara optimal sudah barang tentu akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Adapun, fokus kegiatan PKM ini adalah untuk memberdayakan ekonomi masyarakat melalui manajemen pemasaran produk gula semut yang dirumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan pemasaran produk gula semut melalui kemitraan usaha dalam program pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar?
2. Bagaimana pengorganisasian pemasaran produk gula semut melalui kemitraan usaha dalam program pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar?
3. Bagaimana pelaksanaan pemasaran produk gula semut melalui kemitraan usaha dalam program pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar?
4. Bagaimana pengawasan dan evaluasi tingkat keberhasilan pemasaran produk gula semut melalui kemitraan usaha dalam program pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar?

D. Tujuan Kegiatan

Mengacu kepada identifikasi masalah di atas, program pemberdayaan ekonomi masyarakat ini antara lain:

1. Merumuskan perencanaan pemasaran produk gula semut melalui kemitraan usaha dalam program pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar;

2. Merumuskan pengorganisasian pemasaran produk gula semut melalui kemitraan usaha dalam program pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar;
3. Merumuskan pelaksanaan pemasaran produk gula semut melalui kemitraan usaha dalam program pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar;
4. Merumuskan pengawasan dan evaluasi tingkat keberhasilan pemasaran produk gula semut melalui kemitraan usaha dalam program pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar.

E. Manfaat Kegiatan

Program kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat memiliki manfaat:

1. Manfaat Akademik

Secara akademik, terumuskannya kerangka konsepsional dan operasional manajemen pemasaran produk gula semut melalui kemitraan usaha di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar.

2. Manfaat Praktik

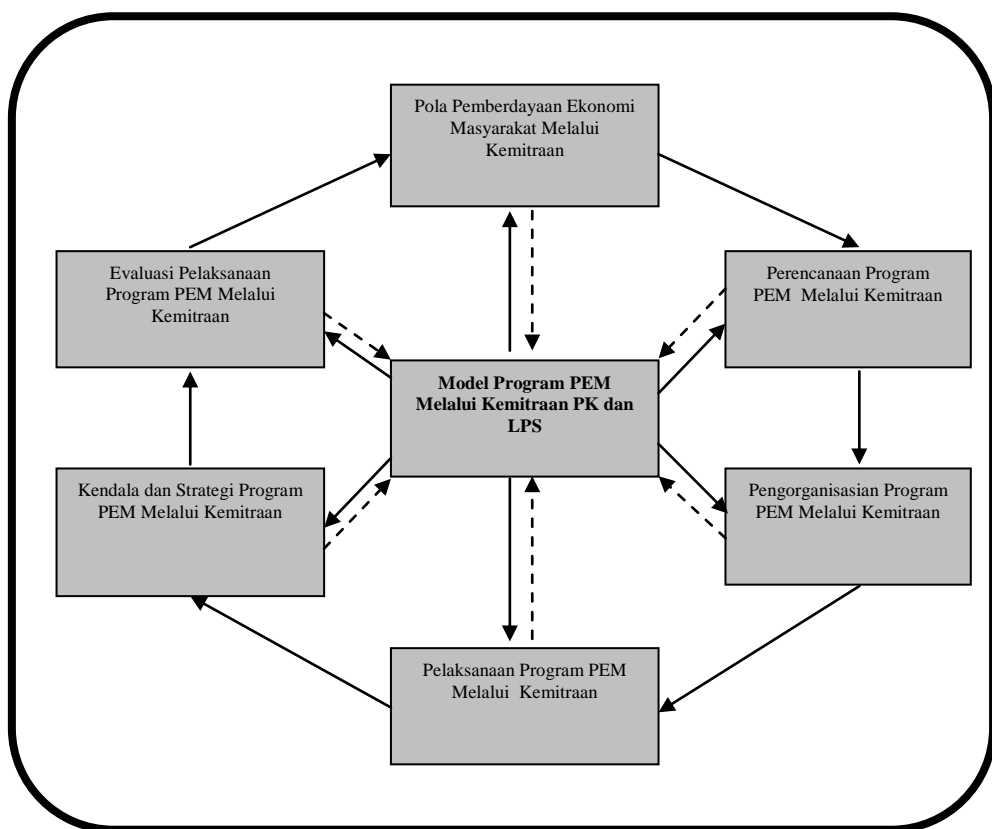
Secara praktis, Perguruan Tinggi ikut memberikan kontribusi dalam manajemen pemasaran produk gula semut melalui kemitraan usaha di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar, dan juga daerah lainnya.

F. Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka konseptual dan operasional manajemen pemasaran produk gula semut melalui kemitraan usaha dalam program pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar menggunakan pendekatan ilmiah (*critical scientific thinking method*):

Gambar 1.1

Peta Konsep/Kerangka Pemecahan Masalah



Keterangan:

↔ : Proses manajemen kegiatan PKM

↑↓ : Pola hubungan langsung manajemen kegiatan PKM

↕ : Pola hubungan bolak-balik manajemen kegiatan PKM

G. Metodologi dan Desain Kegiatan

Program kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat ini menggunakan dua metode, yaitu:

1. *Rapid Rural Appraisal (RRA)*

RRA (*Rapid Rural Appraisal*) merupakan metode penilaian keadaan desa secara cepat, yang dalam praktek, kegiatan RRA lebih banyak dilakukan oleh “orang luar” dengan tanpa atau sedikit melibatkan masyarakat setempat. Meskipun sering dikatakan sebagai teknik penelitian yang “*cepat dan kasar/kotor*” tetapi RRA dinilai masih lebih baik dibanding teknik-teknik kuantitatif klasik.

Metode RRA juga digunakan untuk pengumpulan informasi secara akurat dalam waktu yang terbatas ketika keputusan tentang pembangunan perdesaan harus diambil segera. Dewasa ini banyak program pembangunan yang dilaksanakan sebelum adanya kegiatan pengumpulan semua informasi di daerah sasaran. Konsekuensinya, banyak program pembangunan yang gagal atau tidak dapat diterima oleh kelompok sasaran meskipun program-program tersebut sudah direncanakan dan dipersiapkan secara matang, karena masyarakat tidak diikutsertakan dalam penyusunan prioritas dan pemecahan masalahnya.

Pada dasarnya, metode RRA merupakan proses belajar yang intensif untuk memahami kondisi perdesaan, dilakukan berulang-ulang, dan cepat. Untuk itu diperlukan cara kerja yang khas, seperti tim kerja kecil yang bersifat multidisiplin, menggunakan sejumlah metode, cara, dan pemilihan teknik yang khusus, untuk meningkatkan pengertian atau pemahaman terhadap kondisi perdesaan. Cara kerja tersebut tersebut dipusatkan pada pemahaman pada tingkat komunitas lokal yang digabungkan dengan pengetahuan ilmiah.

Komunikasi dan kerjasama diantara masyarakat desa dan aparat perencana dan pelaksana pembangunan (*development agent*) adalah sangat penting, dalam kerangka untuk memahami masalah-masalah di perdesaan. Di samping itu, metode RRA juga berguna dalam memonitor kecenderungan perubahan-perubahan di perdesaan untuk mengurangi ketidakpastian yang terjadi di lapangan dan mengusulkan penyelesaian masalah yang memungkinkan.

Metode RRA menyajikan pengamatan yang dilakukan oleh dua atau lebih pengamat atau peneliti, biasanya dengan latar belakang akademis yang berbeda. Metode ini bertujuan untuk menghasilkan pengamatan kualitatif bagi keperluan pembuat keputusan untuk menentukan perlu tidaknya penelitian tambahan dalam merencanakan dan melaksanakan kegiatan. Metode RRA memiliki tiga konsep dasar yaitu; (a) perspektif sistem, (b) triangulasi dari pengumpulan data, dan (c) pengumpulan data dan analisis secara berulang-ulang (*iterative*).

Sebagai suatu teknik penilaian, RRA menggabungkan beberapa teknik yang terdiri dari:

- a. Review/telaahan data sekunder, termasuk peta wilayah dan pengamatan lapangan secara ringkas.
- b. Oservasi/pengamatan lapang secara langsung.
- c. Wawancara dengan informan kunci dan lokakarya.
- d. Pemetaan dan pembuatan diagram/grafik.
- e. Studi kasus, sejarah lokal, dan biografi.
- f. Kecenderungan-kecenderungan.
- g. Pembuatan kuesioner sederhana yang singkat.
- h. Pembuatan laporan lapang secara cepat.

Prinsip-prinsip yang harus diperhatikan dalam metode RRA, yaitu:

- a. *Efektivitas dan efisiensi*, kaitannya dengan biaya, waktu, dengan perolehan informasi yang dapat dipercaya yang dapat digunakan dibanding sekadar jumlah dan ketepatan serta relevansi informasi yang dibutuhkan.
- b. *Hindari bias*, melalui: introspeksi, dengarkan, tanyakan secara berulang-ulang, tanyakan kepada kelompok termiskin.
- c. *Triangulasi sumber informasi* dan libatkan Tim Multi-disiplin untuk bertanya dalam beragam perspektif.
- d. *Belajar dari dan bersama masyarakat*.
- e. *Belajar cepat melalui eksplorasi, cross-check* dan jangan terpaku pada bekuan yang telah disiapkan.

2. *Participatory Rural Appraisal (PRA)*

Metode PRA merupakan penyempurnaan dari RRA. PRA yang dilakukan dengan lebih banyak melibatkan “orang dalam” yang terdiri dari semua pengguna (*stakeholders*) dengan difasilitasi oleh orang-luar yang lebih berfungsi sebagai narasumber atau fasilitator dibanding sebagai instruktur atau guru yang menggurui.

Menurut Chambers (1996), metode PRA adalah suatu metode pendekatan untuk mempelajari kondisi dan kehidupan pedesaan dari, dengan, dan oleh masyarakat desa. Atau dengan kata lain dapat disebut sebagai kelompok metode pendekatan yang memungkinkan masyarakat desa untuk saling berbagi, meningkatkan, dan menganalisis pengetahuan mereka tentang kondisi dan kehidupan desa, serta membuat rencana dan bertindak.

Konsepsi dasar pandangan PRA adalah pendekatan yang tekanannya pada keterlibatan masyarakat dalam keseluruhan kegiatan. Metode PRA

bertujuan menjadikan warga masyarakat sebagai peneliti, perencana, dan pelaksana program pembangunan dan bukan sekedar obyek pembangunan. Melalui PRA dilakukan kegiatan-kegiatan:

- a. Pemetaan-wilayah dan kegiatan yang terkait dengan topik penilaian keadaan.
- b. Analisis keadaan yang berupa:
 - 1) Kedaan masa lalu, sekarang, dan kecenderungannya di masa depan.
 - 2) Identifikasi tentang perubahan-perubahan yang terjadi dan alasan-alasan atau penyebabnya.
 - 3) Identifikasi (akar) masalah dan alternatif-alternatif pemecahan masalah.
 - 4) Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman atau analisis *strength, weakness, opportunity, and treat* (SWOT) terhadap semua alternatif pemecahan masalah.
- c. Pemilihan alternatif pemecahan masalah yang paling layak atau dapat diandalkan (dapat dilaksanakan, efisien, dan diterima oleh sistem sosialnya).
- d. Rincian tentang stakeholders dan peran yang diharapkan dari para pihak, serta jumlah dan sumber-sumber pembiayaan yang dapat diharapkan untuk melaksanakan program atau kegiatan yang akan diusulkan atau direkomendasikan.

Alat-alat yang digunakan dalam metode PRA serupa dengan yang digunakan dalam metode RRA, tetapi berbeda dalam tingkat partisipasi dari masyarakat desa dalam praktik di lapangan. Tidak seperti dalam RRA, masyarakat desa yang dilibatkan dalam PRA memainkan peran yang lebih besar dalam pengumpulan informasi, analisis data dan pengembangan intervensi seperti pada program-program pengembangan masyarakat yang didasarkan pada pengertian terhadap program secara keseluruhan. Proses ini

akan memberdayakan masyarakat dan memberi kesempatan kepada mereka untuk melaksanakan kegiatan dalam memecahkan masalah mereka sendiri yang lebih baik dibanding dengan melalui intervensi dari luar.

Metode RRA dan PRA tersebut kemudian dijabarkan menjadi desain program kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat yang mencakup:

1. Program Pemetaan Potensi Ekonomi

- a. Pelaksana Program PKM bekerjasama dengan instansi terkait melakukan pemetaan kawasan-kawasan yang diperkirakan memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai Kawasan Bisnis Terpadu (KBT);
- b. Pelaksana Program PKM bekerjasama dengan instansi terkait menentukan skala prioritas dan sasaran utama obyek Kawasan Bisnis Terpadu (KBT);
- c. Pelaksana Program PKM bekerjasama dengan instansi terkait merumuskan rencana strategis dan rencana operasional pelaksanaan program pengembangan Kawasan Bisnis Terpadu (KBT).

2. Program Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia

- a. Pelaksana Program PKM bekerjasama dengan instansi terkait memberikan program pendidikan, pelatihan, pendampingan, supervisi, dan konsultasi kepada pelaku UMKM di Kelurahan Pataruman Kecamatan Pataruman Kota Banjar, di antaranya:
 - 1) Pelatihan Manajemen Bisnis dan Tata Kelola Wirausaha Industri Kreatif Syari'ah;
 - 2) Pelatihan Manajemen Bisnis dan Tata Kelola Agro Industri Pariwisata Syari'ah;
 - 3) Pelatihan Manajemen Keuangan bagi Pelaku UMKM;
 - 4) Pelatihan Tenaga Pendamping bagi Pelaku UMKM.

- b. Pelaksana Program PKM bekerjasama dengan instansi terkait memberikan asistensi kepada pelaku UMKM dalam mendapatkan pendampingan usaha.

3. Program Peningkatan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Program Peningkatan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat yang akan dilakukan oleh Pelaksana Program PKM UIN Sunan Gunung Djati Bandung dirancang sebagai berikut:

- a. Pengembangan Desa Wisata dan Budaya;
- b. Pengembangan Komoditi Unggulan Berbasis Agro Industri;
- c. Pengembangan Kawasan Agro Politan;
- d. Pengembangan Kawasan Niaga Terpadu;
- e. Dan lain-lain.

Selanjutnya, pelaksana program PKM UIN sunan Gunung Djati Bandung menyusun tahapan-tahapan kegiatan sebagai berikut:

1. Tahapan Perencanaan Program

Sebelum dilaksanakan ketiga program besar tersebut, terlebih dahulu perlu dilakukan tahapan-tapan sebagai berikut:

- a. Manual Draft bahan rapat koordinasi dengan instansi terkait;
- b. Manual Draft pemetaan skala prioritas program yang akan dilaksanakan;
- c. Manual Draft berbagai instrumen teknis penyelenggaraan program;
- d. Manual Draft instrument pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi;
- e. Manual Draft penyusunan laporan kegiatan.

2. Tahapan Pelaksanaan Program

Program-program tersebut di atas dilaksanakan dalam jangka waktu 3 bulan dengan intensitas berbeda yang diklasifikasikan menjadi 3 kategori:

- a. Jangka Pendek (*Short Term Program*) yaitu, kegiatan yang sifatnya insidental, seperti pelatihan (*training*);
- b. Jangka Menengah (*Mid Term Program*) yaitu kegiatan yang sifatnya berkala, seperti supervisi/asistensi (*supervision and monitoring*);
- c. Jangka Panjang (*Long Term Program*) yaitu kegiatan yang sifatnya berkelanjutan, seperti: aktifitas bisnis (*business activity*).

3. Tahapan Evaluasi Program

Program-program tersebut di atas akan dievaluasi dan dilaporkan secara tertulis dan terstruktur yang mencakup:

- a. Laporan dan evaluasi substantif kegiatan PKM;
- b. Laporan dan evaluasi keuangan kegiatan PKM;
- c. Publikasi dan release kegiatan PKM.

H. Rancangan Evaluasi/Alat Ukur Keberhasilan

Rancangan evaluasi/alat ukur keberhasilan pelaksanaan program PKM UIN Sunan Gunung Djati Bandung disusun sebagai berikut:

Jenis/Kriteria Kegiatan	Penjabaran Program Kegiatan	Indikator Keberhasilan	Tolak Ukur Keberhasilan
Program Pemetaan Potensi Ekonomi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemetaan kawasan-kawasan yang diperkirakan memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai Kawasan Bisnis Terpadu (KBT); 2. Penentuan skala prioritas dan sasaran utama obyek Kawasan Bisnis Terpadu (KBT); 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat memetakan kawasan-kawasan yang diperkirakan memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai Kawasan Bisnis Terpadu (KBT); 2. Dapat menentukan skala prioritas dan sasaran utama obyek Kawasan Bisnis Terpadu (KBT); 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terpetakannya kawasan-kawasan yang diperkirakan memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai Kawasan Bisnis Terpadu (KBT); 2. Terpilihnya skala prioritas dan sasaran utama obyek Kawasan Bisnis Terpadu (KBT);

	3. merumuskan rencana strategis dan rencana operasional pelaksanaan program pengembangan Kawasan Bisnis Terpadu (KBT).	3. Dapat merumuskan rencana strategis dan rencana operasional pelaksanaan program pengembangan Kawasan Bisnis Terpadu (KBT).	3. Terumuskannya rencana strategis dan rencana operasional pelaksanaan program pengembangan Kawasan Bisnis Terpadu (KBT).
Program Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelatihan Manajemen Bisnis dan Tata Kelola Wirausaha Industri Kreatif Syari'ah; 2. Pelatihan Manajemen Bisnis dan Tata Kelola Agro Industri Pariwisata Syari'ah; 3. Pelatihan Manajemen Keuangan bagi Pelaku UMKM; 4. Pelatihan Tenaga Pendamping bagi Pelaku UMKM. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan keahlian pelaku UMKM dalam bidang Manajemen Bisnis dan Tata Kelola Wirausaha Industri Kreatif Syari'ah; 2. Meningkatkan keahlian pelaku UMKM dalam bidang Manajemen Bisnis dan Tata Kelola Agro Industri Pariwisata Syari'ah; 3. Meningkatkan keahlian pelaku UMKM dalam bidang Manajemen Keuangan bagi Pelaku UMKM; 4. Meningkatkan keahlian Tenaga Pendamping bagi Pelaku UMKM 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan keahlian pelaku UMKM dalam bidang Manajemen Bisnis dan Tata Kelola Wirausaha Industri Kreatif Syari'ah; 2. Meningkatkan keahlian pelaku UMKM dalam bidang Manajemen Bisnis dan Tata Kelola Agro Industri Pariwisata Syari'ah; 3. Meningkatkan keahlian pelaku UMKM dalam bidang Manajemen Keuangan bagi Pelaku UMKM; 4. Meningkatkan keahlian Tenaga Pendamping bagi Pelaku UMKM
Program Peningkatan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan Desa Wisata dan Budaya; 2. Pengembangan Komoditi Unggulan Berbasis Agro Industri; 3. Pengembangan Kawasan Agro Politan; 4. Pengembangan Kawasan Niaga Terpadu. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan Desa Wisata dan Budaya; 2. Mengembangkan Komoditi Unggulan Berbasis Agro Industri; 3. Pengembangan Kawasan Agro Politan; 4. Pengembangan Kawasan Niaga Terpadu. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berkembangnya Desa Wisata dan Budaya; 2. Berkembangnya Komoditi Unggulan Berbasis Agro Industri; 3. Berkembangnya Kawasan Agro Politan; 4. Berkembangnya Kawasan Niaga Terpadu.

I. Rencana dan Jadwal Kegiatan

Rencana dan agenda kegiatan program PKM UIN Sunan Gunung Djati Bandung disusun sebagai berikut:

No	Agenda	Waktu	Ket
1	Penyusunan Proposal PKM	01-05 April 2017	
2	Pengajuan Proposal PKM	15-20 Mei 2017	
3	Seleksi Proposal PKM	15-26 Mei 2017	
4	MoU Kontrak PKM	08 Juni 2017	
5	Pelaksanaan PKM	08 Juni–28 Agustus 2017	
6	Penyusunan Laporan PKM	28-30 Agustus 2017	
7	Penggandaan Laporan PKM	30-31 Agustus 2017	
8	Workshop Laporan PKM	08 September 2017	
9	Pubikasi Hasil PKM	18 September 2017	

J. Organisasi/Pelaksana Kegiatan

Organisasi Pelaksana Kegiatan program PKM UIN Sunan Gunung Djati Bandung disusun sebagai berikut:

1. Ketua Tim Pelaksana

Nama & Gelar Akademik: Dr. Deni K. Yusup, M.Ag

NIP : 197411062005011006

Pangkat/Golongan : Pembina (IV/a)

Jabatan Fungsional : Lektor Kepala

Bidang Keahlian : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas/Program Studi : FSH/MKS

Waktu yang Disediakan : 16 Jam / Minggu

2. Anggota 1

Nama & Gelar Akademik: Ayi Yunus Rusyana, M.Ag

NIP : 197510082005011003

Pangkat/Golongan : Penata (III/d)
Jabatan Fungsional : Lektor
Bidang Keahlian : Perbandngan Mazhab & Hukum
Fakultas/Program Studi : FSH/PMH
Waktu yang Disediakan : 16 Jam / Minggu

3. Anggota 2

Nama & Gelar Akademik: Irna Fitrianingsih
NIM : 1133040055
Tugas dalam PKM : Pelaksana Teknis
Fakultas/Program Studi : FSH/PMH
Waktu yang Disediakan : 16 Jam / Minggu

BAB II

KAJIAN PUSTAKA TENTANG PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT, PEMBERDAYAAN EKONOMI, DAN KEMITRAAN USAHA

A. Pengabdian Kepada Masyarakat

1. Hakikat Pengabdian Kepada Masyarakat

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu bentuk Tridharma Perguruan Tinggi di samping pendidikan dan penelitian. Awal gagasan pendirian Perguruan Tinggi adalah untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, mempersiapkan warga negara yang cerdas, berilmu, beriman, dan beramal untuk kemajuan bangsa, serta berkhidmat kepada masyarakat yang ada.

Semangat keutuhan atau integrasi Tridharma tersebut merupakan mandat dari Pasal 1 Ayat 11 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi. Dalam ketentuan UU tersebut, pengabdian kepada masyarakat disebut sebagai suatu kegiatan sivitas akademika yang memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk memajukan kesejahteraan masyarakat dan mencerdaskan kehidupan bangsa.¹

Selain itu, pengabdian kepada masyarakat dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mencakup upaya-upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia antara lain dalam hal perluasan wawasan, pengetahuan maupun peningkatan keterampilan yang dilakukan oleh civas akademika sebagai perwujudan dharma bakti serta wujud kepedulian untuk berperan katif meningkatkan kesejahteraan dan memberdayakan masyarakat luas terlebih bagi masyarakat ekonomi lemah.

¹ Lihat ketentuan dalam Pasal 1 Ayat 11 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.

Selanjutnya pengabdian kepada masyarakat juga dapat dipahami sebagai pelaksanaan pengamalan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni budaya langsung pada masyarakat secara kelembagaan melalui metodologi ilmiah sebagai bentuk penyebaran Tri Dharma Perguruan Tinggi serta tanggung jawab yang luhur dalam usaha mengembangkan kemampuan masyarakat, sehingga dapat mempercepat laju pertumbuhan tercapainya tujuan pembangunan nasional.

Merujuk kepada Pasal 1 angka 11 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi menyebutkan bahwa Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) adalah kegiatan sivitas akademika yang memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk memajukan kesejahteraan masyarakat dan mencerdaskan kehidupan bangsa. PKM tersebut dilakukan dalam berbagai bentuk kegiatan sesuai dengan budaya akademik, keahlian, dan/atau otonomi keilmuan sivitas akademika serta kondisi sosial budaya masyarakat. Hasil pengabdian kepada masyarakat digunakan sebagai proses pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, pengayaan sumber belajar, dan/atau untuk pembelajaran dan pematangan sivitas akademika.

Selanjutnya dalam Penjelasan PP Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi Pasal 22 ayat 3 menyebutkan bahwa perguruan tinggi memiliki otonomi dalam mengelola kegiatan PKM sehingga setiap Perguruan Tinggi dapat menerapkan norma, kebijakan operasional serta pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Lebih rinci lagi Peraturan Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.²

² Lihat Pasal 22 ayat 3 Penjelasan PP Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi dan Peraturan Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi

Dalam kedua peraturan tersebut di atas ditegaskan secara detail tentang standar minimal yang wajib dipenuhi oleh perguruan tinggi di dalam rangka menjalankan kegiatan PKM yang terdiri dari standar hasil, standar isi, standar proses, standar penilaian, standar pelaksanaan, standar sarana prasarana, standar pengelolaan dan standar biaya. Seluruh standar PKM tersebut yang jumlahnya ada 8 (delapan) standar pengabdian yang dinyatakan dalam Peraturan Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi tersebut menjadi acuan bagi perguruan tinggi di Indonesia.

Sebagai salah satu institusi di bawah naungan Kementerian Agama, konsep PKM di UIN Sunan Gunung Djati Bandung dirumuskan tetap mengacu kepada Peraturan Menteri Agama (PMA) Nomor 55 Tahun 2014 tentang Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat. Misalnya, dalam Pasal 1 angka 3 disebutkan bahwa PKM merupakan kegiatan civitas akademika yang memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk memajukan kesejahteraan, memberdayakan dan memfasilitasi masyarakat untuk melakukan transformasi sosial demi mencapai tingkat keadilan sosial dan penjaminan Hak Asasi Manusia yang memadai dan mencerdaskan kehidupan bangsa.

PKM kemudian diatur lebih teknis melalui Keputusan Dirjen Pendidikan Islam Nomor 4834 Tahun 2015 tentang Pedoman Pengabdian kepada Masyarakat di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam. Menurut Keputusan Dirjen Diktis, yang dimaksud dengan pengabdian kepada masyarakat adalah Kemitraan Universitas-Masyarakat (KUM). Istilah ini digunakan untuk menyelaraskan dengan istilah yang digunakan oleh UU Nomor 12 Tahun 2012 dan PMA Nomor 55 Tahun 2014, yang esensinya

menyebutkan bahwa kemitraan yang setara antara universitas dengan masyarakat.³

Sebagaimana diatur dalam UU Nomor 12 Tahun 2012, khususnya pada Pasal 47, 48 dan 49, ruang lingkup mengabdikan kepada masyarakat mencakup bidang ilmu yang dikembangkan oleh masing-masing perguruan tinggi. Oleh karena itu, dalam rangka menjalankan amanat UU, penting sekali perguruan tinggi melaksanakan pengabdian kepada masyarakat dengan paradigma baru, tak terkecuali di lingkungan UIN Sunan Gunung Djati Bandung, di mana PKM dirumuskan sebagai kegiatan sivitas akademika di dalam mengamalkan ilmu pengetahuan dan teknologi melalui berbagai bentuk kegiatan.

Sebagaimana hal di perguruan tinggi lainnya, program-program PKM yang dikembangkan dan dilaksanakan oleh UIN Sunan Gunung Djati Bandung juga menggunakan prinsip dasar keterpaduan aspek Tridharma Perguruan Tinggi, empati-partisipatif, interdisipliner, komprehensif-komplementatif dan berdimensi luas, realistis-pragmatis, pelestarian dan pengembangan lingkungan (*environmental development*), serta terlaksananya gagasan bersama (*co-creation*), pendanaan bersama (*co-financing*), keluwesan (*flexibility*), berkesinambungan (*sustainability*) dan berbasis riset (*research based community services*).

Semua prinsip tersebut di atas sejalan dengan upaya mewujudkan visi, misi, dan tujuan UIN Sunan Gunung Djati Bandung untuk menjadi menjadi Universitas Islam Negeri yang unggul dan kompetitif berbasis wahyu memandu ilmu dalam bingkai akhlak karimah di ASEAN Tahun 2025. Pencapaian visi UIN telah disusun dalam Rencana Induk Pengembangan (RIP) sebagaimana tercantum dalam Borang Akreditasi Institusi Pendidikan

³ UU Nomor 12 Tahun 2012, PMA Nomor 55 Tahun 2014 dan Surat Keputusan Dirjen Pendidikan Islam Nomor 4834 Tahun 2015 tentang Pedoman Pengabdian kepada Masyarakat di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam menjadi kerangka acuan kegiatan PKM di UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Tinggi (AIPT). Dalam RIP yang dimiliki, telah tersusun tahapan-tahapan atau tonggak capaian (*milestones*) yang telah dan akan dilakukan dalam rangka mengembangkan mutu pendidikan tinggi. Dalam RIP tersebut, dijabarkan melalui renstra 5 tahunan yang tahapan dan capaiannya yang dinyatakan sebagai berikut:⁴

- a. Tahun 2004-2009 : tahapan institusionalisasi (*institutionalization*);
- b. Tahun 2010-2014 : tahapan penguatan (*strengthening institution*);
- c. Tahun 2015-2019 : tahapan pengembangan (*developing institution*);
- d. Tahun 2020-2024 : tahapan tinggal landas (*take off stage*);
- e. Tahun 2025-2029 : tahapan internasionalisasi (*international participation*).

Saat ini, UIN Sunan Gunung Djati Bandung sedang memasuki tahun 2015-2019 merupakan tahap pengembangan institusi (*developing institution*), di mana dalam Rencana Induk Pengembangan (RIP) UIN Sunan Gunung Djati Bandung ditekankan beberapa indikator capaian sebagai berikut:

- a. Terbentuknya sistem akademik yang tertata, baik pada pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat secara *on line*;
- b. Tumbuhnya budaya akademik dengan meminimalisir nuansa politis dalam kebijakan universitas;
- c. Bertambahnya kerjasama internasional yang visible dan meningkatkan kualitas SDM sivitas akademika, di tingkat asia;
- d. Terbangunnya infrastruktur yang memadai untuk sebagian 25% mahasiswa baru di Ma'had al-Jamiah;
- e. 35% dosen berpendidikan Doktor;
- f. 9% dosen memiliki jabatan akademik Guru Besar;
- g. 35% dosen mampu berbicara bahasa Arab dan Inggris secara aktif;

⁴ Lihat Rencana Induk Pengembangan (RIP) UIN Sunan Gunung Djati Bandung 2004-2029 dan Rencana Strategis UIN Sunan Gunung Djati Bandung 2015-2019.

- h. 15% karyawan berbicara salah satu bahasa asing (Arab/Inggris);
- i. Setiap fakultas memiliki minimal 15 orang mahasiswa asing;
- j. 45% sivitas akademika telah menggunakan internet dalam upaya membangun kultur akademik;
- k. Terdapat program studi terakreditasi A sebanyak 20, dan mempersiapkan diri terhadap akreditasi ISO dan tingkat regional;
- l. Semakin kecil rasio jumlah dosen dan mahasiswa dengan perbandingan 1:20;
- m. Terdapat 7 jurnal nasional telah terakreditasi.

Kemudian dalam RIP dan Renstra UIN Sunan Gunung Djati Bandung Tahun 2015-2019 juga dijabarkan bidang pengabdian kepada masyarakat bahwa bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat di UIN Sunan Gunung Djati Bandung dilaksanakan dengan berbagai bentuk, yaitu pembelajaran masyarakat, pendampingan masyarakat, advokasi, pemberdayaan ekonomi, layanan masyarakat, uji coba dan kegiatan sosial yang bersifat karitatif;

Sedangkan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang hendak diwujudkan diantaranya adalah menyempurnakan pedoman dan berbagai panduan pengabdian kepada masyarakat, menyelenggarakan beragam jenis KKN, yaitu KKN Reguler, KKN Tematik, KKN Kebangsaan dan KKN Internasional, Pengabdian Dosen kepada Masyarakat Reguler, Pengabdian kepada Masyarakat Berbasis Hasil Riset dan terbentuknya desa mitra kampus yang dilaksanakan bersama-sama dengan Pemerintah Kabupaten/Kota. Hal tersebut akan bermuara pada tujuan akhir yakni seluruh sivitas akademika UIN Sunan Gunung Djati Bandung memiliki komitmen yang kuat untuk mengamalkan semua ilmu pengetahuan dan teknologi dalam rangka pembangunan nasional.

2. Landasan Pengabdian Kepada Masyarakat

Ada sejumlah peraturan peundang-undangan yang dijadikan landasan normatif dalam menyusun kebijakan, strategi pengembangan, dan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di lingkungan UIN Sunan Gunung Djati Bandung, antara lain:

- a. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Lembaran Negara RI Tahun 2003 Tahun 78, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4301);
- b. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen (Lembaran Negara RI Tahun 2005 Nomor 157, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4586);
- c. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara RI Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5336);
- d. Keputusan Presiden Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan Status dari Institut Agama Islam Negeri menjadi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung;
- e. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 tentang Dosen (Lembaran Negara RI Tahun 2009 Nomor 76, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5007);
- f. Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan (Lembaran Negara RI Tahun 2010 Nomor 112, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5157);
- g. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2013 tentang Perubahan atas PP Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
- h. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;

- i. Peraturan Menteri Riset dan Pendidikan Tinggi Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
- j. Peraturan Menteri Agama Nomor 55 Tahun 2014 tentang Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat pada Perguruan Tinggi Keagamaan Islam;
- k. Peraturan Menteri Agama Nomor 14 Tahun 2015 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung;
- l. Peraturan Menteri Agama Nomor 7 Tahun 2013 jo. Peraturan Menteri Agama Nomor 17 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung;
- m. Keputusan Menteri Agama Nomor 55 Tahun 2014 tentang Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat pada Perguruan Tinggi Keagamaan;
- n. Keputusan Menteri Agama Nomor 39 Tahun 2015 tentang Rencana Strategis
- o. Kementerian Agama Tahun 2015-2019;
- p. Keputusan Menteri Agama Nomor B. II/3/3106361/2015 tanggal 6 Juli 2015 tentang Pengangkatan Rektor;
- q. Surat Menteri Keuangan Nomor S-39/MK.02/2015 tentang Standar Biaya Masukan Lainnya di Lingkup Perguruan Tinggi Keagamaan Negeri (PTKIN) Kementerian Agama;
- r. Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor DJ.I/DT.IIV/159/I.A/2011 tentang Beban Kerja Dosen dan Evaluasi Pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi bagi Dosen di Lingkungan PTAI;
- s. Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 4834 Tahun 2015 Tentang Pedoman Pengabdian Kepada Masyarakat Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam;
- t. Keputusan Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Nomor 117 Tahun 2015 tentang Panduan Pelaksanaan

Kegiatan Akademik; Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Nomor Un.05/II.2/KP.076/ 152/ 2015 tentang Pengangkatan Ketua Lembaga dan Kepala Pusat di LP2M.

Selain peraturan perundang-undangan di atas, program pengabdian kepada masyarakat di UIN Sunan Gunung Djati Bandung juga didasarkan kepada asas-asas sebagai berikut:

a. Asas Wahyu Memandu Ilmu

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilandasi dengan kaidah dan norma yang tercantum di dalam al-quran sebagai panduan mengamalkan ilmu pengetahuan dan teknologi di dalam rangka mewujudkan masyarakat yang adil dan sejahtera.

b. Asas Kelembagaan

Program dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh sivitas akademika UIN Sunan Gunung Djati Bandung harus dilaksanakan secara melembaga. Oleh karenanya asas kelembagaan merupakan salah satu ciri pokok yang tidak boleh ditinggalkan.

c. Asas Ilmu-Amaliah dan Amal-Ilmiah

Pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh sivitas akademika harus menggunakan metodologi ilmiah sejak pengembangan, perencanaan program, pelaksanaan maupun evaluasi, dan pelaporan. Dengan demikian, pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat merupakan amal yang dilandasi oleh pemikiran ilmiah serta profesionalisme.

d. Asas Kerjasama

Setiap program dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan usaha bersama antara UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan pihak-pihak lain untuk perkembangan masyarakat. Hubungan kerjasama ini perlu dijiwai semangat kekeluargaan dan gotong royong atas dasar kemitraan

yang saling menunjang dan saling menguntungkan untuk mencapai kemajuan pembangunan.

e. Asas Kestinambungan

Asas kesinambungan dalam program dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan ciri adanya perkembangan kebutuhan masyarakat dan pembangunan serta perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan sivitas Akademika UIN Sunan Gunung Djati Bandung merupakan suatu usaha sadar yang terencana melalui tahapan-tahapan logis sistematis sesuai dengan perkembangan masyarakat dan kemajuan pembangunan serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

f. Asas Kesimalaraan dan Keadilan Gender

Memberikan kesempatan, partisipasi, kontrol terhadap pengambilan keputusan, dan manfaat yang sama kepada perempuan dan laki-laki dalam program dan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dan melaksanakan berbagai pendekatan yang mendorong kesetaraan dan menghilangkan kesenjangan.

g. Asas Manfaat

Setiap program dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat harus bermanfaat seluas-luasnya bagi semua pihak, baik dari segi keilmuan, sosial, ekonomi, politik, budaya dan manfaat lainnya bagi pengembangan masyarakat ke depan. Manfaat pengabdian adalah untuk mendorong masyarakat mengembangkan asset mereka.

h. Asas Ramah Lingkungan.

