

PERAN KOPERASI DALAM MENDUKUNG PENGUATAN UMKM KONVEKSI DI KABUPATEN PATI PADA MASA PANDEMI COVID-19

Eva Ida Fitria Asiaty

E-mail: eva.ida7@student.uns.ac.id

Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret

Albertus Sentot Sudarwanto

E-mail: alsentotsudarwanto@yahoo.com

(Penulis Korespondensi)

Dosen Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret

Article Information

Keywords: Covid-19; Cooperative; Pandemic; MSMEs.

Kata Kunci: Covid-19; Koperasi; UMKM; Pandemi.

Abstract

This article aims to examine the role of cooperatives in supporting the strengthening of MSMEs Convection Cloth Masks during the Covid-19 pandemic. This study uses empirical research methods. This legal research uses legal resources in the form of legal materials both primary legal materials and secondary legal materials. The data types used are Secondary data and Primary data. Data collection techniques are used through literature studies, interviews, and data analysts. The results showed that cooperatives play an active role in supporting the strengthening of MSMEs Convection in Pati Regency.

Abstrak:

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji peran koperasi dalam mendukung penguatan UMKM Konveksi Masker Kain pada masa pandemic Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode penelitian empiris. Penelitian hukum ini menggunakan sumber hukum berupa bahan hukum baik bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Jenis data yang digunakan adalah data Sekunder dan Data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui studi kepustakaan, wawancara, serta analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koperasi berperan aktif dalam mendukung penguatan UMKM Konveksi di Kabupaten Pati.

A. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 menjadi bencana alam global yang memberikan dampak buruk terhadap semua segi kehidupan manusia. Tingginya angka kematian serta cepatnya penyebaran akan penyakit ini membuat pemerintah memberlakukan kebijakan pembatasan sosial sebagai respon terhadap merebaknya penyebaran penyakit ini. Pemberlakuan kebijakan pembatasan sosial ini juga dipercaya sebagai cara yang efektif untuk memutus mata rantai penularan dari *Coronavirus disease 2019* atau *Covid-19*, akan tetapi akibat dari pemberlakuan kebijakan ini ruang gerak

serta aktivitas masyarakat menjadi terbatas dan berujung pada menurunnya kegiatan ekonomi dalam masyarakat, terutama pada penjualan produk-produk UMKM.

Melemahnya kegiatan ekonomi masyarakat disebabkan karena pelaku ekonomi yang saat ini didominasi oleh UMKM masih menggunakan metode penjualan konvensional, yakni melalui kegiatan jual beli secara langsung. Masih banyak pelaku UMKM yang belum bisa memasuki pasar digital dikarenakan berbagai keterbatasan yang ada. Menurunnya penjualan pada berbagai sektor UMKM juga dipengaruhi oleh pola perilaku konsumen. Kotler and Keller menyebutkan bahwa dalam Model Engel, Kollat dan Blackwell atau EKB Model proses keputusan pembelian konsumen didasarkan pada psikologi konsumen. Keadaan psikologis konsumen ini yang berperan penting dalam pengambilan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk (Widya Rambi, 2015: 919).

Di masa pandemi seperti ini konsumen akan lebih mengutamakan *value* dari suatu barang daripada harga dari barang itu sendiri. Hal ini dipengaruhi oleh situasi terdesak yang dialami konsumen sehingga harus mendapatkan suatu barang tersebut. Pada saat ini, masyarakat lebih mengutamakan pengeluarannya untuk membeli barang-barang medis dan kesehatan seperti obat-obatan, vitamin, masker, *handsanitizer*. Ketersediaan dan penggunaan APD seperti masker, perlindungan mata, sarung tangan, gaun, dan, untuk prosedur pembangkit aerosol khususnya, N95 dan KN95 menyaring respirator facepiece (FFR) atau yang setara sangat penting untuk mencegah penularan dari Covid-19 (Derraik dan Rubio dalam Neil J. Rowan dan John G. Laffe 2020:3). Akibatnya, kebutuhan akan barang seperti produk fesyen, gadget dan lainnya menjadi berkurang. Kondisi ini berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM di bidang tersebut, yakni UMKM Konveksi.

