

& Community Services & Social Work Bulletin

Community Services and
Social Work Bulletin

Volume 1

Nomor 2

Page 45 - 94

Tahun 2021

e-ISSN xxxx-xxxx



Community Services & Social Work Bulletin

PEMBERDAYAAN IBU HAMIL DAN KADER KESEHATAN DALAM PEMANFAATAN BUKU KIA UNTUK DETEKSI DINI PENYULIT PERSALINAN	45-52
Citra Hadi Kurniati¹ ¹ Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Indonesia	
ASPEK HUKUM CYBERBULLYING DI KALANGAN REMAJA DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK	53 - 60
Astika Nurul Hidayah^{1*}, Ika Ariani Kartini¹, Rahtami Susanti¹ ¹ Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Indonesia	
PEMANFAATAN APLIKASI TUMBUH KEMBANG BALITA (TUKETA) UNTUK MENINGKATKAN EFEKTIFITAS PENGOLAHAN DATA TUMBUH KEMBANG BALITA DI POSYANDU DELIMA KELURAHAN CURUG KULON	61 - 68
Liesnaningsih^{1*}, Desi Nurnaningsih¹, Arif Kurniawan¹, Dian Kasoni¹ ¹ Universitas Muhammadiyah Tangerang, Indonesia	
PELATIHAN EVAKUASI DAN TRANSPORTASI PADA DRIVER AMBULANS LAZIZMU BANYUMAS	69 - 75
Endiyono^{1*}, M. Hanif Prasetya Adhi¹ ¹ Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Indonesia	
EKONOMI KREATIF DI ERA PANDEMI COVID 19 DENGAN MENINGKATKAN KERAJINAN PAYUNG KERTAS KALIBAGOR SEBAGAI HASIL BUDAYA KERAJINAN BANYUMAS	76 - 84
Ana Andriani^{1*}, R. Benny Bijarnako Kertopati¹, Sri Harmianto¹ ¹ Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Indonesia	
PELATIHAN PENGGUNAAN ZOOM DALAM KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR DI SMK AVICENA RAJEG KABUPATEN TANGERANG	85 - 88
Yenni¹, Ahmad Fadillah¹, Abdul Baist^{1*} ¹ Universitas Muhammadiyah Tangerang, Indonesia	
MESIN PENCACAH PLASTIK (PLASTIC SHREDDER)	89 - 94
Miftahul Rezki^{1*}, Muh. Ridwan¹, Asty Dewi Susanty¹, Rahmayana¹, Sri Ulfa¹, Fadhil Muhammad H¹, Arya Apriansyah¹, Lukman Fathir¹, Mulfi Jumliah Agustin¹, Ilham¹, Herwin Piter¹, Nur Ismirawati¹ ¹ Universitas Muhammadiyah Parepare, Indonesia	

**PENINGKATAN KUALITAS SDM SERTA PENGEMBANGAN PRODUK
DAN PENERAPAN TEKNOLOGI PADA KOPERASI PRODUKSI DI
PROVINSI BANTEN**

95 - 112

Muljadi^{1*}, Syamsudin²

¹ Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Tangerang, Indonesia

² Pengurus PINBUK Provinsi Banten

Peningkatan Kualitas Sdm Serta Pengembangan Produk Dan Penerapan Teknologi Pada Koperasi Produksi Di Provinsi Banten

Muljadi ^{1*}, Syamsudin²

¹ Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Tangerang, Indonesia

² Pengurus PINBUK Provinsi Banten

*Correspondence email: moeljadi72@gmail.com

Received: 23 September 2021; Accepted: 20 November 2021; Published: 29 November 2021

doi: [10.31000/cswb.v1i2.5957](https://doi.org/10.31000/cswb.v1i2.5957)

Abstract: *This community service seeks to improve the human resources (HR) of SMEs in Banten. The method will be qualitative descriptive. The researcher or informant will be the management or manager of five production cooperatives in Banten Province. An interactive model was utilized to analyse the data. This analysis paradigm has three components: data reduction, data display, and conclusion drafting. 1. This study found that conventional or manual administration of employees, unsophisticated financial management, and short-term marketing are still common in production cooperatives. Cooperative administrators or managers provide the sole training because they are MSME actors who have their own expertise. 2. To improve the goods of production cooperatives, comprehensive product development planning is required. Product development can help cooperatives survive by attracting new customers and increasing earnings. 3. Technology should be a major factor in cooperative product development, but Banten cooperatives have not effectively harnessed it. This cooperative has a lot of promise. The management of production cooperatives must be willing to focus more on product development and use technology that can speed up product creation for broad public demands. Local raw materials are a particular benefit for production cooperatives. However, the required working capital is low, allowing those with an entrepreneurial drive to start-up business units with low technological sophistication.*

Keywords: *Product Development, Technology Application, Production Cooperative*

Abstrak: Pengabdian kepada masyarakat ini berupaya meningkatkan sumber daya manusia (SDM) UKM di Banten. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Peneliti atau informan akan menjadi pengurus atau pengelola lima koperasi produksi di Provinsi Banten. Model interaktif digunakan untuk menganalisis data. Paradigma analisis ini memiliki tiga komponen: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. 1. Studi ini menemukan bahwa administrasi pegawai secara konvensional atau manual, pengelolaan keuangan yang tidak canggih, dan pemasaran jangka pendek masih umum terjadi di koperasi produksi. Pengurus atau pengelola koperasi memberikan pelatihan satu-satunya karena mereka adalah pelaku UMKM yang memiliki keahliannya masing-masing. 2. Untuk meningkatkan barang produksi koperasi diperlukan perencanaan pengembangan produk yang komprehensif. Pengembangan produk dapat membantu koperasi bertahan dengan menarik pelanggan baru dan meningkatkan pendapatan. 3. Teknologi seharusnya menjadi faktor utama dalam pengembangan produk koperasi, tetapi koperasi Banten belum memanfaatkannya secara efektif. Koperasi ini menjanjikan banyak hal. Manajemen koperasi produksi harus mau lebih

fokus pada pengembangan produk dan menggunakan teknologi yang dapat mempercepat penciptaan produk untuk tuntutan masyarakat luas. Bahan baku lokal merupakan keuntungan khusus bagi koperasi produksi. Namun, modal kerja yang dibutuhkan rendah, memungkinkan mereka yang memiliki dorongan kewirausahaan untuk memulai unit bisnis dengan kecanggihan teknologi yang rendah.

