

Strategi Pemberdayaan UMKM Sektor Peternakan Ayam Organik (Studi Pada Koperasi Hidayah Sumatera Utara)

Muhammad Lathief Ilhamy Nst

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
mlathiefilhamy@uinsu.ac.id

Sundari Pratiwi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Abstrack

MSME (Micro, Small and Medium Enterprises) is one of the efforts that have the Indonesian government to reduce unemployment , poverty and income distribution . In Indonesia, SMEs dominate as much as 99 % (percent) and 1% for large businesses . SMEs have also been able to absorb significant workforce that is as much as 97 % . SME sector is also able to contribute around 56% of gross domestic product . For that I am interested in studying the issues related to SMEs SME sector is an organik chicken farm in Medan that is empowered by the Cooperative Hidayah SU . This research aims to the role of cooperatives to known guidance to the SMEs sector in the field of organik chicken farms. To determine what factors are causing failures organik chicken farm in Medan. What steps are performed Cooperative Hidayah Medan in addressing the failure of the organik chicken farm.

Keywords: Cooperative, Knowledge, Supervision

Pendahuluan

Pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah salah satu upaya yang dipilih pemerintah Indonesia untuk mengurangi pengangguran, kemiskinan dan pemerataan pendapatan. Di Indonesia UMKM mendominasi sebanyak 99% (persen) dan sebanyak 1% untuk usaha besar.UMKM juga telah mampu menyerap tenaga kerja yang cukup signifikan yaitu sebanyak 97%. Sector UMKM juga mampu menyumbang sekitar 56% produk domestic bruto (Rafik Karsidi, 2005).

UMKM dapat diklasifikasikan menjadi beberapa sektor yaitu, sektor pertanian, peternakan,dan usaha kreatif. Dalam sektor peternakan UMKM dapat berupa peternakan Bebek Petelur, pengembang biakan ikan lele, dan peternakan ayam.Terdapat fenomena yang menarik dalam usaha peternakan, yaitu pembudidayaan ayam organik. Pembudidayaan ayam organik ini berawal dari

penemuan bahwa ayam potong yang sering dikonsumsi sesungguhnya tidak layak di konsumsi secara terus menerus, karena banyak mengandung zat-zat kimia berbahaya yang tidak layak masuk ke tubuh manusia. Oleh karena itu, agar konsumen merasa aman serta nyaman dalam mengkonsumsi ayam, karena ayam merupakan makanan yang mengandung banyak protein dan juga makanan yang sangat diminati semua kalangan dan dengan tujuan menciptakan pasar baru yang dapat membantu perekonomian masyarakat peternak, maka seorang peternak dari Bogor menciptakan ayam potong organik, yaitu ayam potong yang bebas bahan kimia, tanpa suntikan dan bahan kimia lainnya yang biasa digunakan untuk ayam potong.

Peternakan ayam organik adalah peternakan ayam *boiler* dengan memberikan pakan organik yang dibuat sendiri dengan bahan alami, selain itu ayam organik ini tidak di beri suntikan vaksin MG yang yang biasanya diberikan pada ayam *boiler*. Sehingga menciptakan keunikan tersendiri dari rasa dan tekstur. Rasa dari ayam organik mirip seperti ayam kampung namun dengan ukuran yang lebih besar. Kandungan yang dimiliki juga hampir sama sehingga ayam organik di katakan ayam eropa rasa ayam kampung. Pasar ayam organik ini juga cukup menjanjikan karena harga ayam organik lebih mahal dibandingkan ayam kampung. Dengan kandungan gizi serta rasa dan tekstur yang hampir sama dengan ayam kampung dengan harga yang lebih murah tentunya, ayam organik ini memiliki *Market* pasar yang cukup menjanjikan. Selain itu untuk membudidayakan ayam organik cukup mudah, dengan menyiapkan sayuran dan buah-buahan yang tidak terpakai untuk dipregmentasikan dan diolah dengan mesin sendiri untuk pakan ayam tersebut. Dan sebagai daya tahan tubuh , ayam organik diberikan ramuan berupa jamu yang terdiri dari jahe, kencur, dan bahan lain yang biasa di jadikan jamu oleh manusia. Di Bogor peternakan ayam ini telah berkembang dan mampu menciptakan permintaan pasar yang sangat baik.

Melihat hal tersebut banyak koperasi yang ada di berbagai kota ikut menduplikasi peternakan ayam organik tersebut. Misalnya saja di Medan, salah satunya adalah Koperasi Hidayah yaitu koperasi serba usaha yang terletak di Kelurahan Terjun Kecamatan Medan Marelan. Koperasi ini mencoba menduplikasi pembudidayaan ayam organik tersebut dengan membudidayakan ayam organik kepada 10 orang anggotanya. Dengan memberikan modal berupa pakan dan bibit ayam. Pakan dan bibit ayam yang diberikan koperasi Hidayah

kepada anggotanya berasal dari dana yang dikutip sebagai iuran keanggotaan sebesar Rp. 3000,00 rupiah per anggota setiap bulannya.

