

BAB V

KESIMPULAN

Penelitian tesis ini memiliki pertanyaan penelitian "bagaimana kontribusi Program UKM Bogasari dalam mendukung pemberdayaan UKM di Indonesia?", dan untuk menjawab pertanyaan penelitian tersebut, ada beberapa temuan yang ditemukan oleh peneliti melalui penelitian ini berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara dengan pelaksana program dan partisipan program serta dengan menggunakan studi kepada literatur, dokumen, situs resmi, dan situs berita.

Temuan pertama adalah Program UKM Bogasari merupakan bentuk aplikasi dari *stakeholders theory* dan mengandung prinsip *charity* dan *stewardship*. serta merupakan bagian dari *philantrophical responsibilities* yang dilakukan oleh perusahaan. Melalui Program UKM Bogasari, Indofood mencoba untuk berkontribusi terhadap keberlangsungan dari salah satu *stakeholders* perusahaan yaitu para pelaku UKM. Kehadiran dari para pelaku UKM memiliki peran penting sebagai konsumen dari produk-produk yang dihasilkan oleh Divisi Bogasari milik Indofood. Dalam melaksanakan program ini, Indofood telah melalui tiga tingkatan dalam *stakeholder theory* menurut Freeman yaitu dengan memetakan siapa saja *stakeholders* dari perusahaan, menyusun berbagai bidang dari program CSR Indofood, dan melaksanakan beberapa program CSR untuk terhubung dengan *stakeholders* dari perusahaan, dimana salah satu dari rangkaian program tersebut adalah Program UKM Bogasari. Lebih lanjut lagi, Program UKM Bogasari mengandung prinsip *charity* dan *stewardship* dimana program ini dilakukan oleh

Indofood secara sukarela dan Indofood menjalankan perannya sebagai pengasuh dengan membimbing para pelaku UKM untuk dapat mengembangkan aspek ekonomi dari aktivitas bisnis mereka.

Terkait dengan jawaban dari pertanyaan penelitian, Program UKM Bogasari berkontribusi dalam mendukung strategi Pemerintah Indonesia untuk peningkatan akses pembiayaan dan perluasan skema pembiayaan melalui manfaat dari Bogasari Mitra *Card*. Melalui partisipasi dalam Program UKM Bogasari, sebuah UKM mendapatkan manfaat bantuan koneksi bisnis dengan lembaga pembiayaan seperti bank, dan juga rekomendasi untuk mendapatkan mikro kredit. Selain itu, program ini juga berkontribusi dalam mendukung strategi untuk meningkatkan kemudahan, kepastian, dan perlindungan usaha melalui kerjasama yang dibentuk antara Indofood dengan lembaga asuransi untuk memberikan berbagai asuransi bagi para mitra UKM.

Dalam mendukung strategi Pemerintah Indonesia untuk meningkatkan kualitas dari sumber daya manusia serta penguatan kelembagaan usaha. Kontribusi yang diberikan adalah Melalui Bogasari *Baking Centre* dan kemitraan dengan Paguyuban. Manfaat yang didapatkan melalui kedua kegiatan tersebut adalah dalam bentuk pelatihan secara berkala yang diberikan oleh Indofood kepada mitra UKM, fasilitas konsultasi bagi para mitra UKM, fasilitas diskusi dan *sharing* bagi para mitra UKM. Untuk mendukung strategi peningkatan nilai tambah produk dan perluasan pasar, kontribusi yang diberikan oleh Program UKM Bogasari adalah melalui Bogasari Expo yang merupakan bagian dari Program UKM Bogasari dalam bentuk ajang pameran untuk memperluas pasar bagi produk-produk mitra UKM,

serta mendapatkan kesempatan untuk mendapatkan pelatihan dari pelaku *profesional* dalam menguatkan nilai tambah dari produk mereka. Selain itu, Melalui Program UKM Bogasari, Indofod juga membantu para mitra UKM untuk memperluas pasar mereka melalui *e-commerce*.

Selain ketiga kontribusi tersebut, penulis juga menemukan bahwa Program UKM Bogasari memiliki kontribusi lain dalam menjangkau aspek yang belum terjangkau oleh program Pemerintah Indonesia yaitu dalam aspek mengelola dan mengembangkan bisnis. Kontribusi yang diberikan oleh Program UKM Bogasari dalam aspek ini antara lain adalah bimbingan mengenai pentingnya penempatan *merk* untuk dapat menaikkan nilai jual dari produk, manajemen keuangan sehingga dapat melakukan penghitungan terhadap keuntungan secara lebih presisi, inovasi seperti penggunaan kemasan dan pelayanan yang lebih baik, serta aplikasi dari teknologi seperti penggunaan *QR-code* dan metode pembayaran elektronik seperti *Go-Pay*. Lebih lanjut lagi, Program UKM Bogasari juga berkontribusi untuk membantu para mitra UKM untuk menghadapi berbagai tantangan seperti masalah harga bahan baku yang tinggi dan terkait pemasaran. Kedua tantangan ini dapat diminimalisir dampaknya melalui partisipasi dari suatu UKM dalam Program UKM Bogasari. Selain itu, penulis juga menemukan bahwa para pelaku UKM menghadapi tantangan lain yaitu dalam bentuk tantangan dalam hal mengelola dan mengembangkan bisnis. Hal ini dikarenakan kesulitan dalam menjalankan suatu usaha adalah untuk mengelola usaha tersebut agar memiliki keberlangsungan sekaligus dapat mengembangkan usaha tersebut agar menjadi lebih besar.

Dalam proses penulisan ini, penulis menemukan bahwa pendekatan dalam pengentasan kemiskinan tidak lagi terbatas hanya kepada upaya yang dilakukan oleh negara saja. Melalui konsep *development assistance* maka membuka jalan bagi aktor non-negara untuk ikut terlibat dalam upaya untuk menyelesaikan isu-isu kemiskinan. Hal ini terbukti dengan munculnya *new development actors* yang diakui oleh OECD seperti NGOs, *individual philanthropist*, dan aktor dari dunia usaha, yang dapat berkontribusi untuk menyelesaikan isu kemiskinan seperti yang dilakukan oleh Indofood dalam mendukung pemberdayaan UKM melalui Program UKM Bogasari. Hal ini semakin menegaskan mengenai pentingnya keterlibatan aktor non-negara dalam menyelesaikan suatu isu global, mengingat bahwa isu global memiliki sifat *interconnected* atau saling terhubung maka diperlukan partisipasi dari berbagai pihak untuk menyelesaikan berbagai isu global yang ada.