Industri konveksi merupakan salah satu bentuk ekonomi kreatif yang banyak diminati di kalangan pelaku usaha. Industri konveksi merupakan kegiatan usaha yang mengolah bahan mentah kain menjadi barang jadi yang identik dengan produk-produk fesyen. Usaha dibidang konveksi atau fesyen diklasifikasikan sebagai salah satu subsektor ekonomi kreatif oleh BEKRAF yang kemudian dirinci ke dalam Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) oleh Badan Pusat Statistik (AL. Sentot Sudarwanto dan Dona Budi Karisma, 2019: 62). Dalam buku yang berjudul "The Creative Economy: How People Make Money from Ideas" John Howkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai suatu transaksi produk kreatif yang memiliki manfaat ekonomi yang dihasilkan dari kreativitas dan memiliki nilai ekonomis. Inti dari ekonomi kreatif adalah sebuah kreativitas atau *creativity*. Kreativitas oleh BEKRAF diartikan sebagai suatu kemampuan manusia untuk menciptakan sesuatu yang memiliki keunikan dan berbeda dari hal-hal serupa yang sudah pernah ada sebelumnya serta merupakan solusi terhadap suatu permasalahan yang terjadi (AL. Sentot Sudarwanto dan Dona Budi Karisma, 2019: 53).

Strategi bertahan yang dilakukan oleh UMKM konveksi pada masa pandemi ini adalah dengan beralih pada produksi masker kain. Masker merupakan salah satu alat pelindung diri yang digunakan oleh masyarakat untuk beraktivitas pada saat pandemi ini. Sejak awal menyebarnya *covid-19* permintaan terhadap masker medis melonjak dan bahkan sempat terjadi kelangkaan masker medis di pasaran. Sehingga masker kain digunakan sebagai alternatif dari langkanya

masker medis tersebut. Adanya kondisi ini dapat dilihat sebagai peluang bisnis baru untuk bertahan bagi industri konveksi.

Kebutuhan akan model ekonomi berbasis masyarakat (*Community-based economic*) sangat penting di saat-saat ini. Model ekonomi ini merupakan model ekonomi yang membantu anggota maupun komunitas tersebut dalam membangun kekuatan dan mendukung sesama anggotanya (CICOPA, 2020). Sebagai Organisasi yang berasaskan kekeluargaan koperasi dapat dijadikan sebagai wadah untuk menyalurkan aspirasi dan ide-ide kreatif masyarakat dalam rangka tercapainya peningkatan taraf hidup. Selain itu juga koperasi diharapkan menjadi sokoguru perekonomian yang mampu untuk mengembangkan ekonomi dengan cara pemberdayaan masyarakat yang dilakukan melalui kegiatan berkoperasi (Erlina Rufaidah, 2017:363).

Berdasarkan paparan diatas, artikel ini mengkaji peran koperasi dalam mendukung penguatan UMKM Konveksi Masker Kain pada masa pandemic Covid-19. Dengan adanya koperasi diharapkan dapat membantu UMKM untuk tetap bertahan pada masa pandemi Covid-19 ini. Oleh karena itu kehadiran Koperasi Produsen Budi Utomo menjadi penting dalam hal pengembangan UMKM Konveksi Kabupaten Pati di masa pandemi ini.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian empiris atau Socio Legal Research untuk mengetahui keadaan yang sesungguhnya di dalam praktek. Penulisan yang dilakukan penulis bersifat deskriptif. Yaitu menggambarkan dan menjelaskan secara sistematis dan factual terkait fenomena-fenomena yang terjadi. Penelitian hukum ini menggunakan sumber hukum berupa bahan hukum baik bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui studi kepustakaan, wawancara, serta analisis data.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Koperasi merupakan badan usaha yang didasarkan pada sistem kekeluargaan yang tujuannya untuk mensejahterakan anggotanya. International Co-operative Alliance (ICA) menyatakan koperasi sebagai perkumpulan otonom orang-orang yang bersatu secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi ekonomi, sosial dan budaya mereka secara bersamaan melalui usaha yang dijalankannya dalam koperasi yang dikendalikan secara demokratis (ILO, 2020:1).

Koperasi berbeda dengan badan usaha lainnya. Di dalam koperasi ditanamkan konsep kepemilikan Bersama dan manfaat Bersama. Jika di dalam badan usaha lain suatu perusahaan atau usaha dimiliki oleh seseorang, beberapa orang atau negara, di dalam koperasi kegiatan usaha merupakan milik Bersama seluruh anggota koperasi. Sehingga banyak sedikitnya modal yang berikan pada koperasi tidak berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan. Sistem usaha bersama ditekankan dalam menjalankan usaha koperasi dengan cara memberdayakan para anggotanya. Usaha yang dijalankan oleh koperasi memiliki sifat yang khas dan berbeda dengan badan usaha lainnya. Pada koperasi, mendapatkan keuntungan yang sebanyak banyaknya bukan menjadi tujuan utama, akan tetapi kesejahteraan anggotanyalah yang diutamakan. Berbeda

dengan badan usaha lainnya, koperasi lebih menekankan pada *benefit oriented* atau manfaat yang ingin dicapai. Konsep manfaat Bersama yang ditanamkan dalam koperasi adalah bahwa manfaat atau hasil dari setiap kegiatan usaha yang dilakukan dalam koperasi harus dirasakan oleh seluruh anggota koperasi sesuai kontribusi anggota terhadap koperasi (AL. Sentot Sudarwanto dan Dona Budi Karisma, 2019: 4).