Tabel 1
Modal yang diberikan Koperasi Hidayah Sebagai Modal Pembudidayaan Ayam Organik:

Modal	Jumlah yang diterima
Bibit Ayam Boiler	100 Ekor
Jamu	1 Liter
Pakan	Secukupnya

Setelah beberapa bulan dijalankan namun hasil yang didapat tidak sesuai dengan yang diinginkan peternak. Bahkan sedikit demi sedikit peternak beralih keusaha yang lain. Di Bogor pembudidayaan ayam organik dapat berkembang dengan pesat sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang cukup menggiurkan. Namun ketika salah satu koperasi di Medan juga membudidayakan ayam organik tersebut bukannya keuntungan yang didapat para pembudidaya tetapi hanya kerugian, padahal semua teknik pembudidayaan dilakukan sesuai pada teknik pembudidayaan yang ada di Bogor.

Dari penjelasan di atas maka penulis merasa tertarik untuk meneliti perbandingan antara peternakan ayam organik yang ada di Bogor yang di kelola oleh koperasi kemitraan dan peternakan ayam organik yang ada di Medan yang di berdayakan oleh Koperasi Hidayah Sumatera Utara dan melihat strategi dari Koperasi Hidayah Sumatera Utara dalam mengembangkan kembali pembudidayaan ayam organik yang pada saat ini sedang mengalami mati suri (fakum untuk sementara) sehingga menetapkan dengan judul Strategi Pemberdayaan Umkm Sektor Peternakan Ayam Organik (Studi Pada Koperasi Hidayah Sumatera Utara).

Landasan Teori

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari kata *Strategos* dalam bahasa Yunani merupakan gabungan dari *Stratos* atau tentara dan *ego* atau pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai tujuan. Selain itu tujuan strategi

berasal dari Bahasa Inggris, yaitu *strategy* yang berarti siasat atau taktik (Jhon M. Enchols dan Hasan sadili, 1990: 56).

Menurut Marrus strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuannya tersebut dapat dicapai. Defenisi lain, strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jjaran suatu organisasai dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.

Dalam kamus Istilah manajemen, strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus dan saling berhubungan dalam waktu dan ukuran. Berdasarkan pengertian diatas, maka makna strategi dalam kaitan pemberdayaan ayam organik, adalah cara-cara atau upaya yang dilakukan Koperasi Hidayah dalam rangka mempertahankan pembudidayaan ayam organik di Medan.

b. level strategi

Dalam suatu organisasi terdapat tiga level strategi, yaitu level korporasi, level unit bisnis atau lini bisnis, dan level fungsional yaitu (Fandy Tjiptono , 2002: 5)

- 1) Startegi level korporasi, dirumuskan oleh manajemen puncak yang mengatur tentang kegiatan dan operasi organisasi yang memiliki lini atau unit bisnis lebih dari satu.
- 2) Strategi level unit bisnis, lebih diarahkan pada pengelolaan kegiatan dan operasi suatu bisnis terntu.
- 3) Strategi level fungsional merupakan strategi dalam rangka fungsi-fungsi manajemen yang dapat mendukung strategi level unit.

2. UMKM (Usaha Mikro KecilnMenengah)

Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM

Usaha Kecil di Indonesia yang memiliki peranan yang penting dalam perekonomian indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha maupun dari segi penciptaan lapangan kerja (Clapham Ronald, 2012). Defenisi UMKM yang diberikan oleh beberapa lembaga, yaitu:

Dalam Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah bahwa yang di maksud usaha mikro adalah:

“Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi usaha mikro, sebagaimana diatur dalam undang-undang ini” (Leonardus saiman, 2014: 5).

Dalam Pasal 1 ayat 2 undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah bahwa dimaksud usaha kecil adalah:

“Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan perusahaan yang dimiliki, di kuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria dalam undang-undang ini”.

Dalam Pasal 1 ayat 3 undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah yang di maksud adalah :

1) Usaha mikro

Kriteria kelompok usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memnuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

2) Usaha Kecil

Kriteria usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

3) Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

3. Strategi Pemberdayaan UMKM Dan Aspek Pembiayaan UMKM

a. Pemberdayaan UMKM

Dalam rangka pemberdayaan UMKM di Indonesia, Bank Indonesia (2011) mengembangkan filosofi lima jari/*Five finger philosophy*, maksudnya setiap jari mempunyai peran masing-masing dan tidak dapat berdiri sendiri serta akan lebih kuat jika digunakan secara bersamaan.