LAMPIRAN WAWANCARA

Bapak Indrayana - General Manager Corporate Communications, PT. Indofood
Sukses Makmur Tbk..

Bapak Albert Abraham & Ibu Sukwanti - CSR Manager Pemberdayaan Ekonomi
& Strengthening Economic Value PT. Indofood Sukses Makmur Tbk..

Wawancara melalui telepon di **Jakarta, 14 Desember 2018 pukul 22.30.**

1. Apa yang menjadi alasan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. memutuskan untuk melakukan program CSR?

Indrayana: Kalau CSR sendiri sebetulnya itu, awalnya kalau company itu harus berpikir bagaimana agar sustainable dalam rangka memenuhi *sustainable development goals* (SDGs). Sebagai perusahaan, supaya sustain tidak boleh hanya berpikir *profit* saja tetapi harus ada yang namanya *purpose beyond profit* atau pemikiran diluar mencari keuntungan. Konsep nya yang terkenal itu adalah *Environment, Social, and Governance (ESG)*, oleh karena itu bagi kita CSR merupakan suatu cara untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa Indofood memiliki *purpose beyond profit*. Jadi ingin berpartisipasi juga kepada masyarakat.

Jadi dalam CSR, kita memiliki satu payung yaitu kita selain ekonomi juga harus memperhatikan *environment* dan *social*. Untuk itu, kita bikin satu platform dalam CSR kita yang namanya "*Creating a Better Life Everyday*". Nah di dalam pilar-pilar itu, kalau dikerucutkan nanti ada tiga yaitu: ekonomi, sosial, dan lingkungan. Nantinya semua akan menjurus ke arah mendukung SDGs. Nah untuk Indofood pilarnya ada 5 yaitu: (i) *strengthening economic value* (ii) *building human capital* dalam bentuk *education* (iii) *nutrition for all* (iv) *solidarity for humanity* (v) *protecting the environment*. Jadi dari lima pilar itu, kita lihat ada *triple bottom line: economy, people, dan profit*. Jadi alasan kenapa kita dari perusahaan ingin ikut berpartisipasi dalam program CSR misinya adalah ingin memberikan solusi kepada

masalah pangan di Indonesia tapi juga *operating* dan *sustainable* dan memberikan value kepada semua *stakeholders*. Jadi tidak hanya kepada *shareholders* atau pemegang saham saja.

2. Apa tujuan dari Program UKM Bogasari?

Indrayana: Sebetulnya tujuannya yaitu untuk menciptakan konsumen atau *customer* yang loyal. Bagi suatu perusahaan, supaya bisa *sustain*, model bisnisnya ada yang namanya *inclusive business model* yang terbuka atau merangkul. Bukan *exclusive* yang hanya kepada kelompok tertentu saja. Di dalam suatu industri itu ada *upstream*-nya yaitu di atasnya apa. Bagi Indofood, *upstreamnya* yaitu adalah merangkul para petani atau peternak sebagai mitra. Jadi kita ada berbagai petani yang kita rangkul jadi mitra. Indofood berada di tengah, kemudian ada lagi *downstream*. Jadi kalau kita hanya ke Industri besar-besar saja kan tidak *sustain* karena sekarang kan banyak persaingan dengan merk-merk dan produsen-produsen lainnya karena kita tidak monopoli. Sehingga untuk agar bisa *sustain* yang perlu diperhatikan dan menjadi pilar adalah kehadiran dari para UKM itu. Maka dengan mengembangkan UKM, maka UKM itu akan menjadi loyal kepada Bogasari. Contohnya tadinya UKM tidak tahu cara memproduksi roti yang baik, oleh karena itu para mitra-mitranya yang tergabung dalam BMC bisa di-*training* di BBC. Dilatih dan dikasih kemampuan. Atau kalau sudah jadi mitra tidak tahu tentang asuransi dan kredit, kita bantu kenalkan ke bank-bank. Kita kenalin nanti bank yang ambil.

Kemudian, kita tentunya sering mengadakan festival untuk UKM. Contohnya Bogasari Expo. Itu yang tampil UKM-UKM semua mereka bisa ketemu pelanggan-pelanggan baru, yang biayain Bogasari. Nah ternyata yang didapat adalah UKM menjadi loyal kepada Bogasari sehingga bisnis kita dapat berlangsung dan menjadi *sustainable*.

Nah untuk UKM, kan konsepnya adalah "Tumbuh Bersama" Bogasari. UKM kan uangnya pas-pasan, kalau ada kesulitan kita bisa bantu sehingga para UKM ini menjadi loyal sama divisi Bogasari dan bisnis kita menjadi *sustainable*.

3. Tadi Bapak menyinggung soal motto "Tumbuh Bersama". Apa makna dan harapan dibalik motto tersebut?

Indrayana: Itu sangat bagus yah mottonya. Artinya perusahaan tidak hanya memikirkan diri sendiri. Seperti yang kita bilang, konsepnya itu *stakeholders*, jadi tidak hanya pemegang saham saja tapi *supplier*, karyawan, *customer*-nya bisa tumbuh. Mungkin dari *Government* pakai transparansi jadi bisa terbuka. Konsepnya bisa menjalankan nilai-nilai dari Indofood juga.

Jadi kalau di dalam perusahaan ada *vision, mission, and value*. *Vision* itu perusahaan mau kemana, *mission* adalah alasan kenapa perusahaan ada, dan *value* adalah dasar perilaku perusahaan dalam mencapai sasaran.

4. Terkait dengan nilai perusahaan: *discipline, integrity, respect, unite, and innovation and excellence*. Bagaimana upaya perusahaan untuk mengaplikasikan nilai-nilai ini dalam implementasi dari program UKM Bogasari?