Memberikan perhatian yang proporsional pada aspek-aspek tatakelola lingkungan hidup dan sumberdaya alam baik untuk menghindari atau menekan dampak lingkungan yang negatif maupun untuk secara proaktif memanfaatkan setiap peluang untuk meningkatkan kesehatan dan kelestarian lingkungan hidup dan sumberdaya alam.

i. Asas Akhlak Karimah

Seluruh kegiatan pengabdian kepada masyarakat didasarkan pada nilai-nilai keislaman adat istiadat dan kearifan lokal, sehingga peran perguruan tinggi berkontribusi besar dalam pembangunan sosial dan kemasyarakatan.

3. Metode Pengabdian Kepada Masyarakat

Dalam beberapa literatur dikenal banyak metode ilmiah untuk pengabdian kepada masyarakat. Namun dalam konteks ini, program kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat di Kecamatan Pataruman Kota Banjar ini akan menggunakan dua metode, yaitu:⁵

a. *Rapid Rural Appraisal* (RRA)

RRA (*Rapid Rural Appraisal*) merupakan metode penilaian keadaan desa secara cepat, yang dalam praktek, kegiatan RRA lebih banyak dilakukan oleh “orang luar” dengan tanpa atau sedikit melibatkan masyarakat setempat. Meskipun sering dikatakan sebagai teknik penelitian yang “*cepat dan kasar/kotor*” tetapi RRA dinilai masih lebih baik jika dibandingkan dengan teknik-teknik kuantitatif klasik.

Metode RRA juga digunakan untuk pengumpulan informasi secara akurat dalam waktu yang terbatas ketika keputusan tentang pembangunan perdesaan harus diambil segera. Dewasa ini banyak program pembangunan yang dilaksanakan sebelum adanya kegiatan pengumpulan semua informasi di daerah sasaran. Konsekuensinya, banyak program pembangunan yang gagal atau tidak dapat diterima oleh kelompok sasaran meskipun program-

⁵ Penulis mengutip penjelasan R. Chambers, *Participatory Rural Appraisal: Memahami Desa Secara Partisipatif*, (Yogyakarta: Oxfam – Kanisius, 1996) dan penjelasan S. Gitosaputro, *Implementasi Participatory Rural Appraisal (Pra) Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, dalam Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam, Lampung, 2006.

program tersebut sudah direncanakan dan dipersiapkan secara matang, karena masyarakat tidak diikutsertakan dalam penyusunan prioritas dan pemecahan masalahnya.

Pada dasarnya, metode RRA merupakan proses belajar yang intensif untuk memahami kondisi perdesaan, dilakukan berulang-ulang, dan cepat. Untuk itu diperlukan cara kerja yang khas, seperti tim kerja kecil yang bersifat multidisiplin, menggunakan sejumlah metode, cara, dan pemilihan teknik yang khusus, untuk meningkatkan pengertian atau pemahaman terhadap kondisi perdesaan. Cara kerja tersebut tersebut dipusatkan pada pemahaman pada tingkat komunitas lokal yang digabungkan dengan pengetahuan ilmiah.

Komunikasi dan kerjasama diantara masyarakat desa dan aparat perencana dan pelaksana pembangunan (*development agent*) adalah sangat penting, dalam kerangka untuk memahami masalah-masalah di perdesaan. Di samping itu, metode RRA juga berguna dalam memonitor kecenderungan perubahan-perubahan di perdesaan untuk mengurangi ketidakpastian yang terjadi di lapangan dan mengusulkan penyelesaian masalah yang memungkinkan.

Metode RRA menyajikan pengamatan yang dipercepat yang dilakukan oleh dua atau lebih pengamat atau peneliti, biasanya dengan latar belakang akademis yang berbeda. Metode ini bertujuan untuk menghasilkan pengamatan kualitatif bagi keperluan pembuat keputusan untuk menentukan perlu tidaknya penelitian tambahan dalam merencanakan dan melaksanakan kegiatan. Metode RRA memiliki tiga konsep dasar yaitu; (a) perspektif sistem, (b) triangulasi dari pengumpulan data, dan (c) pengumpulan data dan analisis secara berulang-ulang (*iterative*).

Sebagai suatu teknik penilaian, RRA menggabungkan beberapa teknik yang terdiri dari:

- 1) Review/telaahan data sekunder, termasuk peta wilayah dan pengamatan lapang secara ringkas.
- 2) Oservasi/pengamatan lapang secara langsung.
- 3) Wawancara dengan informan kunci dan lokakarya.
- 4) Pemetaan dan pembuatan diagram/grafik.
- 5) Studi kasus, sejarah lokal, dan biografi.
- 6) Kecenderungan-kecenderungan.
- 7) Pembuatan kuesioner sederhana yang singkat.
- 8) Pembuatan laporan lapang secara cepat.

Prinsip-prinsip yang harus diperhatikan dalam metode RRA, yaitu:

- 1) *Efektivitas dan efisiensi*, kaitannya dengan biaya, waktu, dengan perolehan informasi yang dapat dipercaya yang dapat digunakan dibanding sekadar jumlah dan ketepatan serta relevansi informasi yang dibutuhkan.
- 2) *Hindari bias*, melalui: introspeksi, dengarkan, tanyakan secara berulang-ulang, tanyakan kepada kelompok termiskin.
- 3) *Triangulasi sumber informasi* dan libatkan Tim Multi-disiplin untuk bertanya dalam beragam perspektif.
- 4) *Belajar dari dan bersama masyarakat*.
- 5) *Belajar cepat melalui eksplorasi, cross-check* dan jangan terpaku pada bekuan yang telah disiapkan.

b. *Participatory Rural Appraisal (PRA)*

Metode PRA merupakan penyempurnaan dari RRA. PRA yang dilakukan dengan lebih banyak melibatkan “orang dalam” yang terdiri dari semua pengguna (*stakeholders*) dengan difasilitasi oleh orang-luar yang lebih berfungsi sebagai narasumber atau fasilitator dibanding sebagai instruktur atau guru yang menggurui.

Menurut Chambers, metode PRA adalah suatu metode pendekatan untuk mempelajari kondisi dan kehidupan pedesaan dari, dengan, dan oleh masyarakat desa. Atau dengan kata lain dapat disebut sebagai kelompok metode pendekatan yang memungkinkan masyarakat desa untuk saling berbagi, meningkatkan, dan menganalisis pengetahuan mereka tentang kondisi dan kehidupan desa, membuat rencana dan bertindak.

Konsepsi dasar pandangan PRA adalah pendekatan yang tekanannya pada keterlibatan masyarakat dalam keseluruhan kegiatan. Metode PRA bertujuan menjadikan warga masyarakat sebagai peneliti, perencana, dan pelaksana program pembangunan dan bukan sekedar obyek pembangunan. Melalui PRA dilakukan kegiatan-kegiatan:

- e. Pemetaan-wilayah dan kegiatan yang terkait dengan topik penilaian suatu keadaan.
- f. Analisis keadaan yang berupa:
 - 5) Kadaan masa lalu, sekarang, dan kecenderungannya di masa depan.
 - 6) Identifikasi tentang perubahan-perubahan yang terjadi dan alasan-alasan atau penyebabnya.
 - 7) Identifikasi (akar) masalah dan alternatif-alternatif pemecahan masalah.
 - 8) Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman atau analisis *strength, weakness, opportunity, and treat* (SWOT) terhadap semua alternatif pemecahan masalah.
- g. Pemilihan alternatif pemecahan masalah yang paling layak atau dapat diandalkan (dapat dilaksanakan, efisien, dan diterima oleh sistem sosialnya).
- h. Rincian tentang stakeholders dan peran yang diharapkan dari para pihak, serta jumlah dan sumber-sumber pembiayaan yang dapat diharapkan

untuk melaksanakan program/ kegiatan yang akan diusulkan/ direkomendasikan.

Alat-alat yang digunakan dalam metode PRA serupa dengan yang digunakan dalam metode RRA, tetapi berbeda dalam tingkat partisipasi dari masyarakat desa dalam praktik di lapangan. Tidak seperti dalam RRA, masyarakat desa yang dilibatkan dalam PRA memainkan peran yang lebih besar dalam pengumpulan informasi, analisis data dan pengembangan intervensi seperti pada program-program pengembangan masyarakat yang didasarkan pada pengertian terhadap program secara keseluruhan. Proses ini akan memberdayakan masyarakat dan memberi kesempatan kepada mereka untuk melaksanakan kegiatan dalam memecahkan masalah mereka sendiri yang lebih baik dibandingkan dengan melalui intervensi dari luar.

Metode RRA dan PRA tersebut kemudian dijabarkan menjadi desain program kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat yang mencakup:

d. Program Pemetaan Potensi Ekonomi

- 1) Pelaksana Program PKM bekerjasama dengan instansi terkait melakukan pemetaan kawasan-kawasan yang diperkirakan memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai Kawasan Bisnis Terpadu (KBT);
- 2) Pelaksana Program PKM bekerjasama dengan instansi terkait menentukan skala prioritas dan sasaran utama obyek Kawasan Bisnis Terpadu (KBT);
- 3) Pelaksana Program PKM bekerjasama dengan instansi terkait merumuskan rencana strategis dan rencana operasional pelaksanaan program pengembangan Kawasan Bisnis Terpadu (KBT).

e. Program Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia

- 5) Pelaksana Program PKM bekerjasama dengan instansi terkait memberikan program pendidikan, pelatihan, pendampingan, supervisi, dan konsultasi kepada pelaku UMKM di Kelurahan Pataruman Kecamatan Pataruman Kota Banjar, di antaranya:
 - a) Pelatihan Manajemen Bisnis dan Tata Kelola Wirausaha Industri Kreatif Syari'ah;
 - b) Pelatihan Manajemen Bisnis dan Tata Kelola Agro Industri Pariwisata Syari'ah;
 - c) Pelatihan Manajemen Keuangan bagi Pelaku UMKM;
 - d) Pelatihan Tenaga Pendamping bagi Pelaku UMKM.
 - 2) Pelaksana Program PKM bekerjasama dengan instansi terkait memberikan asistensi kepada pelaku UMKM dalam mendapatkan pendampingan usaha.
- f. Program Peningkatan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat
- Program Peningkatan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat yang akan dilakukan oleh Pelaksana Program PKM UIN Sunan Gunung Djati Bandung dirancang sebagai berikut:
- 1) Pengembangan Desa Wisata dan Budaya;
 - 2) Pengembangan Komoditi Unggulan Berbasis Agro Industri;
 - 3) Pengembangan Kawasan Agro Politan;
 - 4) Pengembangan Kawasan Niaga Terpadu;
 - 5) Dan lain-lain.

Selanjutnya, pelaksana program PKM UIN Sunan Gunung Djati Bandung menyusun tahapan-tahapan kegiatan sebagai berikut:⁶

⁶ Penulis menggunakan metode *Rapid Rural Appraisal (RRA)* dan *Participatory Rural Appraisal (PRA)* sebagai kerangka metodologi untuk pelaksana program PKM UIN Sunan Gunung Djati Bandung 2017.

a. Tahapan Perencanaan Program

Sebelum dilaksanakan ketiga program besar tersebut, terlebih dahulu perlu dilakukan tahapan-tapan sebagai berikut:

- 1) Manual Draft bahan rapat koordinasi dengan instansi terkait;
- 2) Manual Draft pemetaan skala prioritas program yang akan dilaksanakan;
- 3) Manual Draft berbagai instrumen teknis penyelenggaraan program kerja;
- 4) Manual Draft instrument pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi;
- 5) Manual Draft penyusunan laporan kegiatan.

b. Tahapan Pelaksanaan Program

Program-program tersebut di atas dilaksanakan dalam jangka waktu 3 bulan dengan intensitas berbeda yang diklasifikasikan menjadi 3 kategori, antara lain:

- 1) Jangka Pendek (*Short Term Program*) yaitu, kegiatan yang sifatnya insidentil, seperti pelatihan (*training*);
- 2) Jangka Menengah (*Mid Term Program*) yaitu kegiatan yang sifatnya berkala, seperti supervisi/asistensi (*supervision and monitoring*);
- 3) Jangka Panjang (*Long Term Program*) yaitu kegiatan yang sifatnya berkelanjutan, seperti: aktifitas bisnis (*business activity*).

c. Tahapan Evaluasi Program

Program-program tersebut di atas akan dievaluasi dan dilaporkan secara tertulis dan terstruktur yang mencakup:

- 1) Laporan dan evaluasi substantif kegiatan PKM;
- 2) Laporan dan evaluasi keuangan kegiatan PKM;
- 3) Publikasi dan release kegiatan PKM.

4. Bentuk-bentuk Pengabdian Kepada Masyarakat

Ada beberapa kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan program kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat di Kecamatan Pataruman Kota Banjar ini, yaitu:⁷

- a. Pembelajaran masyarakat yang berkelanjutan, yakni suatu kegiatan yang ditujukan untuk belajar bersama masyarakat atau menguatkan kemampuan, potensi dan aset masyarakat, termasuk dialog, lokakarya, dan pelatihan;
- b. Pendampingan masyarakat, yakni kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan secara intensif dan partisipatif agar tercapai kemandirian dari komunitas atau kelompok mitra;
- c. Advokasi, yakni kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa menumbuhkan kepekaan sosial, politik, dan budaya, serta kapasitas/kemampuan untuk memperjuangkan dan memperoleh hak-hak sebagai warganegara.
- d. Pemberdayaan ekonomi, yakni kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk rintisan usaha mandiri dalam rangka peningkatan kesejahteraan dan pendapatan;
- e. Layanan masyarakat, yakni penyediaan layanan masyarakat seperti layanan keagamaan, kesehatan, mediasi, resolusi konflik, konsultasi (psikologi, keluarga, hukum, pembuatan rencana bisnis, proyek), pelatihan, penelitian, dan lain-lain;
- f. Ujicoba, adaptasi serta penerapan Teknologi Tepat Guna (TTG) berbasis IPTEKS, yakni kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pengembangan dan penerapan hasil penelitian (*action research*) ataupun teknologi sederhana untuk mengembangkan potensi dan peluang yang

⁷ Penulis menggunakan metode *Rapid Rural Appraisal (RRA)* dan *Participatory Rural Appraisal (PRA)* sebagai kerangka metodologi untuk pelaksana program PKM UIN Sunan Gunung Djati Bandung 2017.

terdapat pada suatu komunitas masyarakat. Misalnya pembuatan alat produksi, pembuatan sistem manajemen, dan lain-lain.

- g. Kegiatan sosial yang bersifat karitatif, seperti bantuan untuk korban bencana alam dan sosial dalam bentuk pemberdayaan secara berkelanjutan dan tidak terbatas sumbangan materi.

5. Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan oleh UIN SGD Bandung secara umum bertujuan untuk memajukan dan memberdayakan masyarakat baik dilakukan melalui institusi sosial keagamaan, pemerintah, dunia usaha, industri dan sebagainya. Dengan demikian pengabdian kepada masyarakat harus selalu diarahkan pada kegiatan-kegiatan yang dampak dan manfaatnya dapat secara langsung dirasakan oleh masyarakat. Upaya ini dapat dilakukan terlebih dahulu dengan suatu penelitian atau mengkaji ulang hal-hal yang ditemui pada saat menerapkan, mengembangkan dan menyebarluaskan IPTEKS. Secara khusus kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk:

1. Mempercepat upaya peningkatan kemampuan sumberdaya manusia sesuai dengan tuntutan dinamika pembangunan melalui pendidikan, latihan, dan upaya lain yang relevan;
2. Mempercepat upaya pengembangan masyarakat ke arah terbinanya masyarakat dinamis yang siap menempuh perubahan-perubahan dalam globalisasi, menuju perbaikan atau kemajuan yang sesuai dengan nilai-nilai sosial yang berlaku;
3. Mempercepat upaya pembinaan institusi dan profesi masyarakat sesuai dengan perkembangannya dalam proses globalisasi;

4. Memberi masukan kepada program studi di lingkungan UIN SGD Bandung untuk pengembangan dan peningkatan relevansi kurikulum dengan tuntutan masyarakat dan pembangunan.

B. Pemberdayaan Ekonomi

1. Pengertian Pemberdayaan Ekonomi

Pemberdayaan dalam bahasa Inggris disebut *empowerment*. Menurut Sedarmayanti, *empowerment* asalnya dari kata “*power*” yang artinya “*control, authority, dominion*”. Awalan “*emp*” memiliki arti “*on put to*” atau “*to cover with*” jelasnya “*more power*”. Pendek kata, *empowering* artinya “*passing on authority and responsibility*”.⁸

Pemberdayaan sebagai terjemahan *empowering* mengandung dua pengertian, pertama *to give power or aunthority to* atau memberi kekuasaan, mengalihkan kekuatan, atau mendelegasikan otoritas ke pihak lain, kedua *to give ability to* atau *enable*, usaha untuk memberi kemampuan atau keberdayaan. Dengan demikian secara eksplisit dalam kedua ini adalah bagaimana menciptakan peluang untuk mengaktualisasikan keberdayaan seseorang.⁹

Konsep pemberdayaan secara umum dapat digambarkan sebagai bentuk adanya pemberian kewenangan dan kesempatan bagi individu atau kelompok masyarakat untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas. Pemberdayaan sangat penting ditegakkan bagi masyarakat, sebagai perwujudan partisipasi masyarakat sebagai sumber daya pembangunan, agar mampu mengenali permasalahan yang dihadapi dalam mengembangkan dan menunjang diri menuju keadaan yang lebih baik.

⁸ Sedarmayanti, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2011) hlm. 285.

⁹ Randy R. Wrihatnolo & Riant Nugroho Dwidjowijoto, *Manajemen Pemberdayaan, sebuah pengantar dan panduan untuk pemberdayaan masyarakat* (Jakarta : Kelompok Gramedia, 2007), hlm. 115

Randy R. Wrihatnolo & Riant Nugroho Dwidjowijoto mengutip penjelasan Dubois dan Miley (1997) mengemukakan dasar pemberdayaan meliputi:

- a. Pemberdayaan adalah proses kerja sama antara klien dan pelaksana kerja secara bersama-sama yang bersifat *mutual benefit*;
- b. Proses pemberdayaan memandang sistem klien sebagai komponen dan kemampuan yang memberikan jalan ke sumber penghasilan dan memberikan kesempatan;
- c. Klien harus merasa dirinya sebagai agen bebas yang memengaruhi;
- d. Kompetensi diperoleh atau diperbaiki melalui pengalaman hidup, pengalaman khusus yang kuat daripada keadaan yang menyatakan apa yang dilakukan;
- e. Pemberdayaan meliputi jalan ke sumber penghasilan dan kapasitas untuk menggunakan sumber pendapatan tersebut secara efektif;
- f. Proses pemberdayaan adalah masalah yang dinamis, sinergis, pernah berubah, dan evolusioner yang selalu memiliki banyak solusi;
- g. Pemberdayaan adalah pencapaian melalui struktur-struktur parallel dari perseorangan dan perkembangan masyarakat.¹⁰

Unsur utama dari proses pemberdayaan masyarakat adalah pemberian kewenangan dan pengembangan kapasitas. Kedua unsur ini tidak dapat dipisahkan. Apabila masyarakat telah memperoleh kewenangan tetapi tidak memiliki kapasitas untuk menjalankan kewenangan tersebut maka hasilnya tidak akan optimal. Menurut korten, memahami *power* tidak cukup hanya dari dimensi distributif akan tetapi juga dari dimensi generatif.¹¹

Pelaksanaan pemberdayaan pada masyarakat lokal termanifestasikan ke dalam berbagai tindakan kolektif dalam rangka melakukan perubahan

¹⁰ *Ibid.* hlm. 116.

¹¹ Soetomo, *Pemberdayaan Masyarakat, Mungkinkah Muncul Antitesanya?* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hlm. 88.

kondisi kehidupan masyarakat. Tindakan kolektif tersebut merupakan cerminan kapasitas masyarakat dalam melakukan pengelolaan pembangunan secara mandiri, mulai dari identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, dan monitoring serta evaluasi pembangunan.¹²

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, secara umum pemberdayaan ekonomi dalam tulisan ini dapat diartikan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan, memberikan kesempatan untuk mengatur dan melaksanakan hak dan tanggungjawabnya selaku anggota masyarakat dalam berbagai aktifitas perekonomian.

2. Bentuk-bentuk Pemberdayaan Ekonomi

Konsep pemberdayaan bidang ekonomi dapat dilakukan dengan pemberian kesempatan kepada masyarakat untuk melakukan kegiatan ekonomi sesuai dengan potensi yang mereka miliki. Kedaulatan ekonomi harus diberikan sepenuhnya kepada rakyat. Pemberdayaan ekonomi rakyat merupakan usaha untuk menjadikan ekonomi yang kuat, besar, modern, dan berdaya saing tinggi dalam mekanisme pasar yang benar.

Pemberdayaan pada bidang ekonomi dapat dilakukan dengan memberikan penguatan pemilikan faktor-faktor produksi, distribusi dan pemasaran, penguatan masyarakat untuk mendapatkan gaji/upah yang memadai, dan pemberian kesempatan untuk memperoleh informasi, pengetahuan dan ketrampilan. Pemberdayaan ekonomi rakyat, tidak cukup hanya dengan peningkatan produktivitas, memberikan kesempatan berusaha yang sama, dan hanya memberikan suntikan modal sebagai stimulan, tetapi harus dijamin adanya kerjasama dan kemitraan yang sangat erat antara yang telah maju dengan yang masih lemah dan belum berkembang.

¹² *Ibid*, hlm. 103.

Menurut Adam Smith masyarakat yang ideal adalah masyarakat yang warganya memiliki simpati, yang memberi perhatian pada nasib orang lain. Konsep ini dikenal dengan masyarakat bersahabat. Masyarakat bersahabat merupakan masyarakat yang dibangun atas dasar kebutuhan fisik dan psikologi. Ekonomi tidak hanya mengurus masalah kebutuhan fisik, tetapi harus berkembang dari penghargaan terhadap manusia.¹³ Dengan timbulnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya untuk saling menghargai maka akan menciptakan kemitraan, gotong royong, saling membantu dalam kehidupan masyarakat.

Kebijakan dalam pembedayaan ekonomi rakyat dapat dilakukan dengan pemberian peluang atau akses yang lebih besar kepada aset produksi (khususnya modal), memperkuat posisi transaksi dan kemitraan usaha ekonomi rakyat, agar pelaku ekonomi rakyat bukan sekadar *price taker*; pelayanan pendidikan dan kesehatan, penguatan industri kecil, mendorong munculnya wirausaha baru, dan pemerataan. Kegiatan pemberdayaan masyarakat mencakup peningkatan akses bantuan modal usaha, peningkatan akses pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM), dan peningkatan akses ke sarana dan prasarana yang mendukung langsung sosial ekonomi masyarakat lokal.¹⁴

a. Bantuan Modal

Faktor modal menjadi salah satu hal penting dalam pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi. Pemecahan aspek modal penting dan memang harus dilakukan. Namun perlu dicermati dalam usaha pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi melalui aspek permodalan adalah: *pertama*, bagaimana pemberian bantuan modal tidak menimbulkan ketergantungan

¹³ Mikhael dua, *Filsafat Ekonomi 'Upaya Mencari Kesejahteraan Bersama'* (Yogyakarta : Kanisius, 2008), hlm. 41

¹⁴ Gunawan Sumidiningrat, *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaring Pengaman Sosial*, (Jakarta: PT. Gramedia, 1999), hlm. 127.

masyarakat. *Kedua*, bagaimana pemecahan aspek modal dilakukan melalui penciptaan sistem yang kondusif bagi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah untuk mendapatkan akses di lembaga keuangan.

Ketiga, bagaimana skema penggunaan atau kebijakan pengalokasian modal ini tidak terjebak pada perekonomian subsisten. Oleh karena itu, cara untuk memfasilitasi pemecahan masalah permodalan untuk usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah, adalah dengan menjamin kredit mereka di lembaga keuangan yang ada, dan atau memberi subsidi bunga atas pinjaman mereka di lembaga keuangan. Cara ini selain mendidik mereka untuk bertanggung jawab terhadap pengembalian kredit, juga dapat menjadi wahana bagi mereka untuk terbiasa bekerjasama dengan lembaga keuangan yang ada, serta membuktikan kepada lembaga keuangan bahwa tidak ada alasan untuk diskriminatif dalam pemberian pinjaman.¹⁵

b. Bantuan Pembangunan Prasarana

Usaha mendorong produktivitas dan mengembangkan usaha, tidak akan memiliki arti jika hasil produksi tidak dapat dipasarkan, atau dengan harga yang rendah. Oleh sebab, itu komponen penting dalam usaha pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi adalah pembangunan prasarana produksi dan pemasaran. Tersedianya prasarana pemasaran dan atau transportasi dari lokasi produksi ke pasar, akan mengurangi rantai pemasaran dan pada akhirnya akan meningkatkan penerimaan petani dan pengusaha mikro, pengusaha kecil, dan pengusaha menengah.¹⁶

c. Bantuan Pendampingan

Tugas utama pendamping ini adalah memfasilitasi proses belajar atau refleksi dan menjadi mediator untuk penguatan kemitraan baik antara usaha

¹⁵ Mardi Yatmo Hutomo "Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi: Tinjauan Teoritik dan Implementasi", dalam Jurnal Ekonomi Nomor 20, Edisi Juni-Juli 2000, hlm. 7

¹⁶ *Ibid*, hlm. 8

mikro, usaha kecil, maupun usaha menengah dengan usaha besar. Namun demikian yang perlu dipikirkan bersama adalah mengenai siapa yang paling efektif menjadi tenaga pendamping masyarakat. Konsep yang dapat menjadi pertimbangan adalah membentuk suatu wadah yang khusus mendampingi pengusaha. Wadah ini dapat dilakukan oleh pemerintah, atau oleh pihak ketiga (penyedia modal).¹⁷

d. Penguatan Kemitraan Usaha

Penguatan ekonomi rakyat atau pemberdayaan masyarakat dalam ekonomi, tidak berarti mengalienasi pengusaha besar atau kelompok ekonomi kuat. Karena pemberdayaan memang bukan menegasikan yang lain, tetapi *give power to everybody*. Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi adalah penguatan bersama, dimana yang besar hanya akan berkembang kalau ada yang kecil dan menengah, dan yang kecil akan berkembang kalau ada yang besar dan menengah. Daya saing yang tinggi hanya ada jika ada keterkaitan antara yang besar dengan yang menengah dan kecil. Sebab hanya dengan keterkaitan produksi yang adil, efisiensi akan terbangun. Oleh sebab itu, melalui kemitraan dalam bidang permodalan, kemitraan dalam proses produksi, kemitraan dalam distribusi, masing-masing pihak akan diberdayakan.¹⁸

Dengan demikian pemberdayaan ekonomi dapat diimplementasikan melalui peningkatan kekuatan bagi pengusaha, baik pengusaha kecil maupun pengusaha besar. Pemberdayaan ekonomi dilakukan dalam produksi, distribusi maupun konsumsi. Pemberdayaan ekonomi dapat dicipatkan dengan adanya sinergitas antara pemerintah sebagai penentu regulasi, pihak ketiga sebagai pihak penyedia modal, serta masyarakat itu sendiri yang akan menekuni dunia usaha.

¹⁷ *Ibid*, hlm. 8

¹⁸ *Ibid*, hlm. 10

Sebagian besar usaha nasional di Indonesia adalah sektor Usaha Mikro Kecil Menengah. Sektor ini menciptakan lapangan kerja lebih dari 90% dari total usaha nasional, menyumbang sampai 60% *output* yang dihasilkan usaha nasional. Usaha kecil seharusnya menjadi prioritas pembangunan karena bersentuhan langsung dengan *grassroot* sehingga berpotensi menjadi penggerak sektor riil dan mengurangi pengangguran.¹⁹

Dalam rangka mewujudkan sasaran pemberdayaan dalam bidang usaha terutama bidang koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) maka dilaksanakan berbagai kebijakan, diantaranya: *Pertama*, mengembangkan UMKM agar memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, peningkatan daya saing.

Kedua, memperkuat kelembagaan dengan menerapkan prinsip tata pemerintahan yang baik dan berwawasan gender dengan cara memperbaiki lingkungan usaha dan menyederhanakan perisinan, memperluas akses permodalan, menjalankan fungsi intermediasi sebagai penyedia jasa pengembangan dunia usaha, teknologi, pemasaran, manajemen, dan informasi.

Ketiga, memperluas basis dan kesempatan berusaha serta menumbuhkan wirausaha baru yang berkeunggulan. Mengembangkan UMKM melalui pendekatan klaster di sektor agrobisnis dan agroindustri disertai kemudahan dalam pengelolaan usaha. Mengembangkan UMKM untuk lebih berperan dalam proses industrialisasi, percepatan pengalihan teknologi, dan peningkatan SDM. Selanjutnya mengintegrasikan pengembangan usaha dalam konteks pengembangan regional sesuai dengan karakteristik pengusaha dan potensi usaha unggulan setiap daerah.²⁰

¹⁹ Euis Amalia, *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam, Penguatan Peran LKM dan UKM di Indonesia*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009), hlm. 236

²⁰ *Ibid*, hlm. 238

3. Tantangan Pemberdayaan Ekonomi

Islam sebagai agama yang universal, agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Agama yang mengatur dan mengajarkan seluruh siklus kehidupan. Prinsip dan aturan dalam kehidupan didasarkan pada ketentuan al-Quran dan as-sunah sehingga akan membawahkan masyarakat mencapai keberkahan dan kesejahteraan hidup. Islam mengajarkan tentang pentingnya untuk saling membantu antara satu dengan yang lain. Sedangkan yang kuat memiliki kewajiban untuk memberdayakan masyarakat yang lemah. Pemberdayaan ekonomi dalam Islam diwujudkan dalam berbagai bentuk, antara lain zakat, wakaf, sedekah, dan infak.

Islam berpegang teguh pada prinsip persamaan kedudukan, prinsip keadilan, tuntutan sosial yang secara jelas, prinsip perimbangan antara hak dan kewajiban, serta tuntutan untuk tolong menolong, menjadi suatu dasar pijakan dalam rangka mengurangi penderitaan kaum lemah. Dengan mengembangkan sikap kebersamaan dalam menikmati keuntungan dan menanggung kerugian pada berbagai kegiatan ekonomi, baik dalam sebagai fungsi produksi, distributor maupun sebagai konsumen, maka keserasian hubungan antara unit-unit dalam masyarakat akan terjamin.

Implementasi pemberdayaan ekonomi dalam Islam dapat dilakukan melalui penguatan kelembagaan dalam berbagai hal diantaranya pembentukan *empowering center*. *Empowering Center* (EC) diaplikasikan ke dalam prinsip sistem tolong menolong, survei, karakter dan komitmen kemitraan, serta fasilitator.²¹

a. Prinsip Tolong Menolong

²¹ Muhammad Budi Djatmiko dan Doddy Koesdijanto, *The Book Of Empowering Center*, (Bandung : STEMBI Bandung Business School, 2012), hlm. 101

Prinsip tolong menolong dilakukan dengan datangnya mitra kepada *empowering center* atau sebaliknya untuk melakukan kerja sama. Hal ini didasarkan sesuai dengan al-Quran dan al-Hadits. Rasulullah SAW telah memerintahkan seluruh ummatnya untuk saling tolong menolong dalam kesulitan dengan menyebutkan bahwa tangan di atas lebih utama kedudukannya daripada tangan di bawah. Saling membantu dalam menyebarkan kebaikan dan berlomba-lomba dalam melakukan kebaikan. Allah SWT menjelaskan dalam Al-qur'an tentang pentingnya tolong menolong, sebagaimana dijelaskan pada al-Quran surah al-Baqarah : 245

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْصِطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ ﴿٢٤٥﴾

Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik (menafkahkan hartanya di jalan Allah), Maka Allah akan melipat gandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak. dan Allah menyempitkan dan melapangkan (rezki) dan kepada-Nya-lah kamu dikembalikan. (QS. al-Baqarah : 245)

Dengan dasar prinsip saling tolong-menolong maka *empowering center* diaplikasikan dalam bentuk sebagai berikut :

- 1) *Empowering Center* sebuah pusat pemberdayaan yang secara fungsi dapat bekerja sama dengan berbagai pihak untuk mengembangkan potensi, memberikan pendidikan dan pembinaan, menjadi fasilitator pemberdayaan dari masyarakat dan untuk masyarakat. Selain itu *empowering center* juga dapat menyalurkan dana zakat, infak dan sedekah yang terkumpul dari pihak ketiga untuk disalurkan kepada kaum yang membutuhkan;
- 2) *Empowering Center* dilakukan kegiatan dengan mengadopsi sosok Rasulullah. Memiliki empat nilai dasar yang diterapkan dalam suatu organi-

sasi, yaitu *sidik* (benar), *amanah* (terpercaya) *fatanah* (cerdas), dan *tablik* (menyampaikan).²²

b. Survei

Sebelum melakukan kerja sama dengan mitra maka hal yang dilakukan adalah melakukan survei untuk mengenal lebih jauh tentang calon mitra tersebut. Implementasi survei dalam *Empowering Center* harus dilakukan dengan cermat agar dapat dilakukan keputusan yang tepat. Melalui survei *Empowering Center* dapat memetakan kendala atau masalah yang dihadapi oleh mitra untuk selanjutnya dapat diberikan solusi.²³ Allah SWT menjelaskan dalam Al-qur'an tentang pentingnya sebuah survei, sebagaimana dijelaskan pada al-Quran surah al-Hujurat : 6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu. (QS. Al Hujurat : 6).

c. Karakter dan Komitmen Mitra

Ada dua parameter yang perlu dicermati sebelum menjalin kemitraan dengan pihak lain yaitu karakter dan komitmen. Kedua hal tersebut harus dimiliki oleh kedua belah pihak. Karakter dan komitmen kedua belah pihak akan mempengaruhi kelancaran kerja sama dalam sebuah lembaga, baik skala kecil maupun dalam skala besar.

²² *Ibid*, hlm. 104

²³ *Ibid*, hlm. 107

Pembentukan karakter dan komitmen dapat dilakukan melalui program pelatihan yang akan mendukung visi dan misi *Empowering Center* sebagai sebuah pusat pemberdayaan. Pembinaan dan pelatihan harus dilakukan terus menerus, dengan berbagai kegiatan untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia yang terlibat baik secara internal maupun eksternal. Melalui pembentukan karakter dan komitmen *Empowering Center* dapat mensosialisasikan keberadaannya agar masyarakat luas dapat ikut berpartisipasi dalam pemberdayaan tersebut.²⁴

d. Fasilitator

Empowering Center dapat bertindak sebagai fasilitator terhadap pihak ketiga sebagai penyandang dana. Ada tiga sistem yang dapat ditawarkan kepada kedua mitra. *Pertama, profit –loss sharing* yaitu kerja sama dengan sistem bagi hasil keuntungan dan rugi dengan akad sesuai syariat. *Kedua, qardhul hasan*, yaitu dana bergulir atau pinjaman tanpa bunga dengan pengembalian dana pokok untuk dimanfaatkan bagi masyarakat yang lain. *Ketiga*, penerimaan dan penyaluran zakat, infak dan sedekah. Pada dasarnya model ini merupakan wakaf atau hibah untuk kepentingan umat berupa pemanfaatan untuk perbaikan taraf hidup, pendidikan, pembinaan, serta untuk membantu pengusaha yang lemah dan kaum duafa.²⁵

Dengan demikian pemberdayaan ekonomi dalam Islam memiliki banyak potensi. Hal ini juga erat kaitannya dengan pengelolaan potensi yang harus dimiliki disertai dengan langkah-langkah dan strategi yang kongkrit, maka akan tercipta tatanan kehidupan yang harmonis. Orang kaya akan menjadi penunjang bagi orang miskin, orang kuat akan mengayomi orang lemah, sehingga akan terjadi pemerataan kehidupan dalam masyarakat.