- 1) Jari jempol, mewakili peran lembaga keuangan yang berperan dalam intermediasi keuangan, terutama untuk memberikan pinjaman/pembiayaan kepada nasabah mikro, kecil dan menengah sebagai *Agents of development* (agen pembangunan)
- 2) Jari telunjuk, mewakili Regulator yakni pemerintah dan Bank Indonesia yang berperan dalam regulator sektor riil dan fiskal menerbitkan ijin-ijin usaha, mensertifikasi tanah sehingga dapat digunakan oleh UMKM sebagai agunan, menciptakan iklim yang kondusif dan sebagai sumber pembiayaan.
- 3) Jari tengah, mewakili katalisator yang berperan dalam mendukung perbankan dan UMKM, termasuk *Promoting Enterprise Access to Credit* (PEAC) units, perusahaan penjamin pembiayaan.
- 4) Jari manis, mewakili fasilitator yang berperan dalam mendampingi UMKM, khususnya usaha mikro, membantu UMKM untuk memperoleh pembiayaan bank, membantu bank dalam hal *monitoring* pembiayaan dan konsultasi pengembangan UMKM.
- 5) Jari kelingking, mewakili UMKM yang berperan dalam pelaku usaha, pembayar pajak dan pembukaan tenaga kerja. Kebersamaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dan bank komersial merupakan salah satu dari sekian banyak bentuk simbiosis mutualisme dalam ekonomi. Kebersamaan tersebut bukan saja bermanfaat bagi keduanya, tetapi juga bagi masyarakat dan pemerintah. Masyarakat menikmati ketersediaan lapangan kerja dan pemerintah menikmati kinerja ekonomi berupa naiknya Pendapatan Domestik Bruto (PDB), yang menyumbang lebih dari separuh PDB Indonesia. Namun demikian, kerja sama tersebut tetap perlu memegang prinsip kehati-hatian untuk memastikan terwujudnya manfaat bagi kedua pihak.

b. Konsep Strategi Pemberdayaan UMKM

Secara konseptual pemberdayaan UMKM terutama dapat dilakukan dengan sistim pemberdayaan pelaku UMKM itu sendiri (Ravik karsidi, 2005). Keberhasilan pemberdayaan sangat bergantung pada partisipasi UMKM sebagai pelaku maupun *stakeholder* lain yang turut serta dan berperan dalam pengembangannya. Dalam hal ini lebih banyak menitikberatkan pada metode *bottom up*, dimana perencanaan lebih diupayakan menjawab kebutuhan UMKM dan dilakukan secara partisipatif. Dalam praktek untuk menggugah partisipasi masyarakat sasaran langkah langkah yang dapat dilakukan adalah (1) Identifikasi potensi, (2) Analisis kebutuhan, (3) Rencana kerja bersama, (4) Pelaksanaan, (5) Monitoring dan evaluasi.

Identifikasi Potensi dimaksudkan untuk mengetahui karakteristik sumber daya manusia (SDM) UMKM dan lingkungan internalnya baik lingkungan sosial, ekonomi dan sumber daya alam (SDA) khususnya yang terkait dengan usahanya, maupun lingkungan eksternal usaha. Dengan langkah ini diharapkan setiap gerak kemajuan dapat bertumpu dan memanfaatkan kemampuan dan potensi wilayahnya masing-masing.

Dalam identifikasi ini melibatkan *stakeholder* UMKM dan tokoh masyarakat maupun instansi terkait. Dari hasil identifikasi ditindaklanjuti dengan analisis kebutuhan. Pada tahapan ini analisis dilakukan oleh perwakilan UMKM yang dapat difasilitasi oleh Perguruan Tinggi / LSM / BDS (Business Development Services) maupun instansi terkait untuk memberikan fasilitasi dan pandangannya tentang berbagai kebutuhan dan kecenderungan produk dan pasar. Dengan pola analisis kebutuhan semacam ini diharapkan mampu mendorong terwujudnya manifestasi kebutuhan UMKM selaku individu pengusaha maupun sebagai anggota kelompok. Dengan demikian antara individu pengrajin maupun kelompok dapat diharapkan saling beriringan dan saling mendukung dalam mencapai tujuan kemajuan bersama. Setelah kebutuhan dapat ditentukan, langkah berikutnya adalah merumuskan/membuat program kerja bersama untuk mencapai kondisi yang diinginkan berdasarkan skala prioritas yang ditetapkan bersama.

Dalam tahap ini pihak luar baik BDS maupun instansi terkait berperan sebagai fasilitator. Jika program kerja telah disepakati maka langkah berikutnya adalah pelaksanaan program kerja. Dalam tahap ini fungsi instansi pemerintah

terkait selaku fasilitator pemenuhan kebutuhan UMKM, sedangkan PT / LSM dapat bertindak selaku BDS dengan memberikan jasa konsultasi. Sebagai konsultan idealnya BDS harus mendapatkan jasa dari layanan yang diberikan kepada UMKM, karena tidak mudah untuk menarik biaya konsultasi dari UMKM maupun kelompoknya, maka yang terpenting adalah adanya keikutsertaan pengusaha UMKM dalam bentuk kontribusi membantu pelaksanaan program kerja khususnya pelatihan-pelatihan peningkatan ketrampilan proses produksi maupun manajemen usaha UMKM.

Sumber pembiayaan utama pengembangan UMKM masih mayoritas dari pihak ketiga baik pemerintah maupun swasta, namun diharapkan UMKM dalam jangka panjang sedikit demi sedikit mampu mandiri dan mampu memberikan balas jasa yang diterima dari lembaga konsultan (BDS). Kondisi ini juga perlu didukung lembaga konsultan yang professional. Untuk kondisi awal pengembangan UMKM, maka peran pemerintah seperti Deperindag dan Departemen Koperasi UKM masih sangat perlu. Kebutuhan akan permodalan UMKM salah satunya dapat dipenuhi dengan fasilitasi BDS sebagai Konsultan Keuangan Mitra Bank (KKMB) bagi pengrajin maupun kelompok. KKMB ini lahir sebagai perubahan paradigma baru terhadap UMKM dari perbankan (lihat table 1), bahwa: (1) UMKM mempunyai potensi menabung; (2) bank perlu aktif menjemput Bola; (3) UMKM membutuhkan kemudahan memperoleh kredit/layanan perbankan; (4) bank perlu memobilisasi tabungan dari UMKM; (5) biaya dapat ditekan melalui pendekatan kelompok; (6) resiko dapat ditekan melalui pendekatan kelompok.