Pemilihan koperasi sebagai badan usaha memberikan banyak keuntungan dalam mendukung perkembangan industri kreatif, khususnya industri konveksi atau fesyen. Kelebihan koperasi dibandingkan dengan badan usaha lainnya adalah sebagai berikut: (a) Status koperasi yang telah berbadan hukum; (b) Koperasi berperan dalam hal meminimalkan risiko, kerugian dan biaya; (c) Kemudahan koperasi dalam mengakses berbagai fasilitas dan layanan pemerintah (Ambar Budhisulistiyawati, dkk, 2020: 1780).

Alasan lain mengapa koperasi dipilih sebagai badan usaha oleh para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya adalah karena koperasi dapat mengumpulkan dan menyatukan kelompok masyarakat marjinal yang tingkat perekonomiannya masih rendah dan tidak mampu bersaing dalam pasar bebas, sebagian besar masyarakat yang tergabung dalam koperasi merupakan pelaku UMKM dengan pendapatan yang belum stabil. Sehingga dengan adanya koperasi pemberdayaan terhadap kelompok masyarakat miskin mudah untuk dilaksanakan (Muhammad Hasan Muhammad Azis, 2018: 336). Sebagai suatu badan usaha yang dibangun dan dijalankan secara bersama berlandaskan asas kekeluargaan, koperasi memiliki hubungan yang dekat dengan masyarakat sehingga mudah untuk menjangkau kepentingan masyarakat itu sendiri.

Amanat dari Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945 menyebutkan bahwa Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan, dan perekonomian nasional diselenggarakan berdasarkan pada demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional. Berdasarkan pasal tersebut, dapat terlihat bahwa keikutsertaan masyarakat dalam kegiatan perekonomian merupakan hal yang paling utama dari pembangunan ekonomi nasional. Dalam demokrasi ekonomi, produksi dikerjakan oleh semua, untuk kepentingan semua dibawah pimpinan atau pemilikan anggota masyarakat (Eros Rosmianti, 2012: 44). Kesejahteraan masyarakatlah yang menjadi hal utama, bukan kepentingan dan kesejahteraan secara individu. Mohammad Hatta menekankan bahwa koperasi merupakan suatu badan usaha Bersama yang ditujukan untuk mencapai kesejahteraan Bersama secara gotong royong (Sukamdiyo dalam Achmad Sani Alhusain, dkk, 2019: 3).

Bapak Koperasi Indonesia yaitu Mohammad Hatta mendefinisikan koperasi sebagai usaha bersama untuk memperbaiki nasib perekonomian berdasarkan asas tolong-menolong. Definisi koperasi yang dikemukakan oleh Mohammad Hatta ini dirasa lebih tepat jika dipandang dari Segi ideologi koperasi. Beliau Sangat menginginkan pembangunan ekonomi Indonesia didasarkan pada koperasi, sebab koperasi menawarkan konsep semangat kebersamaan, asas kekeluargaan, dan gotong-royong. Oleh karena itu secara ideologi koperasi dapat menjadi tulang punggung perekonomian Indonesian (Sastrawidjaja dan Richard. 2015: 219).

Dalam setiap kegiatan, koperasi mengacu pada prinsip dan nilai-nilai yang dianutnya. Di dalam koperasi terdapat prinsip demokrasi. Prinsip ini berarti bahwa pengelolaan koperasi dilakukan atas kemauan dan keputusan anggota itu sendiri. Anggota adalah pemilik, pelaksana, dan pengawas. Para anggota ini juga memegang dan melaksanakan posisi tertinggi di koperasi pada saat yang bersamaan. Oleh karena itu, dengan turut sertanya anggota dalam mengawasi jalannya kegiatan bisnis, risiko tinggi dapat diatasi. Dibandingkan dengan usaha yang dilakukan secara perseorangan, adanya modal masing-masing anggota di koperasi juga meminimalkan risiko yang ditanggung anggota (AL. Sentot Sudarwanto dan Dona Budi Karisma, 2019: 96). Demokrasi tidak akan berhasil jika tidak ada toleransi yang mengakui dan menghargai perbedaan pendapat dan keyakinan. Toleransi adalah syarat hidup bagi demokrasi. Demokrasi menuntut terlaksananya kemerdekaan berpikir, kemerdekaan bersuara, dan mengeluarkan pendapat (Sastrawidjaja dan Richard. 2015:210). Koperasi merupakan sumber kekuatan ekonomi and sosial yang telah diakui oleh berbagai negara di dunia. Koperasi yang berlandaskan pada demokrasi dinilai ideal untuk implementasi bagi Sustainable Development Goals (SDGs) atau Pembangunan berkelanjutan karena menjadikan masyarakat sebagai pusat pembangunannya sehingga dapat memanfaatkan kekuatan masyarakat tersebut untuk menghadapi tantangan ditingkat nasional, regional maupun global (ILO, 2020:1).