Indrayana: Kalau nilai-nilai atau *value* itu sebenarnya ada di bawah sadar aktivitas perusahaan. Tapi kan yang kelihatan itu perilaku. Misal *respect* itu bersikap sopan, tepat waktu, dan menghargai orang lain, dan *respect* kepada *customer* dan *supplier*. Kemudian *unite* atau *teamwork*, kita di dalam Indofood harus bekerjasama dengan *stakeholders*. Satu lagi adalah *innovation and excellence* adalah dengan menemukan inovasi dan keunggulan yang ditunjukkan melalui produk-produknya misalnya adalah produk-produk dari mitra UKM kita yang berasal dari 1 gerobak kemudian bisa punya 200 gerobak, kemudian bisa bikin mie dan kembangkan bisnis lain dan jadi pengusaha sukses.

5. Bagaimana upaya yang ditempuh oleh perusahaan untuk meningkatkan nilai ekonomi dari para mitra UKM nya terutama mitra UKM Bogasari?

Albert: Caranya adalah secara berkala memberikan pelatihan, bukan hanya pelatihan untuk mengelola tepung terigu menjadi aneka makanan saja tetapi juga di *improve* dari resep-resep yang sudah mereka dagangkan, juga mengenai strategi dan mengelola keuangan, juga mengenai bagaimana mereka mengembangkan pasar melalui *e-commerce*.

Mereka kita dampingi dengan secara berkala. Tidak setiap hari, tetapi juga berkala. Kemudian ada juga pertemuan dalam bentuk paguyuban yang difasilitasi Bogasari. Jadi ada interaksi, testimoni, dan *sharing* untuk bagi ilmu, dan perusahaan memfasilitasi untuk pertemuan-pertemuan itu.

6. Tadi bapak sedikit menyinggung mengenai kehadiran dari paguyuban. Apakah paguyuban ini merupakan inisiatif dari para pedagang atau diarahkan oleh perusahaan?

Albert: Sebetulnya paguyuban merupakan inisiatif dari para pedagang. Dari satu usaha yang sama mereka berkumpul dan membentuk satu perkumpulan yaitu paguyuban dari satu jenis produk yang sama yang mereka hasilkan, dan kita dukung dan fasilitasi.

7. Dari beberapa informasi yang beredar, salah satu paguyuban tertua yang menjadi mitra Bogasari adalah Paguyuban Mie Ayam Tunggal Rasa. Bagaimana proses awal terbentuknya kemitraan dengan paguyuban ini?

Sukwanti: Pada awalnya, inisiatif berawal dari komunitas. Kemudian kita fasilitasi. Jadi kalau dalam *strengthening economic value* dari kami ada *person in charge*-nya, kemudian ada komunikasi antara komunitas yang ingin membentuk

paguyuban dengan orang kami yang kemudian kami fasilitasi, dan kami *maintain* terus, karena itu kan berpotensi.

Tunggal Rasa itu kan di Jakarta, kurang lebih ada sekitar 50 UKM yang tergabung dalam paguyuban ini. Untuk Bahan Bakunya, kan kita bantu untuk berikan akses terhadap harga yang lebih murah. Lalu kemudian masalah kebersihan juga kita bantu. Kan kalau para pelaku UKM gitu biasanya terletak di gang-gang kecil sehingga kebersihannya tidak terjaga, namun kita arahkan supaya mereka dapat menjaga kebersihan dan juga memiliki usia bahan baku yang lebih lama. Misalnya untuk karung tepung yang tadinya ditaruh di lantai, kita arahkan supaya diberikan alas agar lebih tahan lama dan kualitasnya terjaga.

Kemudian masalah nama mie ayam atau *branding*. Itu juga kita bantu, misalnya kalau nama mereka belum terkenal, yang tadinya tidak punya nama dan jual dengan harga 5 ribu Rupiah, namun ketika mereka punya nama dan mangkal dapat menjual dengan harga 10 ribu Rupiah. Itu juga kita bantu, kita berikan *knowledge* jadi kayak ada *training* gitu.

Kemudian ada pelatihan juga dari perusahaan. Di Bogasari ada *tehnical representative* yang dapat juga mengarahkan konsumen mengenai produk yang sesuai dengan kebutuhan sehingga dapat lebih efektif dan efisien dalam pengelolaan bahan baku.

8. Sejauh ini, bagaimana perkembangan program UKM Bogasari?

Indrayana: Kalau kita dari *company* kan melihat dari agregat. UKM ada yang berhasil, ada yang tidak. Kalau yang berhasil, pada umumnya memiliki efek yang sangat baik. Pertumbuhannya dari kecil bisa sangat cepat, kemudian menggunakan *word of mouth* untuk mengajak tetangga-nya untuk juga ikut berusaha.

Jadi secara umum, pertumbuhannya besar dan kontribusinya kepada bisnis relatif stabil.

Albert: Kita bisa pantau melalui membership BMC, disitu kita bisa *track* dair penggunaan tepung. Jadi mereka beli, mereka masukkin kode dan kita bisa pantau konsumsinya.

9. Terkait dengan Bogasari SME Award, apa tujuan dari program ini?

Indrayana: Tujuan sebenarnya yaitu untuk *inspiring* aja. Nanti yang dapat *award* kan dipublikasikan, jika punya *news value* wartawan bisa mempublikasikannya dengan baik. Jadi bisa menginspirasi untuk munculnya UKM-UKM baru.

Karena di Indonesia, kita harus banyak *inclusive business model* karena di Indonesia kelas menengahnya banyak, dan sektor informalnya tinggi sekali. Kalau sektor informalnya tinggi, harus mencari yang dapat memberikan *return* yang terbaik melihat dia punya investasi. Oleh karena itu, salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan nilai ekonomi yaitu dengan *inclusive business modal* itu sendiri sehingga caranya yaitu melalui pemberdayaan-pemberdayaan *supplier* dan UKM. Sehingga akhirnya dapat menguntungkan kita juga.