Selain bank memberikan kredit sebagai tugas utamanya, bank dapat membantu UMKM dengan memberikan pendampingan (Technical Assistant/ TA) baik dilakukan oleh bank sendiri atau bekerjasama dengan PT/LSM/BDS pendamping. Dari hasil pelaksanaan program kerja dilakukan *monitoring* dan evaluasi, tidak saja untuk mengetahui apakah yang dikerjakan sudah sesuai dengan program kerja yang telah ditetapkan, namun juga untuk membuat penyesuaian-penyesuaian jika diperlukan sesuai dengan perubahan kondisi lingkungan UMKM.

4. Koperasi

Pengertian Koperasi

Koperasi berasal dari perkataan *co* dan *operation*, yang mengandung arti kerjasama untuk mencapai tujuan. Oleh sebab itu definisi koperasi dapat diberikan sebagai berikut:

Koperasi adalah” suatu perkumpulan yang beranggotakan orang-orang atau badan-badan, yang memberikan kebebasan masuk dan keluar anggota; dengan bekerja sama secara kekeluargaan menjalankan usaha” (Dra. Ninik Widiyanti dan Y.W.sunindhia, S.H, 2008: 1). Definisi tersebut mengandung Unsur-unsur bahwa (Drs. Arifinal Chaniago, 1979: 1)

- 1) Perkumpulan koperasi bukan merupakan perkumpulan modal (bukan akumulasi modal), akan tetapi persekutuan sosial.
- 2) Sukarela untuk menjadi anggota, netral terhadap aliran agama.
- 3) Tujuan mempertinggi kesejahteraan jasmaniah anggota-anggota dengan kerja sama secara kekeluargaan.

Kenyataan bahwa koperasi telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kegiatan ekonomi masyarakat. Karenanya agar praktik koperasi tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, diperlukan adanya upaya perbaikan secara konseptualitas melalui akad-akad *muammalah*. Dilihat dari usaha yang dijalankan secara bersama-sama, koperasi identik dengan ketentuan (*syirka*) (Burhanuddin S., S.HI.,M.Hum, 2013: 3). Adapun yang menjadi dasar hukum berlakunya sirkah adalah Quran surah An-Nisa ayat 12 yang artinya:

Maka mereka telah bersekutu dalam yang sepertiga (Qs. An-Nisa(4): 12).

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang objeknya mengenai gejala-gejala atau peristiwa-peristiwa yang terjadi pada kelompok masyarakat, Sehingga penelitian ini juga bisa disebut penelitian kasus atau study kasus (*case study*) dengan pendekatan deskriptif-kualitatif dengan menggunakan analisis kesenjangan. Jenis penelitian inidi gunakan untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang menyebabkan kegagalan pembudidayaan ayam organik di Medan dan untuk meneliti strategi Koperasi Hidayah dalam memberdayakan pembudidayaan ayam organik di Medan.

Subjek penelitian ini adalah peternak ayam organik yang bekerjasama dengan Koperasi Hidayah yaitu bapak Man, Bapak Syahdan, dan bapak Riduan . Bapak Man adalah salah satu pembudidaya ayam organik sekaligus anggota dari Koperasi Hidayah, Bapak Syah dan adalah ketua di bidang unit Usaha Pembudidayaan ayam organik, sedangkan bapak Riduan adalah ketua dari Koperasi Serba Usaha Hidayah Sumatera Utara.

Penelitian ini menggunakan, observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai metode pengumpulan bahan:

1) Observasi

Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang digunakan melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang diselidiki (Suharsimi Arikunto, 2006: 136). Sehingga observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara langsung dan sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian untuk memperoleh data dalam penelitian. Hal-hal yang diobservasi adalah:

- a) Letak Geografis pembudidayaan ayam organik di Sumatera Utara
- b) Sistem kandang pembudidayaan ayam organik di Sumatera Utara.
- c) Cara pembudidayaan ayam organik di Sumatera Utara.

2) Wawancara

Wawancara adalah percakapan atau sebuah dialog dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi terwawancara (Lexy J. Moleong, 2006: 186). Dengan kata lain wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan jalan tanya jawab yang dikerjakan dengan sistematis berdasarkan tujuan umum penelitian. Informan - informan yang diwawancarai di antaranya adalah:

1. Bapak Man selaku pemilik pembudidayaan ayam organik yang ada di Medan.
2. Ketua unit usaha pembudidayaan ayam organik Koperasi Hidayah Sumatera Utara.
3. Ketua UMUM Koperasi Hidayah Sumatera Utara.

Adapun data yang akan dicari melalui wawancara meliputi, peran Koperasi Hidayah terhadap pembudidayaan ayam organik di Medan, dan faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan pembudidayaan ayam organik di Medan, dan

strategi yang dilakukan Koperasi Hidayah dalam mengembangkan kembali pembudidayaan ayam organik di Medan.