Koperasi dinilai berhasil dalam menjalankan fungsinya apabila koperasi tersebut telah mencapai tujuan dari koperasi itu sendiri, yakni kesejahteraan bagi para anggotanya (Emil Fatmala, dkk, 2020: 18). Tujuan koperasi tidak hanya untuk memberdayakan kegiatannya secara ekonomi, tetapi juga secara sosial. Artinya koperasi tidak hanya bertujuan untuk menghasilkan keuntungan saja, tetapi juga mencapai kesejahteraan bersama. Koperasi mengandalkan kekuatan anggota, bukan kekuatan modal. Koperasi adalah organisasi keanggotaan yang dapat menentukan bisnisnya. Anggota koperasi memainkan peran sebagai sebagai pengguna jasa/barang dan sebagai pemilik usaha perusahaan (Azhari, 2017:44).

Koperasi merupakan sumber kekuatan ekonomi dan sosial yang telah diakui oleh berbagai negara di dunia. Sebagai kegiatan usaha yang berbasis pada masyarakat, koperasi dapat membantu masyarakat untuk menghimpun kekuatan mereka untuk memenuhi kebutuhan hidup serta dapat mengembangkan kapasitas diri mereka. Dalam industrialisasi, koperasi produsen skala kecil mempunyai peran penting dalam meningkatkan akses pelaku usaha yang menjadi anggotanya terhadap permodalan untuk membeli bahan produksi serta akses terhadap peningkatan kualitas sumber daya sehingga dapat menambah nilai produk dan meningkatkan daya tawar dan juga branding dalam pemasaran produk usahanya (ILO, 2020:1).

Koperasi harus memiliki kreativitas dalam menjalankan usahanya agar mampu bersaing dan bertahan di situasi yang sulit. Kreativitas dan inovasi merupakan kunci utama dalam mengembangkan usaha. Koperasi dituntut agar mampu mengatasi persoalan ekonomi yang dialami serta memberdayakan anggotanya sehingga tujuan koperasi tercapai. Kegiatan usaha yang dilakukan tidak hanya dilakukan pada beberapa sektor usaha saja, melainkan koperasi harus selalu menggali potensi dari anggotanya dengan tujuan dapat merambah ke jenis usaha yang baru serta dapat menyesuaikan diri di tengah perubahan keadaan di masyarakat.

Adanya pandemi covid-19 membawa perubahan pola perilaku pada masyarakat. Sehingga pola konsumsi pada masyarakat juga berubah. Setiap usaha harus mampu memahami perilaku konsumen dari pasar sarannya, karena kelangsungan hidup suatu usaha tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat bergantung pada perilaku konsumennya (Tjiptono dalam Kadek Ayu Suryaningsih dan I Nengah Kartika, 2019: 1803).

Perilaku konsumen adalah proses kompleks yang melibatkan kegiatan yang dilakukan seseorang ketika mencari, memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk dan layanan dengan tujuan memenuhi kebutuhannya. Berbagai penelitian telah menjelaskan tentang keterkaitan antara emosi atau psikologi konsumen terhadap pilihan dan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Keadaan psikologis atau emosional konsumen adalah penentu penting dalam perilaku pembelian mereka; (Sherman, Mathur & Smith dalam Caroline SueLin, TAN 2010:2914).