10. Bagaimana strategi perusahaan untuk meningkatkan nilai ekonomi dari para mitra UKM? Apakah ada strategi spesifik?

Indrayana: Kalau strategi itu kan sifatnya *integrated* jadi ada objektif nya jelas. Misalnya kita ingin memberdayakan UKM. Kenapa harus meningkatkan memberdayakan UKM karena ternyata misalnya sektor UKM bisa berkontribusi kepada bisnis perusahaan sehingga *sustainable* dan sektor informal di Indonesia tinggi. Oleh karena itu strategi yang dijalankan perusahaan untuk memberdayakan sektor UKM adalah melalui: (i) *continously improving capacity building* melalui perbaikan misalnya melalui *hygiene and sanitation*. Supaya dari industri kecil bisa

jadi industri besar, kita bisa bantu dan fasilitasi. (ii) memberikan support melalui paguyuban, Bogasari Expo, *networking* dengan *stakeholders yang diperlukan* dan memberikan *social safety net* jadi mereka kita bekali dengan *skill* lain atau melalui *insurance* atau masalah keuangan lain bisa kita hubungkan dengan bank-bank yang bisa membantu. (iii) mendorong pengembangan pasar melalui *e-commerce*, kalau pemilik UKM tidak bisa, tetapi anak-anaknya pasti bisa. Kita fasilitasi dengan *e-commerce* untuk dapat memasarkan produknya. Seperti melalui BliBli.Com Kemudian dalam expo kita undang pembicara dan chef supaya dapat ilmu-ilmu terbaru dan mendorong munculnya kreatifitas dari para pelaku UKM.

11. Apa saja tantangan perusahaan dalam menjalankan program UKM Bogasari?

Indrayana: Tantangannya ada dua yaitu internal dan eksternal. Dari segi internal, *resources* yang kita miliki terbatas. misalnya *technical representative* kita pindah ke kompetitor, kita harus menghadapi keterbatasan waktu untuk melatih orang-orang baru lagi.

Kalau untuk eksternal, tantangannya adalah dalam hal disiplin. Kadang para pelaku UKM suka susah untuk diarahkan, dan susah tepat waktu. Sehingga tantangannya adalah cara menghasilkan *successful entrepreneur* karena yang susah yaitu mengembangkan bisnisnya.

12. Dari pemerintah sendiri, apakah ada ajakan dari pemerintah untuk membentuk kerjasama dengan perusahaan untuk memberdayakan UKM?

Indrayana: Kalau dari kami, kami membuka tangan lebar bagi siapapun yang ingin mengajak kerjasama. Misal dari Kementrian UKM banyak datang ke kami, Kementrian Perdagangan, Kementrian Tenaga Kerja juga datang untuk mengembangkan UKM di Indonesia. Misalnya ada Tenaga Kerja Indonesia yang pulang dari luar negeri, punya uang banyak, tapi tidak tahu harus ngapain.

Kemudian Indofood diminta oleh pemerintah untuk memberikan pelatihan sehingga mereka dapat diarahkan untuk menjadi *entrepreneur*.

LAMPIRAN WAWANCARA

Wawancara di Mie Kondang, Jakarta Selatan pada **3 Desember 2018 pukul 13.00**.

Bapak Pandiono - Ketua Paguyuban Mie Ayam Tunggal Rasa

1. Bagaimana bapak mendeskripsikan Paguyuban Mie Ayam Tunggal Rasa?

Jadi, Paguyuban itu lebih dominan ke unsur kekeluargaan, kalau tidak ada paguyuban, di Jakarta yang persaingan ketat, kita mengantisipasi untuk adanya asumsi "masih dari kampung yang sama kok jadi kompetitor". Kehadiran paguyuban ini untuk menjalin kekeluargaan, silaturahmi, dan solidaritas sepenanggungan dari para pedagang mie ayam di Jakarta. Tunggal Rasa sendiri adalah nama paguyuban yang diberikan dan dibina oleh Bogasari untuk mengelola dan menjalankan bisnis yang benar sehingga memiliki keberlangsungan.

2. Bagaimana proses awal mula terbentuknya Paguyuban Mie Ayam Tunggal Rasa?

Awalnya sebelum menjadi paguyuban, kami ini merupakan pedagang-pedagang mie ayam seperjuangan mulai dari dorong gerobak bareng, tinggal di mess bersama, yang kemudian dikumpulkan dan dibina oleh Bogasari. Kemudian, Bogasari memberikan nama Tunggal Rasa yang berarti satu rasa kepada paguyuban kami.

3. Bagaimana perkembangan anggota dan tenaga kerja dari Paguyuban Mie Ayam Tunggal Rasa?

Untuk anggota, Paguyuban Tunggal Rasa hadir di seluruh Indonesia. Tunggal Rasa itu terdiri dari beberapa kota. Jakarta yang disebut GARAMIRO, Tunggal Rasa Surabaya yang disebut PAMAS, Tunggal Rasa Depok, Tunggal Rasa Cirebon,

Tunggal Rasa Solo, ada di seluruh Indonesia. Tapi pusat aktivitasnya ada di Jakarta. Untuk Jakarta sendiri, jumlah anggota yang aktif ada 52 orang di seluruh Jakarta.

Masing-masing anggota juga memiliki beberapa pedagang dan pegawai lagi dalam usaha mereka. Contoh seperti di Mi Kondang pedagangnya ada 121 orang yang berdagang dalam bentuk gerobak dorong. Untuk gerai sendiri ada punya 7 cabang, dan total karyawan yang bekerja buat Mi Kondang sendiri kurang lebih 30 orang untuk semua gerai.

4. Apa saja manfaat yang didapatkan anggota dari Paguyuban Mie Ayam Tunggal Rasa?

Faktor pertama pasti bahan baku. Tidak bisa dipungkiri, selain kita dibina, Bogasari juga sangat-sangat membantu dalam hal bahan baku. Kita bisa ambil barang langsung ke pabrik, dan mendapatkan harga pabrik. Dapat pelatihan juga sudah pasti itu yang kedua. Selain itu ada manfaat ikatan silaturahmi. Kita bisa belajar dari sesama anggota melalui silaturahmi itu.

5. Terkait dengan Divisi Bogasari, PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Sudah berapa lama Paguyuban Mie Ayam Tunggal Rasa berpartisipasi dalam program UKM Bogasari?