²⁴ *Ibid*, hlm. 108

²⁵ *Ibid*, hlm. 111

4. Strategi Pemberdayaan Ekonomi

Partisipasi masyarakat dalam pembangunan lebih banyak dikaitkan dengan suatu kewajiban tanpa memperhatikan hak pada peran. Dengan menggunakan pendekatan model *participatory rural appraisal* (PRA) menekankan bahwa masyarakat sasaran memiliki kemampuan untuk melakukan kontrol bahkan mengubah program yang telah dikeluarkan oleh para perencana pembangunan. Karena itu untuk mengendalikan peran masyarakat dan perencana dalam melakukan proses pembangunan, ada beberapa prinsip PRA yang menjadi dasar pijakan untuk implementasinya, yaitu:

- a. Belajar secara langsung. Belajar dari masyarakat secara langsung untuk mendapatkan pengetahuan fisik, teknis dan sosial secara local;
- b. Belajar secara cepat dan progresif. Belajar secara cepat dan progresif melalui eksplorasi yang terencana dan pemakaian metode yang fleksibel;
- c. Komunikasi rilek dan bersifat kekeluargaan. Menyeimbangkan bias, rileks dan tidak tergesa-gesa, mendengarkan dan bukan menggurui, tidak memaksakan dan mencari masyarakat yang lebih miskin, kehadiran orang luar hendaknya masuk dalam proses diskusi sebagai anggota. Oleh karena itu, komunikasi yang ada harus bersifat kekeluargaan;
- d. Optimalisasi pertukaran, mengaitkan biaya pemahaman dengan informasi yang benar-benar bermanfaat dengan pertukaran antara kuantitas, kegayutan, keakuran serta ketepatan waktu;
- e. Membuat jaringan titik-titik pengukuran, dapat diartikan sebagai penggunaan waktu kisaran yang terdiri dari metode, diskusi, jenis informasi untuk pengecekan silang;
- f. Mencari keanekaragaman, mencari hal yang berbeda-beda daripada rata-rata. Dalam hal ini, metode triangulasi dipergunakan untuk memperoleh informasi yang kedalamannya dapat diandalkan;

- g. Pemberian fasilitas, artinya memberikan fasilitas penyelidikan, analisis, penyajian dan pemahaman oleh masyarakat itu sendiri, sehingga mereka dapat menyajikan dan memiliki hasilnya serta juga mempelajarinya;
- h. Kesadaran dan tanggung jawab diri yang kritis, fasilitator secara terus menerus menguji tingkah laku mereka dan mencoba melakukannya secara lebih baik. Kesalahan harus dipahami sebagai suatu kesempatan untuk belajar melakukan yang lebih baik;
- i. Saling berbagi informasi dan gagasan antar sesama masyarakat desa, antar masyarakat desa dengan fasilitator, dan antar fasilitator yang berbeda, serta saling berbagi wilayah kegiatan, pelatihan dan pengalaman antar organisasi yang berbeda.²⁶

Partisipasi dapat dibedakan dalam beberapa bentuk. *Pertama, Co-option*, dimana masyarakat hanya dijadikan subjek pembangunan. *Kedua, Co-operation*, terdapat insentif, namun proyek telah didesain oleh pihak luar yang menentukan seluruh agenda dan proses secara langsung. *Ketiga, Consultation*, masyarakat ditanya tentang kondisi dan kebutuhannya, namun pihak luar menganalisis informasi sekaligus memutuskan bentuk aksinya sendiri. *Keempat, Collaboration*, masyarakat bekerjasama dengan pihak luar untuk menentukan prioritas, dan pihak luar bertanggungjawab langsung kepada proses. *Kelima, Co-learning*, masyarakat dan pelaksana program saling membagi pengetahuan, untuk memperoleh saling pengertian, dan bekerjasama untuk merencanakan aksi, pihak luar (hanya memfasilitasi. *Keenam, Collective action*, Masyarakat menyusun dan melaksanakan agendanya sendiri, pihak luar tidak memiliki andil sama sekali.²⁷

Dengan demikian dapat dirumuskan bahwa partisipasi adalah adanya kesadaran masyarakat untuk ikut serta dalam setiap proses pembangunan.

²⁶ Robert Chambers, *Participatory Rural Appraisal (Memahami Desa Secara Partisipatif)*, Terjemahan Y. Sukoco, (Yogyakarta: Kanisius, 1996), hlm. 34.

²⁷ Agus Purbathin Hadi, *op.cit.* hlm. 8

Partisipasi merupakan suatu nilai kerja dari masyarakat, sehingga masyarakat harus secara aktif ikut serta dalam setiap proses pembangunan. Partisipasi dapat berupa buah pikiran, tenaga, materi, maupun keterampilan. Partisipasi pengusaha dapat diwujudkan dengan melakukan peningkatan sumber daya manusia, memperbaiki manajemen kerja, meningkatkan akses permodalan yang dapat menunjang pada peningkatan produksi.

5. Tujuan Pemberdayaan Ekonomi

Konsep pemberdayaan (*empowering*) secara umum kerap dipahami sebagai bagian dari percaturan ekonomi yang bertujuan meningkatkan usaha rakyat kecil atau masyarakat tertinggal melalui metode-metode alternatif. Sedangkan dalam pemahaman luas, pemberdayaan memiliki keterkaitan dengan upaya untuk mengimbangi kekuatan yang mengancam atau medominasi suatu kegiatan yang mengalami hambatan untuk berkembang.

Dalam lingkup transformasi budaya, pemberdayaan dapat dipandang sebagai upaya-upaya masyarakat untuk memberdayakan dan menyesuaikan diri terhadap dinamika budaya yang tengah berlangsung. Sedangkan dalam masyarakat modern, gerakan-gerakan pemberdayaan kerap ditafsirkan sebagai upaya perlawanan, perimbangan, penyetaraan, ataupun pendinamisasian satu kegiatan yang mengalami pemapanan, kurang kreatif, atau mereka yang terpinggirkan.²⁸

Terdapat beberapa tujuan dari pemberdayaan,²⁹ diantaranya: *pertama* menciptakan iklim yang memungkinkan potensi masyarakat untuk berkembang (*enabling*). Asumsi dasar yang dibangun adalah bahwa setiap masyarakat memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Pemberdayaan dilakukan dengan mendorong, memotivasi, membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya.

²⁸ Agus Soehari, *Budaya Visual Indonesia* (Erlangga, 2007), hlm. 35.

²⁹ Ginandjar kartasasmita, *Pemberdayaan Masyarakat "Konsep Pembangunan yang Berakar pada Masyarakat"*, jurnal, hlm. 10

Kedua, memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*). Untuk memperkuat potensi masyarakat yang telah dimiliki diperlukan langkah-langkah lebih positif dan nyata, menyangkut penyediaan berbagai masukan (*input*), serta pembukaan akses ke dalam berbagai peluang (*opportunities*) yang akan membuat masyarakat menjadi makin berdaya.

Upaya yang paling penting untuk dilakukan adalah peningkatan taraf pendidikan, dan derajat kesehatan, serta akses ke dalam sumber-sumber kemajuan ekonomi seperti modal, teknologi, informasi, lapangan kerja, dan pasar. Pemberdayaan ini menyangkut pembangunan prasarana dan sarana dasar baik fisik, seperti irigasi, jalan, listrik, maupun sosial seperti sekolah dan fasilitas pelayanan kesehatan, yang dapat dijangkau oleh masyarakat pada lapisan paling bawah, serta ketersediaan lembaga-lembaga pendanaan, pelatihan, dan pemasaran di perdesaan.

Ketiga, memberdayakan juga bertujuan untuk melindungi. Dalam proses pemberdayaan, harus dicegah yang lemah menjadi bertambah lemah. Oleh karena itu, perlindungan dan pemihakan kepada yang lemah amat mendasar sifatnya dalam konsep pemberdayaan masyarakat. Melindungi tidak berarti mengisolasi atau menutupi dari interaksi, karena hal itu justru akan mengerdilkan yang kecil dan melunglaikan yang lemah. Melindungi harus dilihat sebagai upaya untuk mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang, serta eksploitasi yang kuat atas yang lemah.

Dengan demikian pemberdayaan pada hakikatnya bertujuan untuk melakukan perubahan pola pikir serta sosial masyarakat. Untuk itu, perlu ada program khusus bagi masyarakat yang kurang berdaya, karena program-program umum yang berlaku untuk semua, tidak selalu dapat menyentuh lapisan masyarakat ini. Pemberdayaan bukan hanya meliputi penguatan individu anggota masyarakat, tetapi juga pranata-pranatanya.

Menanamkan nilai-nilai budaya modern seperti kerja keras, hemat, keterbukaan, dan kebertanggungjawaban adalah bagian pokok dari upaya pemberdayaan ini. Demikian pula dengan pembaharuan institusi-institusi sosial dan pengintegrasian ke dalam kegiatan pembangunan serta peranan masyarakat di dalamnya. Sungguh penting di sini adalah peningkatan partisipasi rakyat dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut diri dan masyarakatnya.

C. Kemitraan Usaha

1. Pengertian Kemitraan Usaha

Secara konseptual kemitraan usaha dapat diartikan suatu jalinan kerjasama usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha kecil dengan pengusaha menengah/besar (perusahaan mitra) disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh pengusaha besar, sehingga dapat saling memerlukan, menguntungkan dan memperkuat.³⁰

Kemitraan usaha juga dapat didefinisikan sebagai suatu proses kerjasama antara usaha kecil dengan usaha menengah atau dengan usaha besar disertai oleh pembinaan dan pengembangan berkelanjutan oleh usaha menengah atau besar dengan memperhatikan prinsip kerjasama saling memerlukan, memperkuat dan menguntungkan.³¹

Menurut Martodireso dan Widada,³² kemitraan usaha merupakan suatu bentuk kerjasama yang saling menguntungkan dalam arti pengusaha memerlukan pasokan bahan baku dan pemasaran sarana produksi barang dan jasa memerlukan adanya bimbingan dan penampungan hasil. Saling

³⁰ Yuninda Gerdiana Putri dan Rosidah, "Kemitraan Usaha Total Quality Management", makalah kuliah Kewirausahaan pada Fakultas Ekonomi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Tahun 2012.

³¹ Soemardjo, *Teori dan Praktik Kemitraan Agribisnis*, (Jakarta : Penebar Swadaya, 2004), hlm. 2.

³² Martodireso dan Widada, *Agribisnis Kemitraan Usaha: Upaya Peningkatan Kesejahteraan Petani*, (Yogyakarta: Kanisius, 2002), hlm. 5.

memperkuat berarti antara satu pelaku usaha dan pelaku usaha lainnya sama-sama melaksanakan etika bisnis, keduanya sama-sama mempunyai hak dan kewajiban masing-masing dan saling membutuhkan sehingga memperkuat kesinambungan dalam bermitra, yang mana melalui upaya saling menguntungkan tersebut pengusaha dapat memperoleh peningkatan pendapatan disamping juga adanya kesinambungan dalam usaha.

Sedangkan Sandra Pratama Sutrisno³³ sebagaimana mengutip Kusnaedi menjelaskan bahwa maksud dan tujuan umum pola kemitraan usaha adalah sebagai berikut: pertama, untuk mengatur kerjasama yang seimbang dan saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil atau peternak; kedua, memberikan iklim usaha yang lebih baik pada peternakan kecil; dan ketiga, mendorong terciptanya pemerataan berusaha dan peningkatan pendapatan semua pihak.

Secara normatif, landasan kemitraan usaha terdapat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 dijelaskan bahwa kemitraan adalah kerjasama usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah dan atau dengan usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah dan atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan. Sedangkan yang dimaksud dengan usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil yang mempunyai kriteria sebagaimana diatur dalam Pasal 5 Undang-undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil.

Adapun Usaha Menengah dan atau Usaha Besar adalah kegiatan ekonomi yang memiliki kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari pada kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan Usaha

³³ Kusnadi dalam Sandra Pratama Sutrisno, *Pengertian Kemitraan Usaha: Bahan Mata Kuliah Manajemen Kewirausahaan* dalam <https://pratamasandra.wordpress.com/tag/pengertian-kemitraan/> diakses tanggal 23 Juli 2017.

Kecil. Pola kemitraan adalah bentuk-bentuk kemitraan yang sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995. Dalam hal ini, Menteri Koperasi dan UKM memiliki kewenangan dan tugas yang secara teknis bertanggung jawab untuk membina dan mengembangkan pelaksanaan kemitraan dalam semua sektor kegiatan yang menjadi tugas dan tanggung jawabnya.³⁴

Berkenaan dengan hal tersebut, Marindo³⁵ telah menjelaskan bahwa pola kemitraan pada dasarnya merupakan suatu pola kerjasama antara pengusaha atau pemilik modal sebagai inti dengan pengusaha lainnya sebagai plasma dalam upaya pengelolaan usaha. Pola kemitraan tersebut merupakan salah satu bentuk pengembangan wilayah melalui pembangunan ekonomi lokal yang berbasis pada ekonomi kerakyatan yang pelaksanaannya lebih ditekankan kepada tujuan untuk pembangunan yang berpihak kepada kepentingan rakyat.

Kemitraan usaha akan menghasilkan efisiensi dan sinergi sumber daya yang dimiliki oleh pihak-pihak yang bermitra dan karenanya menguntungkan semua pihak yang bermitra. Kemitraan juga memperkuat mekanisme pasar dan persaingan usaha yang efisien dan produktif. Bagi usaha kecil kemitraan jelas menguntungkan karena dapat turut mengambil manfaat dari pasar, modal, teknologi, manajemen, dan kewirausahaan yang dikuasai oleh usaha besar. Usaha besar juga dapat mengambil keuntungan dari keluwesan dan kelincahan usaha kecil.

³⁴ Lihat Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil dan Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 Tentang Usaha Kecil dan Menengah.

³⁵ Marindo, "Kemitraan Usaha Peternak dan Pengusaha dalam Peternakan Ayam", artikel yang ditulis Sandra Pratama Sutrisno dalam <https://pratamasandra.wordpress.com/tag/pengertian-kemitraan/> diakses 23 Juli 2017.

Kemitraan hanya dapat berlangsung secara efektif dan berkesinambungan jika kemitraan dijalankan dalam kerangka berfikir pembangunan ekonomi, dan bukan semata-mata konsep sosial yang dilandasi motif belas kasihan atau kedermawanan. Oleh karena itu, kemitraan merupakan salah satu instrumen yang strategis bagi pengembangan usaha kecil, tetapi ini tidak berarti bahwa semua usaha kecil bisa segera secara efektif dikembangkan melalui kemitraan. Dalam konteks inilah diperlukan adanya dukungan pemerintah dan pengusaha besar untuk mengembangkan usaha kecil dan menengah.

Demikian halnya bagi pengusaha informal atau yang sangat kecil skala usahanya dan belum memiliki dasar kewirausahaan yang memadai, kemitraan dengan usaha besar belum tentu efektif karena belum tercipta kondisi saling membutuhkan. Sedangkan yang terjadi adalah usaha kecil membutuhkan usaha besar sedangkan usaha besar tidak merasa membutuhkan usaha kecil. Usaha kecil yang demikian barangkali perlu dipersiapkan terlebih dahulu, misalnya dengan memperkuat posisi transaksi melalui wadah koperasi atau kelompok usaha bersama (prakoperasi) dan pembinaan kewirausahaan.

Mengacu kepada beberapa pengertian di atas, peneliti berpendapat bahwa demikian penting kiranya memahami secara detail bagi kalangan pelaku usaha mengenai berbagai aspek kewirausahaan dan bergabung dalam wadah koperasi, usaha-usaha yang sangat kecil atau informal tersebut secara bersama-sama akan memiliki kedudukan dan posisi transaksi yang cukup kuat untuk menjalin kemitraan yang sejajar, saling membutuhkan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan dengan usaha besar mitra usahanya.

2. Kemitraan Usaha dalam Pemberdayaan Ekonomi

Sementara itu dalam Islam, terdapat seperangkat prinsip dan asas ekonomi yang mengatur bahwa ada kewajiban bagi orang yang mampu untuk membantu orang yang fakir/miskin. Prinsip-prinsip ekonomi Islam yang memuat ajaran tentang keharusan menjaga tauhid, keadilan, persamaan, kebebasan, amar ma'ruf nahi munkar, tolong-menolong dan toleransi menjadi prinsip umum bagi pengentasan kemiskinan. Salah satu strategi yang harus dirancang adalah membangun paradigma pembangunan ekonomi berdasarkan prinsip syari'ah yang ditujukan bagi upaya pengentasan kemiskinan dalam pembangunan ekonomi.

Ayat-ayat hukum dalam al-Qur'an dan Hadits Nabi dijadikan dasar hukum bolehnya melakukan kemitraan usaha dalam sistem ekonomi Islam adalah Al-Qur'an, Hadits Nabi dan ijtihad merupakan landasan hukum paling fundamental bagi umat Islam, untuk melakukan akad dan memiliki harta yang dibenarkan menurut ketentuan syara'. Bahkan para ulama jumhur sepakat bahwa akad dan pemilikan harta dalam bermuamalah hukumnya boleh sepanjang tidak ada dalil yang mengharamkannya.

Dalam al-Quran banyak dijelaskan ayat yang menjelaskan kebolehan melakukan kegiatan bisnis melalui pemanfaatan harta kekayaan. Pada prinsipnya Allah SWT membolehkannya seperti tercantum dalam QS al-Maidah ayat 2:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوفُوا بِالْعُقُودِ ۚ أُحِلَّتْ لَكُم بَيْمَةٌ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ تَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ﴿٢﴾

Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. dihalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.

Kemitraan bisnis dapat diaplikasikan salah satunya dalam kegiatan produksi, distribusi, dan jasa. Menurut Sudarsono sebagaimana dikutip oleh Imam Taqiyuddin Abu Bakar al-Husaini³⁶, apabila seseorang menukar sesuatu barang dengan barang yang lainnya dengan cara tertentu (akad) inilah yang disebut “jual beli”. Dipertegas oleh Hamzah Ya’kub³⁷ yang menjelaskan bahwa dasar hukum dari perniagaan termasuk juga didalamnya jual beli adalah firman Allah SWT sebagaimana tercantum dalam QS An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Demikian pula larangan memakan riba sebagaimana ditegaskan dalam Q.S al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu

³⁶ Imam Taqiyuddin Abu Bakar al-Husaini, *Kifayat al-Ahyar* (Terjemah M. Thalib), (Surabaya: Bina Ilmu, 1997, 156).

³⁷ Hamzah Ya’kub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam*, (Bandung: CV. Diponogoro, 1993), h. 72-73.

sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.³⁸

Adapun tata cara transaksi yang dibenarkan dalam sistem ekonomi Islam diterangkan QS al-Baqarah ayat 283 yang berbunyi:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanahnya (utangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.³⁹

Beberapa ayat al-Quran di atas, peneliti dapat merumuskan bahwa pada prinsipnya Islam membolehkan akad dan memiliki harta sepanjang dasar dan tujuan melakukan akad dan pemilikan harta tersebut dilakukan sesuai dengan ketentuan syari'at, serta juga ditujukan untuk kebaikan dan kemaslahatan hidup manusia di dunia dan akhirat.

Kemudian dalam hadits Nabi ada beberapa hadits Nabi Muhammad SAW, yang berkaitan langsung dengan tata cara pengelolaan harta dalam

³⁸ Soenardjo, dkk., *op.cit.* h. 69.

³⁹ *Ibid.*

kegiatan bisnis. Diantaranya adalah hadist yang diriwayatkan oleh Ibnu Hibban yang berbunyi:

إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ (رواه ابن حبان)

Jual beli itu hanya sah bila saling merelakan.

Hadits lainnya yang menjadi dasar hukum kebolehan jual beli adalah berasal dari Ruf'ah bin Rafi' diriwayatkan al-Bazar dan disahkan oleh hakim:⁴⁰

إِنَّ النَّبِيَّ صَلَّى عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ َعَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ (رواه رفا عه بن رافع وابن ما جه وصححه الحاكم)

Sesungguhnya Nabi Muhammad SAW, telah pernah ditanya tentang usaha apa yang lebih baik; Nabi berkata: Usaha seseorang dengan tangannya dan jual beli yang mabrur.

Berdasarkan beberapa hadits hukum di atas, dapat dirumuskan bahwa pada prinsipnya, Islam juga membolehkan akad dan memiliki harta sepanjang dasar dan tujuan melakukan akad dan pemilikan harta tersebut dilakukan sesuai dengan ketentuan syari'at, serta juga ditujukan untuk kebaikan dan kemaslahatan hidup manusia di dunia dan akhirat.⁴¹

Selain ayat-ayat al-Qur'an dan Hadits Nabi yang menjadi dasar hukum sekaligus dalil bolehnya melakukan kemitraan usaha dalam bentuk pengelolaan harta adalah ijtihad. Ijtihad berasal dari kata "*juhd*" yang berarti sungguh-sungguh dalam melaksanakan suatu perbuatan. Istilah ini pada mulanya digunakan dalam bidang jurisprudensi (fiqh) untuk menyatakan salah satu kaidah yang ditetapkan oleh para ulama madzhab dan menyusul

⁴⁰ Ibnu Hajar al-Asqalani, *Bulugh al-Maram*, (Terjemah A. Hasan), (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 1994) dan Ahmad Azhar Basyir, *Asas-asas Hukum Muamalat*, (Yogyakarta: UII Pres, 2000), h. 193.

⁴¹ Penjelasan lebih lengkap mengenai konsep *maslahat* dan *maqashid al-syariah* banyak dijelaskan oleh Imam al-Syatibi, *Al-Muwafaqat Fi Usul al-Syariah*, (Beirut: Dar al-Ma'rifah, 1416 H/1996 M), Jilid 2, hlm. 321-325.

pembentukannya. Apabila suatu kasus tidak ditemukan penjelasannya dalam al-Qur'an dan Sunnah, maka ia harus berijtihad dengan *ra'yu*-nya.⁴²

Ijtihad dapat dikatakan sebagai rekonstruksi pemikiran seorang faqih di dalam menyelesaikan kasus-kasus hukum baru yang dilakukan melalui penalaran akal secara mendalam disertai bukti-bukti dan hujjah yang kuat dengan tetap berpegang kepada sumber yang pokok yakni al-Qur'an dan Sunnah.⁴³ Karena ia merupakan rekonstruksi pemikiran akal, maka terdapat dua kecenderungan produk ijtihad, yaitu bisa jadi hasil ijtihad seseorang itu benar, tapi bisa juga keliru.

Sedangkan dalam hukum positif di Indonesia, landasan hukum kemitraan usaha didasarkan kepada Undang-undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil dan Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997. Kedua regulasi tersebut menjelaskan bahwa kemitraan merupakan suatu bentuk kerjasama usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah dan atau dengan usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah dan atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.

Berdasarkan landasan hukum di atas, maka kemitraan usaha hendaknya berdasarkan asas sukarela dan suka sama suka. Dalam kemitraan harus dijauhkan "kawin paksa". Oleh karena itu, pihak-pihak yang bermitra harus sudah siap untuk bermitra, baik kesiapan budaya maupun kesiapan ekonomi. Jika tidak, maka kemitraan akan berakhir sebagai penguasaan yang besar terhadap yang kecil atau gagal karena tidak bisa jalan. Artinya, harapan

⁴² Ahmad Hassan, *Analogical Reasoning in Islamic Jurisprudence* (Islamabad Pakistan: Islamic Research Institute, 1986) diterjemahkan Munir, *Qiyas Penalaran Analogis Dalam Hukum Islam*, (Jakarta: Pustaka, 2001), h. 58.

⁴³ Kamal Muchtar, *Ushul Fiqih*, (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1995), h. 152-155.

yang satu terhadap yang lain tidak terpenuhi, maka beberapa alasan terjadi kemitraan usaha dapat dikemukakan sebagai berikut:

- a. Meningkatkan profit atau sales pihak-pihak yang bermitra;
- b. Memperbaiki pengetahuan situasi pasar;
- c. Memperoleh tambahan pelanggan atau para pemasok baru;
- d. Meningkatkan pengembangan produk;
- e. Memperbaiki proses produksi;
- f. Memperbaiki kualitas;
- g. Meningkatkan akses terhadap teknologi.

Dengan demikian, penulis dapat merumuskan sebagai berikut: pertama, kemitraan usaha sangat dianjurkan dan dibolehkan dalam sistem ekonomi syari'ah; kedua, kemitraan usaha merupakan alat untuk mengentaskan kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi yang sesuai dengan sistem ekonomi syari'ah; ketiga, peranan pemerintah dan pengusaha besar sangat dibutuhkan dalam pemberdayaan ekonomi syari'ah melalui kemitraan usaha; dan keempat, perlu komitmen semua pihak dalam mengatasi semua hambatan kemitraan usaha di Indonesia.

3. Prinsip-prinsip Kemitraan Usaha

Basis utama sistem ekonomi syari'ah sesungguhnya terletak pada aspek landasan dan tujuannya yaitu asas-asas pembangunan ekonomi yang berlandaskan prinsip-prinsip syari'ah dan ditujukan untuk mewujudkan suatu tatanan ekonomi masyarakat yang sejahtera berdasarkan keadilan yang seimbang. Atas dasar itu, maka pemberdayaan sistem ekonomi syari'ah di Indonesia hendaknya dilakukan dengan strategi yang ditujukan bagi perbaikan kehidupan dan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Tuntutan

masyarakat dewasa ini, terutama di lapisan masyarakat bawah adalah menuntut adanya perbaikan taraf hidup dan kesejahteraan ekonomi mereka.

Sistem ekonomi syari'ah memiliki pijakan yang sangat tegas jika dibandingkan dengan sistem ekonomi liberal dan sosialis.⁴⁴ Sistem ekonomi liberal lebih menekankan aspek keadilan distributif, yakni adanya klasifikasi pemerataan ekonomi berdasarkan kelas sosial tertentu. Liberalisme ekonomi menghendaki adanya suatu bentuk kebebasan yang tidak terbatas dalam memperoleh keuntungan dari kegiatan ekonomi dan menjadi cikal bakal lahirnya kapitalisme. Sedangkan sistem sosialis lebih menekankan aspek keadilan yang merata, di mana kepemilikan harta diukur berdasarkan asas kolektivitas di antara para pelaku ekonomi. Sosialisme yang menganut asas kolektivitas menentang segala bentuk perbedaan kelas sosial dalam ekonomi dan berujung pada lahirnya faham komunisme dan materialisme.⁴⁵

Adapun sistem ekonomi Islam lebih mengutamakan aspek hukum dan etika yakni adanya keharusan menerapkan prinsip-prinsip hukum (syari'at) dan etika bisnis yang Islami.⁴⁶ Secara filosofis, sistem ekonomi syari'ah mengandung muatan prinsip-prinsip dasar hukum ekonomi yang ideal, antara lain: Prinsip ibadah (*al-tauhid*), persamaan (*al-musawat*), kebebasan (*al-hurriyat*), keadilan (*al-'adl*), tolong-menolong (*al-ta'awun*) dan toleransi (*al-*

⁴⁴ Suroso Imam Zadjuli, *Reformasi Ilmu Pengetahuan dan Madzhab Ekonomi Pembaharuan di Indonesia*, makalah dalam "Seminar dan Lokakarya Kurikulum dan Silabus Ekonomi Islam" untuk Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta tanggal Juni 2003, hlm. 6-13.

⁴⁵ Mohammad Baqir Sadr, *Islam dan Madzhab ekonomi*, (Lampung: YAPI, 1989), hlm. 127-131. Lihat pula penjelasan Ahmad Muhammad Assal, Abdul Karim dan Fathi Ahmad, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip-prinsip dan Tujuannya*, terjemahan Abu Ahmadi dan Umar Sitanggal, (Jakarta: Bina Ilmu, 1980), hlm. 8.

⁴⁶ Adiwarman Karim, Nenny Kurnia dan Ilham D. Sannang, *Sistem Ekonomi Islam*, makalah dalam Seminar "Perbankan Syari'ah Sebagai Solusi Bangkitnya Perekonomian Nasional" (Jakarta, 6 Desember 2001) hlm. 12.

tasamuh).⁴⁷ Prinsip-prinsip tersebut merupakan pijakan yang sangat mendasar bagi penyelenggaraan semua lembaga keuangan syari'ah.

Sedangkan etika bisnis syari'ah mengatur segala bentuk kepemilikan, pengelolaan dan pendistribusian harta antar individu dan kelompok secara proporsional. Etika bisnis syari'ah menolak tegas segala bentuk praktek monopoli, eksploitasi dan diskriminasi serta pengabaian hak dan kewajiban ekonomi antar individu dan kelompok. Seseorang tidak dibenarkan melakukan kegiatan ekonomi yang illegal atau yang bertentangan dengan etika bisnis Islami. Praktek monopoli dan oligopoli dalam kegiatan ekonomi secara tegas dilarang dalam Islam, sebab hal demikian akan memberi dampak negatif berupa terjadinya kesejangan sosial dan ekonomi di masyarakat.

Berkenaan dengan hal tersebut, M. Dawam Rahardjo telah menjelaskan bahwa ekonomi Islam berbeda dengan ekonomi konvensional. Ekonomi syari'ah mengajarkan prinsip-prinsip ekonomi yang memiliki muatan ajaran agama, etika dan moralitas. Sedangkan ekonomi konvensional dibangun oleh peradaban Barat berlandaskan nilai-nilai kebebasan dan sekulerisme (*value free*).⁴⁸ Kritik utama terhadap visi ekonomi syari'ah adalah sistem ekonomi syari'ah bisa tidak diakui sebagai ilmu, melainkan sebuah ideologi.

Kritik tersebut kemudian dibantah dengan argumen yang rasional dan normatif oleh Myrdal dan M. Umer Chapra yang menyatakan bahwa pembangunan ekonomi syari'ah dibangun berdasarkan nilai-nilai etika dan moral serta mengacu kepada tujuan syari'at (*maqashid al-syari'ah*) yaitu memelihara iman (*faith*), hidup (*life*), nalar (*intellect*), keturunan (*posterity*) dan kekayaan (*wealth*). Konsep itu menjelaskan bahwa sistem ekonomi

⁴⁷ Ahmad Azhar Basyir, *Refleksi Atas Persoalan Keislaman*, (Bandung: Mizan, 1992) hlm. 186.

⁴⁸ M. Dawam Rahadrjo, *Ekonomi Islam: Apakah itu?*, makalah Seminar Ekonomi Islam, Jakarta 21 Maret 2001, hlm. 3.

hendaknya dibangun berawal dari suatu keyakinan (iman) dan berakhir dengan kekayaan (*property*). Pada gilirannya tidak akan muncul kesenjangan ekonomi atau perilaku ekonomi yang bertentang dengan prinsip-prinsip syari'at.

Sistem ekonomi syari'ah memiliki beberapa karakteristik dan tujuan, yaitu: pertama, melaksanakan aqidah dan syari'at dalam kegiatan ekonomi dan bisnis; kedua, mencapai keberhasilan dalam mencapai tujuan-tujuan ekonomi yakni kemakmuran secara efisien; dan ketiga, memberdayakan dan mengembangkan potensi ekonomi umat sebagai basis kekuatan ekonomi baik dalam skala nasional dan regional maupun global. Atas dasar itu, maka pemberdayaan sistem ekonomi syari'ah dapat dilakukan dengan dua cara: pertama, melakukan pengkajian teoritis dan penelitian empiris bagi pengembangan ilmu ekonomi Islam dan penerapannya di lapangan; dan kedua, mempraktekan semua jenis teori dan konsep ekonomi Islam dalam berbagai pranata atau lembaga keuangan syari'ah baik bank maupun non-bank.⁴⁹

Prinsip-prinsip dasar dan etika bisnis yang terdapat dalam konsep ekonomi Islami tersebut, kini diimplementasikan dan dijadikan landasan operasional lembaga-lembaga keuangan syariah di Indonesia. Prinsip-prinsip dan etika bisnis Islami tersebut dijabarkan dalam berbagai produk jasa dan layanan lembaga keuangan syari'ah berupa penggunaan mekanisme bagi hasil (*profit and loss sharing*), seperti: simpanan dan pinjaman kredit *mudharabah*, *musyarakah*, *giro wadhi'ah*, *murabahah*, *qardul hasan*, dan sebagainya.⁵⁰

⁴⁹ *Ibid.* hlm. 8-9.

⁵⁰ Muhammad, *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), hlm. 45-47.

Berdasarkan prinsip-prinsip dan karakteristik tersebut, maka upaya pertama yang perlu dilakukan adalah meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran masyarakat muslim tentang sistem ekonomi syariah yang mencakup atas prinsip-prinsip, azas-azas, etika, dan karakteristiknya. Dengan cara demikian, diharapkan masyarakat yang mampu dapat meningkat kesadaran social-ekonominya untuk berperan aktif membantu pemerintah di bidang pembangunan ekonomi dalam upaya pengentasan kemiskinan.

Selain itu, dalam sistem ekonomi syariah terdapat seperangkat prinsip dan asas hukum yang bisa digunakan sebagai pijakan bagi kemitraan usaha antara usaha kecil dan menengah dengan pengusaha besar. Juhaya S. Praja menyebutkan terdapat beberapa prinsip hukum ekonomi Islam⁵¹, antara lain:

1. Prinsip *la yakun dawlatan bayn al-agniya*, yakni prinsip hukum ekonomi yang menghendaki pemerataan dalam pendistribusian harta kekayaan.
2. Prinsip *antaradin*, yakni pemindahan hak kepemilikan atas harta yang dilakukan secara sukarela.
3. Prinsip *tabadul al-manafi'*, yakni pemindahan hak atas harta yang didasarkan kepada azas manfaat.
4. Prinsip *takaful al-ijtima'*, yakni pemindahan hak atas harta yang didasarkan kepada kepentingan solidaritas sosial.
5. Prinsip *haq al-lah wa hal al-adami*, yakni hak pengelolaan harta kekayaan yang didasarkan kepada kepentingan milik bersama, di mana individu maupun kelompok dapat saling berbagi keuntungan serta diatur dalam suatu mekanisme ketatanegaraan di bidang kebijakan ekonomi.

⁵¹ Juhaya S. Praja, Orasi Ilmiah Pengukuhan Guru Besar Madya Filsafat Hukum Islam tentang *Rekonstruksi Paradigma Ilmu: Titik Tolak Pengembangan Ilmu Agama dan Universalitas Hukum Islam* pada tanggal 1 April 2000 di IAIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Di samping prinsip-prinsip tersebut, dalam sistem hukum ekonomi Islam dijelaskan pula berbagai ketentuan yang terangkum dalam asas-asas muamalah. Ahmad Azhar Basyir telah menjelaskan tentang asas-asas muamalah dalam hukum ekonomi Islam⁵², antara lain:

1. Asas kehormatan manusia (QS 17: 70);
2. Asas kekeluargaan dan kemanusiaan (QS 49: 13);
3. Asas gotong-royong dalam kebaikan (QS 5: 2);
4. Asas keadilan, kelayakan dan kebaikan (QS 16: 90);
5. Asas menarik manfaat dan menghindari madharat (QS 2: 282);
6. Asas kebebasan dan kehendak (QS 2: 30);
7. Asas kesukarelaan (QS 4: 39).

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti dapat merumuskan bahwa pada prinsipnya kemitraan usaha dibolehkan sepanjang ia sesuai dengan prinsip-prinsip dan asas-asas hukum ekonomi syariah, serta sesuai dengan nilai-nilai dasar etika bisnis Islami. Demikian halnya untuk menjamin kemitraan usaha yang sesuai dengan prinsip-prinsip dan asas-asas muamalah, maka pelaku usaha kecil, menengah, dan besar dapat menjabarkan berbagai bentuk kegiatan kemitraan usaha dengan tetap mengacu kepada etika ekonomi syariah.

4. Bentuk-bentuk Kemitraan Usaha

Untuk mengembangkan kemitraan usaha, Islam mengajarkan kepada para pemikir dan praktisi ekonomi Islam modern dan khususnya di Indonesia, terus berupaya merumuskan kembali falsafah dasar nilai-nilai ekonomi Islam untuk membuat rumusan baru bagi pembentukan *platform* lembaga keuangan syaria'ah yang ideal. Akan tetapi, *platform* tersebut terkait dengan beberapa

⁵² Ahmad Azhar Basyir, *Refleksi Atas Persoalan Keislaman* (Bandung: Mizan, 1994) hlm. 190-191.

faktor determinan yang mempengaruhinya dalam proses pencapaian tujuan pembangunan ekonomi. Dalam konteks ini, Muhammad menjelaskan bahwa faktor-faktor itu dapat digolongkan dalam empat aspek, antara lain:⁵³

a. Sumber Modal (*Investible Resources*)

Setiap proses pembangunan membutuhkan modal yang cukup besar, sehingga diperlukan mencari sumber-sumber modal yang digali dari potensi-potensi ekonomi yang dimiliki. Kelayakan modal tidak hanya menjadi kebutuhan negara-negara maju, tetapi juga khususnya negara-negara yang sedang berkembang, di mana Indonesia termasuk ke dalam kategori negara berkembang tersebut. Proses pembangunan yang berjalan sekarang ini tidak serta merta mengandalkan potensi ekonomi dalam negeri berupa pemanfaatan sumber daya alam atau sejenisnya, tetapi juga bergantung kepada kerja sama di bidang ekonomi dengan negara lain.