3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Dari metode ini maka data yang ingin diperoleh adalah:

- a) Data perbandingan pembudidayaan yang ada di Bogor dan yang ada di Medan.
- b) Profil Koperasi Hidayah
- c) Data jumlah anggota Koperasi Hidayah di unit usaha pembudidayaan ayam organik.

Tinjauan Penelitian

1. Sejarah Singkat Pembudidayaan Ayam Organik Di Medan

Pembudidayaan ayam organik adalah pembudidayaan ayam tanpa vaksin MG yang biasa di suntikan pada ayam boiler sebagai daya tahan tubuh ayam, pembudidayaan ayam organik pertama kali di lakukan di bogor pada tahun 2011. Di bogor pembudidayaan ayam organik ini dapat berkembang dengan pesat sehingga menghasilkan keuntungan yang cukup menggairahkan, pembudidayaan ayam organik di bogor dibiayai dan di berdayakan oleh koperasi Kemitraan Bogor. Melihat hal tersebut banyak koperasi yang bergerak di bidang pertanian dan peternakan, ikut mencoba hal yang sama seperti yang dilakukan koperasi kemitraan Bogor yaitu pembudidayaan ayam organik.

Salah Satunya Adalah Koperasi Hidayah Sumatera Utara, Koperasi Hidayah Memulai Pembudidayaan Ayam Organik ini dengan Mencoba pada 10 anggotanya dengan masing-masing diberikan 100 ekor bibit ayam, dengan 10 wilayah yang berbeda. Hasil dari pembudidayaan ayam organik Di Medan ternyata mencapai kesuksesan hampir 100%. Pada awalnya Koperasi Hidayah memasarkan hasil panen mereka sebanyak 1000 ekor kepada salah satu rumah makan didaerah kota Medan lewat salah seorang agen, Namun, dikarenakan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan akad atau kerja sama antara koperasi Hidayah dengan Agen tersebut yang menurut koperasi hidayah

merugikan, maka Koperasi Hidayah tidak lagi memasokkan hasil panen mereka kepada agen tersebut. Hal ini membuat koperasi hidayah memasarkan hasil panen mereka secara mandiri. Pembatalan akad ini juga membuat koperasi Hidayah kehilangan pasar yang membuat omset mereka turun secara signifikan.

2. Produk Koperasi Hidayah

Koperasi Usaha Hidayah adalah koperasi yang bergerak di bidang usaha koperasi hidayah memiliki beberapa jenis usaha misalnya:

a. Usaha pembudidayaan ayam organik.

Yaitu budi daya ayam yang di pelihara tanpa vaksin. Ayam tersebut di pelihara oleh anggota koperasi hidayah dengan memberikan jamu atau ramuan yang dibuat dari bahan-bahan alami seperti jahe, lengkuas dan bahan lainnya yang biasanya di gunakan untuk bahan pembuatan jamu. Ayam organik tidak memerlukan waktu lama untuk di panen, cukup dengan kurun waktu tiga bulan ayam organik sudah siap di panen.

Ayam organik ini memiliki cita rasa yang berbeda dari ayam *boiler* biasa. rasa dan tekstur ayam organik sangat mirip seperti ayam kampung, selain itu ayam organik ini aman dan sehat untuk di konsumsi karena tidak mengandung vaksin, sehingga ayam ini dijuluki Ayam eropa rasa ayam kampung. Pembudidayaan ayam organik di Medan di budidayakan oleh 10 orang anggota koperasi Hidayah. Yang saat ini tersendat dan akan di kembangkan kembali pada tahun 2016 kedepan.

b. Usaha pembudidayaan ikan lele

Selain pembudidayaan ayam organik ada beberapa lagi unit usaha yang di berdayakan oleh koperasi Hidayah, salah satunya adalah pembudidayaan ikan lele. peternakan ikan lele dipilih karena cara pembudidayaannya relatife lebih mudah dari pada pembudidayaan ikan tawar lain. Ikan lele yang dibudidayakan oleh koperasi Hidayah adalah ikan lele yang berkualitas, yaitu ikan lele sangkuriang. Ikan lele sangkuriang adalah ikan lele yang memiliki ciri khusus yang berbeda dengan lele yang biasanya dibudidayakan. Lele sangkuriang ini di budidayakan dan ditemukan pertama kali oleh koperasi Hidayah SU.

c. Usaha budi daya jamur tiram.

Seiring dengan perkembangan jaman kebutuhan pangan masyarakat juga berkembang , banyak masakan yang menggunakan berbagai jenis jamur, melihat peluang tersebut koperasi hidayah memutuskan untuk ikut membudidayakan

salah satu jenis jamur ,yaitu jamur tiram, jamur ini sengaja dipilih karena pembudidayaan nya sangat mudah. Saat ini usaha budi daya jamur tiram adalah usaha yang paling digemari oleh para anggota koperasi Hidayah pada khususnya para anggota yang tinggal di wilayah Kelurahan Terjun. Hal ini dikarenakan suhu diwilayah tersebut masih tergolong lembab karena masih banyak pepohonan dan hutan sehingga jamur tiram akan lebih mudah tumbuh dan berkembang.

d. Usaha Bengkel

Koperasi Hidayah Juga memiliki unit Usaha perbenkelan, Koperasi Hidayah membuka usaha benkel, hal ini dimaksudkan untuk menambah penghasilan anggota dan menyalurkan bakat anggotanya.