Sudah lebih dari 18 tahun mas. Sebagai contoh Mi Kondang berdiri tahun 1997, dan Tunggal Rasa berdiri sebelum Mi Kondang berdiri.

6. Dalam beberapa informasi, selain pelatihan dan bimbingan, Program UKM Bogasari menyebutkan mengenai bantuan jaminan untuk mendapatkan pinjaman. Apakah bapak merasakan manfaat tersebut?

Kalau pinjaman dari bank tidak, dari Bogasari sendiri lebih dominan kepada arah pemberian ilmu kepada anggota. Kalau untuk jaminan kredit mungkin lebih ke arah

intern masing-masing anggota. Sedangkan untuk asuransi kita dapat melalui Bogasari Mitra Card (BMC). Asuransi yang didapatkan itu asuransi *all risk*.

7. Apakah ada manfaat-manfaat khusus bagi para anggota selama berpartisipasi dalam program?

Banyak sih mas. Contoh kita ingin mengadakan Lomba Kreasi Mie Ayam Tunggal Rasa untuk para anggota, dimana Bogasari menjadi sponsor utama, agar para pedagang mie ayam menjadi lebih kompetitif dan lebih kreatif lagi. Kriteria penilaian dari lomba ini mulai dari kebersihan, tapi yang utama kreatifitas. Kemudian pemenang kita jadikan contoh bagaimana perkembangan pedagang mie ayam dapat menjadi lebih modern. Seperti keunikan gerobak itu dinilai juga.

Contoh ayah saya, Bapak Sakidjan (pendiri Mi Kondang) bisa seperti ini karena Bogasari tidak semerta-merta memberikan uang. Melainkan beliau diajak makan ke sebuah restoran oleh pembina beliau yang waktu itu ada Pak Franky (Kepala Bagian Divisi Bogasari dan Direktur PT. Indofood Sukes Makmur Tbk), Pak Priyo dan Pak Suyono yang merupakan purnawirawan TNI untuk kemudian belajar bagaimana mengembangkan bisnis seperti restoran-restoran besar yang ada di mall.

8. Apakah setelah berpartisipasi dalam program UKM Bogasari terjadi peningkatan kemampuan ekonomi dari para anggota? Bagaimana dampaknya?

Iya mas. Sebagai contoh, saat ayah saya pertama kali bertemu dengan Bogasari. Pada waktu itu tahun 1998, ketika perekonomian sedang kacau kemudian beliau bertemu dengan Bogasari dan kemudian membentuk Tunggal Rasa. Kemudian, ayah saya dikirim oleh Bogasari untuk ke seluruh Indonesia untuk menyatukan rasa mie ayam seluruh Indonesia sehingga lebih enak, lebih bersih. Kemudian ayah saya ditunjuk untuk menjadi salah satu instruktur awal di dalam Bogasari Baking Centre untuk memberikan pelatihan-pelatihan kepada calon pengusaha mie ayam lainnya bagaimana memproduksi mie yang enak, yang bersih, dan yang sehat. Jadi setiap

ada event, seperti Bogasari Expo ayah saya diajak jadi pembicara dan instruktur. Selain itu, melalui kerjasama dengan Bogasari memungkinkan kita untuk menjadi yang pertama di Jakarta untuk terlibat dalam *catering*. Karna, selama ini kan mie ayam jualan dengan gerobak, tapi kita bisa bergerak dalam *catering*.

9. Apa saja tantangan atau hambatan yang dihadapi oleh para anggota paguyuban dalam mengembangkan usaha mereka?

Tantangan terbesar ya bahan baku mas. Meskipun efek dari terigu kecil, tapi dari aspek lain seperti daging ayam dan daging sepi. Selain itu, tantangan dari Tunggal Rasa itu kesulitannya adalah tidak adanya kreatifitas untuk memasarkan produk. Jadi kalau menjual mie, yasudah menjual mie saja.

Selain itu, tantangan lain yang dihadapi oleh Bogasari adalah terkait regenerasi usaha. Karena di dalam Tunggal Rasa, kami menghadapi kesulitan untuk meneruskan usaha. Namun, *Alhamdulillah* sekarang sudah mulai ada generasi kedua yang mau untuk meneruskan usaha.

10. Bagaimana kontribusi dari PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. melalui Program UKM Bogasari dalam mengatasi tantangan atau hambatan tersebut?

Jadi kita Tunggal Rasa setiap 1 bulan sekali ada pertemuan di Bogasari, dan itu difasilitasi Bogasari. Disitu kita bisa saling tanya jawab dan bertukar pikiran. Kita sebut acaranya itu Arisan Tunggal Rasa. Ini salah satu bentuk perusahaan untuk memfasilitasi kita untuk berdiskusi.

Kemudian, misal kita ingin mengadakan acara lomba seperti Lomba Kreasi Mie Ayam Tunggal Rasa untuk para anggota, kita datang ke Bogasari untuk meminta sponsor dan kemudian langsung disetujui oleh Pak Franky. Selain itu, contoh Mie Kondang dibantu juga untuk bantu marketing dan administrasi. Dalam hal marketing, kita dibantu untuk bisa partisipasi dalam *open house* selama sebulan di

kediaman Pak SBY, selain itu juga kita aktif dalam acara-acara instansi seperti TNI dan Mabes POLRI. Pak Frank yang dulu membantu kita supaya kita bisa terlibat di acara itu. Kemudian, setelah acara berdampak sangat luar biasa ke penjualan kita. Selain itu kita juga sering diajak ke acara pameran seperti Bogasari Expo.

Dalam bentuk administrasi, kita diarahkan untuk pencatatan keuangan. Kalau dulu sebelum pembinaan, bapak dalam mengelola keuangan belum rapih, Ibaratnya dulu "modal di kantong kanan, untung di kantong kiri" tapi sekarang kita tau cara pencatatan dan diajarkan akuntansi yang benar, maka sekarang kita bisa tau yang namanya parga pokok penjualan (HPP) dan pencatatan yang rapih.