Penyebaran Covid-19 yang meluas disertai dengan tingginya angka kematian akibat penyebaran virus menyebabkan timbulnya rasa tidak aman pada masyarakat. Akibatnya berbagai cara dilakukan oleh masyarakat untuk melindungi diri dari penularan virus ini. Berdasarkan penelitian disebutkan bahwa penularan Covid-19 salah satunya melalui perantara udara dan benda-benda yang terkontaminasi oleh virus tersebut. Orang yang paling rentan terpapar oleh virus ini adalah tenaga medis yang merawat pasien Covid-19 serta orang yang memiliki riwayat kontak dengan pasien baik secara langsung maupun tidak langsung (Wardiyah Daulay, 2020: 353). Rekomendasi yang dianjurkan adalah dengan menerapkan pola hidup sehat seperti mencuci tangan dengan sabun, menerapkan etika batuk dan bersin, menghindari kontak dengan orang yang menunjukkan gejala-gejala Covid-19. Masyarakat juga dianjurkan untuk menggunakan alat pelindung diri seperti *face shield*, *handsanitizer*, masker. Akibatnya dipasaran terjadi lonjakan permintaan akan barang-barang tersebut. Tingginya angka permintaan yang tidak wajar ini diperparah dengan timbulnya fenomena *panic buying* pada masyarakat (Prince Clement Addo, dkk., 2020: 472). Fenomena *panic buying* meningkatkan kekhawatiran masyarakat terhadap ketersediaan barang-barang tersebut khususnya masker medis. Masker medis yang biasa dijual bebas di apotik atau minimarket menjadi langka dan harga yang diberikan juga tidak masuk akal. Sehingga masker kain digunakan sebagai alternatif pengganti masker medis atau sejenisnya untuk mencegah paparan dari Covid-19 tersebut.

Keperluan akan baju atau produk fesyen lainnya bukan menjadi kebutuhan yang diutamakan oleh masyarakat saat ini, akan tetapi produk-produk Kesehatan dan alat pelindung diri yang menjadi kebutuhan utama disaat pandemi. Akibatnya, penjualan produk konveksi atau fesyen menurun drastic sedangkan penjualan terhadap produk Kesehatan dan Alat Pelindung Diri (APD) melonjak naik. Oleh karena itu kehadiran Koperasi Produsen Budi Utomo menjadi penting dalam hal pengembangan UMKM Konveksi Kabupaten Pati dimasa pandemi ini. Koperasi Produsen Budi Utomo telah memberikan kontribusi nyata dalam hal pengembangan usaha konveksi dan mampu mendorong pelaku UMKM konveksi untuk tetap bertahan dimasa pandemi ini. Sangat berperannya koperasi dalam mendukung penguatan UMKM Konveksi di Kabupaten Pati pada masa pandemi Covid-19 terlihat dari perannya sebagai berikut:

1. Sebagai lembaga penyedia permodalan bagi anggota

Kesulitan dalam hal permodalan menjadi salah satu permasalahan yang dikeluhkan anggotanya. Masih banyak juga pelaku UMKM Konveksi yang belum terhubung dengan perbankan sehingga masih mengandalkan modal pribadi serta pinjaman dari pihak lain. Pinjaman dari sektor perbankan pun sulit didapatkan karena tanggungan kredit pada masa sebelum pandemi pun belum dapat terpenuhi. Kalau pun mendapatkan pinjaman perbankan, bunga yang diberikan tinggi sehingga para pelaku UMKM Konveksi ini akan terbebani. Dengan adanya Koperasi Produsen Budi Utomo dapat dijadikan sebagai alternatif pendanaan non bank. Anggota dapat dengan mudah mengakses pinjaman modal melalui kegiatan simpan pinjam pada Koperasi Produsen Budi Utomo dengan mudah dan dengan bunga rendah. SHU (Sisa Hasil Usaha) yang ada pada Koperasi Produsen Budi Utomo juga menjadi solusi bagi masalah permodalan bagi anggota dalam menjalankan usaha konveksinya pada masa pandemi Covid-19 ini.

2. Menciptakan pasar baru dan inovasi pada kegiatan usaha anggota

Untuk bertahan di masa pandemi, Koperasi Produsen Budi Utomo melakukan inovasi pada usahanya dengan cara membuat pasar baru. Kemitraan dengan pihak lain pun menjadi salah satu cara bagi Koperasi Produsen Budi Utomo untuk membuka pasar baru bagi produk yang dihasilkannya. Salah satunya dengan mengadakan kemitraan dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pati.