Kata Kunci : Pengembangan Produk, Penerapan Teknologi, Koperasi Produksi

PENDAHULUAN

Dalam menggerakkan roda ekonomi mikro dan kecil koperasi merupakan sebuah gerakan yang diterima secara langsung oleh masyarakat. Peran koperasi disektor perekonomian dapat menumbuhkan minat tenaga kerja manusia untuk berkarya mewujudkan kehidupan yang lebih baik. Koperasi merupakan usaha mandiri sekumpulan orang yang memiliki prinsip kekeluargaan, keterbukaan dan adil bagi anggota yang berperan dalam pengembangan koperasi yang bersifat sukarela ketika menjadi salah satu anggota. Pengelolaan manajemen koperasi didasarkan pada aturan yang berlaku diantaranya AD/ART, kebijakan, struktur organisasi, peran dan aturan yang memiliki fungsinya masing- masing sesuai dengan jobdesk dari para pengurus, pengawas dan pengelola dilakukan secara tersistem dalam menjalankan koperasi yang berlandaskan visi dan misi serta tata kelola (Good Corporate Governance) koperasi yang transparan, mandiri, memiliki akuntabilitas, pertanggungjawaban dan kewajaran.

Keberadaan koperasi itu sendiri dijamin oleh Undang-undang yaitu Undang-undang nomor 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian disusun untuk mempertegas jatidiri, kedudukan, permodalan, dan pembinaan Koperasi sehingga dapat lebih menjamin kehidupan Koperasi sebagaimana diamanatkan oleh pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945 (Muljadi, 2015).

Kemudian untuk memenuhi harapan masyarakat, agar koperasi bergerak maju maka Era Pemerintahan Presiden Joko Widodo, tahun 2020 Pemerintah pusat dan DPR RI mengesahkan Undang-Undang Cipta Kerja. Undang-Undang (UU) Cipta Kerja yang disahkan pada rapat Paripurna DPR RI pada 5 Oktober lalu tak lepas membahas mengenai Koperasi. Pembahasan terkait koperasi dijabarkan dalam Bab V tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan, Koperasi, Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah. Adapun terkait koperasi ada beberapa perubahan isi pasal dan penambahan dalam UU Cipta kerja. Deputi Bidang Pengembangan SDM Kementerian Koperasi dan UKM (KemenkopUKM) Arif Rahman Hakim mengatakan, perubahan diantaranya ialah terkait dengan pembentukan koperasi, dimana pada UU Cipta Kerja diatur ketentuan pasal 6 diubah menjadi; Pasal 6 (1) Koperasi Primer dibentuk paling sedikit oleh 9 (sembilan) orang. Pada UU sebelumnya yaitu UU No 25 tahun 1992 mengenai Perkoperasian diatur bahwa Koperasi Primer dibentuk sekurang-kurangnya 20 orang.

Faktor yang paling menentukan berkembang dan tidaknya sebuah koperasi terletak pada pengembangan produk koperasi. Sebab apabila koperasi belum mempunyai produk atau memahami arti pentingnya sebuah produk maka koperas tersebut tidak akan berkembang. Dalam penelitian

yang dilakukan oleh Tulus Tambunan (2008) bahwa Kegiatan koperasi sesuai ilmu ekonomi dengan dua alasan utama: (i) mengingat tujuan utama seseorang menjadi anggota koperasi adalah untuk meningkatkan kesejahteraannya, maka motif ekonomi lebih menonjol daripada motif non-ekonomi. Oleh karena itu, dengan sendirinya motif utama mendirikan koperasi adalah ekonomi; (ii) dasar pemikiran ilmu ekonomi berusaha dengan biaya seminimal mungkin menghasilkan profit sebanyak mungkin.

Berdasarkan Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah no 9 tahun 2018 tentang Penyelenggaraan dan Pembinaan Koperasi, bahwa Koperasi produksi adalah Koperasi yang menjalankan usaha pelayanan di bidang pengadaan sarana produksi dan pemasaran produksi yang dihasilkan Anggota kepada Anggota dan masyarakat. Misalnya, tahu, tempe, koperasi susu, koperasi hasil kerajinan. Apabila koperasi hanya memiliki dan mengelola unit usaha produksi (mengolah bahan menjadi bahan/barang lain) hingga menghasilkan barang, maka koperasi ini disebut "koperasi produksi". Koperasi produksi merupakan koperasi dimana para anggotanya mempunyai kepentingan akan ketersediaan bahan baku untuk barang-barang yang akan diproduksi serta memudahkan pemasaran. Ada bimbingan dalam meningkatkan mutu produksi dan mudah memperoleh permodalan.

Koperasi produksi adalah koperasi yang memiliki kegiatan dalam hal penampungan barang-barang. Barang-barang yang disediakan di dalam koperasi produksi adalah barang-barang yang dihasilkan atau diproduksi oleh para anggotanya. Contoh barang yang disediakan di koperasi produksi contohnya adalah tempe dan tahu, hasil kerajinan, maupun susu. Dengan demikian, contoh dari koperasi produksi misalnya koperasi susu maupun koperasi hasil kerajinan.