Secara mikro, pembangunan sistem ekonomi Islam di Indonesia dalam bentuk pendirian lembaga-lembaga keuangan syari'ah masih relatif mengandalkan potensi modal dalam negeri (*capital domestik*), di mana pihak swasta lebih banyak berperan menanamkan investasi di dalam struktur dan manajemen lembaga keuangan syari'ah. Hal ini dapat dilihat dari didirikannya sejumlah Bank Syari'ah dan BMT yang dari segi modal termasuk kebijakan pengelolaannya dilakukan oleh pihak swasta. Kendati pun pemerintah telah memberikan payung hukum yang kuat, tetapi dari segi kebijakan publik pemerintah masih mengutamakan pembangunan atas infrastruktur perbankan konvensional.

Sedangkan dalam kerangka makro, tingkat partisipasi ekonomi pasar global dalam pembangunan ekonomi di Indonesia juga belum memberi perhatian besar bagi pembangunan ekonomi Islam. Ini jauh berbeda jika

⁵³ Muhammad. *op. cit.* hlm. 6-12.

dibandingkan dengan partisipasi kalangan investor asing dalam berinvestasi di lembaga keuangan konvensional, baik bank maupun non-bank. Bisa jadi ini disebabkan oleh prospektus lembaga keuangan syariah belum mampu dijadikan sebagai instrumen pokok dalam pembangunan ekonomi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat.⁵⁴

Namun demikian, tingkat ketahanan dan stabilitas ekonomi lembaga keuangan syariah yang mampu bertahan dari terpaan krisis ekonomi dan moneter telah menarik perhatian kalangan investor asing untuk membantu percepatan pendirian lembaga-lembaga keuangan syariah di Indonesia. Pinjaman hutang dari luar negeri menjadi pendukung bagi kelayakan modal yang dikelola oleh lembaga-lembaga keuangan syariah. Pada gilirannya, ini dapat mendorong terjadinya kenaikan angka rasio tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekonomi karena adanya dukungan modal usaha.

b. Sumber Daya Manusia (*Human Resources*)

Manusia merupakan subyek (*development agent*) yang berperan penting dalam proses pembangunan. Sumber daya manusia (SDM) yang cakap dan mampu jelas diperlukan untuk mengelola berbagai kegiatan ekonomi secara profesional, sebab SDM yang berkualitas merupakan komponen penting dalam melakukan percepatan pembangunan ekonomi. SDM dapat menjadi “penggerak” untuk membuat model perencanaan, pengelolaan, pengawasan dan penilaian terhadap berbagai bentuk kegiatan ekonomi, menggali dan memanfaatkan potensi alam, mengelola dana, membangun organisasi sosial, ekonomi, politik dan budaya dalam satu wadah “pembangunan”.

⁵⁴ Suroso Imam Zadjuli, *Kelembagaan Ekonomi Islam Dalam Perspektif Islam: Kajian Kritis Terhadap Kelembagaan Konvensional*, makalah dalam “Seminar dan Lokakarya Kurikulum dan Silabus Ekonomi Islam” untuk Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta, Juni 2003, hlm. 9-10.

Oleh karena itu, peningkatan kualitas SDM harus dilakukan secara simultan dan organis dengan proses pembangunan yang sedang berjalan dan hendak dicapai ke depan. Peningkatan kualitas SDM tersebut terkait dengan dua aspek: *Pertama*, keahlian dan profesionalisme (*professional quality*); dan *Kedua*, kualitas moral yang baik (*moral quality*).⁵⁵ *Professional quality* mengacu kepada kualitas kemampuan, keahlian dan etos kerja untuk melakukan semua tugas dan kewajiban dalam kegiatan ekonomi secara proporsional. Dalam Islam, istilah *professional quality* yang dikehendaki adalah adanya suatu keseimbangan dalam melakukan tugas sesuai dengan hak dan kewajiban.⁵⁶

Sedangkan *moral quality* merupakan dimensi moral yang mengacu kepada etika bisnis Islam yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi dalam al-Qur'an dan Sunnah.⁵⁷ Seseorang tidak dibenarkan melakukan kegiatan ekonomi yang bertentangan dengan nilai-nilai dasar ekonomi yang dibenarkan menurut hukum syari'at, sebab syari'at menghendaki keadilan bukan hanya dari segi ekonomi tetapi juga dari segi hukum. Pada gilirannya, kualitas SDM yang dibentuk untuk mendukung pembangunan ekonomi hendaknya memiliki kemampuan (*skill*) dan moral yang baik.

c. Mental Wirausaha (*Entrepreneurship*)

Wirausaha (*enterpreneurship*) merupakan sikap mental yang hendaknya dimiliki oleh setiap individu untuk membangun perekonomian bangsa. Joseph Schumpeter telah menjelaskan bahwa pembangunan ekonomi sangat bergantung kepada adanya dinamika partisipasi masyarakat untuk berwirausaha dan mampu melakukan inovasi dalam berbagai kegiatan ekonomi. Sebagai agama yang dinamis, Islam telah mengajarkan kepada

⁵⁵ Muhammad, op. cit. hal. 9.

⁵⁶ Lihat QS 5:1, 2:180 & 188, 16:90 dan 59:7.

⁵⁷ Lihat QS 83:1-3, 16:90, 59:7, 9:34-35 dan 6:141.

manusia untuk melakukan kegiatan wirausaha sebagai cara untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan ekonomi.

Kemitraan usaha bukan hanya dilihat sebagai ilmu ekonomi (*economyc knowledge*), tetapi juga merupakan keahlian (*business skill*) untuk melakukan berbagai jenis inovasi dalam berbisnis. Kemitraan usaha dapat mendorong bagi terciptanya produk-produk usaha dan jasa yang baru, metode usaha baru, uoaya penemuan sumber usaha baru, peluang usaha dan peluang kerja yang baru serta pembetulan organisasi bisnis yang baru pula.

Sebagai contoh, keberhasilan pembangunan ekonomi Jepang antara lain didukung oleh 2 % kalangan wirausaha menengah dan 20 % wirausahawan kecil. Jika ini diterapkan dalam proses pembangunan ekonomi Indonesia, maka wirausaha dapat menjadi instrumen bagi pembangunan ekonomi yang berwawasan syari'ah.⁵⁸

Namun demikian, perhatian pemerintah Indonesia dalam pengembangan sektor usaha kecil dan menengah relatif masih minim. Hal ini dapat dilihat dari tingginya tingkat kesulitan kalangan usaha kecil dan menengah dalam memperoleh modal kredit bantuan usaha dalam kegiatan bisnis. Padahal percepatan proses pembangunan ekonomi Indonesia tidak akan terwujud jika tidak memprioritaskan kegiatan sektor riil yang umumnya dilakukan oleh kalangan usaha kecil dan menengah. Perhatian terhadap kalangan usaha kecil dan menengah yang dilakukan oleh lembaga-lembaga keuangan syari'ah dewasa ini antara lain melalui kredit usaha kecil dan menengah yang dilakukan oleh BMT-BMT, BPR Syari'ah dan Bank Umum Syariah (BUS).

d. Perangkat Teknologi (*Technology*)

Di samping ketiga faktor di atas, teknologi juga merupakan faktor yang paling determinan dalam mempercepat proses pembangunan ekonomi.

⁵⁸ Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2000) hlm. 4-5.

Teknologi juga dapat menjadi perangkat utama yang mendukung pelaksanaan kegiatan usaha yang cepat, tepat, efektif dan efisien. Dewasa ini, teknologi merupakan perangkat pokok yang menunjang pelayanan produk dan jasa yang diberikan oleh lembaga-lembaga keuangan syari'ah, karena masyarakat lebih menghendaki kemudahan dan keserbapraktisan memperoleh pelayanan yang didukung dengan sarana penunjang yang memadai.⁵⁹

Dalam sudut pandang ekonomi Islam, pemanfaatan perangkat teknologi bagi manusia hendaknya dilakukan dengan melakukan berbagai inovasi bisnis, melakukan eksplorasi atas apa-apa yang terdapat pada alam bagi kebaikan manusia dan sekaligus memberikan proteksi atau perlindungan atas berbagai penggunaan alat teknologi yang bukan pada tempatnya.⁶⁰ Jika demikian, berarti proses alih teknologi dari negara maju ke negara berkembang dapat dilihat sebagai bagian dari upaya untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi, termasuk teknologi informasi yang belakangan ini menjamur dalam berbagai kegiatan usaha dan perbankan dengan sistem *on-line*.

Jika dikembalikan kepada prosesnya, kemitraan usaha merupakan suatu sikap menjalankan bisnis yang diberi ciri dengan hubungan jangka panjang, suatu kerjasama bertingkat tinggi, saling percaya, dimana pemasok dan pelanggan berniaga satu sama lain untuk mencapai tujuan bisnis bersama. Selama ini istilah kemitraan ini telah dikenal dengan sejumlah nama, diantaranya strategi kerjasama dengan pelanggan (*strategic customer alliance*), strategi kerjasama dengan pemasok (*strategic supplier alliance*) dan pemanfaatan sumber daya kemitraan (*partnership sourcing*).

Oleh karena itu, untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang lebih maju diperlukan suatu bentuk kemitraan usaha yang baik antara pelaku

⁵⁹ Muhammad, *op.cit.* hlm 11-12.

⁶⁰ Lihat QS 45:13, 36: 71 dan 2:279.

usaha kecil dan menengah dengan pelaku usaha besar, maka dapat dianalisis kinerja kemitraan usaha sebagai berikut:

- a. Kurang transparansi dalam pelaksanaan kebijakan pemerintah;
- b. Realisasi gelar kemitraan masih belum memuaskan;
- c. Kemitraan tidak berkembang baik;
- d. Waralaba dalam negeri belum banyak yang bermunculan.

Kemitraan pada dasarnya menggabungkan aktivitas beberapa badan usaha bisnis, oleh karena itu sangat dibutuhkan suatu organisasi yang memadai. Dengan pendekatan konsep sistem, diketahui bahwa organisasi pada dasarnya terdiri dari sejumlah unit atau sub unit yang saling berinteraksi dan interdependensi. Atas dasar itu, maka performansi dan satu unit dapat menyebabkan kerugian pada unit-unit lainnya. Tidak terlepas dari keterkaitan hal diatas maka akan mengalami beberapa kendala dalam proses kemitraan usaha, antara lain:⁶¹

- a. Perbedaan yang masih besar antara Usaha Besar dan Usaha Kecil;
- b. Kualitas produksi belum terjamin;
- c. Kerja sama kurang berkembang;
- d. Usaha Besar bersifat integrasi vertikal;
- e. Belum terjadi alih teknologi dan manajemen dari Usaha Besar dan Usaha Kecil;
- f. Belum berkembangnya sistem dan pola kemitraan dan belum berkembangnya unsur pendukung.

Beberapa aspek yang digambarkan tersebut di atas merupakan kunci pokok keberhasilan kemitraan usaha yang perlu mendapatkan perhatian

⁶¹ Sandra Pratama Sutrisno, "Hambatan dan Strategi Mengembangkan Kemitraan Usaha" dalam <https://pratamasandra.wordpress.com/tag/pengertian-kemitraan/> diakses 23 Juli 2014.

semua pihak, tidak hanya unsur masyarakat dan kalangan pengusaha swasta nasional, tetapi juga pihak pemerintah yang mampu membuat kebijakan positif bagi upaya mempercepat pertumbuhan ekonomi nasional. Lembaga keuangan syari'ah hanya salah satu instrumen yang mendukung pembangunan ekonomi. Sedangkan yang paling penting adalah pemerintah memberikan dorongan kepada pengusaha besar untuk menjadi “bapak angkat” bagi kalangan pelaku usaha kecil dan menengah.

5. Tujuan Kemitraan Usaha

Di Negara-negara maju, kemitraan usaha muncul karena adanya tuntutan pasar, atas dasar tanggung jawab bersama, mengurangi pengangguran, tumbuhnya Usaha Menengah dan Usaha Kecil, dan dalam rangka meningkatkan daya saing nasionalnya. Pola dan sistem kemitraan dikembangkan oleh suatu perusahaan hingga menjadi *Good Practice*. Lima jenis kemitraan yang dikembangkan di Eropa dan dapat ditiru:⁶²

- a. Buying and selling yang meliputi kegiatan *suppliers* dan *subcontracting*;
- b. Positive restructuring yang meliputi: *outsourcing*, *spin offs*, *management by-outs*, *community renewal* dan *trade offs*;
- c. SME support yang meliputi *start-up companies*, mentoring, kerjasama penelitian dan pengembangan (R&D) dan bantuan ekspor;
- d. *Training* dan *education*, misalnya untuk untuk *supplier* dan magang serta *recruitment* calon mitra;
- e. *Local focus* adalah kegiatan kemitraan dengan tujuan mengembangkan ekonomi wilayah.

⁶² *Ibid.*

Kegiatan dalam bentuk latihan manajemen dan ketrampilan, magang, studivisit dan alih teknologi adalah salah satu kegiatan yang dilakukan dalam rangka memodernisasi usaha kecil. Oleh karena itu, agar kesenjangan manajemen dan teknologi antara usaha besar dan usaha kecil tidak terlalu jauh ketinggalan, maka pengembangan SDM harus selalu menjadi agenda kemitraan.

Kemitraan usaha juga bukanlah penguasaan yang satu atas yang lain, khususnya yang besar atas yang kecil, melainkan menjamin kemandirian pihak-pihak yang bermitra, karena kemitraan bukanlah proses merger atau akuisisi. Kemitraan usaha yang diinginkan bukanlah kemitraan yang bebas nilai, melainkan kemitraan yang tetap dilandasi oleh tanggung jawab moral dan etika bisnis yang sehat, yang sesuai dengan demokrasi ekonomi. Adapun syarat-syarat kemitraan adalah sebagai berikut:

- a. Tujuan umum yang sama;
- b. Kesetaraan;
- c. Saling menghargai;
- d. Saling memberi kontribusi;
- e. Ada efek sinergi;
- b. Saling menguntungkan.

Masyarakat pelaku usaha akan memperoleh berbagai keuntungan dari kegiatan kemitraan usaha, antara lain: pertama, adanya jaminan keuntungan hasil investasi yang jelas, terukur dan rasional; kedua, adanya jaminan aspek hukum dan keamanan investasi; ketiga, transaksi dapat dilakukan dalam rentang waktu jangka pendek dan jangka panjang; keempat, terhindar dari praktek-praktek bisnis yang monopolistik, eksploitatif dan diskriminatif; dan

kelima, adanya jaminan kesetaraan hak dan kewajiban antara pihak-pihak yang melakukan transaksi.

Keadaan demikian, lebih memungkinkan pelaku kemitraan usaha terhindar jauh dari praktek bunga yang mengandung kesamaran (*gharar*) dan melipatgandakan keuntungan (*riba'*). Atas dasar itu, tidak ada alasan yang lebih rasional untuk meragukan kemitraan usaha berbasis syari'ah baik dari segi hukum, etika, kejelasan untung dan rugi serta ketahanan institusi dari keadaan pailit. Praktek bagi hasil tidak didasarkan kepada ketentuan yang kaku (*rigid*), seperti dalam praktek bunga (*riba'*) yang ditentukan oleh salah satu pihak dan mengikuti standar fluktuasi nilai tukar mata uang. Pembagian untung dan rugi (*profit and loss sharing*) antara pihak-pihak yang melakukan transaksi didasarkan kepada perolehan keuntungan yang fleksibel. Kedua belah pihak dapat saling berbagi keuntungan dan kerugian berdasarkan pertimbangan kelayakan dan rasionalitas sesuai kesepakatan.⁶³

Perkembangan kemitraan usaha yang berbasis ekonomi Islam di Indonesia masih sedikit dikarenakan beberapa sebab berikut: pertama, keterbatasan sarana dan prasana penunjang yang dimiliki oleh usaha kecil dan menengah; kedua, keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki wawasan dan pengetahuan serta kemampuan praktis (*skill*) di bidang kegiatan usaha; ketiga, masih minimnya sosialisasi tentang ekonomi syari'ah kepada masyarakat bawah, khususnya di wilayah-wilayah pedesaan.

⁶³ M. Dawam Rahardjo, *Wacana Studi Ekonomi Islam Kontemporer*, makalah dalam "Seminar Ekonomi Islam" di Jakarta, 10 Maret 2001, hlm. 5. Penjelasan tentang bagi hasil (*profit-sharing*) dalam bentuk mudharabah dapat dilihat dalam Muhammad al-Syarbini al-Khatib, *al-Iqna' fi Hall al-Alfadz Abi Syuja'* (Dar al-Ihya al-Kutub al-Arabiyah Indonesia), hlm. 53, Abdurrahman al-Jaziri, *al-Fiqh 'Ala Madzahib al-'Arba'ah*, hlm. 34-42 dan tentang Musyarakah dalam Sayyid Sabiq, *Fiqh Al-Sunnah* (Beirut: Dar al-Fikr, 1977) hlm. 294 dan Abu Bakar Ibn Muhammad Taqiyuddin, *Kifayatul Akhyar* (Bandung: Al-Ma'arif, t.th), hlm. 280.

Oleh karena itu, diperlukan suatu terobosan baru untuk mendorong proses pemberdayaan sistem ekonomi syariah melalui kemitraan usaha. Masyarakat dewasa ini relatif membutuhkan sistem pelayanan yang cepat, tepat, mudah dan praktis. Misalnya melalui kemitraan usaha dengan lembaga keuangan syariah dalam bentuk pelayanan yang cepat, tepat, mudah dan praktis tersebut umumnya masih dilakukan oleh lembaga-lembaga keuangan konvensional.

Terlebih lagi lembaga keuangan konvensional tersebut telah lama berperan dalam proses pembangunan ekonomi di Indonesia. Sementara itu pada praktiknya ternyata tidak semua lembaga keuangan syaria'ah memberikan pelayanan serupa karena keterbatasan aspek infra-struktur dan supra-struktur yang dimilikinya. Sehingga kemitraan usaha lembaga keuangan syariah dan kalangan pelaku usaha belum optimal.

Untuk mencapai tujuan kesejahteraan ekonomi melalui kemitraan usaha, salah satunya dapat dilakukan dengan mengembangkan kegiatan usaha sektor riil. Kegiatan usaha sektor riil, sejenis kemitraan usaha kecil dan menengah dengan usaha besar dapat menjadi piilar penyangga ketahanan sistem ekonomi nasional. Secara mikro, kegiatan usaha kecil dan menengah merupakan bentuk kegiatan usaha yang paling produktif dan dapat mendukung percepatan pembangunan ekonomi nasional, khususnya dalam rangka pengentasan kemiskinan. Sedangkan secara makro usaha kecil dan menengah juga dapat tumbuh menjadi sebuah kekuatan ekonomi yang besar dan juga berperan dalam skala global.

Pada gilirannya, peneliti merumuskan bahwa kemitraan usaha kecil dan menengah dengan usaha besar melalui dukungan pemerintah dan swasta dapat menjadi acuan rancang bangun program pemberdayaan ekonomi

masyarakat secara sistematis dan terpadu. Hal tersebut ditujukan untuk mendorong masyarakat agar berpartisipasi aktif dalam proses pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Oleh karena itu, potensi ekonomi kerakyatan hendaknya dapat diarahkan untuk berpartisipasi dalam membangun pilar-pilar ekonomi melalui kemitraan usaha kecil dan menengah dengan usaha besar.

BAB III

KONDISI OBYEKTIF MASYARAKAT DESA BINANGUN

KECAMATAN PATARUMAN KOTA BANJAR

A. Sejarah Singkat

Secara geografis letak wilayah Kota Banjar adalah di antara 108⁰28'00" – 108⁰40'00" Bujur Timur dan 7⁰19'30" – 7⁰26'30" Lintang Selatan (berdasarkan Peta Rupa Bumi Bakosurtanal), yaitu di bagian timur wilayah Propinsi Jawa Barat yang berbatasan langsung dengan Propinsi Jawa Tengah.

Luas wilayah Kota Banjar berdasarkan penjelasan UU No.27/2002 adalah kurang-lebih 113,49 km² atau 11.349 Ha. Sementara berdasarkan pengukuran pada Peta Rupa Bumi Bakosurtanal, seperti dikemukakan dalam Data Potensi Kota Banjar dari Bapeda Kota Banjar tahun 2003, luas wilayah Kota Banjar adalah 13.197,23 Ha, dengan rincian menurut kecamatan yaitu:⁶⁴

1. Kecamatan Banjar : 2.623,84 Ha
2. Kecamatan Pataruman : 5.405,66 Ha
3. Kecamatan Purwaharja : 1.826,74 Ha
4. Kecamatan Langensari : 3.340,99 Ha

Secara keseluruhan, luas wilayah Kota Banjar berdasarkan tekstur tanah seluas 13.197,23 Ha, dengan batas wilayah sebelah utara dengan Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis, Sebelah Timur dengan Kecamatan Lakbok Kabupaten Ciamis dan Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap Provinsi Jawa Tengah, Sebelah Barat dengan Kecamatan Cimaragas dan Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis, dan sebelah Selatan dengan Kecamatan Pamarican dan Lakbok Kabupaten Ciamis.

⁶⁴ Editor, "Profil Kota Banjar" <http://kotabanjar.go.id/> diakses tanggal 27 Agustus 2017.

Kota Banjar adalah salah satu kota yang berada di Provinsi Jawa Barat dengan ketinggian antara 20 sampai dengan 500 meter di atas permukaan laut serta beriklim tropis dan menjadi salah satu kawasan andalan (yaitu kawasan yang mampu berperan mendorong pertumbuhan ekonomi bagi kawasan tersebut dan kawasan sekitarnya).

Bentangan morfologi/topografi wilayah Kota Banjar bervariasi sejak dari puncak perbukitan hingga hamparan dataran. Ketinggian Kota Banjar berkisar antara 0 - 400 m dpl. Posisi tertinggi di atas permukaan laut adalah puncak bukit Gunung Sangkur, dengan ketinggian +356 m DPL, sementara posisi terendah adalah di bagian timur di tepi Sungai Citanduy (Desa Waringinsari Kecamatan Langensari), dengan ketinggian +16 m DPL.

Ada 2 kompleks perbukitan yang utama, dan sejumlah perbukitan/bukit minor (yang lebih kecil). Komplek perbukitan utama yang pertama adalah kompleks perbukitan Gunung Sangkur, yang terletak di Kecamatan Pataruman, dan terdiri atas beberapa puncak bukit, yaitu : Gunung Sangkur (+356 m), Pasir Huni (+227 m), Pasir Sireum (+226 m), Pasir Cabe (+251 m), Pasir Batukarut (+253 m), dan lainnya. Komplek perbukitan utama yang kedua adalah kompleks perbukitan Gunung Babakan, yang terletak di Kecamatan Purwaharja, dengan puncaknya yaitu Gunung Babakan (+243 m).

Adapun Desa Binangun masuk ke dalam Kecamatan Pataruman. Desa ini berdiri tepat pada tahun 1504 M yang diawali kedatangan seorang penyiur agama yang berasal dari Jawa Tengah yang bernama “Ki Ubin“ dengan mengawali tinggal di daerah Babakan, pada awalnya Binangun berasal dari Bahasa Bina dan Bangun yang artinya dibina dan dibangun secara bersama-sama. Jadi secara harfiah pengertian Binangun adalah sebuah perkampungan yang masih memerlukan pembinaan dan pembangunan.

Pada awal pemerintahan Binangun biasa juga disebut Bangun adalah sebuah kampung dan kepala pemerintahan wilayahnya bergelar kepala kampung dengan sebutan kepala kampung Bangun yang berada dalam wilayah Distrik Pamarican. Kampung Bangun yang dihuni oleh penduduk mayoritas Suku Sunda dengan hampir seluruhnya menganut Agama Islam, telah mengalami beberapa kali pergantian kepala kampung, yaitu:⁶⁵

1. Tahun 1510 sampai dengan tahun 1811 Kepala kampungnya bernama Ubin;
2. Tahun 1811 sampai dengan tahun 1903 Kepala kampungnya bernama Erpol;
3. Tahun 1903 sampai dengan tahun 1941 Kepala kampungnya bernama Murta'if;
4. Tahun 1941 sampai dengan tahun 1950 Kepala kampungnya bernama Karta;
5. Tahun 1950 sampai dengan tahun 1960 Kepala kampungnya bernama Nata Santana;
6. Tahun 1960 sampai dengan tahun 1965 Kepala kampungnya bernama Suganda, Kidit, Jahidi (mengalami 3 x pergantian kepala kampung);
7. Tahun 1965 sampai dengan tahun 1985 Kepala kampungnya bernama Ojo;
8. Tahun 1985 sampai dengan tahun 1992 Kepala kampungnya bernama Kusnadi ;
9. Tahun 1992 sampai dengan tahun 1995 Kepala kampungnya bernama K. Dana S;
10. Tahun 1995 sampai dengan tahun 2000 Kepala kampungnya bernama Dadang Mulyana (pejabat sementara);

⁶⁵ Editor, "Profil Desa Binangun", dalam <http://desa-binangun.blogspot.co.id/> diakses 27 Agustus 2017.

11. Tahun 2000 sampai dengan tahun 2001 Kepala kampungnya bernama Amirudin (pejabat sementara);
12. Tahun 2002 sampai dengan tahun 2008 Kepala kampungnya bernama Elan Suherlan,S.IP;
13. Tahun 2008 sampai dengan sekarang Kepala kampungnya bernama H. Karjono.

Dalam masa pemerintahan Nata Santana terbentuklah desa gaya baru dan Kampung Binangun berubah menjadi Desa Binangun tercatat sejak tahun 1960, sekaligus Nata Santana sebagai Kepala Desa Binangun yang kelima. Pada awal terbentuknya Desa Binangun, ada 3 (empat) lingkungan (organisasi di bawah desa) yaitu Lingkungan 1 Priagung, Lingkungan 2 Pangasinan, Lingkungan 3 Girimulya.

Sepeninggal Nata Santana (Wafat) Desa Binangun mengalami Pergantian 3 kali pemimpin dalam jangka waktu Satu Periode, yang pertama oleh Suganda pada tahun 1960-1961, kemudian diteruskan oleh Kidit yang menjadi Kepala Desa Binangun menggantikan Suganda tahun 1961-1962, dilanjutkan dengan Jahidi pada tahun 1962-1965.

Pada tahun 1992 Desa Binangun dimekarkan menjadi 2 (dua) desa, wilayah Desa Binangun bagian selatan (mekarannya) diberi nama Desa Sukajaya. Pemekaran Desa ini terjadi pada masa pemerintahan Kepala Desa K. Dana S. Setelah K. Dana S digantikan oleh Dadang Mulyana (pejabat sementara) sebagai Pelaksana Tugas Kepala Desa Binangun tahun 1995-2000.

Selanjutnya Desa Binangun pada tahun 2005 mengalami pemekaran kembali, wilayah Desa Binangun bagian timur (mekarannya) diberi nama Desa Sukamukti pada masa Pemerintahan Elan Suherlan, S.IP, dengan kepercayaan masyarakat Desa Binangun, dari tahun 2008 sampai sekarang Pemerintahan Desa Binangun dipimpin oleh H. Karjono.

B. Kondisi Alam dan Geografis

Kondisi alam dan geografis Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar pada umumnya merupakan daerah pertanian. Binangun juga merupakan sentra industri kecil yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai Desa Wisata. Hal ini disebabkan kebanyakan penduduknya selain memiliki profesi sebagai petani juga sebagiannya merupakan pengrajin industri rumahan (*home industry*).

1. Batas Desa

Desa Binangun secara administratif memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut:

- a. Bagian utara berbatasan dengan Desa Mekarsari
- b. Bagian Selatan berbatasan dengan Desa Sukajaya
- c. Bagian timur berbatasan dengan Desa Sukamukti
- d. Bagian barat berbatasan dengan Desa Neglasari

2. Kondisi Geografi

Berdasarkan topografi wilayah, Desa Binangun memiliki luas sekitar 650,177 ha, berada di ketinggian 32 m di atas permukaan laut serta tingkat kemiringan tanah 30° , termasuk wilayah dataran tinggi dengan tingkat kesuburan tanahnya yang sangat produktif. Hal ini dapat dilihat dari jenis kesuburan tanah yang berwarna merah serta luas wilayah desa yang digunakan sebagai areal persawahan (sawah teknis dan sawah tadah hujan) dan perkebunan rakyat, yaitu 168 ha untuk areal persawahan dan 6,480 ha untuk areal perkebunan rakyat, sedangkan luas areal pemukiman hanya 238,420 ha yang ditunjang oleh dua musim yaitu musim kemarau dan musim hujan dengan intensitas curah hujan 160 mm, temperatur udara berkisar rata-rata $30^{\circ}\text{C} - 35^{\circ}\text{C}$. Jarak ibukota desa ke ibukota Kecamatan 4 km, dan ke ibukota kabupaten/kota 6 km dengan waktu tempuh 15 menit. Sedangkan jarak ibu kota desa ke Ibukota Provinsi 220 km dengan waktu tempuh 8 jam.

3. Kondisi Demografi

Hasil sensus penduduk tahun 2010 menunjukkan bahwa jumlah penduduk Desa Binangun sebesar 9.366 jiwa, yang terdiri dari laki-laki 5.022 jiwa dan perempuan 5.370 jiwa. Sedangkan jumlah kepala keluarga sebesar 1.537 kk yang terdiri dari 742 kk laki-laki, dan 795 kk perempuan.

Tabel 3.1
Jumlah Penduduk Desa Binangun Menurut Dusun
dan Jenis Kelamin

No	Nama Dusun	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1	Priagung	2.153	2.151	4.304
2	Pengasinan	1.843	1.895	3.738
3	Girimulya	1.026	1.324	1.324
	Total	5.022	5.370	9.366

C. Kondisi Pendidikan dan Agama

Desa Binangun terdiri atas 3 gedung SD, 1 TK, 1 TPA, 1 lembaga pendidikan agama, 1 perpustakaan, 12 Mesjid, 3 Posyandu dan 1 Puskesmas. Tingkat pendidikan penduduk Desa Binangun terdiri atas S3 3 orang, S2 5 orang, S1 60 orang, Diploma III 10 orang, Diploma II 10 orang, Diploma I 14 orang, SLTA/ sederajat 3.541 orang, SLTP/ sederajat 410 orang, SD/ sederajat 500 orang, pernah sekolah SD tapi tidak tamat 280 orang, tidak pernah sekolah 50 orang, Belum sekolah 391 orang, dengan hampir seluruh penduduknya beragama Islam.

D. Kondisi Sosial dan Budaya

Jumlah penduduk miskin 742 jiwa yang terdiri dari laki-laki 414 jiwa dan perempuan 328 jiwa. Jumlah KK miskin sebanyak 461 KK yang terdiri

dari 340 KK laki-laki dan 121 KK perempuan. Penduduk Desa Binangun sebagian besar adalah petani, dan buruh tani. Terbukti dengan Jumlah petani 1.077 jiwa dan buruh tani sekitar 1.125 jiwa, animo masyarakat untuk bersekolah tetap kurang.

Hal tersebut di atas banyak diakibatkan oleh kurangnya dorongan dari orang tua sebagai akibat dari rendahnya tingkat pendidikan orang tua itu sendiri. Sedangkan keadaan Tenaga Kerja yang paling menonjol adalah tingginya jumlah penduduk yang tidak memiliki keinginan untuk menjadi tenaga kerja terbukti hanya sekitar 600 jiwa jumlah penduduk yang bekerja di swasta.

E. Kondisi Ekonomi dan Kesejahteraan

Penduduk Desa Binangun sebagian besar bekerja sebagai petani dan petani penggarap, sebagian dari mereka merangkap sebagai buruh tani, petani kebun, tukang batu/kayu, buruh bangunan, usaha kios, pencari kelapa, tukang panjat kelapa, kumpul pasir, pembuat batu bata, pembuat genteng, dan usaha ternak.

Potensi ekonomi desa Binangun terdapat 6 penggilingan padi, 1 usaha kios, 55 usaha warungan, 8 warung kelontongan, 4 warung nasi Usaha rumah tangga terdiri dari usaha makanan (keripik singkong, sale pisang, opak, tahu), kue-kue, gula kelapa, dan menjahit Usaha Industri bahan baku alam (Bata Merah, Genteng, dan Tegel).

Sedangkan potensi desa yang paling menonjol adalah sawah (petani padi). Keterlibatan seluruh anggota keluarga dalam satu jenis pekerjaan menunjukkan tidak efisiennya pembagian kerja sehingga mengakibatkan rendahnya rata-rata penghasilan dari mereka.

Jenis tanaman yang ada di Desa Binangun terdiri dari tanaman keras yang melalui proses adaptasi sehingga dapat berproduksi dengan baik pada tempat yang tergolong rendah dengan keadaan tanah kering. Adapun tanaman

perkebunan yang menjadi andalan penduduk setempat adalah mangga, alpokat, jeruk dan manggis.

Adapun untuk areal tanaman pertanian meliputi areal persawahan yaitu padi, kacang kedelai, jagung, cabe, kacang tanah, kacang panjang dan lain-lain. Dengan melihat gambaran potensi yang ada di Desa Binangun terutama sumber daya alamnya yang tinggi, perlu adanya daya dukung lingkungan terutama sarana jalan yang dari tahun ke tahun semakin kurang berkualitas (rusak) sebagai sarana untuk memperlancar perekonomian Desa Binangun yang mayoritas masyarakatnya adalah petani.

Selanjutnya dilihat dari kondisi umum lembaga pemerintahan dan struktur pemeritahan Desa Binangun dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Lembaga pemerintahan: Pemerintah Desa, BPD, Rukun Tangga, Rukun Warga
2. Lembaga kemasyarakatan: LPM, PKK, Karang Taruna.
3. Lembaga Keagamaan: MUI, Dewan Kemakmuran Mesjid, Remaja Mesjid.
4. Lembaga politik
5. Lembaga Ekonomi: Gapoktan, Kelompok Tani, P3A, Kelompok Ternak, PNPM, LKD, Bumdes
6. Lembaga Pendidikan: SD, MI, Taman Pengajian Alquran, Yayasan Anak Yatim Piatu
7. Lembaga Keamanan: Linmas
8. Lembaga Olah Raga: Klub sepak bola, Klub Bola Volly

Di samping lembaga formal tersebut terdapat pula lembaga non formal seperti kelompok simpan pinjam, kelompok pertukangan dan kelompok usaha ekonomi lainnya. Pembagian wilayah Desa saat ini, Desa Binangun terdiri dari 3 (tiga) Dusun, tiap dusun di kepalai oleh masing-masing Kepala Dusun, yang dipilih langsung oleh masyarakat.

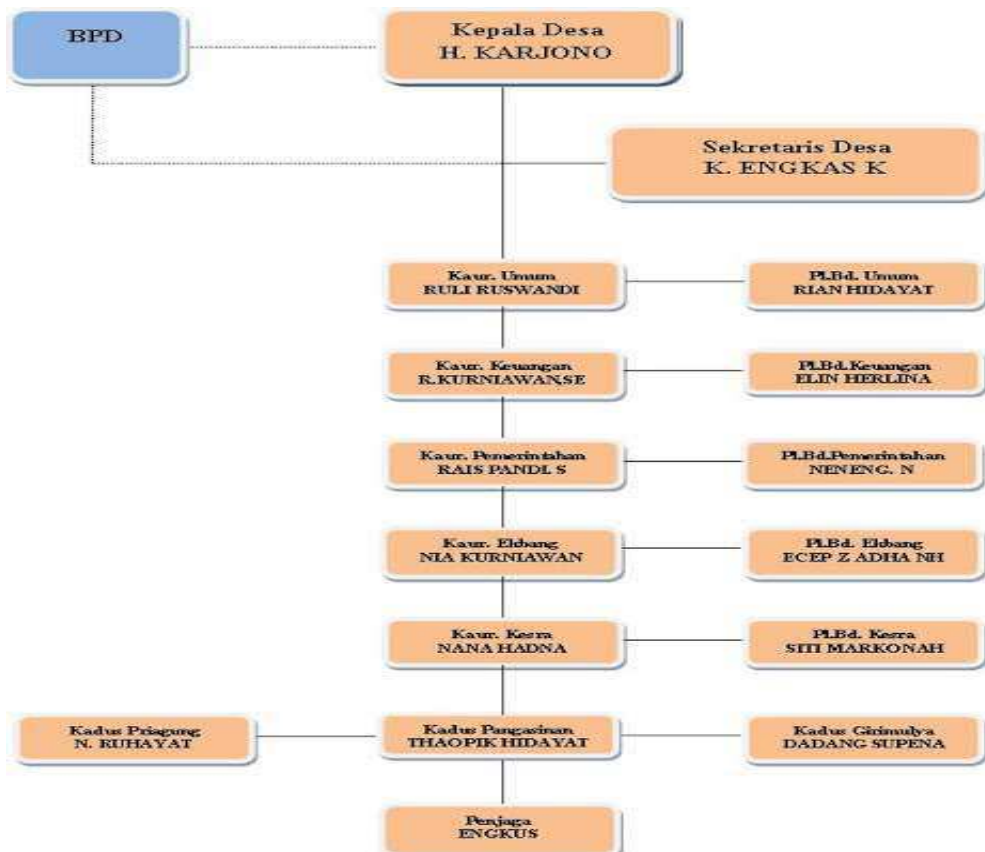
Tabel 3.2

Jumlah Dusun dan Nama Kepala Dusun Desa Binangun

No	Nama Dusun	Nama Kepala Dusun
1	Priagung	N. Ruhayat
2	Pengasinan	Jaja Iskandar
3	Girimulya	Dadang Sumpena

Adapun struktur pemeritahan Desa Binangun dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 3.1

Struktur Pemeritahan Desa Binangun

Adapun struktur pemeritahan BPD Desa Binangun dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 3.2
Struktur Pemeritahan Desa Binangun



Gambar 3.2
Struktur Pemeritahan Desa Binangun



Selanjutnya dari hasil identifikasi di lapangan diketahui ada masalah-masalah mendasar yang dihadapi oleh masyarakat di Desa Binangun, antara lain:

1. Bidang Pengembangan Wilayah

- h. Kondisi jalan Desa dan jalan lingkar desa sepanjang 4300 m rusak parah;
- i. Akses jalan tani kurang memadai;
- j. Setiap tahun lahan pertanian dan pemukiman terendam banjir kiriman;
- k. Abrasi sungai mengancam kelangsungan pemukiman warga;
- l. Tanggul lening sekunder dan tersier yang mengairi lahan pertanian sering jebol;
- m. Kurangnya pintu distribusi air pada lahan pertanian;
- n. Pada musim banjir/musim hujan, air menggenangi jalan dan pemukiman.