Terjadinya perubahan budaya di masyarakat tentunya akan berdampak pada pandangan para pelaku UMKM dalam menyikapi perubahan tersebut. Bagi pelaku UMKM yang aktif melihat perubahan ini akan memanfaatkannya sebagai kesempatan untuk menemukan hal-hal baru bagi pengembangan usahanya. Di dalam buku yang ditulisnya Drucker menyebutkan bahwa Ada beberapa faktor yang dapat mendukung organisasi untuk bertahan dari perubahan, diantaranya adalah (Ida Hindarsah, 2020:75): **Fleksibel:** Perusahaan atau organisasi bisnis harus mempunyai strategi bisnis yang fleksibel untuk merespon perubahan yang ada. Perusahaan harus mampu beradaptasi dengan segala situasi yang terjadi di masyarakat. **Fokus terhadap peluang yang ada:** Suatu perusahaan harus memiliki arah dan tujuan yang jelas. Hal ini berkaitan dengan visi dan misi perusahaan. Strategi bisnis yang digunakan juga harus tepat sasaran agar target yang ingin dipenuhi tercapai. **Fasilitas:** Kemampuan adaptasi terhadap perubahan atau kondisi yang baru tentunya harus dibarengi dengan kelengkapan fasilitas seperti perlengkapan alat produksi, bahan baku dan sebagainya. **Pengetahuan:** kemampuan adaptasi perusahaan sangat ditentukan oleh pengetahuan sumber daya manusia yang dimilikinya. Kurangnya pengetahuan pada karyawan atau pelaku usaha akan menghambat proses perkembangan yang dilakukan. Riset akan kebutuhan pasar sebelum memulai produksi merupakan hal penting untuk dilakukan. Hal ini bertujuan untuk menentukan Langkah apa yang akan diambil untuk menghadapi perubahan dalam masyarakat tersebut. **Inovasi:** inovasi merupakan hal mutlak yang harus dilakukan perusahaan atau pelaku usaha. Kegiatan usaha yang monoton akan menghambat perkembangan usaha,

sedangkan masyarakat selalu bergerak sehingga kebutuhannya juga ikut berubah seiring dengan pergerakan dalam masyarakat. Inovasi dapat dimunculkan dengan memadukan antara pengetahuan dengan kreativitas.

Pada masa pandemi covid-19 banyak sektor usaha memang mengalami keterpurukan, akan tetapi ada juga beberapa sektor bisnis yang bisnisnya mendapat peluang penjualan dari adanya pandemi. Untuk dapat bertahan dalam kondisi tidakpastian, tentunya seorang pengusaha harus memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan mengembangkan ide bisnis yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat (Heri Erlangga, 2020: 110).

Pada masa pandemi, Koperasi Produsen Budi Utomo mengalihkan kegiatan produksinya dari produksi barang konveksi atau fesyen menjadi produksi APD (Alat Pelindung Diri) berupa masker kain yang memang menjadi kebutuhan utama oleh masyarakat saat ini. Penggunaan masker dinilai sebagai cara yang efektif untuk mencegah penyakit pernapasan menular serta dapat mengurangi resiko infeksi penyakit menular tersebut (World Health Organization Writing Group dalam Jiao Wan, dkk, 2020:3). Atas permintaan dan arahan dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pati, Koperasi Produsen Budi Utomo diminta untuk menjadi pemasok untuk memenuhi kebutuhan akan masker kain di Kabupaten Pati. produk yang dihasilkan nantinya akan dibeli oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pati yang kemudian akan didistribusikan kepada masyarakat dan tenaga medis di wilayah Kabupaten Pati. Walalupun penjualan produk fesyen yang dihasilkan oleh Koperasi Produsen Budi Utomo menurun, akan tetapi dengan perubahan hasil produksi ini dapat membantu UMKM Konveksi di Kabupaten Pati khususnya yang menjadi anggota Koperasi Produsen Budi Utomo bertahan dimasa pandemi.

3. Sebagai organisasi yang mengakomodasi pengembangan usaha dan memberdayaan anggota

Dalam rangka mengakomodasi pengembangan usaha dan memberdayaan anggotanya, Koperasi Produsen Budi Utomo mengadakan program-program pelatihan bagi anggotanya yakni:

a. Pelatihan pembuatan masker kain dan APD

Pelatihan pembuatan masker kain dan APD dilakukan dengan didampingi oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pati serta Dinas Kesehatan Kabupaten Pati yang dilaksanakan pada awal bulan April tahun 2020. Dinas Kesehatan Kabupaten Pati diikutsertakan dalam program pelatihan ini karena penggunaan masker kain sebagai pengganti dari masker medis haruslah sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan oleh WHO serta Kementerian Kesehatan Indonesia.

b. Pelatihan Kewirausahaan dengan pokok bahasan Pengembangan model bisnis bagi UMKM Konveksi

Untuk mampu bersaing dengan kompetitor lainnya, diperlukan inovasi dalam strategi usaha yang dijalankan pada Koperasi Produsen Budi Utomo. oleh karena itu, Koperasi Produsen Budi Utomo Kabupaten Pati turut serta dalam program pelatihan

terhadap pengembangan model bisnis di era pandemi. Program pelatihan ini dilaksanakan Bersama-sama dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pati serta narasumber bidang akademik dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

c. Pelatihan Inovasi Produk

Pelatihan inovasi produk ini merupakan program pelatihan yang diselenggarakan bagi internal anggota Koperasi Produsen Budi Utomo. Jika sebelumnya dengan pendampingan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pati telah dilakukan pelatihan dalam pembuatan masker kain, program pelatihan selanjutnya adalah pelatihan dalam melakukan inovasi produk masker kain yang dihasilkan. Tujuannya adalah mengubah masker kain yang diproduksi secara sederhana menjadi produk fesyen dengan cara menambahkan teknik-teknik yang digunakan dalam industri konveksi.