Pembahasan

1. Peran Koperasi Hidayah Terhadap UMKM Sektor Peternakan Ayam Organik di Medan.

Peran Koperasi Hidayah terhadap UMKM sektor peternakan Ayam Organik adalah:

- a. Sebagai sumber pendanaan pembudidayaan ayam organik di Medan, Koperasi Hidayah memberikan 100 ekor bibit ayam pakan dan jamu sebagai modal pembudiayaan ayam organik.
- b. Sebagai lembaga pemberdaya. Tidak hanya memberikan pembiayaan koperasi Hidayah juga memberikan ilmu pengetahuan dalam pembudidayaan ayam organik di Medan serta memberikan solusi dari kendala-kendala yang dihadapi oleh pembudidayaan ayam organik di Medan. Agar pembudidayaan ayam organik dapat dikembangkan kembali dan menghasilkan keuntungan seperti yang diharapkan oleh para pembudidaya ayam organik di Medan. Dan juga sebagai upaya untuk Menembus pasar nasional Bahkan pasar Internasional.

2. Faktor-Faktor Penyebab Kegagalan Pembudidiayaan Ayam Organik Oleh Koperasi Hidayah Sumatera Utara.

Untuk mengetahui faktor-faktor penyebab kegagalan pembudidayaan ayam organik di Medan, penulis terlebih dahulu membandingkan antara pembudidayaan ayam organik di Bogor dan pemberdayaan ayam organik di Medan, kemudian penulis menggunakan analisis kesenjangan untuk mengetahui

apa yang menjadi faktor-faktor kegagalan pembudidayaan ayam organik di Medan.

Tabel 4
Perbandingan Pembudidayaan Ayam Organik Koperasi Kemitraan Bogor Dengan Pembudidayaan Ayam Organik Koperasi Hidayah SU.

No	Jenis	Bogor	Medan
1.	Perolehan bibit ayam	Bibit ayam adalah bibit ayam nomor satu atau kualitas terbaik .	Bibit ayam di peroleh dari popan dengan jumlah 500 ekor. Dengan kualitas nomor 2.
2	Perolehan pakan ayam	Diperoleh dengan cara membuat sendiri dengan memanfaatkan sampah organik yang diolah dengan mesin sendiri.	Diperoleh dari bogor dengan bekerja sama dengan koperasi kemitraan bogor. Tidak dapat membuat pakan sendiri karna tidak memiliki mesin.
3	Perolehan jamu	Jamu untuk kekebalan ayam di peroleh dengan membuat ramuan sendiri.	Jamu untuk kekebalan ayam diperoleh dengan membuat ramuan dengan Bekerja sama dengan salah seorang dari UNIVERSITAS Negeri diMedan untuk membuat ramuan sesuai yang dilakukan di Bogor.
4.	System kandang	Sistem kandang dilakukan seperti memelihara ayam boiler biasa.	Sistem kandang dilakukan seperti memelihara ayam boiler biasa.
5	Harga	Harga ayam organik di Bogor lebih tinggi dari ayam boiler biasa.	Harga ayam organik di Medan lebih tinggi dari ayam organik di bogor.
6.	Pemasaran	Memiliki pasar yang cukup menjanjikan, menjadi salah satu dealer ayam organik untuk beberapa restoran di bogor, sudah masuk ke supermarket di Jakarta hingga Tangerang.	Belum memiliki pasar (market) yang jelas, hanya mampu menembus salah satu pasar tradisional di Medan.
7	System pemasaran	Pembudidayaan Ayam Organik Di Bogor Memiliki Pasar sendiri	Pembudidayaan Ayam organik

yang belum maksimal yaitu membuka restaurant yang mengelola ayam organik sebagai menu khas restoran tersebut. dimedan memiliki pemasaran yang jelas, dan tidak maksimal. belum sisitem yang tidak

Tabel 5

Analisis Kesenjangan Pembudidayaan Ayam Organik Koperasi Hidayah SU

No	Harapan	kenyataan	Strategi
1.	Bibit ayam yang diperoleh petani adalah bibit ayam yang berkualitas.	Bibit ayam yang diperoleh petani adalah bibit ayam yang kurang berkualitas karna kalah saing dengan petani ayam boiler yang ada di Medan yang pada umumnya adalah tionghoa.	Menadapat perhatian pemerintah, sehingga memperoleh bibit ayam yang berkualitas.
2	Mempunyai mesin pembuat pakan sendiri sehingga dapat menghemat biaya pembudidayaan dan pakan	Belum mempunyai mesin pakan sendiri sehingga pakan masih di peroleh dari bogor.	Mencari investor untuk membiayai pembelian atau pembuatan mesin pakan ayam organik.
3.	Harga ayam organik mampu mengimbangi harga ayam boiler sehingga konsumen lebih tertarik mengkonsumsi ayam organik dari pada ayam boiler	Harga ayam organik dimedan lebih mahal Dari harga ayam organik yang ada di bogor. Hal ini di karenakan pakan ayam organik di Medan masih dikirimkan oleh koperasi kemitraan yang ada di bogor, sehingga ongkos pakan ayam organik di medan lebih mahal dari ongkos pakan ayam organik di bogor.	Memperoleh pakan dari mesin sendiri sehingga harga ayam organik tidak terlalu mahal.
4	Ayam organik dimedan mampu mencapai pemasaran tingkat supermarket bahkan mampu mengeksport produk ayam organik ke luar Negara.	Pemasaran ayam organik hanya mampu menembus tingkat pasar tradisional.	Melakukan promosi, memperoleh nomor POM dari Balai POM setempat.

