DOI: https://doi.org/10.71312/mrbest.v5i1.827
ISSN: 2987-1875

No Artikel #827
Halaman : 117-127

MRBEST
Media Riset
Bisnis Ekonomi Sains dan Terapan

PENERAPAN SOSIALISASI VISI DAN MISI KOPERASI DALAM PENGUATAN TATA KELOLA DAN ARAH STRATEGIS UMKM SKALA KECIL

Maleeka Noor Aziza[1], Nayla Zhafira[2]
Universitas Muhammadiyah Jakarta[1,2]

[1] azeezaaaalika@gmail.com
[2] naylazhafira188@gmail.com

Informasi artikel
Diterima :
05 Januari 2026
Direvisi :
16 Januari 2026
Disetujui :
21 April 2026

ABSTRACT

Small-scale Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) often operate without a clear strategic direction and structured governance, resulting in reactive decision-making and limited business sustainability. Cooperatives, as collective economic institutions, play a strategic role in strengthening MSME managerial capacity through the internalization of organizational values, vision, and mission. This study aims to analyze the implementation of cooperative vision and mission socialization in strengthening governance and strategic direction of small-scale MSMEs. The research employs a descriptive qualitative approach through socialization sessions, participatory workshops, decision-making simulations, and action plan development. The findings indicate improvements in MSMEs' understanding of business objectives, consistency in decision-making, and ability to formulate measurable strategic plans. The study concludes that the socialization of cooperative vision and mission functions not merely as value dissemination but as an effective instrument for strengthening governance and strategic orientation of small-scale MSMEs.

Keywords *: cooperative, vision and mission, governance, strategic direction, MSMEs*

PENDAHULUAN

Keberadaan UMKM di Indonesia memiliki peran yang sangat penting, tidak hanya sebagai penggerak ekonomi nasional, tetapi juga sebagai penopang utama ketahanan ekonomi masyarakat di tingkat lokal. Dalam berbagai kondisi kritis ekonomi, UMKM sering kali terbukti lebih mampu bertahan dibandingkan usaha berskala besar. Hal ini disebabkan oleh fleksibilitas operasional yang dimiliki UMKM serta kedekatannya dengan pasar lokal. Namun, ketahanan tersebut pada umumnya masih bersifat sementara dan belum didukung oleh sistem manajemen yang terstruktur. Banyak UMKM mampu bertahan dalam jangka pendek, tetapi mengalami kesulitan untuk berkembang secara berkelanjutan karena tidak memiliki arah dan strategi pengelolaan usaha yang jelas.

OPEN ACCESS
MRBEST *is licensed under CC BY-SA 4.0*

Permasalahan utama dalam tata kelola UMKM umumnya terlihat dari lemahnya perencanaan usaha, pembagian peran yang tidak jelas, serta minimnya sistem pengendalian dan evaluasi kinerja. Dalam praktik sehari-hari, pemilik UMKM sering kali merangkap sebagai pengelola utama yang menangani hampir seluruh aspek usaha. Kondisi ini menyebabkan pengambilan keputusan lebih banyak didasarkan pada pengalaman pribadi dan intuisi, bukan pada perencanaan strategis yang terarah. Akibatnya, arah usaha menjadi tidak konsisten, terutama ketika UMKM dihadapkan pada perubahan lingkungan eksternal seperti fluktuasi permintaan pasar, meningkatnya persaingan, serta perubahan kebijakan pemerintah.

Dalam manajemen strategis, visi dan misi memiliki peran yang sangat penting sebagai penentu arah jangka panjang organisasi. Visi mencerminkan kondisi ideal yang ingin dicapai di masa depan, sedangkan misi menjelaskan tujuan utama serta nilai-nilai yang menjadi dasar dalam menjalankan kegiatan usaha. Tanpa visi dan misi yang dipahami dan dijalankan secara nyata, UMKM cenderung hanya berfokus pada keberlangsungan usaha sehari-hari dan kurang memperhatikan aspek keberlanjutan jangka panjang.

Rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya visi dan misi sering kali dipengaruhi oleh anggapan bahwa konsep tersebut hanya dibutuhkan oleh perusahaan besar atau organisasi formal. Akibatnya, visi dan misi dianggap tidak praktis dan tidak memberikan dampak langsung terhadap peningkatan pendapatan. Padahal, berbagai kajian dalam manajemen strategis menunjukkan bahwa kejelasan visi dan misi justru berperan penting dalam menciptakan konsistensi pengambilan keputusan, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat kemampuan adaptasi usaha terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Pada UMKM skala kecil, penerapan visi dan misi tidak harus dilakukan secara kompleks atau dituangkan dalam dokumen strategis yang rumit. Hal yang lebih penting adalah bagaimana nilai dan arah usaha tersebut dipahami serta dijadikan pedoman dalam pengambilan keputusan sehari-hari. Dalam konteks inilah, koperasi memiliki peran yang sangat strategis untuk mendukung penguatan tata kelola UMKM.

Koperasi sebagai lembaga ekonomi berbasis keanggotaan memiliki kedekatan sosial dan struktural dengan UMKM. Hubungan antara koperasi dan UMKM tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga mencakup aspek pembinaan dan pemberdayaan. Karena UMKM merupakan bagian dari keanggotaan koperasi, koperasi memiliki legitimasi yang kuat untuk memberikan pendampingan, termasuk dalam meningkatkan pemahaman manajerial melalui sosialisasi visi dan misi.

Sosialisasi visi dan misi koperasi kepada UMKM tidak sekadar bertujuan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membangun kesadaran bersama mengenai pentingnya arah usaha yang jelas. Proses sosialisasi yang efektif perlu dilakukan secara partisipatif dan kontekstual, sehingga pelaku UMKM dapat mengaitkan visi dan misi koperasi dengan kondisi usaha yang mereka jalani sehari-hari. Dengan demikian, visi dan misi tidak lagi dipandang sebagai konsep abstrak, melainkan sebagai panduan praktis dalam menentukan prioritas dan pengambilan keputusan usaha.

Penguatan tata kelola UMKM melalui sosialisasi visi dan misi koperasi juga berkontribusi terhadap peningkatan akuntabilitas dan transparansi usaha. Ketika tujuan usaha telah dirumuskan secara jelas, maka proses perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi usaha dapat dilakukan dengan lebih terarah. Hal ini akan berdampak pada kualitas pengambilan keputusan yang lebih baik serta pengelolaan sumber daya usaha yang lebih efisien.

Selain itu, sosialisasi visi dan misi koperasi berperan sebagai sarana penyelarasan kepentingan antara koperasi dan UMKM anggotanya. Penyelarasan ini penting agar aktivitas usaha UMKM tidak hanya berorientasi pada keuntungan individu, tetapi juga sejalan dengan nilai-nilai koperasi seperti kebersamaan, keadilan, dan keberlanjutan. Dengan demikian, penguatan tata kelola UMKM melalui koperasi tidak hanya berdampak pada peningkatan kinerja ekonomi, tetapi juga memperkuat nilai sosial dan kelembagaan.

MRBEST *is licensed under CC BY-SA 4.0*

Dalam jangka panjang, UMKM yang memiliki tata kelola serta arah strategis yang jelas akan lebih siap menghadapi berbagai tantangan eksternal, seperti persaingan pasar yang semakin ketat, digitalisasi usaha, dan perubahan regulasi. Kejelasan visi dan misi memungkinkan UMKM untuk menyusun perencanaan yang lebih adaptif serta mengidentifikasi peluang pengembangan usaha secara lebih sistematis. Oleh karena itu, penguatan tata kelola UMKM melalui sosialisasi visi dan misi koperasi menjadi langkah yang relevan dan penting untuk mendukung keberlanjutan UMKM skala kecil.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa permasalahan UMKM skala kecil tidak hanya berkaitan dengan keterbatasan modal atau pemasaran, tetapi juga menyangkut aspek manajerial dan strategis yang bersifat fundamental. Sosialisasi visi dan misi koperasi menjadi salah satu pendekatan yang berpotensi efektif dalam menjawab permasalahan tersebut. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman konseptual pelaku UMKM, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir dan perilaku dalam pengelolaan usaha. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji secara lebih mendalam kontribusi sosialisasi visi dan misi koperasi terhadap penguatan tata kelola dan arah strategis UMKM skala kecil.