Inovasi yang di tambahkan dalam produksi masker kain ini antara lain penggunaan teknik bordir, teknik sulam, pemasangan payet dan manik-manik, serta aplikasi teknik tie dye untuk bahan baku masker kain. Dengan mengaplikasikan teknik-teknik tersebut dalam pembuatan masker kain, produk yang dihasilkan akan mempunyai nilai jual yang lebih tinggi daripada produk masker lain biasa.

4. Memberi kemudahan dalam mengakses program pemerintah

Kehadiran koperasi menjadi penting di tengah pelaku UMKM adalah dalam hal kemudahan akses dalam program-program pemerintah. Fakta yang didapatkan dari penelitian dilapangan bahwa program-program pemerintah terkait dengan pengembangan UMKM tidak berjalan secara merata dan hanya mampu menjangkau sebagian dari pelaku UMKM. Seperti contoh dalam penyaluran dana Dana Hibah Bantuan Presiden yang sampai saat ini masih belum berjalan dengan maksimal. Tidak meratanya penyebaran informasi akan adanya bantuan ini menjadi kendala utama bagi para pelaku UMKM. Akibatnya hanya sebagian kecil pelaku UMKM saja yang mengetahui. Dengan tergabung dalam koperasi, maka data para pelaku UMKM anggotanya akan tercatat pada database Dinas Koperasi Dan UMKM Kabupaten Pati sehingga lebih mudah untuk ikut serta dalam program-program pengembangan UMKM yang dilaksanakan oleh pemerintah. Dengan bergabung menjadi anggota koperasi maka data mengenai UMKM anggota koperasi tersebut akan terdaftar pada database Dinas Koperasi dan UMKM sehingga UMKM tersebut lebih mudah untuk mengikuti rangkaian program pengembangan UMKM yang dilaksanakan oleh pemerintah.

5. Mengurangi jumlah pengangguran dan kemiskinan pada masyarakat sekitar

Dengan berhasilnya pengembangan UMKM yang dilakukan oleh Koperasi Produsen Budi Utomo penyerapan tenaga kerja di wilayah sekitar koperasi meningkat. Dengan adanya pandemi covid-19, banyak tenaga kerja yang kehilangan pekerjaannya karena PHK. Akibatnya jumlah pengangguran bertambah. Dengan berkembangnya usaha konveksi masker kain selama masa pandemi ini masyarakat banyak yang beralih profesi menjadi pembuat masker kain, atau hanya sebagai penjual masker kain ini.

Seiring dengan meningkatnya permintaan akan produksi masker kain pada Koperasi Produsen Budi Utomo, Banyak pelaku UMKM Konveksi yang menjadi anggota koperasi menambah jumlah karyawannya untuk memenuhi permintaan akan permintaan pasar tersebut. kondisi ini juga menjadi bukti bahwa aspek kesejahteraan anggota menjadi terpenuhi dengan berjalannya usaha yang dijalankan pada Koperasi Produsen Budi Utomo. Koperasi Produsen Budi Utomo juga dapat dijadikan sebagai sarana untuk mengentaskan kemiskinan pada masyarakat, khususnya anggota koperasi beserta karyawan pada UMKM milik anggota.

D. Simpulan

Koperasi Produsen Budi Utomo telah berperan dalam mendukung penguatan UMKM Konveksi di Kabupaten Pati pada masa pandemi covid-19. Beberapa peran strategis dari Koperasi Produsen Budi Utomo adalah: Memberikan pinjaman modal dengan bunga yang rendah bagi para anggotanya, Mengadakan kemitraan dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pati, Melakukan pemberdayaan anggota koperasi melalui program-program pelatihan.

E. Saran

Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pati perlu untuk memberikan pembinaan terhadap Koperasi Produsen Budi Utomo dalam hal meningkatkan kualitas kelembagaannya melalui pelatihan-pelatihan terkait peningkatan kualitas kelembagaan koperasi serta memberikan bimbingan dan pelatihan kewirausahaan kepada Koperasi Produsen Budi Utomo untuk mewujudkan koperasi kuat dan mandiri untuk mendukung UMKM Konveksi di Kabupaten Pati.