2. Bidang Ekonomi

- f. Banyaknya lahan pertanian yang menganggur pada musim kemarau;
- g. Kurangnya modal usaha bagi petani;
- h. Produktifitas kakao menurun drastic;
- i. Usaha peternakan sangat potensial tapi kurang berkembang;
- j. Perkembangan home industri dan industri kecil sangat lamban.

3. Bidang Sosial Budaya

- a. Tingginya jumlah anak usia sekolah yang tidak bersekolah;
- b. Banyaknya anak usia dini yang belum mendapatkan layanan pendidikan;
- c. Masih banyak warga membuang tinja di sembarang tempat;
- d. Sebagian besar penduduk kesulitan memperoleh air bersih;
- e. Fasilitas Puskesmas tidak memadai;

- f. Sebagian besar ibu hamil menggantungkan kelahiran pada dukun;
- g. Tingginya jumlah pengangguran generasi muda dan perempuan;
- h. Sebagian besar lahan warga belum tersertifikasi;
- i. Perlunya peningkatan kapasitas aparat desa dan anggota BPD.

BAB IV

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

A. Perencanaan Pemasaran Produk Gula Semut Melalui Kemitraan Usaha dalam Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar

Manajemen pemasaran adalah suatu aktivitas pendayagunaan sumber daya manusia dan materil dalam suatu kerja sama organisasional melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, untuk mencapai tujuan secara efisien dan efektif.⁶⁶ Peranan manajemen pemasaran dalam kegiatan bisnis memajukan organisasi sangatlah penting, begitupun halnya dalam meningkatkan kemampuan manajerial baik secara individu maupun secara kelompok.

Manajemen pemasaran juga dapat dilihat sebagai suatu disiplin ilmu dan seni. Ada wadah pengetahuan tentang manajemen yang terorganisir, ada ilmu pengetahuan yang menjelaskan bahwa manajemen dapat dibuktikan kebenarannya secara umum. Misalnya, Sondang P. Siagian mengemukakan bahwa manajemen dapat didefinisikan dari dua sudut pandang, yaitu sebagai proses penyelenggaraan berbagai kegiatan dalam rangka penerapan tujuan dan sebagai kemampuan atau keterampilan seseorang yang menduduki jabatan manajerial untuk memperoleh hasil yang maksimal dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan bisnis.

Manajemen merupakan jenis pemikiran yang khusus dari kepemimpinan di dalam usahanya mencapai tujuan organisasi.⁶⁷ Dalam manajemen terdapat istilah seorang pelaku manajemen yang sering disebut sebagai manajer. Manajer identik dengan organisasi, karena manajer selalu

⁶⁶ Ulbert Silalahi, *Studi Tentang Ilmu Administrasi*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2009), hlm. 137.

⁶⁷ Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 261.

melaksanakan kepemimpinannya di dalam sebuah organisasi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa manajemen merupakan inti dari administrasi karena memang manajemen merupakan alat pelaksana utama administrasi.⁶⁸

Sedangkan perencanaan merupakan awal dalam proses pencapaian tujuan. Kauffman telah menjelaskan bahwa perencanaan merupakan suatu proses dalam penentuan tujuan atau sasaran yang hendak dicapai dan menetapkan jalan serta sumber untuk mencapai tujuan itu seefektif dan seefisien mungkin.⁶⁹ Inaful menjelaskan perencanaan adalah memilih dan menghubungkan fakta dan membuat serta menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.⁷⁰

Muhammad Asrori Ardiansyah juga menjelaskan dalam setiap perencanaan selalu terdapat tiga kegiatan yang meskipun dapat dibedakan tetapi dapat dipisahkan antara yang satu dengan yang lainnya. Dalam proses perencanaan kedua itu adalah: (1) perumusan tujuan yang ingin dicapai; (2) pemilihan program untuk mencapai tujuan; dan (3) identifikasi dan pengarahannya sumber yang jumlahnya selalu terbatas. Dengan kata lain, perencanaan merupakan suatu proses penentuan tujuan atau sasaran yang hendak dicapai dan menetapkan jalan serta sumber yang akan diperlukan untuk mencapai tujuan dengan efektif dan efisien.⁷¹

Mengacu kepada beberapa definisi di atas, penulis dapat merumuskan bahwa perencanaan merupakan langkah awal dan aktivitas memikirkan

⁶⁸ Sondang P. Siagian, *Filsafat Administrasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 5.

⁶⁹ Sutomo, *Management Sekolah* (Semarang: UPT MKK UNNES. 2007), hlm. 12.

⁷⁰ Inaful, *Konsep Perencanaan dalam Ilmu Manajemen*, artikel dalam <http://inafulawanku.blogspot.co.id/2013/12/konsep-perencanaan-ketenagaan-dalam.html> diakses tanggal 26 Juni 2015.

⁷¹ Muhammad Asrori Ardiansyah, *Konsep Manajemen dalam Perspektif Al-Quran*, dalam <http://alumnigontor.blogspot.com/2008/04/konsep-manajemen-dalam-perspektif-al.html> diakses tanggal 20 Mei 2014.

dalam perumusan tujuan, pemilihan kegiatan, pengambilan keputusan dengan memanfaatkan sumber-sumber yang ada untuk mencapai tujuan pendidikan secara efektif dan efisien. Oleh karena itu dalam setiap kegiatan bisnis memerlukan perencanaan dan setiap perencanaan adalah upaya untuk mewujudkan proses bisnis itu sendiri.

Demikian pentingnya fungsi perencanaan dalam kegiatan bisnis sangat berguna untuk menyusun rangkaian kegiatan bisnis agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, yang mana tujuan-tujuan tersebut, yakni tentang bagaimana pekerjaan diatur dialokasikan diantara para anggota, sehingga tujuan organisasi itu dapat tercapai secara efektif.

Apabila dihubungkan dengan perencanaan pemasaran produk gula semut melalui kemitraan usaha dalam program pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar, penting kiranya melihat kondisi umum perekonomian saat ini, di mana Indonesia menduduki peringkat ketiga sebagai negara dengan penduduk terpadat, Indonesia rentan dengan berbagai permasalahan baik secara demografis⁷², geografis⁷³ maupun permasalahan seputar perekonomian.

Masalah-masalah tersebut di atas merupakan masalah kesejahteraan yang tidak merata di setiap wilayahnya. Sebagai indikatornya dapat kita lihat dari meningkatnya angka kemiskinan dari masa kemasa. Terlebih lagi pasca krisis multidimensi yang berkepanjangan melanda bangsa Indonesia ini. Permasalahan kesejahteraan masyarakat saat ini sudah sangat mendesak untuk ditangani.

⁷² Demografis berarti sesuatu yang bersifat (secara, menurut, berdasarkan) demografi. Demografi sendiri berarti ilmu tentang susunan, jumlah, dan perkembangan penduduk atau ilmu yang memberikan uraian atau gambaran statistik mengenai suatu bangsa dilihat dari sudut sosial politik atau bisa disebut juga sebagai ilmu kependudukan.

⁷³ Geografis diartikan sebagai sesuatu yang berkaitan dengan geografi yang merupakan ilmu tentang permukaan bumi, iklim, penduduk, flora, fauna, serta hasil yang diperoleh dari bumi.

Berbeda dengan masyarakat desa, aspek kesejahteraan yang ada di masyarakat perkotaan variabelnya tampak lebih kompleks. Masyarakat perkotaan lebih mengarah pada mentalitas individualistik dan persaingan yang tidak sehat, pemilik modal besar kecenderungannya akan terus memperlebar jarak dengan kelompok yang berkemampuan rendah dengan kekuatan modal yang dimiliki. Maka yang terjadi adalah seleksi alam, yakni yang kuat akan tetap bertahan hidup, dan yang lemah akan tersisihkan, sehingga kelompok yang tidak berkemampuan akan kalah bersaing dan menjadi tenaga kerja dengan upah yang tidak sewajarnya.

Namun demikian ironisnya korban akibat dari persaingan bisnis tersebut adalah masyarakat lokal, sebab para pemilik modal pada umumnya dikuasai oleh pihak asing yang dibantu oleh kebijakan-kebijakan pemerintah setempat dan para borjuis local. Akibatnya pengambilan keuntungan bisnis dari pelaku usaha dan tenaga kerja lokal tersebut seperti yang terjadi pada masa kolonialisme sebagai bukti historis.⁷⁴

Kemiskinan dan kesejahteraan juga merupakan suatu fenomena persoalan struktural dan multidimensional, karena sangat erat kaitannya dengan dimensi politik, sosial, ekonomi, aset, dan lain-lain. Misalnya, Wardi Bachtiar telah menggolongkan dimensi-dimensi kemiskinan tersebut kedalam dua kategori, yaitu; (1) kemiskinan alamiah, maksudnya kemiskinan yang disebabkan oleh kualitas dan kuantitas sumberdaya alam dan sumberdaya manusia. (2) kemiskinan struktural atau buatan, yakni kemiskinan yang secara langsung atau tidak langsung yang disebabkan oleh tatanan kelembagaan yang memihak kepada kepentingan pribadi atau golongan tertentu yang menyudutkan pihak lain.⁷⁵

⁷⁴ Arif Budiman, *Teori Pembangunan Dunia Ketiga*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 66.

⁷⁵ Wardi Bachtiar, *Pengaruh Etos Kerja Terhadap Status Sosial Ekonomi Muslim Sunda Pemukiman Daerah Kumuh di Kota Madya Bandung*, (Bandung: Disertasi Unpad, 1995), hlm. 14.

Sebenarnya upaya untuk meningkatkan kesejahteraan dan mengentaskan kemiskinan di Indonesia sudah banyak digulirkan, hanya saja pendekatannya masih bersifat parsial. Bila diamati terdapat pelajaran berharga dan mungkin sebagai penyadaran bagi para penyelenggara negara, bahwa kebijakan dalam melakukan pembangunan nasional pada umumnya, dan program peningkatan kesejahteraan pada khususnya yang menempatkan masyarakat pra sejahtera sebagai obyek pembangunan perlu dikoreksi.

Dalam upaya peningkatan kesejahteraan tersebut perlu lebih melibatkan masyarakat prasejahtera sebagai subjek pembangunan, dan diharapkan peningkatan kesejahteraan tersebut nantinya dapat dilakukan sendiri oleh masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan adanya suatu konsep pemberdayaan (*empowerment*) bagi masyarakat pra sejahtera.⁷⁶

Konsep pemberdayaan merupakan strategi pembangunan yang digunakan dalam paradigma pembangunan yang berpusat pada manusia. Konsep ini dimulai sekitar 1970-an, dan terus berkembang sepanjang dekade 1980-an. Pada awal gerakan modern, konsep pemberdayaan ini bertujuan untuk menemukan alternatif-alternatif baru dalam pembangunan masyarakat yang adil dan merata bagi seluruh rakyat Indonesia.

Dalam setiap kegiatan pemberdayaan ekonomi, seluruh anggota masyarakat hendaknya diajak terlibat dalam setiap tahapan kegiatan secara partisipatif, mulai dari proses perencanaan, pengambilan keputusan dalam penggunaan dan pengelolaan dana sesuai kebutuhan paling prioritas di wilayahnya, sampai pada pelaksanaan kegiatan dan pelestariannya. Hal ini juga berlaku dalam konteks Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar sangat tepat untuk dijadikan daerah kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat yang difokuskan pada manajemen pemasaran produk gula semut.

⁷⁶ Harry Hikmat, *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*, (Bandung: HUP, 2004), hlm. 1.

Di awal sudah disinggung terkait karakteristik masyarakat desa dan kota. Mengapa kedua halnya disinggung? Ia menjadi unik karena Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar memiliki bentuk struktur pemerintahan desa tetapi berada di bawah ruang lingkup pemerintahan kota yakni Pemkot Banjar. Secara akses terhadap sarana dan prasarana penunjang, wilayah kota tentunya sudah lebih memadai daripada wilayah kabupaten. Artinya, hanya tinggal mengatur warganya agar terampil memanfaatkan sarana dan prasarana penunjang tersebut.

Peningkatan kesejahteraan ekonomi yang melibatkan partisipasi pemerintah dan masyarakat yang menjadikan masyarakat pra sejahtera sebagai subyek pembangunan dalam menanggulangi masalahnya merupakan hal yang belum banyak dilakukan oleh lembaga-lembaga lainnya yang bergerak dalam bidang pemberdayaan di luar Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM). Hal inilah yang menarik perhatian dan minat penulis untuk memecahkannya masalah dengan menitikberatkan pada partisipasi masyarakat dalam masalah ekonomi.

Pada Bab sebelumnya telah diulas terkait salah satu produk khas Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar adalah produk gula semut. Produk tersebut dapat dijadikan *asset* berharga guna membangun desa dan meningkatkan kesejahteraan warga melalui bentuk kemitraan usaha dalam program pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar yang juga disampaikan dalam kegiatan workshop manajemen pemasaran produk gula semut ini.

Produk gula semut Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar masih termasuk dalam kelompok *home industry* atau industri rumahan dan termasuk ke dalam usaha kecil. Menurut Undang-undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, yang dimaksud usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil, dan memenuhi kriteria kekayaan bersih

atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Misalnya, dalam pasal 1 butir 1 yaitu: (1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah, dan bangunan tempat usaha; (2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah); (3) Milik warga negara Indonesia; (4) Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar; dan (5) Berbentuk usaha perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum termasuk koperasi.⁷⁷

Sedangkan Usaha kecil, dalam arti umum di Indonesia, terdiri atas usaha kecil menengah (UKM) maupun industri kecil (IK) telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian nasional, yaitu mempercepat pemerataan pertumbuhan ekonomi melalui misi penyediaan lapangan usaha dan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta ikut berperan dalam meningkatkan perolehan devisa dan memperkuat struktur ekonomi nasional.

Problematika utama yang dihadapi oleh kalangan pelaku usaha kecil atau industri kecil menyangkut sejumlah persoalan, seperti ketimpangan struktural dalam alokasi dan penguasaan sumber daya, ketidaktegasan keberpihakan negara dalam upaya pengembangan ekonomi rakyat dalam kebijakan dan pengembangan strategi industrialisasi, struktur pasar yang bersifat *oligopolistik*⁷⁸, kinerja yang relatif terbatas pada hal yang klasik (sumber daya manusia atau SDM, permodalan dan akses terhadap

⁷⁷ Lihat ketentuan usaha kecil dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil.

⁷⁸ Pasar oligopoli adalah salah satu bentuk pasar persaingan tidak sempurna, dimana hanya terdapat beberapa produsen atau penjual dengan banyak pembeli di pasar. Beberapa contoh industri yang termasuk dalam kategori ini adalah industri rokok, industri mobil, industri semen, jasa penerbangan dan lainnya.

kelembagaan keuangan, teknologi, manajemen, pemasaran dan informasi), terjadinya distorsi dan inkonsistensi kebijakan yang menyangkut upaya pengembangan.

Hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa pemasaran produk gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar belum terecana dengan baik. Oleh karenanya, penulis berpendapat paling tidak ada 4 (empat) faktor umum yang mempengaruhi kegagalan usaha kecil, yaitu sebagai berikut:⁷⁹

1. Manajerial yang tidak kompeten;
2. Kurang memberi perhatian;
3. *System control* yang lemah;
4. Kurangnya modal.

Sedangkan yang mempengaruhi keberhasilan usaha kecil adalah 4 (empat) faktor dasar berikut:⁸⁰

1. Kerja keras, motivasi, dan dedikasi;
2. Permintaan pasar akan produk atau jasa yang disediakan;
3. Kompetensi manajerial;
4. Keberuntungan.

Dalam Pasal 14 Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil dirumuskan bahwa pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan usaha kecil dalam bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, ketenagakerjaan/kewirausahaan, teknologi dan pelayanan. Pengembangan usaha kecil, menengah dan koperasi (UKMK) tergantung pada beberapa faktor, yaitu seperti berikut:⁸¹

1. Kemampuan UKMK dijadikan kekuatan utama pengembangan ekonomi berbasis lokal yang mengandalkan sumber daya lokal;

⁷⁹ Musa Hubeis, *Prospek Usaha Kecil dalam Wadah Inkubator Bisnis*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 18.

⁸⁰ Ibid.

⁸¹ Ibid.

2. Kemampuan UKMK dalam meningkatkan produktivitas, efisiensi dan daya saing;
3. Menghasilkan produk yang bermutu dan berorientasi pasar (domestik maupun ekspor);
4. Berbasis bahan baku lokal;
5. Substitusi impor.

Industri kecil yang benar-benar kecil dan mikro dapat dikelompokkan atas pengertian:

1. Industri kecil mandiri, yaitu tanpa menggunakan tenaga kerja lain;
2. Industri kecil yang menggunakan tenaga kerja anggota keluarga sendiri;
3. Industri kecil yang memiliki tenaga kerja upahan secara tetap.

Industri kecil dengan kategori yang dimaksud di atas adalah yang sering dipandang sebagai usaha yang banyak menghadapi kesulitan, terutama yang terkait dengan lemahnya kemampuan manajerial, teknologi dan permodalan yang terbatas, SDM, pemasaran dan mutu produk, serta faktor eksternal merupakan hambatan yang sulit diatasi, yaitu struktur pasar yang kurang sehat dan berkembangnya perusahaan-perusahaan asing yang menghasilkan produk sejenis untuk segmen pasar yang sama.

Industri kecil atau UKM (termasuk usaha kecil) didefinisikan dengan berbagai cara yang berbeda, tergantung pada negara dan aspek-aspek lainnya (misal spesifikasi teknologi). Oleh karena itu, perlu dilakukan tinjauan khusus terhadap definisi-definisi tersebut agar diperoleh pengertian yang sesuai tentang UKM, yaitu menganut ukuran kuantitatif yang sesuai dengan kemajuan ekonomi. Oleh karena itu, dalam melakukan kegiatan industri diperlukan adanya sumber-sumber ekonomi yang digerakan secara efektif serta memerlukan keterampilan organisatoris dan teknis agar bisa memiliki tingkat hasil guna yang tinggi, dalam pengertian hasil yang diperoleh harus seimbang dengan masukan yang diolah.

Saat ini pemasaran produk gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar dalam praktiknya telah melalui berbagai perbaikan mulai dari cara kerja, pemborosan waktu, tenaga, dan berbagai input lainnya yang sejauh mungkin harus bisa dikurangi. Namun belum sepenuhnya pemasaran produk gula semut belum sepenuhnya berjalan dengan baik, sehingga hasil yang diperoleh pun menjadi kurang maksimal. Para pengrajin gula semut terlalu banyak membuang waktu dan tenaga karena belum terkoordinir dalam sebuah kelompok usaha, sehingga hasil usahanya pun belum efektif dan efisien.

Usaha kecil menengah gula semut Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar dalam melakukan kegiatan industri masih belum terselenggara dengan baik, efektif, dan efisien. Hal ini, dikarenakan beberapa masalah yang masih menjangkit para produsen. Di samping masalah-masalah umum yang sudah dikemukakan diatas, kendala lain dari produksi gula semut menurut adalah para pengrajin gula kawung (aren) belum banyak yang mau melakukan diversifikasi produksi. Karena sejak dari dulunya sudah terlanjur enak memproduksi gula kawung sehingga tidak gampang menyerap teknologi baru, seperti pembuatan gula semut tersebut. Padahal gula semut ini jauh lebih menguntungkan dan peluang pasarnya sangat terbuka.⁸²

Berkenaan dengan hal tersebut, penulis ingin menegaskan bahwa untuk mengembangkan usaha kecil menengah gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar perlu merumuskan perencanaan bisnis yang mencakup:⁸³

⁸² Tribun Jabar, *Gula Semut Belum Mampu Penuhi Permintaan Pasar*, melalui: <https://news.mypangandaran.com/berita/read/peristiwa/463/gula-semut-belum-mampu-penuhi-permintaan-pasar> diakses pada 05 September 2017.

⁸³ Hasil pengamatan dan wawancara penulis dengan Titin dan Yeti, keduanya merupakan representasi dari pengrajin gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar, yang dilaksanakan tanggal 26-27 Agustus 2017.

1. Standar pelaksanaan dan pengawasan;
2. Pemilihan berbagai alternatif terbaik;
3. Penyusunan skala prioritas, baik sasaran maupun kegiatan;
4. Menghemat pemanfaatan sumber daya organisasi;
5. Membantu manager menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan;
6. Alat memudahkan dalam berkoordinasi dengan pihak terkait;
7. Alat meminimalkan pekerjaan yang tidak pasti.

Sedangkan manfaat yang lain dari perencanaan bisnis adalah:

1. Menjelaskan dan merinci tujuan yang ingin dicapai;
2. Memberikan pegangan dan menetapkan kegiatan-kegiatan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut;
3. Organisasi memperoleh standar sumber daya terbaik dan mendayagunakan sesuai tugas pokok fungsi yang telah ditetapkan;
4. Menjadi rujukan anggota organisasi dalam melaksanakan aktivitas yang konsisten prosedur dan tujuan;
5. Memberikan batas wewenang dan tanggung jawab bagi seluruh pelaksana;
6. Memonitor dan mengukur berbagai keberhasilan secara intensif sehingga bisa menemukan dan memperbaiki penyimpangan secara dini;
7. Memungkinkan untuk terpeliharanya persesuaian antara kegiatan internal dengan situasi eksternal;
8. Menghindari pemborosan.

Demikian pula diperlukan adanya standar pelaksanaan (SOP) dan pengawasan, skala prioritas, tujuan, batasan wewenang, pedoman kerja dan sebagainya memungkinkan seluruh personil yang terlibat dalam organisasi atau tim akan dapat bekerja lebih transparan dan penuh tanggung jawab, efektif, dan efisien. Dengan demikian kegiatan perencanaan dalam pemasaran produk gula semut memiliki ruang lingkup yang sangat luas terkait dimensi

waktu, spasial, tingkatan dan teknis perencanaannya yang saling terkait dan saling beriteraksi.

Adapun kebijakan teknis perencanaan pemasaran produk gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar hendaknya mencakup aspek-aspek berikut:

1. Perencanaan Dari Segi Dimensi Waktu

Dari demensi waktu perencanaan mencakup; (a) perencanaan jangka panjang (*long term planning*) berjangka 10 tahun keatas, bersifat prospektif, idealis dan belum ditampilkan sasaran-sarana yang bersifat kualitatif. (b) Perencanaan jangka menengah (*medium term planning*) berjangka 3 sampai 8 tahun, merupakan penjabaran dan uraian rencana jangka panjang. Sudah ditampilkan sasaran-sasaran yang diproyksikan secara kuantitatif, meski masih bersifat umum. (c) Perencanaan jangka pendek (*sort term planning*) berjangka 1 tahunan disebut juga perencanaan jangka pendek tahunan (*annual plan*) atau perencanaan operasional tahunan (*annual opperasional planning*).

2. Perencanaan Dari Segi Dimensi Spasial

Perencanaan ini terkait dengan ruang dan batas wilayah yang dikenal dengan perencanaan nasional (berskala nasional), regional (berskala daerah atau wilayah), perencanaan tata ruang dan tata tanah (pemanfaatan fungsi kawasan tertentu).

3. Perencanaan Dari Segi Dimensi Tingkatan Teknis Perencanaan

Dalam demensi ini kita mengenal istilah (a) perencanaan makro (b) perencanaan mikro (c) perencanaan sektoral (d) perencanaan kawasan dan (e) perencanaan proyek. Perencanaan makro meliputi peningkatan pendapatan nasional, tingkat konsumsi, investasi pemerintah dan masyarakat, ekspor impor, pajak, perbankan dan sebagainya.

Perencanaan mikro disusun dan disesuaikan dengan kondisi daerah di mana kegiatan usaha tersebut dilakukan. Sedangkan perencanaan kawasan memperhatikan keadaan lingkungan kawasan tertentu sebagai pusat kegiatan dengan keunggulan komparatif dan kompetitif. Adapun perencanaan proyek adalah perencanaan operasional kebijakan yang dapat menjawab siapa melakukan apa, dimana, bagaimana dan mengapa.

4. Perencanaan Dari Segi Dimensi Jenis

Dari segi jenisnya, perencanaan juga meliputi: (a) Perencanaan dari atas ke bawah (*top down planning*), (b) perencanaan dari bawah ke atas (*botton up planning*), (c) perencanaan menyerong ke samping (*diagonal planning*), dibuat oleh pejabat bersama dengan pejabat bawah diluar struktur (d) perencanaan mendatar (*horizontal planning*), yaitu perencanaan lintas sektoral oleh pejabat selevel (e) perencanaan menggelinding (*rolling planning*) berkelanjutan mulai rencana jangka pendek, menengah dan panjang. (f) perencanaan gabungan atas ke bawah dan bawah ke atas (*top down and button up planning*).

Di samping itu, dalam beberapa kasus diperlukan pula sejumlah pendekatan atau strategi dalam menyusun perencanaan bisnis terkait erat dengan pemasaran gula semut. Ada empat pendekatan dalam perencanaan pemasaran, yaitu: (1) pendekatan kebutuhan sosial (*social demand approach*); (2) pendekatan ketenagakerjaan (*manpower approach*); (3) pendekatan untung rugi (*cost and benefit*); (4) pendekatan biaya murah (*cost effectiveness*); dan (5) pendekatan terpadu (*integrative approach*).

1. Pendekatan Kebutuhan Sosial (*Social Demand Approach*)

Pendekatan model ini didasarkan atas keperluan masyarakat saat ini dan menitik beratkan pada pemerataan pendapatan seperti kebijakan pemberdayaan ekonomi menuju keluarga sejahtera. Kekurangannya pendekatan model ini adalah: (a) mengabaikan alokasi dalam skala nasional; (b) mengabaikan kebutuhan perencanaan ketenagakerjaan; dan (c) cenderung

hanya menjawab problem pemerataan dengan lebih mengutamakan kuantitas daripada kualitas kesejahteraan ekonomi.

2. Pendekatan Ketenagakerjaan (*Manpower Approach*)

Pendekatan ini mengutamakan keterkaitan aspek ketersediaan lapangan kerja dengan tuntutan kebutuhan tenaga kerja. Membengkaknya angka pengangguran misalnya menjadi pendorong untuk mempertemukan *gape* antara dunia lapangan kerja dengan upah kerja. Upaya untuk hal ini misalnya diberlakukannya kebijakan padat karya atau kegiatan bisnis dan industri berbasis massal.

3. Pendekatan Untung Rugi (*Cost and Benefit Approach*)

Dalam pendekatan ini dibuat perhitungan perbandingan antara biaya yang dikeluarkan untuk pelaku usaha serta keuntungan yang akan diperoleh dari hasil usaha. Pendekatan ini adalah melihat bagaimana kegiatan bisnis sebagai upaya investasi yang harus memberikan keuntungan nyata bagi peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

4. Pendekatan Biaya Murah (*Cost Effectiveness Approach*)

Pendekatan ini lebih menitikberatkan pada penghematan biaya secermat mungkin untuk mencapai hasil usaha seoptimal mungkin, baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Kegiatan bisnis juga dilakukan jika benar-benar memberikan keuntungan yang relatif pasti dan berkesinambungan agar mampu membentuk fundamental ekonomi yang kuat di masyarakat.

5. Pendekatan Terpadu (*Integrative Approach*)

Pendekatan terpadu ini dapat digunakan untuk menjembatani berbagai kepentingan akan tujuan output kegiatan bisnis. Apalagi dalam ekonomi Islam dikenal akan adanya dua kebutuhan duniawi dan ukhrowi sehingga pendekatan yang digunakan untuk mengelola kegiatan bisnis yang mampu

memberikan kepastian bagi pemenuhan kebutuhan manusia baik materi maupun non material.

Mengacu kepada uraian dan hasil dari pengamatan tersebut di atas, maka penulis dapat merumuskan bahwa kalangan pelaku usaha produsk gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar perlu menyusun perencanaan bisnis pemasaran produk. Perencanaan pemasaran produk gula semut yang dimaksud di sini meliputi semua komponen administrasi bisnis mulai dari proses produksi, supervisi, keuangan, sarana dan prasarana, personal, peluang pasar, dan evaluasi hasil usaha.

B. Pengorganisasian Pemasaran Produk Gula Semut Melalui Kemitraan Usaha dalam Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar

Pemasaran pada hakikatnya merupakan suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukaran produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.⁸⁴

Menurut Morissan pemasaran adalah suatu konsep yang menyangkut suatu sikap mental, suatu cara berpikir yang membimbing anda melakukan sesuatu yang tidak selalu menjual benda tetapi juga menjual gagasan-gagasan, karier, tempat (parawisata, rumah, lokasi industri), undang-undang, jasa (pengangkutan, penerbangan, pemotongan rambut, kesehatan), hiburan (pertunjukan, pertandingan-pertandingan) dan lain sebagainya.⁸⁵

⁸⁴ Shinta Agustina, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: Universitas Briwijaya Press, 2011), hlm. 2.

⁸⁵ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 2.

Manajemen pemasaran juga merupakan suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif.⁸⁶ Sedangkan menurut pendapat Philip Kotler, manajemen pemasaran adalah suatu analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan target pembeli untuk mencapai tujuan obyektif organisasi.⁸⁷

Sedangkan menurut syariah, organisasi pemasaran adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam organisasi bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang memungkinkan siapapun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah Islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam.

Berkenaan dengan hal tersebut, M. Syakir Sula⁸⁸ menjelaskan pemasaran syariah (*syariah marketing*) sebagai sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values*, dari satu inisiator kepada *stakeholder*-nya, dan dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. Ia menjelaskannya dengan merujuk terlebih dahulu dari definisi pemasaran yang disepakati pakar marketing dunia, kemudian mendasarkan pada kaidah fiqih dalam Islam. Kaidah fiqh dalam Islam yang dimaksud yaitu:

⁸⁶ Shinta Agustina, *Op.Cit*, hlm. 2.

⁸⁷ Philip Kotler, *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Prenhallindo, 1996), hlm. 13.

⁸⁸ Herman Kartajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), hlm. 26-27.

المسلمون على شروطهم إلا شرطا حرم حلال أو حلل حراما

Kaum muslimin terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis (syarat) yang mereka buat, kecuali kesepakatan (syarat) yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.⁸⁹

Mengacu kepada penjelasan di atas dapat dirumuskan bahwa kata kunci dalam konsep pemasaran syariah adalah bahwa dalam seluruh proses pemasaran, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (value), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah tidak terjadi dalam suatu transaksi / proses bisnis, maka segala bentuk transaksi apapun dalam kegiatan pemasaran dapat diperbolehkan.

Di samping itu, kegiatan pemasaran hendaknya juga dikembalikan pada karakteristik yang sebenarnya. yakni religius, beretika, realistis dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan. Inilah yang dinamakan *marketing syariah*, dan inilah konsep terbaik marketing untuk hari ini dan masa depan. Adapun perbandingan pemasaran syariah dengan pemasaran konvensional dapat dijelaskan beberapa hal antara lain:⁹⁰

1. Konsep dan Filosofi Dasar

Pemasaran konvensional merupakan pemasaran yang bebas nilai dan tidak mendasarkan pada nilai-nilai ilahiyah dalam segala aktivitas pemasarannya. Pemasar hanya lebih fokus pada pencapaian target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Dalam pemasaran syariah seorang pemasar harus merasakan bahwasanya setiap aktivitas pemasarannya ia selalu diawasi oleh Allah SWT, sehingga sangat berhati-hati dalam menjaga aktivitas pemasarannya.

⁸⁹ Ibid.

⁹⁰ Nur Rianto al-Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010).

2. Etika Pemasar

Pemasar syariah sangat memegang teguh etika dalam melakukan pemasaran kepada calon konsumennya. Sangat menghindari kebohongan, berlebihan dalam promosi, menjaga kejujuran dan janji. Dibandingkan pemasaran konvensional cenderung bebas nilai sehingga seorang pemasar bebas menggunakan cara-cara meskipun bertentangan dengan syariah.

3. Pendekatan dengan Konsumen

Konsumen dalam pemasaran syariah diletakkan sebagai mitra yang sejajar. Perusahaan tidak menjadikan konsumen sebagai “sapi perah” untuk membeli produknya. Olehnya tidak boleh melakukan aktivitas pemasaran yang merugikan konsumen. Selalu berupaya menciptakan nilai produk yang positif dan umpan balik dari konsumennya. Sebaliknya pada pemasaran konvensional cenderung konsumen diletakkan sebagai objek untuk mencapai target penjualan semata. Konsumen terkadang dirugikan dengan dengan janji yang berbeda dengan realitas.

4. Cara Pandang Terhadap Pesaing

Dalam pemasaran syariah setiap perusahaan dapat bersaing secara sehat dan masing-masing punya peluang untuk berkembang dengan baik tanpa menjatuhkan pesaingnya. Pesaing merupakan mitra yang turut dalam menyukseskan implementasi ekonomi syariah. Hal berbeda pada pemasaran konvensional cenderung menganggap pesaing sebagai pihak lawan yang harus dimatikan karena dapat menghambat laju perusahaan.

5. Budaya Kerja

Budaya kerja yang harus diaplikasikan adalah bagaimana budaya kerja yang dituntunkan oleh Rasulullah SAW yaitu memiliki sifat kejujuran (*shiddiq*), cerdas atau kompeten (*fathonah*), bertanggungjawab (*amanah*) dan mampu menyebarluaskan dan mengkomunikasikan aktivitas kerja yang baik (*tabligh*). Paling tidak ada 4 (empat) hal yang menjadi *key success factors*

(KSF) dalam mengelola suatu bisnis, agar mendapat celupan nilai-nilai moral yang tinggi, yaitu:

1. *Shiddiq* (benar dan jujur);
2. *Amanah* (terpercaya, kredibel);
3. *Fathanah* (cerdas);
4. *Thabligh* (komunikatif).⁹¹

Untuk mengatasi masalah pemasaran produk gula semut yang dialami oleh pengelola usaha produk desa maka perlu dipikirkan paradigma baru dalam menyusun organisasi bisnis yang jelas, terutama yang terkait dengan manajemen pemasaran produknya. Salah satu alternatif pemecahannya adalah merumuskan organisasi pemasaran produk gula semut oleh para pengelola usaha produk gula semut harus bersatu dalam satu wadah kepentingan bersama dalam bentuk model pemasaran melalui kemitraan usaha.

Pengorganisasian bisnis gula semut yang dimaksud adalah keseluruhan proses pengelompokan orang, alat-alat, tugas, tanggung jawab, dan wewenang sedemikian rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakan sebagai suatu kesatuan dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan. Dalam istilah lain, pengorganisasian sering pula disebut dengan struktur atau tata raga organisasi.⁹²

Secara teoritis struktur organisasi adalah suatu manifestasi perwujudan organisasi yang menunjukkan hubungan antara fungsi otoritas dan tanggung jawab yang saling berinteraksi dari orang yang diberi tugas dan tanggung jawab atas setiap aktivitas.⁹³ Dengan kata lain, pengorganisasian merupakan suatu aktivitas organisasi atau perusahaan dalam melakukan pengelompokan orang atau sumber daya manusia, alat, dan pembagian

⁹¹ Herman Kartajaya dan M. Syakir Sula, *Op.Cit*, hlm. 120.