Dalam hal kreativitas kita diarahkan misalnya bagaimana cara penyajian yang lebih menarik, lebih rapi, dan lebih pantas. Terutama dalam catering, apalagi dalam melayani *very important person* (VIP). Selain itu, kita juga diberikan ilmu misalnya untuk kemasan bungkus maka sekarang kita menggunakan kemasan modern. Selain itu Bogasari juga mengajarkan perkembangan zaman, contoh sekarang kita bisa menerima pembayaran dengan menggunakan "Go-Pay", dan kita diajarkan untuk terus berkembang dan terus mencari inovasi.

11. Menurut bapak, apakah program UKM Bogasari sudah efektif untuk meningkatkan kemampuan ekonomi dari para pelaku UKM?

Kalau dari Paguyuban sendiri kita bilang sudah efektif tapi belum cukup. Karena, ilmu terus berkembang mas. Jadi kita memerlukan bimbingan yang terus berlanjut. Makanya kita pengen ini bisa berlanjut terus.

12. Apakah Paguyuban berpartisipasi di dalam program-program Pemerintah?

Ya. Pemerintah sangat-sangat membantu kami terutama dalam hal kredit. Misalnya kita berpartisipasi dalam program KUR yang dijalankan oleh salah satu instansi Pemerintah yaitu Bank DKI. Namun, sayangnya tidak semua memahami hal ini.

Karena memang proses penyebaran informasi belum maksimal. Dari segi birokrasi, untuk mendapatkan pinjaman dari Bank DKI sangat-sangat mudah.

Menurut kami, upaya pemerintah belum maksimal karena kami para pelaku UKM dianggap pemerintah mengerti teknologi. Padahal, dalam kenyataannya terkait dengan teknologi kami banyak diberitahu oleh Bogasari. Contohnya adalah misalnya untuk melakukan *scan barcode* untuk terigu-terigu yang kami pakai. Sedangkan, tidak semua pelaku UKM mengerti teknologi. Selain itu, Pemerintah tidak masuk ke dalam ranah bagaimana mengelola bisnisnya itu. Oleh karena itu, adanya Paguyuban dan kerjasama untuk Bogasari untuk bisa membantu kami saling berbagi dalam mengelola bisnis. Sehingga ada celah yang diisi melalui kerjasama dengan Bogasari yaitu dalam hal pengelolaan bisnisnya itu sendiri.

13. Apakah PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. rutin melakukan pengecekan kepada para mitranya?

Sering mas. Contoh kalau di tempat ayah saya, Pak Franky sering datang di hari yang tidak tentu dan waktunya juga tidak tentu, dan beliau selalu datang naik motor. Beliau datang secara acak pada saat waktu sarapan, makan siang, dan makan malam. Jadi beliau tau bagaimana konsistensi dari produk kita. Kalau ada yang kurang, baru nanti bapak langsung sampaikan ke ayah saya.

Nah dari sini juga, Pak Franky bisa bawa usaha ayah saya untuk terlibat di *catering* instansi Pemerintah. Awalnya beliau yang buka jalur, bayar pakai uang Bogasari, nanti kemudian orang instansi cocok kemudian di acara-acara berikutnya kita diundang kembali.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Bakry, Dr. Umar Suryadi. (2017). *Dasar-Dasar Hubungan Internasional*. Depok: Penerbit Kencana.
- Brown, C. dan Kirsten Ainley. (2009). *Understanding International Relations*. New York: Palgrave Macmillan.
- Carroll, Archie B. dan Ann K. Buchholtz. (2008). *Business and Society 7th ed.*. Ohio: South-Western Cengage Learning.
- Cresswell, John W..(2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, California:Sage Publications, Inc.
- Crowther, D. dan Nicholas Capaldi. (2008). *Introduction: An Agenda for Research* dalam buku *The Ashgate Research Companion to Corporate Social Responsibility*. Ashgate.
- Dziedzic, N.. (2006). *World Poverty*. Farmington Hills: Thomson Gale.
- Elkington, John. (1997). *Cannibal With Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*, Oxford: Capstone Publishing Ltd.
- Freeman, R. Edward. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Masschusets: Pitman Publishing.
- Freeman, R. Edward. (2010). *Stakeholder Theory: The State of The Art*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ghosh, P.. (2015). *International Relations*. New Delhi: PHI Learning Private Ltd.
- Goldstein, Joshua S.. (2013). *International Relations*. London: Pearson Longman.
- Hadiwinata, Bob S..(2007). *Transformasi Isu dan Aktor di dalam Studi Hubungan Internasional: Dari Realisme Hingga Konstruktivisme* dalam Yulius P. Hermawan. (2007). *Transformasi dalam Studi Hubungan Internasional: Aktor, Isu, dan Metodologi*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Havie, C. (2005). *"The Contribution of Micro-Enterprises to Regional Economic Recovery and Poverty Alleviation in East Asia"* dalam Charles Havie dan

- Boon-Chye Lee. (2005). *Sustaining Growth and Performance in East Asia: The Role of Small and Medium Sized Enterprises*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Jackson, R. dan Georg Sorensen. (2013). *Introduction to International Relations: Theories and Approaches*. Oxford: Oxford University Press.
- Krugman, P. dan Maurice Obstfeld, et.al..(2012). *International Economics: Theory and Policy*. New York: Addison-Wesley.
- Odell, John S.. (2004). *Case Study Methods in International Political Economy*, dalam Detlef F. Sprinz dan Yael Wolinsky-Nahmias. (2004). *Models, Numbers, and Cases: Methods for Studying International Relations*. the University of Michigan Press:Michigan
- OECD. (2012). *From Aid to Development: The Global Fight Against Poverty*. OECD Insights: OECD Publishing.
- OECD. (2018). *SME and Entrepreneurship Policy in Indonesia 2018*, Paris: OECD Publishing.
- Pedersen, Lars Engberg dan Neil Webster, et.al.. '*Corporatism and The Development of Private Aid Organizations in Denmark*' dalam Paul Hoebink dan Lau Schulpen, *Private Development in Europe*, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Post, James E., Anne T. Lawrence, dan James Weber. (1999). *Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy, Ethics*. Boston: Mc-Graw-Hill.
- Sachs, J.. (2006). *The End of Poverty: Economic Possibilities of Our Time*. New York: The Penguin Press.
- Seitz, John L. dan Kristen A. Hite. (2012). *Global Issues: An Introduction 4th Ed.*. Oxford: John Wiley & Sons Ltd.
- Stiglitz, Joseph E.. (2002). *Globalization and It's Discontent*. New York: W.W Norton & Co.
- Stiglitz, Joseph E.. (2006). *Making Globalization Work*. New York: W.W. Norton & Co.
- Sulistiyani, Dra. Ambar Teguh M.si.. (2017). *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan Edisi Kedua*. Yogyakarta: Penerbit Gaya Media.