Data dari Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Banten di Provinsi Banten saat ini terdapat 9.800 UKM dan 6.124 koperasi yang tersebar di delapan kabupaten dan kota. "Kendala utama pembiayaan dan akses modal. Memang koperasi dan UMKM memerlukan akses modal. Selama ini Pemprov Banten telah menggulirkan Jamkrida sebagai jaminan kredit daerah," (Belajar koperasi.com, 2016). Data dari perkembangan koperasi di Banten sesungguhnya memungkinkan Provinsi untuk menjadi leader dalam pertumbuhan koperasi, tetapi untuk data koperasi produksi di Banten belum terlalu banyak di bandingkan dengan jumlah koperasi simpan pinjam.

Koperasi produksi membutuhkan SDM yang mumpuni agar hasil produknya dapat dirasakan oleh masyarakat Banten. Memajukan koperasi produksi tidak hanya SDM saja yang perlu dipikirkan, tetapi teknologi apa yang cocok untuk di terapkan di koperasi produksi. Dalam pengabdian masyarakat ini penulis akan mengkaji tentang bagaimana koperasi Produksi meningkatkan sumber daya manusianya (SDM) dalam merancang dan membuat produk, dan teknologi apa yang cocok diterapkan untuk koperasi produksi.

METODE

Metode yang akan digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan ini dilakukan dengan, *pertama*, menggambarkan pengelolaan peningkatan sumber daya manusia (SDM) di

koperasi *Kedua*, menggambarkan koperasi dalam mengembangkan teknologi dan informasi dalam pengembangan produk-produknya.

Berkenaan dengan metode kualitatif, dilakukan pendekatan evaluatif, yang antara lain, *pertama*, ingin memusatkan perhatian observasi pada praktik sosial dari fenomena yang terjadi; *kedua*, menggali lebih dalam berbagai aspek dan informasi para pelaku serta memperhatikan dimensi struktural-kultural yang ada, dan *ketiga*, memanfaatkan semaksimal mungkin triangulasi data (Moleong, 2006).

Lokasi Pengabdian masyarakat

Lokasi yang dijadikan tempat pengabdian masyarakat yaitu di Provinsi Banten. Lokasi ini dipilih karena beberapa alasan dan pertimbangan, antara lain karena peran Koperasi dalam pengembangan SDM dan penggunaan teknologi Informasi. Informan kunci tiap – tiap Koperasi Produksi di ambil 1 sampai 3 orang yang terdiri dari Pengurus atau pengelola.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data akan dilakukan dengan cara menggunakan data primer dan data sekunder :yang akan dicapai dari penelitian ini.

1. Data Primer dilakukan dengan dengan menghubungi obyek langsung penelitian yang sesuai dengan masalah dan tujuan yang akan dicapai, Dalam penelitian ini data primer di peroleh dari lapangan yang dilakukan dengan menggunakan :

a. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topic tertentu (Sugiyono, 2007). Wawancara dilakukan dengan pengurus dan pengelola Koperasi KSU, dengan nasabah Koperasi.

b. Observasi dan dokumentasi

Prastowo (2011) mengatakan bahwa obsevasi (pengamatan) merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap suatu gejala yang tampak pada objek penelitian. Dokumentasi adalah cara pengumpulan informasi yang didapatkan dari dokumen, yakni peninggalan tertulis, arsip-arsip, akta, ijazah, rapor, peraturan perundang-undangan, buku harian, surat-surat pribadi, catatan birografi, dan lain-lain yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang diteliti.

c. Triangulasi

Meleong (2006) menjelaskan Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Dalam mengecek sumber data dari LKMS BMT, maka peneliti mengecek kembali dengan mewawancara langsung dari pengelola atau pengurus LKMS BMT yang lain, dengan dilengkapi data berupa dokumen akad

d. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikelompokkan dan di susun oleh pihak lain dalam hal ini lembaga terkait yang digunakan sebagai data pendukung penelitian. Data tersebut berupa kebijakan pemerintah seperti

Peraturan-peraturan yang terkait dengan Koperasi. adalah Undang-undang No. 25 tahun 1992 tentang perkoperasian.

TEMUAN DAN ANALISIS

Dalam kajian ini penulis akan menggali tentang koperasi produksi, berdasarkan survei lapangan langsung, penulis dapat memotret dan mempresentasikan kiprah dan peran tentang kualitas SDM Koperasi produksi dalam mengembangkan produk, kemudian bagaimana koperasi produksi dapat meningkatkan produknya serta bagaimana penerapan teknologi koperasi produksi dalam pengembangan produk-produknya.

Survei dilakukan di wilayah Provinsi Banten yaitu di Kabupaten Serang, Kabupaten Lebak, Kabupaten Pandeglang, kota Tangerang Selatan, Kota Serang, dan Kota Cilegon. Pemilihan ini dilakukan secara purposif yang berarti dipilih karena pertimbangan-pertimbangan tertentu:

Dari 12 Koperasi produksi yang peneliti survei, hanya 5 Koperasi produksi yang sesuai dengan kriteria untuk di observasi. Dengan Informan sebagai berikut:

1. Ibu Diah, staf dan pebatik Koperasi produksi batik setu tangerang selatan
2. Bapak Jaudin Ketua Koperasi Zanjabil Banten Sejahtera Kab. Serang.
3. Bapak Hilman Ketua Koperasi Produksi Tani Jamur Banten Kota Serang.
4. Bapak H. Irsyad Ketua Pengurus Koppontren Al-Irsyad Kramat Watu Serang Produksi Emping.
5. Ibu Nurdalifah Sekretaris Koperasi Produksi Loka Satwa Prima

Untuk lebih lengkapnya sebagai berikut:

Tabel 1. Data 5 koperasi produksi ini telah berbadan hukum dan sudah melaksanakan Rapat Anggota Tahunan (RAT)