⁹² A. Feriyanto, *Pengantar Manajemen*, (Kebumen: Mediaterra, 2015), hlm. 26.

⁹³ Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), hlm. 74.

aktivitas-aktivitas terhadap masing-masing orang atau anggota dari kelompok pengrajin gula semut dalam berkegiatan.

Kegiatan selanjutnya, organisasi produsen gula semut melakukan perancangan organisasi atau pengorganisasian. Sebelum produsen gula semut ini melakukan aktivitas-aktivitas pemasaran dalam model kemitraan, ada tahapan-tahapan atau proses dalam menetapkan struktur organisasi yang dibentuk sesuai dengan kompetensi dari setiap anggotanya masing-masing. Langkah awal yang dilakukan oleh produsen gula semut adalah menunjuk seorang pupuhu yaitu orang yang di anggap sebagai sesepuh atau tetua dalam kelompok usaha tersebut.

Mengapa harus ada kelompok usaha? Hal ini dapat mendorong percepatan dan memperkuat citra produk gula semut yang diproduksi dengan manajemen industri yang tertata dengan baik. Kelompok-kelompok usaha tersebut didorong untuk membentuk rumah industri. Rumah-rumah industri tersebut kemudian berkumpul membentuk asosiasi atau paguyuban produsen gula semut di Desa Binangun agar tercipta iklim organisasi yang tertata, terkoordinasi dan terevaluasi dengan baik.

Konsep tujuan organisasi dipandang secara luas mempunyai beberapa fungsi penting yang bervariasi menurut waktu dan keadaan. Berbagai fungsi tujuan antara lain sebagai berikut:⁹⁴

1. Pedoman Kegiatan. Melalui penggambaran hasil-hasil akhir di waktu yang akan datang, tujuan berfungsi sebagai pedoman bagi kegiatan pengarahan dan penyaluran usaha-usaha dan kegiatan-kegiatan para anggota organisasi. Dalam hal ini, fungsi tujuan memberikan arah dan pemusatan kegiatan organisasi mengenai ayat yang “harus” dan “harus tidak” dilakukan.

⁹⁴ T. Hani Handoko, *Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2013), hlm. 110.

2. Sumber Legitimasi. Tujuan juga merupakan sumber legitimasi bagi suatu organisasi melalui pembenaran kegiatan-kegiatannya, dan disamping itu, keberadaannya di kalangan kelompok-kelompok seperti pelanggan, politikus, karyawan, pemegang saham, dan masyarakat pada umumnya. Pengakuan atas legitimasi ini akan meningkatkan kemampuan organisasi untuk mendapatkan berbagai sumber daya dan dukungan dari lingkungan di sekitarnya.
3. Standar Pelaksanaan. Bila tujuan dinyatakan secara jelas dan dipahami, hal ini akan memberikan standar langsung bagi penilaian pelaksanaan kegiatan (prestasi) organisasi. Setelah organisasi menetapkan tujuan-tujuan dalam bidang-bidang yang dapat dikuantifikasikan seperti penjualan, posisi pasar, atau laba, derajat kesuksesan yang dapat dengan mudah diukur.
4. Sumber Motivasi. Tujuan organisasi dapat berfungsi sebagai sumber motivasi dan identifikasi karyawan yang penting. Dalam kenyataannya, tujuan organisasi sering memberikan insentif bagi para anggota, fenomena ini tampak paling jelas dalam organisasi yang menawarkan bonus bagi pencapaian tingkat penjualan tertentu, dan sebagainya, yang dikaitkan secara langsung dengan laba tahunan. Contoh lain dalam organisasi olahraga profesional (bahkan amatir), status dan prestise sebagai anggota tim juara hampir selalu menjadi sumber motivasi kuat.
5. Dasar Rasional Pengorganisasian. Dinyatakan secara sederhana, tujuan organisasi merupakan suatu dasar perancangan organisasi, tujuan organisasi dan struktur organisasi berinteraksi dalam kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk pencapaian tujuan, pola penggunaan sumber daya, implementasi berbagai unsur perancangan organisasi: pola komunikasi, mekanisme pengawasan, departementalisasi, dan sebagainya

Pengorganisasian dalam kegiatan pemasaran produk gula semut merupakan suatu proses menciptakan hubungan antara fungsi personalia dan faktor fisik (sarana), agar kegiatan pemasaran yang harus dilaksanakan bisa mencapai tujuan yang benar, meliputi: pembagian kerja, wewenang, tanggungjawab, dan pelaporan kerja. Tujuannya adalah agar setiap orang di dalam organisasi bertanggungjawab dalam melaksanakan kegiatan pemasaran yang telah dibebankan kepadanya agar tidak terjadi *overlapping* dalam pekerjaan.

Demikian pula dengan kemitraan usaha menurut Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 Tentang Kemitraan dijelaskan bahwa kemitraan adalah kerjasama usaha antara Usaha Kecil dengan Usaha Menengah dan atau dengan Usaha Besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh Usaha Menengah dan atau Usaha Besar dengan tetap memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.

Kemitraan usaha yang diselenggarakan melalui pola-pola yang sesuai dengan sifat dan tujuan usaha yang dimitrakan dapat membuka peluang pengembangan usaha seluas-luasnya bagi Usaha Kecil dan Menengah Mikro (UMKM), oleh Pemerintah dan dunia usaha. Menurut ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 Tentang UMKM bahwa kegiatan kemitraan UMKM terkait pemasaran produk gula semut dapat dilakukan dalam beberapa bentuk, yaitu:

1. Pola Inti Plasma

Pola inti plasma merupakan pola hubungan kemitraan antara kelompok mitra usaha pengrajin gula semut sebagai plasma dengan perusahaan inti yang bermitra, misalkan perusahaan permen atau coklat. Perusahaan inti menyediakan lahan, sarana produksi, bimbingan teknis dan manajemen, serta menampung, mengolah dan memasarkan hasil produksi,

disamping memproduksi kebutuhan perusahaan. Kelompok mitra usaha gula semut memenuhi kebutuhan perusahaan sesuai dengan persyaratan yang telah disepakati.

2. Pola Dagang Umum

Merupakan hubungan kemitraan dalam memasarkan hasil usaha kelompok usaha gula semut yang dibutuhkan perusahaan. Beberapa kegiatan agribisnis hortikultura menerapkan pola ini. Kelompok tani bermitra dengan Toko Swalayan atau mitra usaha dagang lainnya. Pola yang sama dan disebut "*Contract Farming*" untuk komoditas hortikultura banyak berhasil dikembangkan oleh para pengusaha di Thailand. Kiat tersebut secara nyata dipraktekannya dalam membina petani produsen mitra (contohnya bisnis terong), oleh Bob Sadino.

3. Pola Sub Kontrak

Pola hubungan kemitraan yang dibangun oleh pihak perusahaan dengan kelompok mitra usaha gula semut yang memproduksi kebutuhan yang diperlukan oleh perusahaan sebagai bagian dari komponen produksinya. Ciri khas dari bentuk sub kontrak ini adalah membuat kontrak bersama yang mencantumkan volume, harga dan waktu. Pola ini mempunyai keuntungan yang dapat mendorong terciptanya alih teknologi, modal dan ketrampilan serta menjamin produk kelompok mitra usaha gula semut.

4. Pola Keagenan

Merupakan salah satu bentuk hubungan kemitraan dimana industri kecil pengrajin gula semut diberi hak khusus untuk memasarkan barang dan jasa dari usaha menengah atau usaha besar sebagai mitranya yang bertanggungjawab terhadap produk gula semut yang dihasilkan, sedangkan industri kecil tersebut diberi kewajiban untuk memasarkan produk gula semut tersebut, bahkan disertai dengan target yang harus dipenuhi, sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati.

5. Waralaba

Merupakan salah satu bentuk hubungan kemitraan antara kelompok mitra pengrajin gula semut dengan perusahaan pemberi hak lisensi, merek dagang, saluran distribusi perusahaannya kepada kelompok mitra usaha sebagai penerima waralaba yang disertai dengan bantuan manajemen. Para pemilik usaha waralaba bertanggungjawab terhadap sistem operasi, pelatihan, program pemasaran, merek dagang dan hal lainnya kepada mitra pemegang usaha.

Saat ini, pemegang usaha waralaba hanya mengikuti pola yang ditetapkan pemilik serta memberikan sebagian pendapatan berupa royalti dan biaya yang terkait dengan kegiatan usaha tersebut. Oleh karenanya, implementasi bentuk-bentuk kemitraan tersebut seyogyanya dituangkan dalam bentuk tertulis, mengatur lingkup kemitraan, hak dan kewajiban, bentuk pembinaan, jangka waktu dan penyelesaian perselisihan.

Hal tersebut sangat penting dilakukan agar para pengrajin gula semut Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar bisa lebih terjamin dari segi hukum. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM bahwa Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha dan masyarakat dapat memfasilitasi, mendukung, dan memstimulasi kegiatan kemitraan yang saling membutuhkan, mempercayai, memperkuat dan menguntungkan.

Kemitraan antar UMKM dan kemitraan antar UMKM dengan Usaha besar mencakup proses alih keterampilan di bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, permodalan, SDM dan teknologi. Selanjutnya Menteri dan menteri teknis akan mengatur pemberian insentif bagi Usaha Besar yang melakukan kemitraan dengan UMKM melalui inovasi dan pengembangan produk berorientasi ekspor, penyerapan tenaga kerja, penggunaan teknologi

tepat guna dan ramah lingkungan serta menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan.

Dengan demikian, melalui model kemitraan usaha, tidak hanya pengrajin-pengrajin kecil yang mendapatkan efek manfaat dari adanya kemitraan usaha tersebut, tetapi perusahaan-perusahaan mitra pun juga demikian. Para pengrajin gula semut yang diikat dalam berbagai kelompok usaha tentu jauh lebih muda dibina dan punya peluang lebih besar untuk membangun kemitraan usaha dengan pelaku usaha yang lebih besar. Adanya organisasi bisnis juga menjadi potensi untuk memperluas jaringan pemasaran produk gula semut, bukan hanya pada segmen pemasaran yang kecil (eceran), tapi juga dapat diperluas ke jaringan pasar yang lebih besar seperti grosir.

C. Pelaksanaan Pemasaran Produk Gula Semut Melalui Kemitraan Usaha dalam Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar

Pelaksanaan pemasaran produk gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar pada umumnya desa-desanya cenderung sudah ditunjang oleh sarana dan prasarana yang memadai. Mengingat alokasi dana desa (ADD) yang juga lumayan besar dibandingkan dengan desa-desa pada kabupaten/kota lain. Artinya, secara matematis, desa-desa di Kota Banjar termasuk pula Desa Binangun memiliki potensi yang besar untuk maju dan berkembang.

Hasil pengamatan lapangan yang dilakukan penulis terhadap proses produksi sampai dengan pemasaran gula semut diperoleh gambaran sebagai berikut:

1. Bahan Baku Gula Semut

Bahan baku gula semut sama halnya dengan bahan baku gula pada umumnya yakni dari Air Nira. Hal ini tampak pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.1
Air Nira Bahan Baku Gula Semut



Gambar 4.2
Air Kelapa Bahan Baku Gula Semut



2. Proses Pembuatan Gula Semut

Para produsen gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar pada umumnya masih menggunakan pendekatan tradisional dan belum memiliki rumah produksi yang modern sejenis menggunakan mesin berteknologi tinggi. Hal ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.3
Memasak Air Nira: Bahan Baku Gula Semut



Gambar 4.3 di atas merupakan air nira atau air kelapa yang dimasak di atas kuali dan diproses lebih lanjut untuk menjadi gula semut. Proses ini memakan waktu cukup lama sehingga berjam-jam. Para pengrajin gula semut adakalanya menghabiskan waktu mereka seharian untuk membuat gula semut.

Gambar 4.4
Mengaduk Air Nira: Bahan Baku Gula Semut



Gambar 4.5
Serbuk Gula Semut Telah Terbentuk



Gambar 4.6
Serbuk Gula Semut Sudah Jadi



3. Pengemasan

Para produsen gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar pada umumnya masih mengemas gula semut secara sederhana dan belum memiliki merek dagang yang familiar di mata konsumen.

Gambar 4.7
Kemasan Besar Produk Gula Semut



Gambar 4.8
Kemasan Kecil Produk Gula Semut



4. Pemberian Label

Berikut ini beberapa tampilan gampak produk gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar yang sudah diberikan label:

Gambar 4.9

Produk Gula Semut yang Sudah Diberikan Label



Gambar 4.10

Produk Gula Semut yang Sudah Diberikan Merek Dagang



Gambar 4.11**Produk Gula Semut yang Sudah Diberikan Merek Dagang Aneka Rasa**

Dilihat dari proses pembuatannya, produk gula semut Desa Binangun sebenarnya memiliki potensi pasar yang cukup besar. Asal saja disusun sebuah perencanaan strategi pemasaran produk unggulan Desa Binangun tersebut agar tidak hanya sebatas pulang pokok saja. Adapun model perencanaan strategi pemasaran gula semut tersebut bisa terdiri dari:

1. Penetapan Tujuan

Mengelola sebuah usaha layaknya mengelola organisasi, dimana terbentuk dilandasi dengan sebuah komitmen dan tujuan-tujuan dari organisasi itu sendiri. Para pelaku usaha sering membuat kesalahan yang sama. Mereka memulai kegiatan-kegiatan usaha dan membuat keputusan-keputusan tanpa penetapan suatu kerangka tujuan-tujuan terlebih dahulu, di mana hal ini akan mengarahkan pembuatan keputusan dalam usaha. Tujuan itu sendiri adalah suatu hasil akhir, titik akhir, atau segala sesuatu yang akan dicapai.

2. Segmentasi Pasar

Setelah pengrajin gula semut melakukan proses penetapan tujuan, maka tahap selanjutnya pelaku usaha gula semut menetapkan target pasar

yang ingin ditujunya yang menjadi sasaran dalam proses kegiatan pemasaran produk gula semut. Pada tahap ini pengrajin gula semut menetapkan target pasar atau sasaran yang ingin ditujunya dalam proses pemasaran yaitu masyarakat Jawa Barat khususnya, umumnya seluruh masyarakat Indonesia. Adapun yang menjadi target sasaran bahan baku dan pasar dalam pemasaran produk gula semut tersebut adalah masyarakat pengguna gula kawung (aren).

Demikian pula sasarannya pun bisa menerapkan pola kemitraan seperti yang telah dijelaskan diawal. Pengrajin gula semut dapat menjalin kemitraan dengan perusahaan-perusahaan yang notabene membutuhkan gula sebagai bahan baku. Misalnya, dengan perusahaan permen, coklat, dodol, minuman, dan lain-lain. Sehingga menjaring mata rantai pemasarannya bisa semakin panjang, tidak langsung dari produsen ke konsumen seperti halnya untuk konsumsi rumah tangga biasa.

Mengidentifikasi segmentasi pasar semacam ini tentunya sangat penting karena akan meningkatkan nilai jual gula semut tersebut. Selain itu distribusinya tidak hanya pada pedagang kecil (eceran) saja, tapi juga dapat dikembangkan lebih luas lagi menjadi segmen pasar menengah dan besar, atau bahkan merambah pasar internasional (ekspor).

3. Produk

Sebelum dibentuk organisasi bisnis, untuk melakukan kegiatan pemasaran perlu dilakukan langkah awal yaitu melakukan pengembangan terhadap produk. Produk (*product*). Menurut Kotler dan Keller⁹⁵ adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.

Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan

⁹⁵ Lihat P. Kotler dan K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas: Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 4.

organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Adapun produk yang ditawarkan dalam proses pemasaran adalah produk yang khas di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar yaitu produk gula semut yang akan ditawarkan terhadap konsumen dengan kemasan yang jauh lebih menarik dibanding dengan gula kawung biasa. Namun ada hal penting yang menjadi masalah krusial, yaitu legalitas atau perizinan usaha.

Perizinan usaha atau ihwal seputar legalitas bisnis dapat mendukung usaha agar leluasa berekspansi. Penting sebelumnya untuk memenuhi aspek legalitas produksi terlebih dahulu sebelum produk tersebut dikemas dan dipasarkan. Aspek legalitas tersebut mencakup izin produksi dan izin edar yang didapat dari BPOM, Dinas Kesehatan, dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan.

Sejauh ini pendaftaran makanan dan minuman untuk seluruh wilayah Indonesia ditangani langsung oleh Direktorat Penilaian Keamanan Pangan, Badan POM. Untuk makanan dalam negeri diperlukan fotokopi izin industri dari Departemen Perindustrian dan Perdagangan. Formulir pendaftaran dapat diperoleh di bagian Tata Usaha Direktorat Penilaian Keamanan Pangan, Badan POM, Gedung D Lantai III, Jl. Percetakan Negara No. 23 Jakarta Pusat Telp. 021-4245267. Setelah formulir diisi dengan lengkap, kemudian diserahkan kembali bersama contoh produk dan rancangan label yang sesuai dengan yang akan diedarkan.

Penilaian untuk mendapatkan nomor register pendaftaran disebut penilaian keamanan pangan. Pada dasarnya klasifikasi penilaian pangan ada

dua macam, yaitu penilaian umum dan penilaian ODS (*One Day Service*). Penilaian umum adalah untuk semua produk beresiko tinggi dan produk baru yang belum pernah mendapatkan nomor pendaftaran. Penilaian ODS adalah untuk semua produk beresiko rendah dan produk sejenis yang pernah mendapatkan nomor register pendaftaran.

Untuk mengurus perizinan ini kadangkala agak memancing keengganan. Bayangan tentang energi, waktu juga biaya yang harus dikeluarkan oleh si pengrajin demi mengurus legalitas, belum-belum sudah membikin mual. Berurusan dengan birokrasi juga diakui atau tidak, sering memberikan pengalaman kurang menyenangkan. Tapi, bila pengrajin gula semut memiliki visi membangun bisnis yang besar dan langgeng, tentu keengganan semacam itu tidak layak untuk diindahkan.

Tidak cukup hanya pada perizinan saja, membuka usaha produk di tengah masyarakat Indonesia yang mayoritas didiami pemeluk Islam, isu kehalalan produk menjadi sangat krusial. Sertifikat Halal baru bisa dirilis oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) bila suatu usaha dinilai telah menerapkan sistem jaminan halal (SJH). Antara lain, kebijakan halal, tim manajemen halal, bahan, produk sampai proses produksi yang halal. Butuh waktu pengurusan sekitar 3 bulan dan berlaku untuk 2 tahun bagi sertifikat halal tersebut. Prosesnya memang lumayan panjang karena semua diperiksa dari proses pembuatan sampai pemasok.

4. Tempat (*Place*)

Untuk menjamin kekhasan produk gula semut, semua proses produksi gula semut tersebut harus ditempatkan di Desa Binangun, Kecamatan Pataruman Kota Banjar. Hal ini bertujuan untuk membantu mengangkat citra desa menjadi lebih dikenal dan tentunya berefek pada terbentuknya Desa Binangun menjadi Desa Wisata yang berbasis syariah.

Selanjutnya untuk mengefektifkan pemasaran produk gula semut dapat pula menggunakan berbagai media elektronik maupun cetak. Selama ini hanya dipasarkan melalui mekanisme pemasaran konvensional dari penjual langsung kepada pembeli melalui pasar retail. Padahal pemasaran produk gula semut bias saja dilakukan melalui pembelian secara *online* berbasis *e-commerce*, meskipun kesulitannya adalah terletak pada penguasaan sistem informasi teknologi.

Dengan model kemitraan usaha, para produsen gula semut Desa Binangun dapat memanfaatkan akses perusahaan mitra dan dituangkan dalam kesepakatan kemitraan perihal siapa yang bertanggung jawab dalam aspek-aspek legalitas tersebut diatas. Sehingga masyarakat produsen gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar sebagai pengrajin gula semut hanya fokus saja pada aspek produksi gula semut saja, tetapi juga mencakup semua segmentasi pemasarannya.

D. Pengawasan dan Evaluasi Tingkat Keberhasilan Pemasaran Produk Gula Semut Melalui Kemitraan Usaha dalam Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Pengawasan merupakan salah satu fungsi organisasi setelah perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan. Menurut Mc Farland, *controlling is the process by which an executive gets the performance of his subordinates to correspond as closely as possible to chosen plans, order, objectives, or policies*. (Pengawasan ialah suatu proses di mana pimpinan ingin mengetahui apakah hasil pelaksanaan pekerjaan yang dilakukan oleh bawahannya sesuai dengan rencana, perintah, tujuan, atau kebijakan yang telah ditentukan).⁹⁶

⁹⁶ Lihat penjelasan Mc Farland yang dikutip oleh M. Manulang, *Dasar-Dasar Manajemen, Cet. Kedelapanbelas*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005).

Situmorang dan Juhir⁹⁷ mendefinisikan pengawasan sebagai usaha atau tindakan untuk mengetahui sejauhmana pelaksanaan tugas dilaksanakan menurut ketentuan dan sasaran yang hendak dicapai. Sedangkan menurut Gito Sudarmo⁹⁸, pengawasan adalah usaha untuk mengetahui kondisi dari kegiatan yang sedang dilakukan apakah telah mencapai sasaran yang ditentukan. Adapun George R. Tery⁹⁹ mengartikan pengawasan sebagai mendeterminasi apa yang telah dilaksanakan, maksudnya mengevaluasi prestasi kerja dan apabila perlu, menerapkan tindakan-tindakan korektif sehingga hasil pekerjaan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Selain itu, Robbin yang dikutip Sugandha¹⁰⁰ menyatakan pengawasan itu merupakan suatu proses aktivitas yang sangat mendasar, sehingga membutuhkan seorang manajer untuk menjalankan tugas dan pekerjaan organisasi. Diperkuat oleh Kertonegoro menyatakan pengawasan itu adalah proses melalui manajer berusaha memperoleh keyakinan bahwa kegiatan yang dilakukan sesuai dengan perencanaannya.¹⁰¹

Adapun Terry dalam Sujamto¹⁰² menyatakan Pengawasan adalah untuk menentukan apa-apa yang telah dicapai, mengadakan evaluasi atasannya, dan mengambil tindakan-tindakan korektif bila diperlukan untuk

⁹⁷ Situmorang dan Juhir dalam T. Hani Handoko, *Manajemen*, (Yogyakarta : BPFE, 2003), hlm. 21.

⁹⁸ Lihat penjelasan Gito Sudarmo dalam T. Hani Handoko, *Manajemen*, (Yogyakarta : BPFE, 2003), hlm. 89.

⁹⁹ George R. Tery yang dikutip oleh Rizki Pasa, *Pengertian Pengawasan Menurut Para Ahli*, petikan artikel dalam <https://rizkypasa.blogspot.co.id/2014/11/pengertian-dan-fungsi-pengawasan.html> diakses tanggal 27 Agustus 2017.

¹⁰⁰ Robin dalam Sugandha, *Pengertian Pengawasan* dhttp://www.spengetahuan.com/2016/10/pengertian-pengawasan-menurut-para-ahli-lengkap.html yang diakses tanggal 27 Agustus 2017.

¹⁰¹ Kertonegoro yang dikutip oleh Rizki Pasa, *Pengertian Pengawasan Menurut Para Ahli*, petikan artikel dalam <https://rizkypasa.blogspot.co.id/2014/11/pengertian-dan-fungsi-pengawasan.html> diakses tanggal 27 Agustus 2017.

¹⁰² Tery dalam Sujamto *Pengertian Pengawasan* dhttp://www.spengetahuan.com/2016/10/pengertian-pengawasan-menurut-para-ahli-lengkap.html yang diakses tanggal 27 Agustus 2017.

menjamin agar hasilnya sesuai dengan rencana. Dale dalam Winardi¹⁰³ dikatakan bahwa pengawasan tidak hanya melihat sesuatu dengan seksama dan melaporkan hasil kegiatan mengawasi, tetapi juga mengandung pengertian perlu untuk memperbaiki dan meluruskannya sehingga mencapai tujuan yang sesuai dengan apa-apa yang telah direncanakan.

Demikian pula Admosudirdjo dalam Febriani¹⁰⁴ mengatakan bahwa pada pokoknya pengawasan adalah keseluruhan daripada kegiatan yang membandingkan atau mengukur apa yang sedang atau sudah dilaksanakan dengan kriteria, norma-norma, standar atau rencana-rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Siagian¹⁰⁵ menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan pengawasan adalah proses pengamatan daripada pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi untuk menjamin agar supaya semua pekerjaan yang sedang dilakukan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya.

Dengan demikian secara sederhana pengawasan adalah sebagai suatu usaha sistematis oleh manajemen untuk membandingkan kinerja standar, rencana, atau tujuan yang telah ditentukan terlebih dahulu untuk menentukan apakah kinerja sejalan dengan standar tersebut dan untuk mengambil tindakan penyembuhan yang diperlukan untuk melihat bahwa sumber daya

¹⁰³ Dale dalam Winardi yang dikutip oleh Rizki Pasa, *Pengertian Pengawasan Menurut Para Ahli*, petikan artikel dalam <https://rizkypasoa.blogspot.co.id/2014/11/pengertian-dan-fungsi-pengawasan.html> diakses tanggal 27 Agustus 2017.

¹⁰⁴ Admosudirdjo dalam Febriani yang dikutip oleh Rizki Pasa, *Pengertian Pengawasan Menurut Para Ahli*, petikan artikel dalam <https://rizkypasoa.blogspot.co.id/2014/11/pengertian-dan-fungsi-pengawasan.html> diakses tanggal 27 Agustus 2017.

¹⁰⁵ Siagian *Pengertian Pengawasan* dhttp://www.spengetahuan.com/2016/10/pengertian-pengawasan-menurut-para-ahli-lengkap.html yang diakses tanggal 27 Agustus 2017.

manusia digunakan dengan seefektif dan seefisien mungkin didalam mencapai tujuan.

Dalam beberapa pendapat pengawasan juga sering diidentikan dengan kontrol (*controlling*) yang semakna dengan pengendalian, yang mana merupakan kegiatan menilai dan memberikan perbaikan-perbaikan terhadap kinerja bawahan untuk menjamin bahwa kegiatan tersebut terlaksana sesuai dengan rencana. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan pengendalian bisnis, yaitu:

1. Pengendalian umpan maju (*feedforward controls*), yang dilakukan sebelum pekerjaan dimulai, untuk mengantisipasi kemungkinan masalah yang akan muncul serta melakukan tindakan-tindakan pencegahan;
2. Pengendalian konkuren (*concurrent controls*) yaitu memusatkan proses pengendalian pada kegiatan yang sedang berjalan atau proses pelaksanaan suatu pekerjaan. Cara ini disebut juga *steering controls*, yaitu memonitor pekerjaan atau kegiatan yang sedang berjalan untuk meyakinkan bahwa semua kegiatan, proses dan prosedur telah berjalan dengan baik, sesuai dengan ketentuan yang direncanakan;
3. Pengendalian umpan balik (*feedback controls*). Yang disebut juga *postaction controls*, yaitu pengukuran dan perbaikan yang dilakukan setelah satu atau semua pekerjaan dilakukan.

Kemudian dilihat dari segi prosesnya, pengawasan dalam kegiatan bisnis seperti pemasaran produk meliputi tiga tahapan proses, yaitu:

1. Proses Penentuan Standar

Yaitu penentuan ukuran-ukuran yang dipergunakan sebagai dasar penentuan tingkat pencapaian tujuan yang telah ditentukan. Dalam hal merumuskan kebijakan pengawasan hendaknya ditentukan pula ukuran-ukuran keberhasilan dari suatu kegiatan pemasaran.

2. Proses Evaluasi dan Proses Penilaian

Yaitu melakukan pengukuran terhadap realita yang telah terjadi, kemudian dibandingkan dengan ukuran-ukuran standar yang telah ditentukan. Pengukuran dan penilaian adalah merupakan proses evaluasi, atau sering juga disebut proses verifikasi. Dari proses evaluasi atau verifikasi akan ditemukan adanya tingkat pencapaian tujuan serta kemungkinan terjadinya berbagai penyimpangan terhadap tujuan yang telah ditentukan.

3. Proses Perbaikan

Yaitu suatu tahapan mencari jalan keluar untuk mengambil langkah-langkah tindakan korelasi terhadap penyimpangan-penyimpangan yang terjadi akibat dari kebijakan pengawasan yang tidak tepat.

Tujuan utama dari pengawasan bisnis dalam pemasaran produk gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar adalah untuk mengetahui apakah hasil pelaksanaan pekerjaan yang dilakukan oleh produsen gula semut telah sesuai/tidak sesuai dengan rencana, perintah, tujuan, atau kebijakan yang telah ditentukan. Dengan pengawasan tersebut dapat diketahui sejauhmana kinerja produsen dapat melaksanakan tugas pokok dan fungsinya sesuai dengan standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

Berdasarkan pemikiran logis tersebut di atas, pengawasan dalam pemasaran produk gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar umumnya memiliki satu tujuan yang mencakup monitoring terhadap keseluruhan kegiatan pengawasan, mulai strategi sampai ke operasional. Dengan demikian dapat diketahui apakah pemasaran produk gula semut telah berhasil sesuai dengan harapan atau tidak.

Gambar 4.12
Ibu-ibu Pengrajin Gula Semut Sedang Berdiskusi
Pengembangan Usaha



Mengacu kepada pengamatan di lapangan, penulis juga mencatat sejumlah kendala yang dihadapi di lapangan dalam manajemen pemasaran produk gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar, antara lain:

1. Supra Struktur

Dari segi supra struktur tantangan dan kendala yang akan dihadapi dalam manajemen pemasaran produk gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar yang mencakup atas kurangnya sumber daya manusia yang memiliki perhatian dan kompetensi di bidang pemasaran, khususnya bagi mereka yang secara personal aktif menjadi praktisi pemasaran. Oleh karena itu, dalam konteks ini diperlukan peran maksimal instansi terkait untuk memberikan pembinaan dalam pelatihan mulai dari proses produksi sampai dengan pemasaran produk gula semut tersebut.

Selain itu, kalangan produsen gula semut juga dapat menjalin kerja sama dengan lembaga terkait dalam mensosialisasikan strategi pemasaran

melalui pendidikan, pelatihan, workshop, seminar dan sebagainya. Upaya instansi terkait seperti Dinas Perdagangan, Dinas Koperasi dan UKM, serta Dinas Sosial P3A Kota Banjar perlu memberikan perhatian yang lebih besar untuk mendorong peningkatan kemampuan produsen gula semut dalam memasarkan produknya.

Pada gilirannya akan tumbuh semacam kepercayaan dari para konsumen terhadap kualitas dan kuantitas produk gula semut hasil produksi dari Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar. Jika kepercayaan tersebut tumbuh, maka para produsen rumahan gula semut tersebut akan dilirik oleh kalangan pasar baik itu pasar skala kecil dan menengah maupun pasar dalam skala besar.

2. Infra Struktur

Upaya untuk mengembangkan manajemen pemasaran produk gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar ke depan akan dihadapkan kepada tantangan dan hambatan dari segi infra struktur yang mencakup atas:

- a. Keterbatasan sarana dan prasarana penunjang produksi dan distribusi yang dimiliki oleh produsen gula semut;
- b. Keterbatasan kemampuannya produsen gula semut untuk membuka warung retail dan distribusi produk dalam skala besar karena ketiadaan modal yang memadai;
- c. Minimnya dukungan instansi terkait dalam bentuk permodalan kepada para produsen gula semut, karena usaha mereka umumnya dibentuk oleh, dari dan untuk masyarakat dalam wilayah mereka sendiri.

Untuk itu diperlukan suatu penyusunan rencana-rencana ke depan dan juga menentukan langkah-langkah strategis bagi pengembangannya, diperlukan kemitraan usaha dengan pelaku usaha besar untuk membuka peluang pemasaran dalam skala yang lebih luas. Sebagai contoh, perusahaan waralaba dapat menampung gula semut sebagai salah satu komoditas

unggulan yang dijual secara terbuka dan luas di pasar modern. Hal ini dapat dilakukan di masa mendatang di bawah pembinaan dan pengawasan instansi pemerintah terkait melalui program bapak angkat.

Ada beberapa solusi yang dapat diambil pemerintah daerah untuk mendorong waralaba besar di Kota Banjar seperti Toserba Griya dan Pajajaran dalam mengatasi berbagai tantangan dan kendala kemitraan tersebut adalah:

1. Dari segi supra struktur, Toserba Griya dan Pajajaran dapat melakukan pembinaan intensif yakni meningkatkan wawasan, pengetahuan dan keterampilan para produsen gula semut untuk membuat komoditas unggulan yang dimungkinkan laku di pasar modern. Selain itu mereka dapat memberikan penyuluhan langsung kepada masyarakat dan sekaligus menjadi alat untuk menarik masyarakat menjadi mitra Toserba Griya dan Pajajaran di Kota Banjar;
2. Dari segi infra struktur, Toserba Griya dan Pajajaran di Kota Banjar dapat melakukan berbagai jenis kerja sama dengan lembaga lainnya yang diperkirakan dapat membantu program pengembangan ekonomi usaha kecil dan menengah. Hasil dari kerja sama tersebut tidak saja akan menguntungkan Toserba Griya dan Pajajaran, tetapi juga lembaga lainnya dapat memperoleh keuntungan baik dari segi programnya maupun material. Ini sejalan dengan visi perusahaan waralaba tersebut sebagai mitra usaha kecil dan menengah.

Berdasarkan gambaran tersebut, maka cukup jelaslah bahwa waralaba juga memberikan kontribusi dalam pengembangan usaha kecil dan menengah seperti halnya membantu produsen gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar dalam memasarkan produknya. Tuntutan dan kebutuhan masyarakat terhadap akses kemitraan usaha dengan waralaba besar tidak akan diwujudkan jika perusahaan waralaba tersebut tidak

mendapatkan perhatian dan dukungan dari masyarakat itu sendiri. Terlebih lagi kalangan usaha kecil dan menengah yang berbasis syaria'ah hendaknya dapat diberikan peluang memasarkan produknya melalui kemitraan usaha dengan Toserba Griya dan Pajajaran di Kota Banjar.

Hingga saat ini masih terdapat sejumlah permasalahan mendasar yang dirasakan sebagai kendala utama bagi berkembangnya usaha kecil dan menengah di Indonesia. Beberapa di antaranya adalah sebagai berikut:¹⁰⁶

1. Masih rancunya definisi dari usaha mikro, kecil dan menengah, sehingga terjadi penafsiran yang berbeda antara kalangan perbankan dengan instansi pemerintah terkait;
2. Belum adanya perlindungan hukum bagi usaha di bidang keuangan mikro, sehingga resiko kerugian yang diderita oleh nasabah sebagai akibat dari kelalaian dalam mengelola UKM masih belum cukup terlindungi. Demikian pula resiko kerugian yang diderita oleh UKM belum dapat dipertanggungjawabkan kepada pihak lain melalui mekanisme penjaminan;
3. Belum adanya ketentuan hukum yang mengatur tentang lembaga penjaminan simpanan mengakibatkan UKM menjadi lembaga yang kurang menarik bagi masyarakat yang ingin menempatkan simpanannya dalam UKM, sehingga mendorong UKM bertumpu pada sumber pembiayaan yang lebih mahal;
4. Tertutupnya izin baru bagi pendirian lembaga penjaminan kredit dirasakan sebagai salah satu kendala bagi tumbuhnya UKM di berbagai daerah, meskipun di daerah tersebut terdapat potensi dana yang cukup signifikan bagi pembentukan UKM;

¹⁰⁶ B.S. Kusmuljono, "*Strategi Pemberdayaan Lembaga Keuangan Mikro di Indonesia*" dalam <http://www.pnm.co.id/content.asp?id=790&mid=77> diakses 27 Agustus 2017.

5. Adanya larangan bagi Pemda untuk melakukan penjaminan hutang (Pasal 10 PP Nomor 107 Tahun 2001). Oleh karena itu perlu dipikirkan mengenai adanya langkah terobosan bagi pengembangan skema baru untuk penjaminan, misalnya melalui revisi PP disesuaikan dengan perkembangan kebutuhan;
6. Status kelembagaan yang masih "menggantung", di mana sebagiannya masih belum berbadan hukum dan belum memenuhi persyaratan/kewajiban sebagai perusahaan yang berbadan hukum;
7. Masalah Pengaturan dan Pengawasan, dimana UU UKM juga belum banyak mengatur satu jenis UKM, di mana pengawasan dan pembinaan terhadap UKM dilakukan oleh pemerintah masih lemah;
8. Status hukum UKM lain banyak yang belum jelas, baik yang masih merupakan lembaga informal, maupun yang telah berbadan hukum seperti yayasan atau lembaga yang dibentuk melalui program pemerintah, keputusan gubernur atau bupati dan sebagainya.