- Todaro, M. dan Adam C. Smith. (2011). *Economic Development 11th Ed.*. Boston: Addison-Wesley.
- Todaro, M.. (1977). *Economic Development in The Third World*, New York: Longman Inc.
- Yin, Robert K.. (2008). *Studi Kasus: Desain & Metode*, Terj. M. Djauzi Mudzakir, Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa.

JURNAL

- Anggraini, D. dan Syahrir Hakim Nasution, (2013). *Peranan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bagi Pengembangan UMKM di Kota Medan (Studi Kasus Bank BRI)*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol.1 No.3.
- Hersugondo. (2009). *Peran Dunia Usaha Dalam Mengurangi Angka Kemiskinan di Indonesia*. Fokus Ekonomi Vol.8 No.2.
- Kurniawan, Duwi F. dan Luluk Fauziah. (2014). *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan*. Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik Vol.2 No.2.
- Pakpahan, Aknolt K.. (2012). *Developing the Plered's Ceramic Cluster, West Java by Encouraging Building the Model House and Introducing Kampoeng Keramik*, dalam *Procedia Economics and Finance* 4.
- Rosser, A. dan Donni Edwin. (2010). *The Politics of Corporate Social Responsibility in Indonesia*. dalam *The Pacific Review* Vol.23 No.1.

ARTIKEL ONLINE

- Akhir, Jumadil D.. (2017). *Jadi Sektor Strategis, UMKM Dapat Perangi Kemiskinan*, Okezone Finance
<https://economy.okezone.com/read/2017/09/15/320/1776902/jadi-sektor-strategis-umkm-dapat-perangi-kemiskinan> diakses pada 24 September 2018.

- Bogasari, *46 Tahun Tumbuh Bersama Bogasari*,
<http://www.bogasari.com/news/46-tahun-tumbuh-bersama-bogasari> diakses pada 8 Desember 2018.
- Bogasari, *Lokasi Baking Centre*, <http://www.bogasari.com/en/baking-center/location> diakses pada 16 November 2018.
- Bogasari, *Sekilas Baking Centre*, <http://www.bogasari.com/baking-center> diakses pada 16 November 2018.
- Bogasari. *FAQ*. <http://www.bogasariflour.com/en/faq> diakses pada 4 November 2018.
- Bogasari. *Kursus di BBC untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga dan Masyarakat*. <http://www.bogasari.com/success-story/kursus-di-bbc-untuk-meningkatkan-perekonomian-keluarga-dan-masyarakat> diakses pada 7 Januari 2019.
- Bogasari. *Sukses Pie Apel Malang Bermodal "IT"*.
<http://www.bogasari.com/success-story/Sukses%20Pai%20Apel%20Malang> diakses pada 5 Januari 2018.
- BPS. *Kemiskinan dan Ketimpangan*.
<https://www.bps.go.id/subject/23/kemiskinan-dan-ketimpangan.html> diakses pada 5 Januari 2018.
- Damar, Agustinus Mario.. *Strategi Pemerintah Dorong Pelaku UMKM Mulai Berjualan Online*. Liputan6.com.
<https://www.liputan6.com/tekno/read/3486847/strategi-pemerintah-dorong-pelaku-umkm-mulai-berjualan-online> diakses pada 16 November 2018.
- Djumena, Erlangga. *Bogasari Berikan Asuransi Untuk UKM*. Kompas.
<https://ekonomi.kompas.com/read/2014/10/19/203305926/Bogasari.Berikan.Asuransi.untuk.UKM> diakses pada 7 Januari 2019.
- Faisal M.. *Cara-cara Mengukur Tingkat Kemiskinan Selain Dengan Metode BPS*, Tirto.id, <https://tirto.id/cara-cara-mengukur-tingkat-kemiskinan-selain-dengan-metode-bps-cPl6> diakses pada 14 November 2018.

Indofood, *Kegiatan Solidaritas Kemanusiaan*,

<http://www.indofood.com/sustainability/solidarity-to-humanity> diakses pada 4 November 2018.

Indofood, *Menjaga Kelestarian Lingkungan*,

<http://www.indofood.com/sustainability/protecting-the-environment> diakses pada 4 November 2018.

Indofood, *Partisipasi Aktif dalam Kegiatan Komunitas*,

<http://www.indofood.com/sustainability/outreaching-to-the-community> diakses pada 4 November 2018.

Indofood, *Pembangunan Sumber Daya Manusia*,

<http://www.indofood.com/sustainability/building-human-capital> diakses pada 4 November 2018.

Indofood, *Strengthening Economic Value*,

<http://www.indofood.com/sustainability/strengthening-economic-value> diakses pada 4 November 2018.

John Elkington. *25 Years Ago I Coined The Phrase "Triple Bottom Line". Here's Why It's Time To Rethink It.*, <https://hbr.org/2018/06/25-years-ago-i-coined-the-phrase-triple-bottom-line-heres-why-im-giving-up-on-it>. Harvard Business Review. diakses pada 5 Januari 2018.

Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. *Kontribusi*. <https://kbbi.web.id/kontribusi> diakses pada 1 Januari 2019.

Kamus Besar Bahasa Indonesia Online, *Pengentasan*, <https://kbbi.web.id/entas> diakses pada 7 Januari 2019.

Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan,

Kemenko PMK Paparkan Kebijakan Program Subsidi Rastra dan BNPT Untuk Prov Jatim. [Kemenkopmk.go.id](http://kemenkopmk.go.id).

<https://www.kemenkopmk.go.id/artikel/kemenko-pmk-paparkan-kebijakan-program-subsidi-rastra-dan-bpnt-untuk-prov-jatim> diakses pada 24 November 2018.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, *Kredit Usaha Rakyat*, <http://kur.ekon.go.id> diakses pada 16 November 2018.

- Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia, *Program Indonesia Pintar*,
<http://indonesiapintar.kemdikbud.go.id> diakses pada 24 November 2018.
- Kementrian Sosial Republik Indonesia. *Program Keluarga Harapan*.
kemsos.go.id. <https://www.kemsos.go.id/program-keluarga-harapan> diakses
pada 24 November 2018.
- Koran Jakarta, *Atasi Ketimpangan, Butuh Kerjasama Pemerintah-Swasta*,
[http://www.koran-jakarta.com/atasi-ketimpangan--butuh-kerja-sama-
pemerintah-swasta/](http://www.koran-jakarta.com/atasi-ketimpangan--butuh-kerja-sama-pemerintah-swasta/) diakses pada 4 November 2018.
- Koran Jakarta, *Atasi Ketimpangan, Butuh Kerjasama Pemerintah-Swasta*,
[http://www.koran-jakarta.com/atasi-ketimpangan--butuh-kerja-sama-
pemerintah-swasta/](http://www.koran-jakarta.com/atasi-ketimpangan--butuh-kerja-sama-pemerintah-swasta/) diakses pada 4 November 2018.
- Kusuma, Hendar. *Diluncurkan Jokowi, Pajak UMKM 0,5% Berlaku 1 Juli 2018*.
Detik Finance. [https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-
4078243/diluncurkan-jokowi-pajak-umkm-05-berlaku-1-juli-2018](https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4078243/diluncurkan-jokowi-pajak-umkm-05-berlaku-1-juli-2018) diakses
pada 24 November 2018.
- Lestari, Sri Handi. *Bogasari Konsisten Beri Dukungan Kepada UKM Untuk
Kembangkan Usahanya*. Tribunnews Surabaya.
[http://surabaya.tribunnews.com/2018/08/12/bogasari-konsisten-beri-
dorongan-kepada-ukm-untuk-meningkatkan-usahanya](http://surabaya.tribunnews.com/2018/08/12/bogasari-konsisten-beri-dorongan-kepada-ukm-untuk-meningkatkan-usahanya) diakses pada 5
Januari 2019.
- Perdama, Jaka. *Indofood: Garap UKM Harus Manfaatkan Online*, Marketeers,
<http://marketeers.com/indofood-garap-ukm-harus-manfaatkan-online/>
diakses pada 4 November 2018.
- Prasetia, Andhika. *Di KTT APEC, Jokowi Beberkan Jurus Atasi Ketimpangan
Ekonomi*. Detik Finance. [https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-
4307925/di-ktt-apec-jokowi-beberkan-jurus-ri-atasi-ketimpangan-ekonomi](https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4307925/di-ktt-apec-jokowi-beberkan-jurus-ri-atasi-ketimpangan-ekonomi)
diakses pada 25 November 2018.
- Santi, Natalia. *Indofood Builds Factory in Serbia*, Tempo,
[https://en.tempo.co/read/news/2016/09/05/056801649/Indofood-Builds-
Factory-in-Serbia](https://en.tempo.co/read/news/2016/09/05/056801649/Indofood-Builds-Factory-in-Serbia) diakses pada 1 November 2018.

- Saragih, Bagus BT. *Indofood to Open Noodle Factory in Morocco, Sixth in Africa*. The Jakarta Post.
<http://www.thejakartapost.com/news/2015/04/04/indofood-open-noodle-factory-morocco-sixth-africa.html> diakses pada 1 November 2018.
- Sicca, Shintaloka P.. *Penjelasan Bappenas Soal Tantangan Penurunan Kemiskinan di 2018*. Tirto.id. <https://tirto.id/penjelasan-bappenas-soal-tantangan-penurunan-kemiskinan-di-2018-cC1z> diakses pada 14 November 2018.
- Sofia, Hanni. *Kemenkop Galakkan Program Gerakan Kewirausahaan Nasional*. Antaranews. <https://www.antaranews.com/berita/669592/kemenkop-galakkan-program-gerakan-kewirausahaan-nasional> diakses pada 16 November 2018.
- Suryadi, Dede. *Beginilah Cara Bogasari Manjakan UKM*, Majalah SWA Online, <https://swa.co.id/swa/trends/beginilah-cara-bogasari-manjakan-ukm> diakses pada 5 Januari 2018.
- Suryadi, Dede. *Beginilah Cara Bogasari Manjakan UKM*, SWA Online Magazine. <https://swa.co.id/swa/trends/beginilah-cara-bogasari-manjakan-ukm> diakses pada 4 November 2018.
- Tambunan, T.. *Development and Some Constraint of SME in Indonesia*, https://www.rieti.go.jp/en/events/10100101/pdf/5-5_tambunan_paper_en.pdf diakses pada 15 November 2018.
- UNDP. *Goals No.1: No Poverty*.
<http://www.undp.org/content/undp/en/home/sustainable-development-goals/goal-1-no-poverty.html> diakses pada 23 Desember 2018.
- Wheeler, G.. *Global Issues - Global Oppurtuniteis: Population, Poverty, Consumption, Conflict, and The Environment*,
<http://clearingmagazine.org/archives/979> diakses pada 23 Desember 2018.
- Wijayani, Septiani. *Keseriusan Bogasari Dukung Kemajuan UKM*, Marketeers, <http://marketeers.com/keseriusan-bogasari-dukung-kemajuan-ukm/> diakses pada 5 Januari 2019.

World Bank. *FAQs: Global Poverty Line Update*.

<http://www.worldbank.org/en/topic/poverty/brief/global-poverty-line-faq>
diakses pada 5 November 2018.

DOKUMEN PERUSAHAAN

Indofood. (2017). *Company Report 2017: Continue to Pursue Possibilities and Improve Competitiveness*, Jakarta.

DOKUMEN RESMI NEGARA

Peraturan Direksi Lembaga Pengelola Dana Bergulir Koperasi dan Usaha
Mikro, Kecil, dan Menengah No. 33/PER/LPDB/2017.

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2015 Buku I.

Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro,
Kecil dan Menengah.