No	Nama	Alamat	Tahun Berdiri	No. Badan Hukum	Asset Per 31 Des 2018	Omzet Per Bulan
1	Kop. Produsen Rumah Batik Setu Kota Tangsel	Jln. Raya Puspitek No.1 Kel/Kec: Setu Tangsel Banten	Nov 2017	006996/B M.KUKM.2 /1/2018	50.000.000	5.000.000
2	Kop. Zanjabil Banten Sejahtera Kab. Serang.	Jln. Raya Serang Jakarta Km.13 Kp. Sentul Selatan Kab. Serang	04-Aug-18	009259/B H/M.KUK M.2/VIII/2018	6.000.000	5.300.000

3	Kop. Produksi Tani Jamur Banten Kota Serang.	Jln. Raya Petir Komp. RSS Pemda A1 No.02 Rt.04 Rw.08 Kec. Cipocok Kota Serang Banten	18-Dec-18	011240/B H/M.KUK M.2/XII/2018	30.000.000	21.000.000
4	KSU Al-Irsyad Mandiri	Komp. Perguruan Islam Al-Irsyad Jl. Keramatwatu-Wr.Kurung Kec. Waringin Kurung Banten	Mar-07	036/BH/XI.2/Bid.Korp/III/2007	25.000.000	10.000.000
5	Koperasi Produksi Loka Satwa Prima	Balai Pengujian Pakan dan Ternak Dinas Peternakan Prov. Banten Kp. Boru Curug Kota Serang Banten	17-Jan-17	No.4 tahun 2017	8.000.000	1.500.000

Penjelasan Hasil Survei:

- Koperasi Produksi Rumah Batik Setu Kota Tangerang Selatan**
 Produk : Batik Tulis Khas Tangerang Banten
 SDM : Ada 1 tenaga ahli, pelatihan dengan mendatangkan tenaga trainer dari Jawa untuk melatih ibu-ibu rumah tangga disekitar Setu
 Pemasaran: Sesuai pesanan karena yang diproduksi hanya batik tulis dan batik cap. Direncanakan akan ada Kawasan Batik Setu
 Teknologi Produksi: masih manual karena visinya adalah pemberdayaan masyarakat sekitar



2. Koperasi Zanjabil Banten Sejahtera Kab. Serang.
Produk : Minuman Ekstrak Jahe dan Bir Pletok Jahe plus akar lawing
SDM : Dikerjakan sendiri dengan istri
Pemasaran: Pemasaran Online by WA Grup, dan ke Carefur.
Teknologi Produksi: Masih peralatan sederhana, diharapkan adan pemodal untuk meningkatkan produksi untuk meningkatkan TTG yaitu mesin parut bersatu dengan mesin peras, dan memiliki mesin produk rencengan untuk dipasarkan ke warung-warung



3. Koperasi Produksi Tani Jamur Banten Kota Serang.
Produk : Jamur dan Obat Pengembang biakan Jamur
SDM : Dilatih sendiri secara bertahap sesuai dengan kemampua
Pemasaran: Melalui Asosiasi dan diambil ditempat
Teknologi Produksi: Masih sederhana dilakukan secara manual, teknologi yang dibutuhkan adalah mesin pengkukus serbuk kayu untuk dijadikan badlog sebagai bahan dasar tumbuh kembangnya jamur



4. Koppontren Al-Irsyad Warung Gunung Kabupaten Serang Produksi Emping

Produk : Emping Melinjo dan Keceprek
 SDM : masyarakat sekitar pengrajin emping dengan kualitas SDM yang diturunkan turun temurun secara alami
 Pemasaran: Wali santri dan sesuai pesanan Teknologi
 Produksi : Manual dan dibantu dengan TTG bantuan dari DINKOP Provinsi Banten



5. Koperasi Produksi Loka Satwa Prima berdiri thn 2017
 Produk : Susu perah dan Susu Pasteurisasi.
 SDM : Tenaga masih manual dan blm membutuhkan tenaga ahl
 Pemasaran : masih terbatas ke anggota karna produksi masih sedikit diambil langsung.
 Teknologi Produksi: Teknologi masih manual dengan pemerhsan menggunakan tangan. Diharapkan kedepan dapat menggunakan pemerahan mennggunakan mesin otomatis sehingga lebih higienis.



Analisis Peningkatan Kualitas SDM dalam Pengembangan Produk

Peningkatan Sumber daya pengelola koperasi produksi rata-rata masih manual, untuk meningkatkan kualitas SDM maka pelatihan dilakukan bagi para karyawan atau pekerja yang membantu koperasi produksi dan terus dilakukan pengawasan langsung dari pengurus koperasi. Yang menarik

adalah para pelaku UMKM berkumpul untuk berhimpun dalam sebuah koperasi produksi dan bersama membuat jejaring dalam memasarkan dan menjual produknya dengan saling membantu memajukan produk koperasi. Dalam menentukan SDM nya koperasi produksi belum secara maksimal memikirkan standar dari karyawannya dalam menjaga kualitas produk. Mengambil karyawan dengan upah harian atau mingguan agar produk koperasi dapat berjalan.

Hasil dari wawancara dan observasi dalam peningkatan kualitas sumber daya, masing-masing koperasi produksi mempunyai keinginan kuat untuk maju, terbatasnya pengetahuan tentang kompetensi membuat produk baru harus menjadi perhatian untuk memajukan koperasi di Banten. Koperasi produksi hanya mengandalkan pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh pengurus ataupun pengelola koperasi, karena pengurus koperasi merupakan pelaku UMKM yang mempunyai keahlian tersendiri. Koperasi produksi di yang penulis observasi masih tergolong muda, walaupun ada koperasi pondok pesantren yang sudah lama berdiri, tetapi unit produksinya baru berjalan beberapa tahun saja.