Dari data di atas maka faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan ayam organik di Medan adalah sebagai berikut:

1. Bibit ayam yang diperoleh oleh pembudidaya di Medan adalah bibit ayam nomor dua yang artinya bibit ayam tersebut adalah bibit ayam yang kualitasnya tidak sebaik bibit ayam nomor satu, sehingga kualitas ayam organik yang dihasilkan oleh ayam organik di Medan tidak sebaik kualitas ayam organik yang dihasilkan oleh koperasi kemitraan bogor.
2. Pembudidayaan ayam organik di Medan belum memiliki mesin pembuat pakan ayam, sehingga pakan ayam diperoleh atau dikirim dari koperasi kemitraan bogor, hal ini mengakibatkan (*cost*) biaya produksi meningkat dan menyebabkan harga ayam organik di Medan lebih mahal dari pada harga ayam organik yang ada di Bogor.
3. Kurangnya pemahaman masyarakat Medan akan kesehatan menjadi salah satu penyebab kegagalan koperasi hidayah di Medan. Masyarakat lebih cenderung memilih ayam boiler yang berharga murah yang notabeneanya mengandung bahan-bahan kimia yang secara tidak langsung akan menyebabkan kerusakan pada system kesehatan yang akan dirasakan oleh yang mengkonsumsinya dalam kurun waktu yang cukup lama.
4. Faktor akhir yang menyebabkan kegagalan pembudidayaan ayam organik di Medan adalah tidak adanya pasar, produk ayam organik di Medan hanya mampu menembus pasar tradisional yang ada di Medan. salah satu Anggota Koperasi sekaligus pembudidaya ayam organik mengatakan bahwa kegagalan pembudidayaan ayam organik diakibatkan oleh system pemasaran yang belum maksimal. System pemasaran sangat di perlukan dalam sebuah usaha untuk mengembangkan usaha tersebut, dapat diktakan juga sistem pemasaran adalah sebagai tonggak ukur dari sebuah usaha.

3. Strategi Koperasi Hidayah Dalam Mengembangkan Kembali Pembudidayaan Ayam Organik Di Medan

Dari pembahasan diatas langkah langkah yang diambil oleh koperasi hidayah untuk mempertahankan pembudidayaan ayam organik di Medan adalah.

1. Mendapatkan perhatian dari pemerintah, sehingga memperoleh bibit ayam yang berkualitas, dan mempermudah proses legalisasi produk sehingga produk tersebut dapat di pasarkan secara luas.

2. Mencari investor untuk membiayai pembelian atau pembuatan mesin pakan ayam organik, dari hasil penelitian, saat ini koperasi hidayah telah mendapatkan investor dari luar Neagara yaitu dari singapur.
3. Dengan melakukan berbagai promosi, seperti yang dilakukan oleh pembudidaya ayam organik yang ada di Bogor. Agar masyarakat mengetahui berbagai manfaat jika masyarakat mengkonsumsi ayam organik. Serta mengubah pola konsumsi masyarakat yang pada saat ini hanya memikirkan harga yang murah tanpa mementingkan kesehatan
4. Mencapai pasar yang lebih luas, yaitu dengan memasuki pasar-pasar modern seperti super market dan swalayan yang ada di kota Medan
5. Atau menciptakan pasar sendiri dengan membuka usaha dibidang pengelolaan Ayam Organik, atau dengan bekerja sama dengan beberapa rumah makan yang mengolah ayam organik.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian sebelumnya. Maka pada bagian akhir penulisan penelitian ini, penulis mengemukakan beberapa kesimpulan:

1. Peran Koperasi Hidayah terhadap UMKM sektor peternakan Ayam Organik adalah sebagai sumber keuangan atau lembaga yang memeberikan pembiayaan dan juga sebagai lembaga yang memeberikan pemberdayaan kepada pembudidayaan Ayam Organik. Pemberdayaan dilakukan dengan memberikan pengetahuan dan pengawasan serta solusi kepada pembudidayaan ayam organik Dimedan
2. Faktor-faktor penyebab kegagalan pembudidayaan ayam organik diMedan adalah bibit yang diperoleh Kopeasi Hidayah Medan adalah bibit ayam yang kurang berkualitas yang mengakibatkan hasil yang juga krang kualitasnya dibandingkan dengan ayam organik yang dibudidayakan d kota bogor, perolehan pakan yang harus di kirim langsung dari bogor juga menjadi faktor yang menyebabkan kegagalan koperasi hidayah dalam membudidayakan ayam organik, seharusnya pembudidaya dapat membuat pakan sendiri dan menghemat biaya pakan apabila pembudidaya ayam organik memiliki pakan yang dapat dibuat dengan mesin sendiri.