Di luar permasalahan seperti tersebut di atas, masih terdapat sejumlah masalah lain yang terkait dengan aspek lingkungan usaha yang kurang kondusif bagi berkembangnya UKM, antara lain kurangnya perlindungan bagi usaha mikro dalam menghadapi persaingan global, kurangnya keberpihakan yang nyata pada usaha mikro, dan kurangnya insentif yang konstruktif bagi pengembangan usaha mikro. Berbagai permasalahan tersebut telah memberikan andil pada kurang berkembangnya UKM di Indonesia pada umumnya dan di Jawa Barat pada khususnya.

Jika merujuk kepada data pemetaan ekonomi UKM yang ada di Departemen Koperasi dan UKM Jawa Barat tahun 2005, diperoleh gambaran umum bahwa jumlah UKM di Jawa Barat kurang lebih sebanyak 7,1 juta unit atau 99% dari total pelaku usaha di Jawa Barat. Penyebaran UKM berada di tiga sector yakni Pertanian sebanyak 52,52%, Perdagangan-

Hotel dan Restoran sebanyak 26,75% serta Angkutan-Komunikasi sebanyak 8,81%.

Selain itu tercatat hingga akhir 2005, tenaga kerja yang diserap oleh UKM sebanyak 12,980 orang atau 93% dari total pekerja di Jawa Barat. Lebih dari itu, kontribusi KUKM terhadap Pendapatan Domestik dan Restribusi Jawa Barat mencapai angka 61,58% dari total PDRB secara keseluruhan. Jumlah koperasi mencapai 18.895 unit, dengan jumlah anggota sebanyak 5.131.925 orang. Modal yang terkumpul sebanyak Rp. 5,03 trilyun dan SHU yang dibagikan sebanyak 0,92 trilyun.¹⁰⁷

Angka tersebut tentunya merupakan jumlah yang cukup signifikan berdasarkan kepada tingkat populasi jumlah penduduk Jawa Barat yang cukup banyak dibandingkan dengan daerah-daerah lainnya di Indonesia. Sebagaimana tercatat dalam data Biro Pusat Statistik (BPS) Tahun 2013, penduduk di Jawa Barat tercatat lebih dari 45,5 juta jiwa sebagai yang terbanyak di Indonesia.

Oleh karenanya, dalam upaya memasarkan produk gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar perlu melihat beberapa permasalahan mendasar yang dihadapi dalam kemitraan usaha antara UKM dengan perusahaan waralaba, di antaranya yaitu:¹⁰⁸

1. Penerapan teknologi di UKM yang masih rendah;
2. Kualitas SDM UKM relatif masih rendah;
3. Akses KUKM terhadap sumber modal masih terbatas;
4. Kualitas SDM pengelola Koperasi dan UKM yang masih rendah;
5. Citra Koperasi dan UKM yang kurang baik di masyarakat;

¹⁰⁷ Dinas Koperasi dan UKM Propinsi Jawa Barat, *"Program Pengembangan Koperasi dan UKM"* makalah dalam seminar *"Strategi Mutakhir Percepatan Pemberdayaan UKM di Jawa Barat"* tanggal 22 Agustus 2005.

¹⁰⁸ *Ibid.*

6. Masih kurangnya promosi pembentukan citra komoditi dan produk yang memiliki daya saing di pasaran;
7. Kerja sama antar UKM masih rendah dengan tingkat persaingan yang kurang sehat antar UKM itu sendiri;
8. Informasi pasar yang belum banyak tersebar ke produsesn dan sebaliknya informasi produksi tidak sampai ke pasar.

Selanjutnya dalam rangka memberdayakan ekonomi masyarakat melalui manajemen pemasaran produk gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar, pemerintah daerah juga perlu terus mengoptimalkan sejumlah program kerja untuk mendorong percepatan pembangunan dan peningkatan taraf hidup masyarakat, khususnya bagi kalangan pelaku usaha mikro sektor riil.

Terlebih lagi apabila dilihat dari kedudukannya, kalangan pelaku usaha kecil dan menengah merupakan pilar atau penyangga sistem perekonomian nasional. Tanpa adanya pelaku usaha kecil dan menengah, perekonomian suatu negara tidak akan berdiri kokoh dan kuat, sebab sektor riil menjadi jantung perekonomian yang mampu memenuhi segala keperluan hidup masyarakat sehari-hari.

Kemudian strategi apa yang paling efektif untuk mengoptimalkan peran pemerintah dalam mendorong pemberdayaan usaha kecil dan menengah bagi percepatan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Ada beberapa strategi yang dapat ditempuh pemerintah, antara lain:¹⁰⁹

1. Pemerintah memberi keleluasaan dan kesempatan yang lebih luas untuk membangun infra struktur dan supra struktur ekonomi di Indonesia secara sistematis, organis dan berkesinambungan;

¹⁰⁹ Deni K. Yusup, *Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan Melalui Kemitraan Usaha BMT dan UKM*, makalah Diskusi Reguler BEMJ Muamalah KBM IAIN SGD Bandung, Mei 2004.

2. Pelaku usaha besar hendaknya tidak hanya menawarkan diri sebagai lembaga sosial masyarakat, tetapi juga harus menyelenggarakan program pemberdayaan ekonomi masyarakat sejenis pelatihan dan pembinaan terhadap kelompok-kelompok usaha binaan skala kecil dan menengah;
3. Kalangan investor hendaknya memprioritaskan penyaluran kredit modal usaha kepada kelompok-kelompok usaha binaan yang memiliki kegiatan usaha yang produktif;
4. Pemerintah dan swasta dapat bekerja sama melakukan pembinaan tersebut untuk tujuan memberdayakan kegiatan usaha kecil dan menengah;
5. Pengembalian kredit usaha dan pembiayaan diatur melalui suatu mekanisme yang jelas, terstruktur, terencana dan disepakati semua pihak yang terlibat dalam program tersebut.

Untuk melaksanakan program tersebut, pemerintah daerah tidak dapat berdiri sendiri, tetapi hendaknya menjalin bekerja sama dengan semua pihak yakni perguruan tinggi, pengusaha swasta, pemodal maupun mereka yang komitmen terhadap pemberdayaan ekonomi rakyat di Indonesia. Program ini hendaknya memberi prioritas bagi pembinaan usaha kecil dan menengah, karena fundamental ekonomi lebih tepat dibangun mulai dari lapisan bawah. Sasaran utama strategi tersebut adalah percepatan pertumbuhan ekonomi Indonesia agar tidak terus bergantung kepada pinjaman hutang luar negeri.

Di samping itu, perguruan tinggi, pemerintah dan pelaku usaha besar hendaknya dapat menjadi mediator dan sekaligus fasilitator yang mampu mempersatukan para konglomerat dengan kalangan usaha kecil dan menengah. Upaya membangun kembali pilar-pilar sistem ekonomi syariah di Indonesia dapat dimulai dari bawah melalui program kemitraan usaha antara pengusaha besar dengan para pengusaha kecil dan menengah. Sebab,

kelangsungan kegiatan usaha para pengusaha besar pun sangat bergantung kepada masyarakat bawah itu sendiri. Hal ini merupakan salah satu alternatif yang dapat dilakukan oleh pemerintah dan kalangan pelaku usaha untuk membangun sistem ekonomi Islam di Indonesia, sehingga dapat menjadi sentral ekonomi di kawasan Asia dan Pasifik.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, strategi pengembangan ekonomi syari'ah melalui pemberdayaan ekonomi kerakyatan dan kemitraan usaha dapat dilakukan secara optimal. Hal ini juga akan menumbuhkan kepercayaan positif dari masyarakat pelaku usaha kecil dan menengah terhadap pemerintah dan pelaku usaha besar seperti perusahaan waralaba. Masyarakat akan lebih memilih mereka sebagai prioritas mitra usaha (*business partner*), karena keberpihakannya lebih jelas dan terasa bagi pelaku usaha skala kecil dan menengah.

Gambar 4.13

Tim Pokja PKM LP2M UIN SGD Bandung Menggelar Workshop Manajemen Pemasaran Gula Semut di Desa Binangun



Untuk mengembangkan kemajuan kalangan usaha kecil dan menengah, perlu diambil langkah-langkah berikut:¹¹⁰

1. Adanya kemudahan mendapatkan izin usaha kecil dan menengah. Izin usaha tersebut hendaknya cukup sederhana, dapat ditangani secara mudah, praktis dan dimengerti oleh para pengusaha yang sebagian besar berpendidikan dasar atau yang setingkat dengannya;
2. Semua pihak yang terlibat dalam kerjasama dengan instansi terkait agar mempunyai motivasi yang tinggi bukan saja dalam mendirikan, tetapi juga membina dan mengembangkan lebih lanjut usaha kecil dan menengah tersebut. Sehingga lembaga tersebut dapat berfungsi efektif bagi kepentingan masyarakat banyak, khususnya kalangan usaha kecil dan menengah;
3. Lembaga pembiayaan dibutuhkan perannya untuk melayani keperluan bisnis para pengusaha kecil dan menengah yang membutuhkan modal usaha agar mereka bisa mengembangkan usahanya sendiri;
4. Usaha kecil dan menengah memiliki karakteristik dan ciri yang khas sebagai lembaga wirausaha yang menawarkan produk-produk dan kesemuanya dibutuhkan oleh masyarakat (konsumen);
5. Manajemen/tata kelola usaha kecil dan menengah perlu melakukan perbaikan dan pembenahan internal dengan sungguh-sungguh agar mampu bertahan sebagai lembaga usaha mikro yang dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini berkaitan dengan tujuan pembangunan ekonomi kerakyatan, perbaikan pasar dan globalisasi informasi. Keuntungan ekonomi tentu akan diperoleh oleh usaha kecil dan menengah apabila mereka mampu menjadi mitra usaha kalangan usaha

¹¹⁰ Hasil wawancara penulis dengan pimpinan dan karyawan Toserba Griya dan Toserba Pajajaran Kota Banjar tanggal 18 Juli 2014.

besar melalui kerjasama pemasaran produk yang dilakukan secara terus-menerus;

6. Untuk dapat melaksanakan sistem bagi hasil dalam kemitraan usaha dengan perusahaan waralaba secara berkelanjutan tentu diperlukan sikap amanah dan saling percaya mempercayai. Sikap amanah dan saling percaya ini dapat terus dikembangkan dan dipupuk bilamana kegiatan-kegiatan ekonomi diikuti dengan kegiatan-kegiatan soaial. Hal ini dapat mengingatkan dan menanamkan prinsip-prinsip moral, intelektual, keagamaan dan ekonomi kepada semua pelaku usaha.

Kondisi tersebut akan sulit diupayakan, kecuali jika pelaku usaha besar seperti perusahaan waralaba melaksanakan berbagai jenis investasi, terutama investasi sumber daya manusia baik dari segi waktu, perhatian dan dana. Investasi waktu dibutuhkan masyarakat karena ide-ide yang tepat tidak datang dengan sendirinya. Anggaran dasar, anggaran rumah tangga, cara kerja, dan strategi operasional perusahaan waralaba hendaknya dapat merepresentasikan prinsip-prinsip ekonomi syari'ah yang disesuaikan dengan kebutuhan ekonomi masyarakat.

Untuk mendukung pemberdayaan kegiatan kemitraan usaha kecil dan menengah dengan perusahaan waralaba, perlu menjalin suatu kerjasama dengan institusi-institusi terkait. Misalnya saja dengan Dinas Koperasi dan UKM yang memiliki strategi pengembangan UKM sebagai berikut:¹¹¹

1. Konsolidasi gerakan koperasi dan UKM;
2. Identifikasi UKM potensial dan unggul;
3. Pemetaan sentra UKM sebagai klaster;
4. Penguatan jejaring aliansi antar Koperasi dan UKM;
5. Membangun sistem pembiayaan UKM;

¹¹¹ Dinas Koperasi dan UKM Propinsi Jawa Barat, *op.cit.*

6. Pengembangan kegiatan Koperasi dalam industri pengolahan untuk meningkatkan nilai tambah komoditi;
7. Membangun *cooperative farming* dan *cooperative manufacturing*;
8. Membangun pusat distribusi produk UKM; dan
9. Penyediaan informasi pasar dan sumber daya bisnis UKM.

Melalui strategi di atas, diharapkan seluruh komponen terkait dapat ikut berperan serta aktif dalam mewujudkan pencapaian sasaran dan tujuan pemberdayaan UKM di Jawa Barat, yakni:¹¹²

1. Menguatnya kualitas SDM UKM;
2. Tergalinya potensi sumber daya ekonomi berbasis kerakyatan;
3. Berkembangnya investasi yang memadai di sektor riil;
4. Terbukanya peluang dan kesempatan kerja;
5. Meningkatnya pendapatan pengusaha dan karyawan UKM;
6. Terbentuknya model promosi produk dan aktifitas UKM di Jawa Barat;
7. Merangsang institusi lainnya untuk mengembangkan potensi ekonomi yang belum tergali.

Adapun sasaran utama program pemberdayaan usaha kecil dan menengah yang dikehendaki adalah:¹¹³

1. Pertumbuhan investasi dan peningkatan kesejahteraan ekonomi di semua sector;
2. Pengembangan ekonomi yang berwawasan syari'ah;
3. Partisipasi gender dalam pengembangan UKM;
4. Jejaring penguatan sentra ekonomi berbasis syari'ah dan kerakyatan;
5. Penguatan lembaga intermediasi dan interkoneksi antara pengelola UKM.

¹¹² *Ibid.*

¹¹³ *Ibid.*

Sebagai gambaran konkrit, dapat dilihat dari pola kemitraan UKM dengan BUMN yang sejak awal tahun 1990 pemerintah telah mewajibkan BUMN untuk menyisihkan 1-5 persen labanya untuk Program Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK). Hingga kini telah disalurkan lebih dari Rp. 2 triliun dengan 250 ribu mitra binaan. Latar belakang diwajibkannya BUMN melakukan pembinaan terhadap Usaha Kecil, Menengah dan Koperasi (UMKK) antara lain untuk meningkatkan gairah perekonomian, memperluas lapangan kerja, pemerataan pembangunan, serta peningkatan taraf hidup rakyat. Pembinaan itu bisa berupa pinjaman modal atau pemberian hibah untuk pendidikan, pelatihan, penelitian, pengkajian, dan pemagangan. Selain itu juga bisa berupa penyertaan, yaitu khusus untuk modal ventura.¹¹⁴

Pengelolaan dan penyaluran dana tersebut menjadi kewenangan direksi BUMN tersebut dengan pertimbangan bahwa program ini merupakan wujud kepedulian perusahaan dalam mengembangkan potensi ekonomi rakyat dan sekaligus juga menciptakan kemitraan dengan pengusaha kecil dan koperasi. Salah satu kewajiban BUMN yang membina usaha kecil dan koperasi adalah menyiapkan dan menyalurkan dana kepada mitra binaan serta melakukan pembukuan atas penggunaan dana tersebut untuk diaudit dan dipertanggung jawabkan dalam RUPS. Kinerja pembinaan usaha kecil dan koperasi akan menjadi salah satu aspek dalam penilaian tingkat kesehatan BUMN, meliputi tingkat efektivitas penyaluran dan kolektibilitas pengembaliannya.

¹¹⁴ Penulis mengutip dari artikel/makalah Sekretaris Menteri Koperasi dan UKM tentang *"Membangun Kemitraan UKM-BUMN"* dalam diskusi panel *"Meraih Sukses Bersama BUMN, Membangun Kemitraan UKM-BUMN"* di Jakarta tanggal 6 November 2001. Uraian lengkap dapat dilihat dalam <http://www.pnm.co.id/content.asp?id=254&mid=77> diakses 27 Juli 2014.

Hingga tahun 2000, jumlah dana yang telah disalurkan (termasuk hibah), mencapai Rp. 2,074 triliun dengan jumlah mitra binaan lebih dari 250 ribu. Sedangkan alokasi untuk tahun 2001 mencapai Rp 670 miliar. Dari besarnya dana yang disalurkan dan banyaknya jumlah mitra binaan, tampak bahwa BUMN telah memberikan sumbangan yang cukup besar dalam pengembangan usaha kecil dan koperasi. Tingkat keberhasilannya dapat dilihat dari perkembangan mitra binaan, termasuk peningkatan dalam penyerapan tenaga kerja.

Peranan BUMN sebagai pembina usaha kecil dan koperasi kiranya tidak hanya dalam pendanaan, tetapi juga pembinaan dan pengembangan di bidang produksi/ pengolahan, pemasaran, permodalan, sumber daya manusia dan teknologi, sehingga kemitraan itu bisa lebih luas. Pelaksanaan Program PUKK ini ternyata tidak selalu berjalan dengan baik karena beberapa faktor berikut:¹¹⁵

1. Organisasi yang dibentuk untuk menangani PUKK belum bekerja secara optimal, baik karena keterbatasan SDM, belum mandiri, dan tidak sesuai dengan dana yang dikelola;
2. Sebagian besar binaan belum secara rutin menyampaikan laporan triwulan maupun tahunan, hal ini menyulitkan BUMN pembina untuk melakukan monitoring perkembangan usaha mitra binaan;
3. Pemilihan mitra binaan kurang selektif sehingga menyebabkan tingginya prosentase kemacetan (rata-rata mencapai 20 persen);
4. Belum adanya sistem informasi PUKK yang menyeluruh, sehingga sulit untuk melakukan pendataan dan monitoring terhadap perkembangan baik jumlah dana yang disalurkan, kinerja usaha mitra binaan, jenis usaha mitra binaan maupun informasi lainnya;

¹¹⁵ *Ibid.*

5. Peranan koordinator BUMN pembina di tiap daerah belum optimal, sehingga masih terdapat duplikasi pembiayaan, dan masih kurangnya koordinasi antara BUMN koordinator dengan BUMN pembina lainnya;
6. Masih tingginya saldo dana PUKK di masing-masing BUMN pembina pada setiap tahunnya; dan
7. Kurangnya sosialisasi program PUKK kepada calon mitra binaan sehingga ada anggapan bahwa dana PUKK bukan pinjaman tetapi bantuan hibah yang produktif.

Dengan upaya tersebut diharapkan pembinaan usaha kecil, menengah dan koperasi dapat terus dikembangkan, baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya sehingga akan muncul usaha kecil dan koperasi yang tangguh dan dapat memberikan *multiplier effect* bagi upaya pemulihan ekonomi. Untuk kelancaran penyaluran dana PUKK tersebut pihak BUMN dapat menjalin kerjasama dengan lembaga-lembaga lain, dengan tujuan untuk memperlancar penyaluran dan pengembaliannya. Namun keterlibatan lembaga lain tersebut hanya bersifat pendampingan, sedangkan pengelolaan dan penyalurannya tetap menjadi kewenangan Direksi BUMN.

Disamping point-point di atas, hal yang tak kalah pentingnya perusahaan waralaba dan pihak perbankan juga perlu memperhatikan kebijakan dan strategi pemberdayaan usaha kecil dan menengah yang selama ini ditetapkan oleh Menteri Koperasi dan UKM, antara lain:¹¹⁶

1. Sasaran Pemberdayaan UKM

Keberdayaan lembaga perbankan sebagai lembaga intermediasi yang berfungsi menarik, mengelola dan menyalurkan dana masyarakat perlu menetapkan sasaran sebagai berikut:

¹¹⁶ Suryadharma Ali, "Kebijakan dan Regulasi Pemerintah Sektor UKM", makalah dalam seminar tentang "Strategi Mutakhir Percepatan Pemberdayaan UMKM" di Jakarta tahun 2005.

- a. Meningkatkan produktivitas UMKM melebihi laju pertumbuhan produktivitas nasional;
- b. Meningkatkan proporsi usaha kecil formal;
- c. Meningkatkan nilai ekspor produk UKM dengan laju pertumbuhan lebih tinggi dari laju nilai tambahnya;
- d. Berfungsinya sistem untuk menumbuhkan wirausaha baru berbasis peman-faatan iptek dan alih teknologinya;
- e. Meningkatkan kualitas kelembagaan dan organisasi UMKM sesuai dengan jati dirinya.

2. Arah Kebijakan Pemberdayaan UKM

Arah kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah dalam pemberdayaan usaha kecil dan menengah sebaiknya menerapkan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Pengembangan untuk memberi kontribusi pada pertumbuhan, penciptaan lapangan kerja dan peningkatan daya saing usaha mikro pada peningkatan pendapatannya;
- b. Memperkuat kelembagaan dengan menerapkan prinsip clean government organization yang dijabarkan pada pengelolaan usaha kecil dan menengah secara professional;
- c. Memperluas basis dan kesempatan berusaha serta menumbuhkan minat wirausaha baru berkeunggulan (tenaga terdidik dan terampil, adopsi teknologi dan klaster);
- d. Mengembangkan usaha kecil dan menengah agar berperan dalam penyediaan barang dan jasa domestik untuk membangun fundamental ekonomi yang kuat di kalangan masyarakat dan pelaku usaha.
- e. Membangun sistem dan jaringan usaha kecil dan menengah yang kuat baik dari segi kelembagaan maupun dukungan dari stakeholdernya secara mandiri.

3. Program-program Pemberdayaan UKM

Selain menetapkan sasaran dan arah kebijakan yang jelas, Bank Jabar Syari'ah pun perlu menerapkan beberapa program yang tepat bagi pemberdayaan UKM di Jawa Barat, antara lain:¹¹⁷

a. Penciptaan Iklim Usaha, dengan cara:

- 1) Penyempurnaan beberapa ketentuan teknis dan non teknis untuk mempermudah UKM dalam mendapatkan modal usaha;
- 2) Formalisasi badan usaha UMK;
- 3) Peningkatan kelancaran arus (sirkulasi) barang dan jasa;
- 4) Peningkatan kemampuan mengelola UMK;
- 5) Pengembangan pelayanan perizinan;
- 6) Penilaian dampak regulasi terhadap perkembangan UKM;
- 7) Peningkatan kualitas SDM pengelola UMK;
- 8) Peningkatan dan penyebarluasan kualitas informasi UKM.

b. Pengembangan Sistem Pendukung Usaha, dengan cara:

- 1) Penyediaan fasilitas untuk mengurangi hambatan akses terhadap sumber daya produktif;
- 2) Peningkatan peran serta dunia usaha dan masyarakat dalam menyediakan teknologi, manajemen, pemasaran, informasi dan konsultan;
- 3) Peningkatan kapasitas kelembagaan UKM dan KSP/USP berbasis syari'ah;
- 4) Perluasan sumber pembiayaan berbasis syari'ah;
- 5) Peningkatan efektifitas dan efisiensi pengelola dana di segala sektor usaha;
- 6) Mengatasi kesenjangan fasilitas kredit;
- 7) Pengembangan dan perkuatan lembaga penelitian;

¹¹⁷ *Ibid.*

- 8) Pengembangan dan revitalisasi litbang bagi UKM berbasis syari'ah;
 - 9) Penguatan jaringan usaha UMKM berbasis syari'ah.
- c. Pengembangan Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif UKM, dengan cara:
- 1) Pemasyarakatan kewirausahaan di kalangan pelaku usaha dan peminat wirausaha;
 - 2) Penyediaan sistem insentif untuk memacu UKM berbasis syari'ah dan didukung dengan fasilitas iptek berorientasi ekspor;
 - 3) Penyediaan insentif untuk pemanfaatan Hak Kekayaan Intelektual;
 - 4) Menyediakan fasilitas pengembangan jaringan lembaga kewirausahaan;
 - 5) Menyediakan fasilitas pengembangan inkubator bisnis UKM berbasis syari'ah;
 - 6) Menyediakan fasilitas pengembangan kemitraan investasi antar UKM berbasis syari'ah;
 - 7) Menyediakan fasilitas pengembangan jaringan produksi dan distribusi usaha berbasis syari'ah;
 - 8) Memperkuat dukungan bagi peningkatan kualitas UMKM menjadi wirausaha yang tangguh dan kooperatif.
- d. Pemberdayaan Usaha Skala Mikro, dengan cara:
- 1) Penyediaan kemudahan dalam memulai usaha;
 - 2) Penyediaan skim pembiayaan alternative berbasis syari'ah;
 - 3) Memberikan dukungan teknis dan pendanaan yang memadai bersumber kepada kemampuan dana yang dimiliki;
 - 4) Memberikan dukungan pihak ketiga bagi peningkatan kapasitas kelembagaan UKM berbasis syari'ah;
 - 5) Penyelenggaraan pelatihan wirausaha berbasis syari'ah;

- 6) Penyediaan infrastruktur dan jaringan pendukung UKM serta kemitraan usaha dengan pihak ketiga;
- 7) Memberikan pembinaan dalam pembentukan wadah organisasi persatuan UKM secara integrative;
- 8) Membantu perluasan pengembangan UKM berbasis syari'ah.

4. Langkah-langkah Strategis Pemberdayaan UKM

Untuk menjabarkan program-program di atas, pemerintah juga hendaknya menerapkan beberapa langkah strategis bagi pemberdayaan usaha kecil dan menengah di Jawa Barat, antara lain:¹¹⁸

a. Dukungan Finansial

Dukungan yang bersifat finansial mutlak diperlukan bagi pengembangan UKM di Jawa Barat. Oleh karena itu, pemerintah juga hendaknya menetapkan patokan-patokan dasar bagi penguatan segi finansial UKM, antara lain:

1) Usaha Mikro

- (a) Peningkatan kapasitas kelembagaan dan kualitas layanan lembaga mikro dan KSP/USP berbasis syari'ah melalui perlindungan status badan hukum;
- (b) Penguatan permodalan KSP sektoral berbasis syari'ah pada sentra-sentra unggulan di daerah;
- (c) Penguatan permodalan UKM berbasis syari'ah melalui KSP/USP syari'ah;
- (d) Penyediaan dan optimalisasi kredit usaha mikro dan kecil dari sumber dana SUP dan lainnya.

2) Usah Kecil dan Menengah

- (a) Penyediaan dan optimalisasi kredit usaha mikro dan kecil dari sumber SUP dan lainnya;

¹¹⁸ *Ibid.*

- (b) Mediasi pembiayaan UKM Ekspor dengan dukungan kredit ekspor dari ADB melalui Bank Ekspor Impor Indonesia;
 - (c) Kemitraan usaha dengan sejumlah instansi terkait bagi penguatan kelembagaan dan permodalan UKM berbasis syari'ah;
 - (d) Optimalisasi pengelolaan dana program kemitraan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dengan UKM berbasis syari'ah;
 - (e) Memfasilitasi UKM berbasis syari'ah untuk memperoleh akses pembiayaan dari Business Plan Perbankan;
 - (f) Merintis optimaliasi peran bank syari'ah bagi UKM syari'ah.
- 3) Fasilitas dan Penguatan Finansial UKM
- (a) Bekerja sama dengan Badan Pertanahan Nasional (BPN) dalam proses setifikasi tanah UKM berbasis syari'ah;
 - (b) Menyediakan sistem informasi nasabah/kredit biro bagi UKM berbasis syari'ah;
 - (c) Menyediakan fasilitas lembaga pembiayaan sekunder untuk KSP/USP berbasis syari'ah;
 - (d) Meningkatkan kompetensi *Business Development Services Provider* (BDSP) di bidang konsultasi keuangan UKM dengan mitra bisnisnya;
 - (e) Perintisan lembaga penjaminan kredit.
- b. Dukungan Non Finansial

Dukungan yang bersifat non finansial juga diperlukan bagi pengembangan usaha kecil dan menengah di Jawa Barat. Pemerintah dapat menetapkan patokan-patokan dasar bagi penguatan segi non finansial UKM, antara lain:¹¹⁹

1) Usaha Skala Mikro

- (a) Bersama instansi terkait, pemerintah daerah dapat membantu penyedia izin (kemudahan dan pembinaan) dalam memulai usaha,

¹¹⁹ *Ibid.*

termasuk dalam hal perizinan, lokasi usaha dan perlindungan usaha dari pungutan liar. Misalnya fasilitas sarana bagi PKL dan Pasar Tradisional;

- (b) Bersama instansi terkait, pemerintah membantu pemberian dukungan teknis dan pendanaan yang bersumber dari berbagai instansi pemerintah, baik pusat, daerah, BUMN dan Perguruan Tinggi yang lebih terorganisasi dan profesional. Ini ditujukan untuk defasilitasi pengembangan kurang lebih 1.032 sentra UKM di Jawa Barat dengan Lembaga Pengembangan Usaha (LPB) dan penguatan permodalan KSP/USP yang berbasis syari'ah;
- (c) Pelatihan budaya wirausaha dan kewirausahaan serta bimbingan teknis manajemen UKM berbasis syari'ah;
- (d) Penyediaan infrastruktur dan jaringan pendukung bagi UKM berbasis syari'ah melalui kemitraan usaha;
- (e) Memfasilitasi pembentukan wadah organisasi bersama di antara UKM berbasis syari'ah dalam rangka meningkatkan posisi daya tawar dan efisiensi.

2) Usah Kecil dan Menengah

- (a) Pengembangan jaringan dan saran promosi UKM berbasis syari'ah melalui pengembangan *Service Promotion Center* (SPC) sebagai pusat informasi dan solusi pemasaran UKM berbasis syari'ah. Program ini dijabarkan dalam bentuk pameran reguler, permanent show center, fasilitas perdagangan, fasilitas pembiayaan yang proporsional, inkubasi bisnis, hubungan pusat promosi UKM, pelatihan marketing dan konsultasi manajemen;
- (b) Stimulasi dan fasilitas kemitraan UKM berbasis syari'ah di Jawa Barat, dengan cara:

- (1) Kemitraan UKM berbasis syari'ah dengan pengusaha besar di kawasan industry;
 - (2) Stimulasi dan mediasi kemitraan usaha pada semua UKM berbasis syari'ah dengan penguasa besar melalui pemberian fasilitas lambaga dan aparatur pemerintah;
 - (3) Membuka unit usaha waralaba produk makanan, pendidikan dan jasa;
 - (4) Menyediakan fasilitas kemitraan usaha pada UKM berbasis syari'ah dengan jaringan retail berskala besar.
- (c) Fasilitasi dan stimulasi pengembangan usaha/bisnis internasional UMKM berbasis syari'ah melalui pameran, misi dagang dan kerjasama bilateral;
- (d) Pengembangan inkubator bisnis dan alih teknologi;
- (e) Pengaturan dan stimulasi layanan perizinan dengan cara satu atap.

Mengacu kepada pembahasan sebelumnya, hasil pengamatan ini memperoleh data dari hasil wawancara di lapangan dengan sejumlah informan yang terdiri atas 30 pengrajin gula semut terbukti belum membentuk kelompok usaha dan melakukan kemitraan usaha dengan perusahaan waralaba yang ada di Kota Banjar dan sekitarnya. Mereka berpendapat selalu mencari informasi kemitraan usaha dalam bentuk pemasaran produk gula semut tampak masih sulit karena berbagai faktor, baik dari segi perizinan, label/merk dagang, dan pemasaran.

Oleh karena itu, penulis berpendapat bahwa program kemitraan usaha merupakan wadah untuk pengembangan UKM dikarenakan program ini dapat menjawab dan mengatasi kelemahan-kelemahan yang selama ini dialami oleh UKM di Indonesia. Hal ini didasarkan kepada mekanisme dan

struktur kelembagaan kemitraan usaha yang diatur berdasarkan KEP-2361MBU/2003 sebagai peraturan yang keluar dikarenakan peraturan sebelumnya belum dapat tercapai maka unit program kemitraan sekurangnya melakukan fungsi pembinaan, evaluasi, penyaluran, penagihan, pelatihan, monitoring, promosi, fungsi administrasi dan keuangan.¹²⁰

Menurut peraturan tersebut, setiap unit kemitraan di kantor pusat dibentuk dengan memperhatikan kondisi perusahaan. Sedangkan bentuk pelaksanaam di kantor cabang atau perwakilan disesuaikan dengan kebutuhan. Unit kemitraan atau PUKK bertanggung jawab langsung kepada salah satu anggota direksi yang ditetapkan dalam rapat direksi. Karyawan yang ditunjuk untuk menangani unit program kemitraan memiliki hak dan kewajiban yang sama dengan karyawan lain, di mana setiap perusahaan besar memiliki kewajiban membina usaha kecil dan menengah.

Untuk menghadapi tantangan kemitraan usaha di masa depan, perusahaan waralaba hendaknya adalah perusahaan yang dengan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba sebagaimana diatur dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Pasal 1 Perdagangan RI Nomor: 259/MPP/KEP/7/1997 tanggal 30 Juli 1997.

Widjaja¹²¹ menjelaskan bahwa ada beberapa keuntungan yang mungkin bisa diperoleh penerima waralababa dari kemitraan usaha, yaitu:

¹²⁰ Lihat penelasan Siti Hafsah, "Peran Kemitraan Usaha Pengusaha Besar dalam Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah", petikan artikel dalam <http://belajariumputerdaninternet.blogspot.com/2013/03/pengertian-kemitraan.html> diakses tanggal 27 Juli 2014.

¹²¹ Widjaja, "Keuntungan dan Kerugian Bisnis Waralaba", artikel dalam <http://belajariumputerdaninternet.blogspot.com/2013/03/pengertian-kemitraan.html> diakses tanggal 27 Juli 2014.

1. Organisasi waralaba ini dapat menghasilkan keuntungan yang memadai tanpa perlu terlibat dengan resiko modal yang tinggi maupun dengan masalah-masalah detail sehari-hari yang timbul dari pengelolaan dan manajemen outlet eceran yang kecil. Semua kegiatan administrasi dan pengelolaan jalannya bisnis serta produk yang diwaralabakan akan diselenggarakan sepenuhnya oleh penerima waralaba;
2. Tidak ada kebutuhan untuk menyuntik sejumlah besar modal untuk meningkatkan kecepatan pertumbuhan yang besar. Masing-masing outlet yang terbuka memanfaatkan sendiri sumber daya financial yang disediakan oleh setiap penerima waralaba;
3. Organisasi pemberi waralaba mempunyai kemampuan untuk memperluas jaringan secara lebih cepat pada tingkat nasional dan tentunya pun internasional dengan menggunakan modal yang risikonya seminimal mungkin;
4. Pemberi waralaba akan lebih mudah untuk melakukan eksploitasi wilayah yang belum masuk dalam lingkungan organisasinya;
5. Pemberi waralaba hanya akan mempunyai permasalahan staf yang lebih sedikit karena ia tidak terlibat dalam masalah staf pada masing-masing pemilik outlet. Setiap karyawan pada outlet bisnis penerima waralaba menjadi tanggung jawab penerima waralaba sepenuhnya;
6. Penerima waralaba akan mengkonsentrasikan diri secara lebih optimum pada bisnis yang diwaralabakan tersebut, oleh karena mereka adalah pemilik bisnis itu sendiri;
7. Pemberi waralaba cenderung untuk tidak memiliki asset outlet dagang sendiri. Tanggung jawab bagi asset tersebut untuk diserahkan pada penerima waralaba yang memilikinya;

8. Seorang pemberi waralaba yang melibatkan bisnisnya dalam kegiatan manufaktur/pedagang besar bisa mendapatkan distribusi yang lebih luas dan kepastian bahwa ia mempunyai outlet untuk produknya;
9. Tipe-tipe skema waralaba tertentu mampu menangani penerima waralaba secara nasional. Pemberi waralaba, dalam skala yang besar lebih dapat bernegosiasi dengan pihak-pihak yang sangat menaruh perhatian dan mempunyai sejumlah pabrik, kantor, gudang, depot, atau tempat-tempat lain diseluruh negeri, dan mengatur masing-masing waralaba lokal untuk menangani berbagai pekerjaan yang muncul di perusahaan-perusahaan di wilayah waralabanya. Hal ini mengefisiensi waktu para penerima waralaba;
10. Tidak semua penerima waralaba memiliki kemampuan atau kapasitas untuk bernegosiasi atau pengaturan jasa mengenai hal ini. Dengan pengkoordinasian keseluruhan kegiatan dibawah satu pemberi waralaba, masing-masing penerima waralaba dapat menjamin bahwa kelompok nasional yang besar tanpa perlu menimbulkan pertentangan atau benturan kepentingan (conflik interest) di antara sesama penerima waralaba.