Koperasi produksi yang mengelola karyawannya masih bersifat tradisional atau manual, masih cenderung dan berorientasi produksi yang sederhana, pengelolaan keuangan yang sederhana dan pemasaran cenderung berorientasi jangka pendek. Untuk meningkatkan produk yang diminati konsumen maka para pengurus atau pengelola koperasi perlu mempersiapkan langkah-langkah penyediaan SDM yaitu, perekrutan, seleksi, pelatihan dan penilaian hasil kerja.

a. Perekrutan anggota Koperasi:

Anggota koperasi minimum harus 20 orang. Latar belakang anggota biasanya tidak sama, baik pendidikan, sosial ekonomi, agama maupun tanggung jawab keluarga. Jika anggota koperasi lebih dari 20 orang maka koperasi tersebut semakin besar sehingga sulit untuk mengkoordinasi dan mengorganisasi anggota yang makin banyak itu. Karena semakin beraneka ragamnya tingkat kepentingan dan motivasi masing-masing anggota. Sebagai contoh koperasi produksi yang terdiri dari para pelaku UMKM, ada yang masih berumur 19 tahun dan ada pula yang sudah 26 tahun dan ada yang kreatif, dan mempunyai banyak jaringan dan lainnya

Dengan latar belakang sosial ekonomi yang beraneka ragam ini jelas membawa persoalan yang tidak ringan bagi pemimpin organisasi koperasi, yang harus dapat membawa para anggota koperasi ke satu tujuan bersama memotivasi agar berpartisipasi secara optimal kepada koperasi produksi yang didirikannya.

Dari gambaran tersebut sudah saatnya bagi koperasi mulai melihat dan memperhatikan kualitas keanggotaan, bukan kuantitas atau jumlah

anggota. di sini prinsip keanggotaan koperasi yang sukarela mulai diterapkan dengan benar untuk memulai suatu koperasi yang baru, yang semuanya bertujuan menciptakan anggota koperasi yang bermotifasi tinggi. Anggota diharapkan untuk lebih menyadari apabila diarahkan dan lebih mudah diajak berpartisipasi aktif. Bagi anggota yang memperoleh informasi cukup sehingga memahami koperasi produksi beserta kebijakan dan tindakannya diharapkan untuk lebih setia kepada koperasi, memiliki kepentingan yang lebih besar dengan koperasinya, lebih banyak mengajukan kritik dan saran yang membangun, bertindak sebagai salesman dalam koperasinya, memenuhi semua kewajiban dan melunasi segala pembayaran kepada koperasi.

Bagi koperasi yang memiliki anggota banyak, maka untuk mempermudah komunikasi dengan para anggota akan lebih efektif bila dibentuk kelompok-kelompok atau unit-unit aktivitas. Masing-masing kelompok dapat mengadakan pertemuan rutin sambil melatih dan membiasakan mereka saling belajar serta membantu kepentingan kelompoknya. Karena kekuatan koperasi berada di tangan anggotanya, maka kesadran akan disiplin dan fanatisme anggota sangat penting guna meningkatkan pemahaman koperasi serta etos koperasi yang perlu ditanamkan pada setiap anggota dengan demikian motivasi para anggota koperasi dapat ditingkatkan secara bersama-sama dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonominya.

b. Karyawan Koperasi

Orang yang bekerja pada perusahaan koperasi dan yang melaksanakan usaha, melayani pelanggan, dan membantu pengurus dalam membuat pertanggungjawaban kepada pemilik koperasi. Apabila usaha koperasinya masih kecil, maka karyawan yang diperlukan cukup 2 atau 3 orang. Jika usaha koperasi semakin besar maka semakin banyak pula karyawan yang diperlukan.

Di dalam koperasi diperlukan seorang ahli manajemen personalia yang bertugas untuk: Merencanakan pembagian tugas, Melaksanakan pembagian tugas, Mengorganisasikan masing-masing unit aktivitas, Mengawasi semua kegiatan yang ada, Menambah pengetahuan para karyawan, Memikirkan kesejahteraan mereka secara memadai. Syarat penting untuk menjadi karyawan koperasi adalah orang yang sesuai dengan keahliannya masing-masing yang dibutuhkan oleh pekerjaannya, dengan tujuan agar tidak ada pemborosan dalam pemanfaatan SDM yang bekerja di koperasi. Dalam mengadakan seleksi terhadap karyawan yang akan diterima harus di selaenggarakan secara sungguh-sungguh melalui langkah-langkah yang benar dan baik, tidak begitu saja langsung menerima orang misalnya keluarga pengurus yang langsung di tempatkan

namun harus di seleksi terlebih dahulu. Prosedur pemilihan tenaga kerja dapat dilakukan dengan langkah-langka sebagai berikut: Sediakan waktu yang cukup, Ikuti jadwal yang tersedia, Periksa semua surat lamaran, Ajukan pertanyaan pribadi, Ajukan pertanyaan singkat dengan jawaban yang sekiranya panjang, Sikap para calon dianalisis, Hormati minat para calon, Bertanya dan mendengarkan jawaban secara lengkap.

Apabila usaha koperasi terdiri dari beberapa unit maka sebaiknya masing-masing unit di beri keleluasaan dalam mengelola koperasinya dengan dipimpin oleh seorang kepala unit yang benar-benar mampu, dalam hal ini, yang terpenting adalah pertanggungjawaban unit kepada usaha keseluruhan dengan pengawasan yang intensif contoh: kepala unit produk gula, merupakan unit yang diberi kekuasaan untuk bergerak mengatur sendiri usaha gulanya.

Kepala tersebut harus benar-benar orang yang mengetahui seluk beluk pengelolaan gula, menguasai seni penjualan dan mengerti kemana harus membeli barang sehingga harga jualnya dapat murah, kepala juga harus benar-benar menguasai sifat barang yang dijual, pembelinya, harganya dan lain sebagainya dengan harapan pembeli yang bertanya tentang seluk beluk barang yang akan diberi ia dapat menjelaskan sampai tuntas akibatnya, pelanggan tersebut benar-benar menjadi pelanggan yang baik bagi koperasi (kompasiana, ayu zohraida, 2012).