F. Daftar Pustaka

Buku

- Al. Sentot Sudarwanto, Dona Budi Kharisma, 2019, *Koperasi di Era Ekonomio Kreatif*, Yogyakarta: Thafa
- Media.Muhammad Hasan Muhammad Azis, 2018, “Pembangunan Ekonomi & Pemberdayaan Masyarakat: Strategi Pembangunan Manusia dalam Perspektif Ekonomi Lokal”, Makassar: Cv Nurlina bekerjasama dengan Pustaka Taman Ilmu.
- Achmad Sani Alhusain, dkk, 2019, “Koperasi dalam Sistem Perekonomian Indonesia: Pusat Penelitian Badan Keahlian Dewan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia”, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Jurnal

- Azhari, dkk. 2017. “The Role of Cooperative in the Indonesian Economy”. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*. Volume 6 Issue 10, India: IJHSSI.

- Ambar Budhisulistiyawati, dkk. 2020. "The Role Of Cooperatives In Indonesian Creative Economy". *International Journal of Advanced Science and Technology*. Volume. 29 No. 4, Sandy Bay: Science and Engineering Research Support Society (SERSC).
- Eros Rosmianti, 2012, Koperasi Sebagai Implementasi Ekonomi Kerakyatan, *Widya: Fakultas Ekonomi Universitas Respati Indonesia*. Nomor 320, Jakarta: Universitas Respati Indonesia.
- Ida Hindarssah.2020."Inovasi Model Bisnis Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era New Normal". Bandung: PT Refika Aditama.
- Heri Erlangga.2020."Perubahan Budaya Wirausaha Pada Masa Pandemi Covid-19". Bandung: PT. Refika Aditama.
- Jiao Wang, dkk.2020. "Mask use during COVID-19: A risk adjusted strategy". *Environmental Pollution*. Volume 266 Part 1, November 2020. Amsterdam: Elsevier Ltd.
- Widya Rambli. 2015. "The Influence of Consumer Behavior on Purchase Decision Xiaomi Cellphone in Manado". *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Volume 3 No. 2, Manado: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi.
- Kadek Ayu Suryaningsih dan I Nengah Kartika. 2019. " Pengaruh Variasi Produk, Pembinaan Usaha, dan Persaingan Usaha, Terhadap Keberlangsungan Usaha Koperasi". Volume 8 Nomor 8, *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*. Bali: Universitas Udayana.
- Caroline SueLin, TAN. 2010. "Understanding Consumer Purchase Behavior in The Japanese Personal Grooming Sector". Volume 5 Issue 17, *Journal of Yasar University*. Bornova: Yasar University.
- Neil J. Rowan, John G. Laffe. 2020. "Unlocking The Surge in Demand for Personal and Protective Equipment (PPE) and Improvised Face Coverings Arising from Coronavirus Disease (Covid-19) Pandemic Implications for Efficacy, Re-Use and Sustainable Waste Management". *Science of The Total Environment*. Volume 752. Amsterdam: Elsevier Ltd.
- Erlina Rufaidah. 2017. "Pemberdayaan Perekonomian Masyarakat Melalui Koperasi Unit Desa Berbasis Usaha Terbimbing". *Akademika*. Volume 22 Nomor 02, Lampung: Universitas Lampung.
- Sastrawidjaja dan Richard. 2015. "Langkah Menuju Konglomerasi Koperasi di Indonesia". *Padjajaran Jurnal Ilmu Hukum*. Volume 2 Nomor 2, Bandung: Fakultas Hukum Universitas Padjajaran.
- Prince Clement Addo, Fang Jiaming, Nora Bakabbey Kulbo & Li Liangqiang., 2020. "COVID-19: fear appeal favoring purchase behavior towards personal protective equipment". *The Services Industries Journals*. Volume 40 Issue 7-8, Oxfordshire: Taylor & Francis Group.
- Wardiyah Daulay, dkk., 2020. "Pemanfaatan Kain Perca untuk Pembuatan Masker Kain (Main) Anti Virus dalam Rangka Pencegahan Virus Covid 19 pada Rumah Jahit Sekitaran Medan

Johor”. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Service)*. Volume 4 Nomor 2 Tahun 2020. Surabaya: Lembaga Pengabdian dan Pengembangan Masyarakat (LPPM) Universitas Airlangga.

Artikel

ILO, “Transforming our world: A cooperative 2030. Cooperative Contributions to SDG9”. International of Labour Organization ILO). https://www.ilo.org/global/topics/cooperatives/publications/WCMS_732040/lang--en/index.htm

CICOPA, “Covid19: How Cooperatives in Industry And Services are Responding to The Crisis”. The International organisation of industrial and service cooperatives (CICOPA). <https://www.cicopa.coop/news/covid19-how-cooperatives-in-industry-and-services-are-responding-to-the-crisis/>