Selain itu, ada pula beberapa kerugian yang mungkin dialami oleh pembeli waralaba, antara lain:

1. Hindari timbulnya kemungkinan kurang percayaan diantara pemberi waralaba dan penerima waralaba yang berasal dari ketidak seimbangan

antara penerima waralaba individu dalam organisasi penerima waralaba dengan pihak-pihak yang harus dihubungkannya dalam organisasi waralaba;

2. Ada kemungkinan dengan jumlah investasi yang sangat besar, suatu unit perusahaan yang dimiliki dan dikerjakan sendiri dapat memberikan keuntungan lebih besar dari keuntungan pemberi waralaba;
3. Jika penerima waralaba membayar Fee-nya sebagai presentase dari penjualan kotor, ada kemungkinan penerima waralaba akan bertindak secara tidak terbuka dalam menunjukkan penghasilan kotornya;
4. Kemungkinan terdapat kesulitan-kesulitan dalam rekrutmen orang-orang yang cocok sebagai penerima waralaba untuk bisnis tertentu.

Demikian halnya, ada kemungkinan pula ditemui masalah-masalah yang potensial menghadang pembeli waralaba, antara lain yaitu:

1. Adanya kemungkinan franchise menurunkan reputasi nama atau merek franchisor akibat kegagalannya memenuhi baku mutu tertentu;
2. Adanya kemungkinan pelayanan masing-masing franchise berbeda-beda sehingga mempengaruhi loyalitas pelanggan;
3. Kemungkinan terjadinya persaingan tidak sehat diantara sesama franchisee yang ikut merugikan franchisor.

Mengacu kepada hasil pengamatan dan pembahasan ini, penulis memperoleh temuan penting bahwa para produsen gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar terbukti belum memiliki keterampilan yang memadai dalam hal manajemen pemasaran produk gula semut tersebut. Diantara persoalan mendasar antara lain mereka masih berusaha sendiri-sendiri, tidak memiliki kelompok usaha, belum memiliki rumah produksi, produk mereka belum diuji dan memiliki labelisasi halal, mereka juga belum

memiliki izin usaha dan sertifikat merek dagang, dan belum memiliki kemitraan usaha dengan pelaku usaha besar dalam pemasaran produknya. Implikasinya dari kondisi obyektif tersebut di atas, tentu saja pemasaran produk gula semut dan pendapatan hasil menjadi kurang maksimal, serta tingkat kesejahteraan ekonomi mereka lambat untuk meningkat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Mengacu kepada pembahasan dan analisis pada bab-bab sebelumnya, maka pada bagian akhir ini penulis merumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kalangan pelaku usaha produsen gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar terbukti belum memiliki perencanaan bisnis dan pemasaran produk yang baik. Hal tersebut telah berimplikasi kepada belum optimalnya pemasaran produk gula semut yang mencakup semua komponen administrasi bisnis mulai dari proses produksi, supervisi, keuangan, sarana dan prasarana, personal, peluang pasar, dan evaluasi hasil usaha;
2. Kalangan pelaku usaha produsen gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar terbukti belum memiliki pengorganisasian bisnis. Hal ini tampak pada belum terbentuknya kelompok-kelompok usaha, belum memiliki rumah produksi, belum memiliki legalitas izin usaha, belum memiliki merek dagang, belum memiliki segmentasi pasar yang jelas, dan belum memiliki program kemitraan usaha. Hal tersebut juga berimplikasi kepada belum optimalnya pemasaran produk gula semut, meningkatnya pendapatan, dan meningkatnya kesejahteraan ekonomi masyarakat di Daerah Binangun;
3. Kalangan pelaku usaha produsen gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar terbukti belum melaksanakan manajemen pemasaran yang jelas, efektif, dan efisien. Selama ini mereka cenderung memasarkan produk gula semut melalui mekanisme

pemasaran konvensional dari penjual langsung kepada pembeli melalui pasar retail. Padahal pemasaran produk gula semut bisa saja dioptimalkan. Misalnya dilakukan melalui pembelian secara *online* berbasis *e-commerce*, meskipun ada kesulitan utama yakni terletak pada penguasaan sistem informasi teknologi di kalangan produsen gula semut itu sendiri;

4. Kalangan produsen gula semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar terbukti belum memiliki keterampilan yang memadai dalam hal manajemen pemasaran produk gula semut tersebut. Kurangnya pengawasan dan pembinaan secara intensif oleh instansi terkait menyebabkan mereka masih berusaha sendiri-sendiri, tidak memiliki kelompok usaha, belum memiliki rumah produksi, produk mereka belum diuji dan memiliki labelisasi halal, mereka juga belum memiliki izin usaha dan sertifikat merek dagang, dan belum memiliki kemitraan usaha dengan pelaku usaha besar dalam pemasaran produknya. Implikasinya dari kondisi obyektif tersebut di atas adalah pemasaran produk gula semut dan pendapatan hasil menjadi kurang maksimal, serta tingkat kesejahteraan ekonomi mereka cenderung lambat untuk meningkat.

B. Rekomendasi

Mengacu kepada kesimpulan di atas, penulis juga merumuskan beberapa rekomendasi atau saran tindak lanjut sebagai berikut:

1. Bagi Perguruan Tinggi

Perlu melakukan kajian lebih lanjut dan komprehensif dengan cara memberi program pendampingan kepada para produsen gula semut dalam pembentukan kelompok usaha, pengurusan legalisasi izin produksi, rancang bangun rumah produksi, uji laboratorium, pengurusan sertifikasi halal, desain merek dagang, dan jaringan pasar.

2. Bagi Pemerintah Daerah

Instansi terkait seperti Dinas Koperasi dan UKM, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Sosial dan P3A, serta Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjar hendaknya lebih memaksimalkan program pelatihan, pembinaan, dan supervisi untuk memaksimalkan pemasaran produk gula semut Binangun;

3. Bagi Lembaga Keuangan/Perbankan dan Pengusaha Besar

Mendorong kalangan lembaga keuangan dan perbankan memberikan program bantuan pembiayaan, serta kalangan pelaku usaha besar menjalin kemitraan dengan para produsen gula semut melalui program “Bapak Angkat” dalam memasarkannya ke semua segmentasi pasar.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku/Kitab

- A. Feriyanto. 2015. *Pengantar Manajemen*. Kebumen: Mediatara.
- Ahmad Muhammad Assal, Abdul Karim dan Fathi Ahmad. 1980. *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip-prinsip dan Tujuannya*, terjemahan Abu Ahmadi dan Umar Sitanggal. Jakarta: Bina Ilmu.
- Alma. Buchari. 2000. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Al-Arif. Nur Rianto. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Al-Asqalani. Ibnu Hajar. 1994. *Bulugh al-Maram*. Terjemahan A. Hasan. Bandung: CV. Penerbit Diponegoro.
- Amalia. Euis. 2009. *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam, Penguatan Peran LKM dan UKM di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Agustina. Shinta. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brijwijaya Press.
- Bachtiar. Wardi. 1995. *Pengaruh Etos Kerja Terhadap Status Sosial Ekonomi Muslim Sunda Pemukiman Daerah Kumuh di Kota Madya Bandung*. Bandung: Disertasi Unpad.
- Basyir. Ahmad Azhar. 1992. *Refleksi Atas Persoalan Keislaman*. Bandung: Mizan.
- , 2000. *Asas-asas Hukum Muamalat*. Yogyakarta: UII Pres.
- Budiman. Arif. 2000. *Teori Pembangunan Dunia Ketiga*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Chambers. R. 1996. *Participatory Rural Appraisal: Memahami Desa Secara Partisipatif*. Yogyakarta: Oxfam – Kanisius.
- Duane. Mikhael. 2008. *Filsafat Ekonomi Upaya Mencari Kesejahteraan Bersama*. Yogyakarta: Kanisius.
- Handoko, T. Hani. 2013. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Hassan. Ahmad. 1986. *Analogical Reasoning in Islamic Jurisprudence*. Islamabad Pakistan: Islamic Research Institute. Terjemahan Munir. 2001. *Qiyas Penalaran Analogis Dalam Hukum Islam*. Jakarta: Pustaka.

- Herman Kartajaya dan M. Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Hikmat. Harry. 2004. *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung: HUP.
- Hubeis. Musa. 2011. *Prospek Usaha Kecil dalam Wadah Inkubator Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Al-Husaini. Imam Taqiyuddin Abu Bakar. 1997. *Kifayat al-Ahyar*. Terjemahan M. Thalib. Surabaya: Bina Ilmu.
- Al-Jaziri. Abdurrahman. T.Th. *Al-Fiqh 'Ala Madzahib al-'Arba'ah*. Beirut: Dar al-Fikr.
- Al-Khatib. Muhammad al-Syarbini. T.Th. *al-Iqna' fi Hall al-Alfadz Abi Syuja*. Dar al-Ihya al-Kutub al-Arabiyah Indonesia.
- Kotler. Philip. 1996. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Prenhallindo.
- dan KL. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas: Jilid 2*, Jakarta: Erlangga.
- Martodireso dan Widada. 2002. *Agribisnis Kemitraan Usaha: Upaya Peningkatan Kesejahteraan Petani*. Yogyakarta: Kanisius.
- Morrissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Muhammad Budi Djatmiko dan Doddy Koesdijanto. 2012. *The Book of Empowering Center*. Bandung: STEMBI Bandung Business School.
- Muhammad. 2000. *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer*. Yogyakarta: UII Press.
- Randy R. Wrihatnolo & Riant Nugroho Dwidjowijoto. 2007. *Manajemen Pemberdayaan, sebuah pengantar dan panduan untuk pemberdayaan masyarakat* Jakarta: Kelompok Gramedia.
- Sabiq. Sayyid. 1977. *Fiqh al-Sunnah*. Beirut: Dar al-Fikr.
- Sadr. Mohammad Baqir. 1989. *Islam dan Madzhab Ekonomi*. Lampung: YAPI.
- Sedarmayanti. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Siswanto. 2012. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Siagian. Sondang P., 2004. *Filsafat Administrasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Silalahi. Ulbert. 2009. *Studi Tentang Ilmu Administrasi*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.

- Soetomo. 2011. *Pemberdayaan Masyarakat, Mungkinkah Muncul Antitesanya?* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Soemardjo. 2004. *Teori dan Praktik Kemitraan Agribisnis*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Sumidiningrat. Gunawan. 1999. *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaring Pengaman Sosial*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Al-Syatibi. 1996. *Al-Muwafaqat fi Ushul al-Syariah*. Beirut: Dar al-Ma'rifah.
- Taqiyuddin. Abu Bakar Ibn Muhammad.T.Th. *Kifayatul Akhyar*. Bandung: Al-Ma'arif.
- Thoha. Miftah. 2007. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Muchtar. Kamal. 1995. *Ushul Fiqih..* Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf.
- Ya'kub. Hamzah. 1993., *Kode Etik Dagang Menurut Islam*. Bandung: CV. Diponogoro.
- Yusup. Deni K. 2001. *BMT dan Bank Islam: Instrumen Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: Bani Quraisy.

B. Makalah/Artikel/Jurnal

- Adiwarman Karim, Nenny Kurnia dan Ilham D. Sannang. 2001. *Sistem Ekonomi Islam*, makalah dalam Seminar “Perbankan Syari’ah Sebagai Solusi Bangkitnya Perekonomian Nasional”. Jakarta, 6 Desember 2001.
- Admosudirdjo dalam Febriani yang dikutip oleh Rizki Pasa, *Pengertian Pengawasan Menurut Para Ahli*, petikan artikel dalam <https://rizkypaso.blogspot.co.id/2014/11/pengertian-dan-fungsi-pengawasan.html> diakses tanggal 27 Agustus 2017.
- Ali. Suryadharma. 2005. *Kebijakan dan Regulasi Pemerintah Sektor UKM*, makalah dalam seminar tentang *Strategi Mutakhir Percepatan Pemberdayaan UMKM* di Jakarta tahun 2005.
- B.S. Kusmuljono, *"Strategi Pemberdayaan Lembaga Keuangan Mikro di Indonesia"* dalam <http://www.pnm.co.id/content.asp?id=790&mid=77> diakses 27 Agustus 2017.
- Dale dalam Winardi yang dikutip oleh Rizki Pasa, *Pengertian Pengawasan Menurut Para Ahli*, petikan artikel dalam <https://rizkypaso.blogspot.co.id/2014/11/pengertian-dan-fungsi-pengawasan.html> yang diakses tanggal 27 Agustus 2017.

- Dinas Koperasi dan UKM Propinsi Jawa Barat, "*Program Pengembangan Koperasi dan UKM*" makalah dalam seminar "*Strategi Mutakhir Percepatan Pemberdayaan UKM di Jawa Barat*" tanggal 22 Agustus 2005.
- Editor, *Gula Semut Belum Mampu Penuhi Permintaan Pasar*, dalam HU Tribun Jabar yang dipublikasikan dalam <https://news.mypangandaran.com/berita/read/peristiwa/463/gula-semut-belum-mampu-penuhi-permintaan-pasar> yang diakses pada 05 September 2017.
- Editor, "Profil Kota Banjar" <http://kotabanjar.go.id/> diakses tanggal 27 Agustus 2017.
- Editor, "Profil Desa Binangun", dalam <http://desa-binangun.blogspot.co.id/> diakses 27 Agustus 2017.
- Editor, 2014. "*Membangun Kemitraan UKM-BUMN*" dalam dikusi panel "*Meraih Sukses Bersama BUMN, Membangun Kemitraan UKM-BUMN*" di Jakarta tanggal 6 November 2001. makalah Sekretaris Menteri Koperasi dan UKM tentang Uraian lengkap dapat dilihat dalam <http://www.pnm.co.id/content.asp?id=254&mid=77> diakses 27 Juli 2014.
- Gitosaputro. S. 2006. *Implementasi Participatory Rural Appraisal (Pra) Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, dalam *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*. Lampung.
- George R. Tery yang dikutip oleh Rizki Pasa, *Pengertian Pengawasan Menurut Para Ahli*, petikan artikel dalam <https://rizkypasa.blogspot.co.id/2014/11/pengertian-dan-fungsi-pengawasan.html> diakses tanggal 27 Agustus 2017.
- Hutomo. Mardi Yatmo. 2000. *Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi Tinjauan Teoritik dan Implementasi*, dalam *Jurnal Ekonomi* Nomor 20, Edisi Juni-Juli 2000.
- Inaful, *Konsep Perencanaan dalam Ilmu Manajemen*, artikel dalam <http://inafulawanku.blogspot.co.id/2013/12/konsep-perencanaan-ketenagaan-dalam.html> diakses tanggal 26 Juni 2015.
- Kartasasmita. Ginandjar. 2000. *Pemberdayaan Masyarakat Konsep Pembangunan yang Berakar pada Masyarakat*, dalam *Jurnal Ekonomi* Juni 2000.
- Kertonegoro yang dikutip oleh Rizki Pasa, *Pengertian Pengawasan Menurut Para Ahli*, petikan artikel dalam

- <https://rizkypasoa.blogspot.co.id/2014/11/pengertian-dan-fungsi-pengawasan.html> diakses tanggal 27 Agustus 2017.
- Kusnadi dalam Sandra Pratama Sutrisno. 2017. *Pengertian Kemitraan Usaha: Bahan Mata Kuliah Manajemen Kewirausahaan*. Kutipan artikel dalam <https://pratamasandra.wordpress.com/tag/pengertian-kemitraan/> diakses tanggal 23 Juli 2017.
- Marindo. 2017. “*Kemitraan Usaha Peternak dan Penguasaha dalam Peternakan Ayam*”, artikel yang ditulis Sandra Pratama Sutrisno dalam <https://pratamasandra.wordpress.com/tag/pengertian-kemitraan/> diakses 23 Juli 2017.
- Mc Farland yang dikutip oleh M. Manulang. 2005. *Dasar-Dasar Manajemen, Cet. Kedelapanbelas*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press,
- Muhammad Asrori Ardiansyah, *Konsep Manajemen dalam Perspektif Al-Quran*, kutipan artikel dalam <http://alumnigontor.blogspot.com/2008/04/konsep-manajemen-dalam-perspektif-al.html> diakses tanggal 20 Mei 2014.
- Praja. Juhaya S. 2000. *Rekonstruksi Paradigma Ilmu: Titik Tolak Pengembangan Ilmu Agama dan Universalitas Hukum Islam* dalam Orasi Ilmiah Pengukuhan Guru Besar Madya Filsafat Hukum Islam, tanggal 1 April 2000 di IAIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Robin dalam Sugandha, *Pengertian Pengawasan* [dhttp://www.spengetahuan.com/2016/10/pengertian-pengawasan-menurut-para-ahli-lengkap.html](http://www.spengetahuan.com/2016/10/pengertian-pengawasan-menurut-para-ahli-lengkap.html) yang diakses tanggal 27 Agustus 2017.
- Siagian. 2017. *Pengertian Pengawasan* [dhttp://www.spengetahuan.com/2016/10/pengertian-pengawasan-menurut-para-ahli-lengkap.html](http://www.spengetahuan.com/2016/10/pengertian-pengawasan-menurut-para-ahli-lengkap.html) yang diakses tanggal 27 Agustus 2017.
- Siti Hafisah. 2014. *Peran Kemitraan Usaha Pengusaha Besar dalam Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah*, petikan artikel dalam <http://belajarilmukomputerdaninternet.blogspot.com/2013/03/pengertian-kemitraan.html> diakses tanggal 27 Juli 2014.
- Sutrisno. Sandra Pratama. 2014. “*Hambatan dan Strategi Mengembangkan Kemitraan Usaha*” artikel dalam <https://pratamasandra.wordpress.com/tag/pengertian-kemitraan/> diakses 27 Agustus 2017.
- Tery dalam Sujamto *Pengertian Pengawasan* [dhttp://www.spengetahuan.com/2016/10/pengertian-pengawasan-menurut-para-ahli-lengkap.html](http://www.spengetahuan.com/2016/10/pengertian-pengawasan-menurut-para-ahli-lengkap.html) yang diakses tanggal 27 Agustus 2017..

- Widjaja. 2017 “Keuntungan dan Kerugian Bisnis Waralaba”, artikel dalam <http://belajarilmukomputerdaninternet.blogspot.com/2013/03/pengertian-kemitraan.html> diakses tanggal 27 Juli 2014.
- Yuninda Gerdiana Putri dan Rosidah. 2012. “*Kemitraan Usaha Total Quality Management*”, makalah perkuliahan Kewirausahaan pada Fakultas Ekonomi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
- Yusup. Deni K., *Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan Melalui Kemitraan Usaha BMT dan UKM*, makalah Diskusi Reguler BEMJ Muamalah KBM IAIN SGD Bandung, Mei 2004.
- Zadjuli. Suroso Imam. 2003. *Reformasi Ilmu Pengetahuan dan Madzhab Ekonomi Pembaharuan di Indonesia*, makalah dalam “Seminar dan Lokakarya Kurikulum dan Silabus Ekonomi Islam” untuk Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta tanggal Juni 2003.

C. Sumber Lainnya

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 1997 Tentang Usaha Kecil dan Menengah.
- Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
- Peraturan Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
- Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 55 Tahun 2014 Tentang Pedoman Teknis Pengabdian Kepada Masyarakat pada Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri.
- Rahardjo. M. Dawam. 2001. *Wacana Studi Ekonomi Islam Kontemporer*, makalah dalam “Seminar Ekonomi Islam” di Jakarta, 10 Maret 2001.
- . 2001. *Ekonomi Islam: Apakah itu?*. Makalah Seminar Ekonomi Islam, Jakarta 21 Maret 2001.
- Surat Keputusan Dirjen Pendidikan Islam Nomor 4834 Tahun 2015 tentang Pedoman Pengabdian kepada Masyarakat di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam.
- Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil.
- Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Nama Lengkap : Dr. Deni Kamaludin Yusup, M.Ag
 Tempat/ Tgl. Lahir : Ciamis, 6 November 1974
 Jabatan : Dosen/Ketua Prodi Manajemen Keuangan Syari'ah
 Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN SGD Bandung
 Alamat : Griya Bukit Manglayang Jl. Elang No. 6 Cinunuk
 Cileunyi Bandung 40624 Telp. 081322457211
 E-Mail Address : dk_yusup@yahoo.com / dkyusup@uinsgd.ac.id
 Twitter/Facebook : @DeniKYusup

PENDIDIKAN

1. S1 Muamalah FSH (1998) dan S2 Hukum Islam (2001) IAIN SGD Bandung, Postgraduate Master in Islamic Studies, Leiden University, the Netherlands (2003), dan S3 Hukum Islam UIN SGD Bandung (2009);
2. International Short Course of Islamic Studies, Postgraduate Master Program, Leiden University, The Netherlands (2003);
3. International School of Human Rights, Utrecht University-The Netherlands, Katholic University of Leuven-Belgium, and Northwestern University California, United States of America (2003);
4. International Student Conference in Aachen, Germany and Paris, France (2003);
5. International Visiting Fellowship in Leadership Program (IVLP), Department of State, United States of America (2012);
6. International Visiting Fellowship Program in International Cross-Culture of Asian Student, University of Tokyo, Japan (2012);
7. International Visiting Fellowship Program in International Partnership for Legal Identity and Legal Aid, AIPJ-AUSAID, Australia (2013).
8. International Visiting Fellowship Program for Research in University Legal Clinic at Monash University, Melbourne (2016).

ORGANISASI

1. Ketua I HMJ Muamalah FSH (1995-1996), Ketua LPKP SMF Syari'ah (1996-1997) dan Ketua II BEM IAIN/ UIN SGD Bandung (1997-1998);
2. Ketua Umum Perhimpunan Pelajar Indonesia (PPI), Leiden-The Netherlands (2003);
3. Ketua Departmen Pengembangan Ekonomi Syari'ah, Pengurus Pusat Himpunan Sarjana Syari'ah (PP HISSI) (2009-Skrng)
4. Ketua Dewan Pakar Hubungan Kerjasama Luar Negeri ICMI Orwil Jawa Barat (2012-Skrng);

5. Ketua Departemen Penelitian dan Pengembangan Masyarakat Ekonomi Syari'ah (MES) Jawa Barat (2012-Skrng);
6. Senior Anotator di Lembaga untuk Independensi dan Pembaharuan Peradilan (2013-Skrng).

CURRICULUM VITAE

Nama Lengkap : Dr. Ayi Yunus Rusyana, M.Ag
 Tempat/ Tgl. Lahir : Tasikmalaya, 8 Oktober 1975
 Jabatan : Dosen/Ketua Prodi PMH
 Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN SGD Bandung
 Alamat : Kavling Sadang Cinunuk Cileunyi Bandung
 40624 Telp. 081323034965
 E-Mail Address : ayiyunus@gmail.com
 Twitter/Facebook : @ayiyunusrusyana

PENDIDIKAN

1. S1 PMH FSH IAIN SGD Bandung (1998);
2. S2 Hukum Islam IAIN SGD Bandung (2002)
3. S3 PhD Program in Interdisciplinary Studies, UGM (2012-Sekarang);
4. International Visiting Fellowship Program in Interfaith Dialogue, USA (2014);
5. International Visiting Fellowship Program in Interfaith Dialogue, Singapore (2015).

ORGANISASI

1. Fungsionaris HMJ PMH FSH (1995-1996);
2. Fungsionaris Ikatan Remaja Muhammadiyah (IRM) Jawa Barat (1997-1999);
3. Anggota Majelis Tarjih dan PPI PW Muhammadiyah Jawa Barat (2000-Skrng)
4. Anggota Himpunan Sarjana Syariah Indonesia (2000-Skrng);
5. Dan lain-lain.

CURICULUM VITAE

Nama Lengkap : Irna Fitrianingsih
NIM : 1133040055
Jabatan : Mahasiswa/Anggota Tim
Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN SGD Bandung
Alamat : Jl. A.H. Nasution No. 105 Cibiru Bandung
40614
E-Mail Address : irnafitrianingsih@gmail.com

PENDIDIKAN

1. MI Negeri Ciamis (2000);
2. MTs Negeri Ciamis (2013)
3. MA Negeri Ciamis (2013-Sekarang);
4. S1 PMH FSH UIN SGD Bandung (2013-Sekarang);
5. International Visiting Fellowship Program in Interfaith Dialogue, Singapore (2015).

ORGANISASI

1. Fungsionaris HMJ PMH FSH (2014-2015);
2. Fungsionaris Ikatan Remaja Muhammadiyah (IRM) Jawa Barat (2014-2016);

KERANGKA ACUAN (*TERM OF REFERENCE*)
PROGRAM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
LP2M UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG
DENGAN
DINAS SOSIAL, PEMBERDAYAAN PEREMPUAN, DAN
PERLINDUNGAN ANAK (DINSOS P3A) KOTA BANJAR
TAHUN ANGGARAN 2017

LEMBAGA	: KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIT KERJA/SATKER	: LP2M UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG
PROGRAM	: PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
HASIL (<i>OUTCOME</i>)	: PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT
MITRA KERJA	: PEMERINTAH KOTA BANJAR
UNIT KERJA/SATKER	: DINAS SOSIAL, PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN PERLINDUNGAN ANAK (DINSOS P3A) KOTA BANJAR
KEGIATAN	: WORKSHOP MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK GULA SEMUT
INDIKATOR	: <i>MENINGKATKAN KEMAMPUAN MANAJERIAL PEREMPUAN KOTA BANJAR DALAM BIDANG MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK GULA SEMUT</i>
KELUARAN (<i>OUTPUT</i>)	: <i>PELAKU WIRAUSAHA PEREMPUAN DI KOTA BANJAR MAMPU MENOPTIMALKAN PEMASARAN PRODUK GULA SEMUT</i>
LOKASI KEGIATAN	: DESA BINANGUN KEC. PATARUMAN KOTA BANJAR
VOLUME	: 2 (DUA)
SATUAN UKUR	: HARI



**SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG**



**DINAS SOSIAL, PEMBERDAYAAN
PEREMPUAN DAN PERLINDUNGAN
ANAK KOTA BANJAR**

A. Latar Belakang

Untuk lebih mendorong pelaksanaan program pendidikan, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat, UIN Sunan Gunung Djati Bandung telah melakukan berbagai bentuk kerjasama dengan berbagai instansi di dalam dan luar negeri, tak terkecuali dengan sejumlah Pemerintah Daerah di Indonesia, salah satunya adalah Pemerintah Kota Banjar Propinsi Jawa Barat.

Kerjasama antara Perguruan Tinggi dengan Pemerintah Daerah merupakan bagian integral peran Perguruan Tinggi dalam memecahkan masalah-masalah kemasyarakatan. Oleh karena itu, sebagai tindak lanjut penandatanganan Nota Kesepahaman (MoU) antara UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan Pemerintah Kota Banjar, salah satu langkah nyatanya adalah memberdayakan masyarakat di Kota Banjar di berbagai bidang, seperti pendidikan, keagamaan, sosial, budaya, hukum, ekonomi, dan kemasyarakatan.

Adapun yang menjadi fokus kegiatan PKM LP2M UIN Sunan Gunung Djati Bandung tahun 2017 ini adalah pemberdayaan ekonomi masyarakat yang sasaran utamanya adalah memberdayakan kemampuan manajerial pelaku usaha/wirausaha perempuan di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar dalam pemasaran produk gula semut. Program ini dilaksanakan melalui kolaborasi antara Tim Pokja PKM LP2M UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Dinsos P3A) Pemerintah Kota Banjar.

B. Dasar Hukum

1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
4. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan;
6. Peraturan Presiden Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan Status IAIN Sunan Gunung Djati Bandung Menjadi UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
7. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 07 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
8. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 14 Tahun 2015 tentang Statuta UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
9. Keputusan Menteri Agama RI Nomor: B.II/06361/ 2015 tentang Pengangkatan Rektor UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
10. Keputusan Rektor UIN Sunan Gunung Djati Bandung Nomor 082A Tahun 2012 tentang Pedoman Akademik UIN Sunan Gunung Djati Bandung;

C. Tujuan dan Target Pencapaian

1. Memberikan wawasan, pengetahuan, dan keterampilan pelaku usaha/wirausaha perempuan di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar dalam bidang manajemen pemasaran produk Gula Semut;
2. Memberikan akses, pendampingan, dan penyuluhan secara terpadu dan sistemik kepada pelaku usaha/wirausaha perempuan di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar dalam memasarkan produk Gula Semut untuk meningkatkan kesejahteraan ekonominya;
3. Meningkatkan peran, kapasitas, dan partisipasi perempuan melalui kegiatan wirausaha dalam rangka mendukung program pembangunan di Kota Banjar dan mewujudkan ***Kota Banjar Menjadi Daerah Termaju di Wilayah Priangan Timur.***

D. Desain Program

4. Perencanaan Program:

- a. Koordinasi dan Konsultasi
Koordinasi dan Konsultasi dilakukan oleh Tim Pokja PKM UIN SGD Bandung dengan Dinsos P3A Kota Banjar
- b. Pemetaan Potensi Ekonomi
Cakupannya adalah Pengembangan Kawasan Bisnis Terpadu, Pengembangan Industri Kreatif Syariah, Pengembangan Desa Wisata Syariah, dan Promosi Komoditas Unggulan Gula Semut.
- c. Target/Sasaran
Target/Sasarannya adalah kalangan pelaku usaha/wirausaha perempuan pada salah satu Kelurahan/Kecamatan di Kota Banjar.

5. Pelaksanaan Program:

- a. Nama Kegiatan
Nama Kegiatan adalah Workshop Manajemen Pemasaran Produk Gula Semut
- b. Pelaksana Kegiatan
Pelaksana adalah Kolaborasi Tim Pokja PKM UIN SGD Bandung dan Dinsos P3A Kota Banjar
- c. Narasumber dan Materi Kegiatan
Narasumber dan Materi Kegiatan disusun oleh Tim Pokja UIN SGD Bandung dan Dinsos P3A Kota Banjar
- d. Peserta Kegiatan
Peserta adalah 35 Pelaku Usaha/Wirausaha Perempuan Produsen Gula Semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar
- e. Waktu Kegiatan
Dilaksanakan 2 hari yakni Sabtu-Minggu, 26-27 Agustus 2017

- f. Dana Kegiatan
Kegiatan ini dibiayai oleh DIPA UIN SGD Bandung 2017 dan APBD Dinsos P3A Kota Banjar

6. Evaluasi Program:

- g. Menyusun Laporan Akhir Kegiatan yang meliputi Laporan Substantif dan Laporan Keuangan;
h. Laporan Akhir Kegiatan disampaikan dalam bentuk *Hard File* dan *Soft File*;
i. Semua bentuk Laporan Akhir Kegiatan dan Dokumentasinya akan dipublikasikan sesuai keperluan.

E. Agenda Acara

Agenda Acara Workshop Manajemen Pemasaran Produk Gula Semut dilaksanakan sebagai berikut:

WAKTU	JENIS KEGIATAN	PELAKSANA
07.30 – 08.00	Check in Peserta	
08.00 – 08.30	1. Pembukaan 2. Pembacaan Kalam Ilahi 3. Sambutan Ketua Tim Pokja UIN 4. Sambutan Kepala Dinsos P3A Kota Banjar 5. Doa/Tutup	
08.30 – 10.00	Sesi 1 Manajemen Pemasaran Produk Industri Kreatif	Dr. AYi Yunus Rusyana, M.Ag
10.00 – 10.30	Break	
10.30 – 12.00	Sesi 2 Marketing Mix Strategy: Product, Price, Place, and Promotion	Widiawati, SE, MM
12.00 – 13.00	Sholiskan	
13.00 – 14.30	Sesi 3 Prosedur Pengajuan Legalisasi Izin Industri dan Sertifikasi Halal	Dr. Deni K. Yusup, M.Ag
14.30 – 15.00	Penutupan	

F. Penutup

Demikian TOR ini disusun sebagai kerangka acuan realisasi program kerjasama antara PKM LP2M UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan Dinsos P3A Pemerintah Kota Banjar.

Kepala Dinsos P3A Kota Banjar

Bandung, 01 Agustus 2017
Ketua Tim Pokja PKM UIN

Ika Kartikawati, S.IP, M.Si
NIP. 197008172006042013

Dr. Deni K. Yusup, M.Ag
NIP. 197411062005011006

BERDAYAKAN EKONOMI DESA, UIN BANDUNG ADAKAN WORKSHOP MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK GULA SEMUT

2017-08-27 01:25:55 berita berita-utama No Comment



Kelompok Kerja (Pokja) PKM LP2M UIN SGD Bandung bekerjasama dengan Dinas Sosial P3A Kota Banjar adakan Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar, Sabtu (26/08/2018). Kegiatan tersebut dihadiri dan dibuka langsung oleh Sekretaris Dinas Sosial, Erni Suwartini, selain itu juga di hadiri oleh Ketua Pokja PKM LP2M, Deni Kamaludin Yusup, Kepala Desa Binangun, dan sejumlah mahasiswa UIN SGD Bandung yang sedang KKN di Pataruman.

Bertajuk “*Workshop* Manajemen Pemasaran Produk Gula Semut;”, Kegiatan tersebut diikuti oleh 24 orang Ibu-ibu pengrajin gula semut, asinan papaya, dan dodol. Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat ini merupakan salah satu program pengabdian dosen yang mana kali ini bentuk pengabdiannya diimplementasikan dengan mengembangkan salah satu *home industry* yang ada di Desa Binangun, Banjar.

Ketua Pokja PKM LP2M sekaligus Ketua Jurusan MKS, Deni Kamaludin Yusup dalam sambutannya mengatakan bahwa ini kali kedua KKN dari UIN SGD Bandung memberdayakan masyarakat Banjar, tapi kebanyakan programnya hanya focus pada bidang pendidikan, agama dan social. “Saya banyak melihat program KKN UIN SGD Bandung ini sangat sedikit yang menyentuh pemberdayaan ekonomi, padahal ada jurusan Ekonominya. Nah ini tugas saya,” Ujar Ketua Pokja, Deni Kamaludin Yusup, Sabtu (26/08/2018)

Sekretaris Dinas Sosial, Erni Suwartini dalam sambutannya berharap mudah-mudahan dengan adanya *workshop* ini produk yang ada di kota banjar itu bisa terangkat kembali. “saya berharap setelah kita bisa memproduksi, kita juga bisa mengemasnya, mendapatkan merk dagang, izin usaha, dan sertifikasi halal. Semoga Workshop ini bisa membantu,” Pungkas Sekretaris Dinas Sosial, Erni Suwartini

Dalam workshop ini terdapat tiga pemateri yang merupakan dosen-dosen Fakultas Syariah dan Hukum UIN SGD Bandung. Pemateri pertama, Dosen MKS, Widiawati yang memaparkan materi perihal Manajemen Pemasaran Produk Gula Semut. Pemateri kedua, Dosen PMH, Ayi Yunus yang memaparkan materi perihal Pentingnya Kualitas Produk, Promosi, dan Media Sosial. Dan pemateri ketiga, Kajur MKS, Deni Kamaludin Yusup yang memaparkan materi perihal Pentingnya Sertifikasi Halal di Indonesia, dan Bagaimana Cara Memperoleh Sertifikasi Halal Tersebut.

Ketua Pelaku Usaha produk gula semut, Yeti Saripah menjelaskan keunggulan gula semut sehingga memang patut dikonsumsi. Pertama, gula semut itu belum banyak yang memproduksi di Jawa Barat yang baru memproduksi gula semut diantara Banten, Pangandaran, Cianjur, dan Desa Binangun Banjar. Kedua, produk gula semut Desa Binangun Banjar ini lebih alami karena tanpa bahan pengawet “Pelatih dari Pangandaran saja mengatakan gula semut disini lebih bagus dan enak,”ujarnya. Selain itu gula semut bagus dikonsumsi oleh penderita diabetes.

Yeti Saripah juga menambahkan yang menjadi hambatan susahnyanya berkembangnya produk gula semut ini diantara, belum adanya rumah produksi, sumber daya manusia yang memang kurang skill dan kurang paham bagaimana sebenarnya kerja kelompok dan bagaimana membangun kerjasama dalam kelompok. Lalu masalah pemasaran, produk gula semut Desa Binangun tersebut belum mempunyai merk dagang jadi sulit untuk meningkatkan nilai jual.

“Saya berharap kedepannya produk gula semut Desa Binangun Banjar ini bisa lebih maju sehingga masyarakat itu bisa sejahtera. Saya berharap penjualan gula semut ini dapat menambah uang saku mereka para pengerajin karena rata-rata mereka hanya ibu rumah tangga dan buruh tani.” Tutup Ketua Pelaku Usaha, Yeti Saripah

Sumber 1:

<http://www.uinsgd.ac.id/front/detail/berita/uin-sgd-berdayakan-ekonomi-desa-melalui-produk-gula-semut>

Sumber 2:

<http://mks.uinsgd.ac.id/front/artikel/berita/berita-utama/berdayakan-ekonomi-desa-uin-bandung-adakan-workshop-manajemen-pemasaran-produk-gula-semut>