Analisis Strategi Pengembangan Produk

Dalam menentukan strategi pengembangan produk koperasi produksi khususnya koperasi batik masih mengandalkan pada pemberdayaan warga masyarakat khususnya ibu-ibu sekitar lingkungan koperasi untuk memberikan pelatihan dan membuat desain batik. Sedangkan pada koperasi produksi jahe pengembangan produk dengan fokus pada permintaan ke hyper Mart dan mini market 212. Produkpun terbatas karena jumlah SDM yang belum banyak, dengan mesin yang masih manual dan sederhana. Kemudian koperasi produksi Jamur pengembangan produknya pada hasil panen jamur dan untuk kota Serang saja hasil panen ini masih kurang. Jadi baru sekedar memenuhi kebutuhan lokal, belum dapat memenuhi daerah lainnya. Untuk Koperasi produksi yang fokus pada produk yang bahas dasarnya adalah buah melinjo, dengan menghasilkan produk emping dan ceprek, pengembangan produknya sudah mulai berkembang dengan beraneka rasa dari asin, manis samapi pedas. Bukti bahwa koperasi produksi mampu mengemas produk yang bernilai murah dapat dikembangkan menjadi produk yang harganya kompetitif. Ada juga koperasi produksi susu, ternya baru sebatas untuk memenuhi kebutuhan anggotanya saja, dengan masih terbatasnya sarana

dan prasarana produksi, maka koperasi ini masih belum berjalan dengan baik.

Dari uraian hasil survei ke koperasi produksi, maka perlu menjadi perhatian agar pengembangan produk dapat direncanakan dengan baik. Pengembangan produk baru merupakan salah satu cara dalam menjaga kelangsungan hidup koperasi, dengan pengembangan produk yang optimal perusahaan dapat menarik konsumen, apabila dalam pengembangannya berhasil maka tingkat keuntungan koperasi akan bertambah.

a. Tantangan dalam Pengembangan Produk Baru

Koperasi produksi dapat menambahkan produk baru melalui penambahan mitra koperasi atau pengembangannya. Rute bermitra bisa mengambil tiga bentuk. Koperasi dapat bermitra dengan koperasi lain, mendapatkan hak paten dari perusahaan itu atau membeli lisensi atau waralaba dari koperasi lain. Namun, keberhasilan koperasi tidak hanya didapatkan dari begitu banyak mitra.

Pada beberapa titik, ada kebutuhan mendesak untuk pertumbuhan- organik pengembangan produk baru dari dalam koperasi produksi. Untuk pengembangan produk, koperasi dapat menciptakan produk baru di laboratoriumnya sendiri, atau dapat menandatangani kontrak dengan periset independen atau koperasi pengembangan produk baru untuk mengembangkan produk tertentu atau menyediakan teknologi baru.

b. Imperatif Inovasi

Dalam perekonomian yang berubah dengan cepat, inovasi berkelanjutan merupakan suatu keharusan. Koperasi yang sangat inovatif mampu mengidentifikasi dan mengukur peluang pasar baru dengan cepat. Koperasi yang gagal mengembangkan produk baru sama saja menempatkan diri sendiri pada resiko. Produk lama rentan terhadap perubahan kebutuhan dan selera pelanggan, teknologi baru, siklus hidup yang lebih pendek, dan persaingan domestik dan asing yang meningkat. Teknologi baru merupakan ancaman utama.

c. Jenis-jenis produk baru

Produk baru berkisar dari produk baru bagi dunia yang menciptakan pasar yang seluruhnya baru pada sisi, sampai perbaikan atau revisi kecil produk lama di sisi lain. Sedangkan besar kegiatan produk baru ditujukan untuk memperbaiki produk lama. Dalam banyak kategori. Semakin sulit mengidentifikasi produk

sukses yang akan mengubah pasar. Tetapi inovasi yang berkelanjutan untuk lebih memuaskan kebutuhan anggota/konsumen dapat mendorong pesaing untuk saling mengejar.

Dengan terus meluncurkan produk baru sebagai perluasan merek dalam kategori produk yang berhubungan juga dapat memperluas arti merek. inovasi produk dan program pemasaran efektif memungkinkan koperasi produksi ini memperluas jejak pasarnya. Inovasi yang radikal dapat memberikan kerugian pada koperasi dalam jangka pendek, tetapi sisi baiknya adalah bahwa keberhasilan dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang lebih tahan lama dibandingkan produk biasa.

d. Enam kategori produk baru :

1. Produk baru bagi dunia
Produk baru yang menciptakan pasar yang sama sekali baru
2. Lini produk baru
Produk baru yang memungkinkan perusahaan memasuki pasar yang mapan untuk pertama kalinya
3. Tambahan untuk lini produk yang ada
Produk baru yang menunjang lini produk yang mapan (ukuran paket, cita rasa, dan lain-lain)
4. Peningkatan dan revisi produk yang ada
Produk baru yang menyediakan kinerja yang ditingkatkan atau nilai yang lebih dipahami dan menggantikan produk yang ada
5. Penentuan ulang posisi
Produk yang ada ditargetkan pada pasar baru atau segmen pasar
6. Pengurangan biaya
Produk baru yang memberikan kinerja serupa dengan biaya lebih rendah

e. Keberhasilan Produk Baru

Inovasi tambahan dapat memungkinkan koperasi untuk memasuki pasar baru dengan memperbaiki produk baru untuk pelanggan baru, menggunakan variasi produk ini untuk tetap memimpin pasar, dan menciptakan solusi jangka pendek untuk seluruh masalah industri. Koperasi produksi baru menciptakan teknologi perusak yang lebih murah dan mungkin mengubah ruang kompetitif. Koperasi ternama bisa jadi lambat dalam memberikan reaksi atau investasi terhadap teknologi perusak ini karena teknologi perusak ini mengancam investasi koperasi.