Penyebab kegagalan pembudidayaan ayam organik yang ke 3 adalah, kurangnya sosialisasi dan kurangnya pemahaman masyarakat akan kesehatan, adalah salah satu yang menyebabkan kegagalan pembudidayaan ayam organik di Medan, faktor yang terakhir adalah Faktor akhir yang menyebabkan kegagalan pembudidayaan ayam organik di Medan adalah tidak adanya pasar, produk ayam organik di Medan hanya mampu menembus pasar tradisional yang ada di Medan, pemasaran yang belum maksimal membuat para pembudidaya ayam organik di Medan Merugi. Akibatnya banyak pembudidaya yang beralih ke usaha lain yang menurut mereka lebih menghasilkan keuntungan.

3. Strategi koperasi hidayah dalam mempertahankan usaha pembudidayaan ayam organik adalah Menadapatkan perhatian dari pemerintah, sehingga memperoleh bibit ayam yang berkualitas. Mencari investor untuk membiayai pembelian atau pembuatan mesin pakan ayam organik, saat ini Koperasi Hidayah sedang berusaha untuk meningkatkan pemasaran yang maksimal, seperti melakukan melakukan berbagai promosi dan sosialisasi sehingga memicu minat masyarakat mengkonsumsi ayam organik, dan memperluas pasar ayam organik hingga mencapai pasar modern, seperti super market dan swalayan. Koperasi Hidayah Juga Berencana Untuk membuat pasar sendiri dengan membuka usaha di bidang pengeloaan ayam organik, Misalnya restoran atau rumah makan yang mengelola ayam organik sebagai Menu Utama Atau ciri Khas Restoran atau rumah makan Tersebut.

Daftar Pustaka

Al-Quran dan Terjemahan (Jakarta: CvPenerbit J-ART)

Heru, Aries. 2013. *Sukses Mengelola Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*, Jakarta: Elex media komutido.

Burhanuddin S., S.HI.,M.Hum. 2013. *Koperasi Syariah dan pengaturannya di indonesia*, Malang: UIN-Maliki pers.

Chaniago Drs. Arifinal. 1979. *koperasi Indonesia*, Bandung: Angkasa.

e-je.blogspot.com

Dahlan Djazh. 1980. *Pengetahuan Koperasi*. Jakarta: PN Balai Pustaka.

Hans. 1980. Prinsip-prinsip Koperasi dan Undang-undang Koperasi, Direktorat Jenderal Koperasi.

M Nunkener. 1981. *Hukum Koperasi*. Bandung: Alumni.

[http://media.inset.org/islam/Quraish/Wawasan/Ekonomi 1.html](http://media.inset.org/islam/Quraish/Wawasan/Ekonomi%201.html) diakses 28 juni 2010 Quraish Wawasan Al-Qura'an, online.

[Http://mdn.biz.id/n/68362](http://mdn.biz.id/n/68362)selasa, 17 desember 2013 0649 WIB.

[Http://www.danabergulir.com/layanan/skim-pinjaman-pembiayaan-kepada-koperas-dan-usaha-kecil-menengah](http://www.danabergulir.com/layanan/skim-pinjaman-pembiayaan/pembiayaan-kepada-koperas-dan-usaha-kecil-menengah) UMKM melalui perusahaan modal venturapmv.

<http://www.wikipedia.com>, pengertian koperasi.

<http://www.wikipwedia.com>, Gap Teory Analysh

Karsidiravik, *strategi pemberdayaan UMKM di wilayah Surakarta*, Kamis 30 juni 2005

Koran harian, *medanbisnis*. Selasa 13 desember 2013.

Kusnadi & Hendar. 2005. *Ekonomi Koperasi*, Lembaga Penerbit FEUI.

Leonardus Saiman. 2014. *Kewirasahaan*, Jakarta: salembaempat

LexiJ, Moleong. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka cipta.

M. Enchols Jhon dan Hasan sadili. 1990. *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta: Gramedia.

Pengertananalisisis SWOT (e-je.blogspot.com), _____ (Dikutip dari id.wikipedia.org).

Penelitian, *Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean*, Oleh sudaryanto Rudjito, *Pengertian UMKM*. 2003.

Penelitian istilah manajemen lembaga PPM, *kamus istilah manajemen* Jakarta: Balai Aksara, tth, Ronald Clapham ,30 April 2012

Samsul Ramli, Bacaan wajib mengenai aneka masalah teknis pengadaan barang/jasa pemerintah, (Jakarta: visi media, 2014).

S Burhanuddin. 2013. *Koperasi Syariah dan Pengaturannya di Indonesia*. Malang: UIN-Maliki pers.

Tjiptono Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran, Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.

Wawancara langsung dengan salah satu pembudidaya organik, senin 9 maret 2015.

Widiyanti. Ninik dan Y.W. Sunindhia.2008. *Koperasi dan Perekonomian Indonesia*. Jakarta: RinekaCipta.

Wikipedia.org.<http://www.wikipedia.org>