Agar dapat berhasil dalam mengembangkan produk factor utama adalah produk yang superior dan unik. Factor lainnya adalah konsep produk yang didefinisikan dengan baik. Koperasi mendefinisikan dan meniali pasar sasaran, kebutuhan produk, dan manfaat secara cermat sebelum melanjutkan produk tersebut, factor selanjutnya adalah sinergi teknologi dan pemasaran, kualitas pelaksanaan di semua tahap, dan daya tarik pasar.

f. Kegagalan Produk Baru

Beberapa factor tambahan yang menghambat pengembangan produk baru adalah:

- Kelangkaan ide penting dalam area tertentu
Mungkin hanya sedikit cara yang tersisa untuk meningkatkan beberapa produk dasar (seperti baja atau deterjan).
- Pasar Terfragmentasi
Perusahaan harus mengarahkan produk baru mereka pada segmen pasar yang lebih kecil, dan ini berarti penjualan dan laba lebih rendah untuk setiap produk.
- Batasan social dan Pemerintah (governmental)
Produk baru harus memuaskan keamanan/keselamatan konsumen dan ramah lingkungan.
- Biaya Pengembangan
Sebuah perusahaan umumnya harus melahirkan banyak ide untuk menemukan hanya satu ide yang bernilai bagi pembembangan, dan sering menghadapi biaya litbang, manufacturing, dan pemasaran yang tinggi.
- Kekurangan Modal
Beberapa perusahaan mempunyai ide yang baik, tetapi tidak dapat mengumpulkan dana yang dibutuhkan untuk meneliti/ menjangkau dan melucurkannya.
- Waktu pengembangan yang dibutuhkan lebih cepat
Koperasi harus mempelajari bagaimana cara menempatkan waktu pengembangan dengan menggunakan teknik baru, mitra strategis, uji konsep dini, dan perencanaan pemasaran yang maju.
- Daur hidup produk yang lebih singkat
Bila sebuah produk baru berhasil, pesaing cepat menirunya.

g. Penyebab kegagalan Produk Baru

1. Kegagalan pasar/pemasaran
 - Ukuran pasar potensial kecil
 - Tidak ada diferensiasi

- Positioning buruk
- Salah memahami kebutuhan pelanggan
- 2. Kegagalan Keuangan
 - Tingkat pengembalian investasi yang rendah
- 3. Kegagalan Penentu Waktu
 - Terlambat masuk pasar
 - Terlalu cepat-pasar belum berkembang
- 4. Kegagalan Teknis
 - Produk tidak bekerja
 - Desain yang buruk
- 5. Kegagalan organisasional
 - Tidak sesuai dengan budaya organisasi
 - Kekurangan dukungan dari organisasi
- 6. Kegagalan lingkungan
 - Peraturan pemerintah dan factor makro ekonomi

Analisis Peran Teknologi

Dalam pengembangan produk koperasi produksi, masih menggunakan teknologi yang manual dan sederhana, pemakaian mesin juga masih sederhana. Koperasi produksi batik misalnya teknologinya masih sederhana. Kemudian koperasi produksi jahedan pengolahan susu perah teknologinya masih tradisional, dan walaupun ada mesin yang datang atas bantuan Pemerintah, maka mesin itu belum di gunakan. Pada koperasi produksi teknologibelum merupakan hal yang wajib di gunakan, tetapi peran para karyawan secara manual masih di gunakan untuk memproduksi produk hasil koperasi.

Teknologi seharusnya menjadi peran yang sangat menentukan bagi pengembangan produk koperasi, tetapi koperasi di Banten teknologinya belum sepenuhnya di gunakan. Koperasi ini sebenarnya mempunyai potensi yang sangat menjanjikan. Kemauan Pengurus koperasi produksi di tuntut untuk lebih fokus pada pengembangan produk dan menggunakan teknologi yang dapat mempercepat terciptanya produk-produk untuk kebutuhan masyarakat pada umumnya.

Kesimpulan Dan Rekomendasi

Kesimpulan:

1. Koperasi produksi yang mengelola karyawannya masih bersifat tradisional atau manual, masih cenderung dan berorientasi produksi yang sederhana, pengelolaan keuangan yang sederhana dan pemasaran cenderung berorientasi jangka pendek. Koperasi produksi hanya mengandalkan pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh pengurus

ataupun pengelola koperasi, karena pengurus koperasi merupakan pelaku UMKM yang mempunyai keahlian tersendiri.

2. Untuk meningkatkan produksinya koperasi produksi maka perlu menjadi perhatian agar pengembangan produk dapat direncanakan dengan baik. Pengembangan produk baru merupakan salah satu cara dalam menjaga kelangsungan hidup koperasi, dengan pengembangan produk yang optimal perusahaan dapat menarik konsumen, apabila dalam pengembangannya berhasil maka tingkat keuntungan koperasi akan bertambah.
3. Teknologi seharusnya menjadi peran yang sangat menentukan bagi pengembangan produk koperasi, tetapi koperasi di Banten teknologinya belum sepenuhnya di gunakan. Koperasi ini sebenarnya mempunyai potensi yang sangat menjanjikan. Kemauan Pengurus koperasi produksi di tuntut untuk lebih fokus pada pengembangan produk dan menggunakan teknologi yang dapat mempercepat terciptanya produk-produk untuk kebutuhan masyarakat pada umumnya. Ketersediaan bahan baku lokal bagi koperasi produksi merupakan keunggulan tersendiri yang memungkinkan dapat beroperasi secara efisien. Pada sisi lain modal kerja yang dibutuhkan relatif kecil, sehingga memberi peluang kepada masyarakat yang memiliki jiwa wirausaha untuk mendirikan unit-unit usaha dengan kadar kecanggihan teknik produksi yang terjangkau.

Rekomendasi:

1. Sumber daya koperasi produksi perlu dipikirkan, di rencanakan, di siapkan agar keberlangsungan koperasi dapat terus tumbuh dan berkembang, kemauan pengurus dutuhkan untuk melaksanakan hal tersebut
2. Dalam pengembangan produk koperasi produksi, keahlian SDM dalam pengemasan produk, penjualan dan bermitra dengan pihak lain merupakan syarat utama dalam meningkatkan pengembangan produk koperasi produksi
3. Pemerintah Daerah perlu membantu bantuan baik, pelatihan-pelatihan khusus pengembangan koperasi produksi, dan mencarikan peluang untuk bermitra dengan perusahaan-perusahaan yang dapat menampung hasil produk koperasi produksi.
4. Pemerintah provinsi Banten harus mempunyai koperasi unggulan yang fokus pada koperasi produksi.

DAFTAR PUSTAKA

Alyas, M. Rakib. 2017, Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (studi kasus pada

- usaha Roti Maros di Kabupaten Maros), sosiohumanaora vol 19 no. 2, Makasar
- Amalia, Euis. 2008. Reformasi Kebijakan Bagi Penguatan Peran Lembaga Keuangan Mikro dan Usaha Kecil Mikro di Indonesia, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Creswell, John W. 1994. Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches. SAGE Publications. USA.
- Ignatius Sukamdiyo, MANAJEMEN KOPERASI, Erlangga, 1996, Lihat Masri Singarimbun & Sofian Efendi (Editor) dalam "Metode Penelitian Survei" LP3ES Jakarta. 1 1989 hlm 2-8.
- Darwas, R, 2010. Evaluasi Peran Sistem Informasi Manajemen Koperasi Swadharma dengan Menggunakan Model Maturity Level pada Kerangka Kerja COBIT pada Domain Plan and Organise. Program Nagister Sist. Inf. Akunt. Univ. Gunadarma. Jkt
- Hikmah Aryani (2017) Fiansial Teknologi Koperasi, Universitas Gunadarma Jakarta
- Irawan, Deni Sudrajat. 2008. Modul Bahan bacaan Pelatihan Dasar Pengelola BMT, Pinbuk Pusat, Jakarta
- Kotler, Philip, and Keller, Kevin Lane 2009, Manajemen Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid I, Jakarta, Erlangga
- Kotler, Philip, 1997, Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid I dan II, Jakarta, PT. Prenhallindo
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta. : Indeks
- Kotler, Pilip dan Gary, Armstrong. 2001. Prinsip-prinsip Pemasaran. Alih Bahasa Imam Nurmawan Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro, M. 2005. Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif. Jakarta:Erlangga.
- Muhadjir, Noeng. 1996. Metode Penelitian Kualitatif. Edisi III. Penerbit: Rake Sarasin, Yogyakarta.
- Moleong, Lexy. 2002. Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Penerbit: PT Remaha Rosdakarya, Bandung.
- Maria Ira Susanti, 2015. Peran Koperasi Serba Usaha (KSU) "Mitra Maju" dalam meningkatkan Kesejahteraan Anggota di Kampung Sumber Sari Kabupaten Kutai Barat, ejournal.ip. fisip-unmul.org, ISSN : 2337-3067
- Susanto, Bob. 2015. Koperasi menurut para ahli. <http://www.seputarpengetahuan.com/2015/03/pengertian-koperasi-menurut-para-ahli-terlengkap.html> (diakses tgl. 1 Maret 2016 : pk. 15.00)
- Marinus sony, tony. 2013. Analisis Good Corporate Governance Pada Koperasi (pendekatan Sistem Informasi Studi Kasus Setia Bhakti Wanita di Surabaya, Institut Bsnis dan Informatika STIKOM Surabaya
- Marimin, Hendri tanjung, haryo prabowo, 2006. Sistem Informasi Manajemen SDM. Grasindo, Jakarta
- Ni Putu Alannita, Gusti Ngurah Agung Suaryana, 2014. Pengaruh Kecabggihan TeknologiInformasi, Partisipasi Manajemen, dan Kemampuan Teknik

- Pemakai Sistem Informasi Akuntansi Pada Kinerja Individu, E-Jurnal Akuntansi Univ. Udayana, ISSN: 2302-8556
- Prastowo, Andi. 2011. Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian, Ar-Ruzz Media, Yogyakarta
- Rivai, Veithzal, Andria Permata. 2008. Islamic Financial Management, teori, konsep, dan aplikasi panduan praktis untuk lembaga keuangan, nasabah, praktisi dan mahasiswa, Rajawali Press, Jakarta
- I Wayan Juniantara, I gede Riana. 2015, Pengaruh Motivasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja dan Karyawan Koperasi di Denpasar, E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 4.09 ISSN 2337-3067
- R.T. Sutantya, Rahardja, 2005. Hukum Koperasi Indonesia, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Rivai, H. Veithzal dan Sagala, Ella Jauvani. (2009).Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Edisi 2. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Robbins, Judge. 2007. Perilaku Organisasi, Buku 1 dan 2. Jakarta : Salemba Empat
- Robbins, Stephen P.-Timothy A. Judge. 2008. Perilaku Organisasi. Edisi 2- Buku 1.Jakarta. Salemba Empat.
- Suwatno, Donni Juni Priansa, 2011. Manajemen SDM dalam organisasi Publik dan Bisnis, Alfabeta Bandung
- Subagyo, Ahmad. 2010. Marketing in Busibess studi kasus UMK &LKM, Jakarta, Mitra Wacana Media
- Tulus T.H. Tambunan, 2009. Perekonomian Indonesia, Ghalia Indonesia, Bogor
- Gumulya, D. 2018. Identifikasi keunggulan dan kelemahan, UMKM berbasis produk kriya, dimensi, Jakarta
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta. : Indeks
- Kotler, Pilip dan Gary, Armstrong. 2001. Prinsip-prinsip Pemasaran. Alih Bahasa Imam Nurmawan Jakarta : Erlangga.
- (Belajar koperasi.com, 2016).
- Kompasiana.com, 2012