KAJIAN LITERATUR

Visi dan misi merupakan elemen fundamental dalam manajemen strategis yang berfungsi sebagai penentu arah jangka panjang dan pedoman nilai bagi organisasi. Dalam perspektif manajemen modern, visi menggambarkan kondisi ideal yang ingin dicapai organisasi di masa depan, sedangkan misi menjelaskan tujuan utama organisasi, ruang lingkup kegiatan, serta nilai-nilai yang mendasari pengambilan keputusan strategis. Kejelasan visi dan misi menjadi fondasi penting dalam menyelaraskan strategi, struktur organisasi, dan aktivitas operasional secara berkelanjutan.

Papulová (2014) menegaskan bahwa organisasi yang memiliki visi dan misi yang dirumuskan secara jelas dan dipahami oleh seluruh anggota cenderung memiliki tingkat keselarasan strategis yang lebih baik. Keselarasan ini memungkinkan organisasi untuk mengarahkan sumber daya secara efektif dan mengurangi inkonsistensi dalam pengambilan keputusan. Dalam konteks usaha kecil dan menengah, visi dan misi berperan sebagai alat kognitif yang membantu pemilik usaha memahami arah perkembangan usahanya serta membedakan prioritas strategis dari aktivitas operasional sehari-hari.

Namun demikian, implementasi visi dan misi pada UMKM sering kali menghadapi tantangan struktural dan kultural. Banyak UMKM belum mengintegrasikan visi dan misi ke dalam praktik manajerial karena keterbatasan pengetahuan manajemen, rendahnya literasi strategis, serta dominasi pola pengelolaan berbasis pengalaman personal. Akibatnya, visi dan misi sering dipandang sebagai konsep abstrak yang tidak memiliki relevansi langsung terhadap dinamika usaha sehari-hari. Pandangan ini memperkuat kecenderungan UMKM untuk berorientasi pada tujuan jangka pendek, seperti pemenuhan kebutuhan kas dan respons terhadap permintaan pasar sesaat.

David dan David (2017) menjelaskan bahwa visi dan misi tidak hanya berfungsi sebagai pernyataan formal, tetapi juga sebagai instrumen strategis yang membentuk kerangka berpikir manajerial. Dalam organisasi yang menerapkan manajemen strategis secara konsisten, visi dan misi digunakan sebagai dasar dalam perumusan tujuan, penyusunan strategi, serta evaluasi kinerja. Ketika visi dan misi tidak dipahami atau tidak dijadikan acuan, organisasi berisiko kehilangan arah strategis dan mengalami fragmentasi dalam pengambilan keputusan.

Dalam konteks UMKM skala kecil, peran visi dan misi menjadi semakin krusial mengingat keterbatasan sumber daya yang dimiliki. Keputusan yang diambil tanpa kerangka strategis yang jelas berpotensi menimbulkan inefisiensi dan ketidak konsistenan arah usaha. Oleh karena itu, internalisasi visi dan misi perlu dipahami sebagai proses pembelajaran manajerial yang berkelanjutan, bukan sekadar aktivitas administratif.

OPEN ACCESS MRBEST *is licensed under CC BY-SA 4.0*

DOI: https://doi.org/10.71312/mrbest.v5i1.827 No Artikel #827
ISSN: 2987-1875 Halaman : 117-127

Tata kelola usaha merupakan konsep yang berkaitan erat dengan bagaimana organisasi diarahkan, dikendalikan, dan dipertanggungjawabkan. Tata kelola mencakup sistem pengambilan keputusan, mekanisme pengendalian internal, pembagian peran dan tanggung jawab, serta transparansi dalam pengelolaan sumber daya. Wheelen dan Hunger (2018) menyatakan bahwa tata kelola yang efektif tidak selalu ditandai oleh kompleksitas struktur, tetapi oleh konsistensi penerapan prinsip-prinsip dasar manajemen yang sesuai dengan kapasitas organisasi.

Pada UMKM skala kecil, tata kelola sering kali bersifat informal dan terpusat pada pemilik usaha. Kondisi ini dapat memberikan fleksibilitas dalam pengambilan keputusan, namun juga berpotensi menimbulkan masalah akuntabilitas dan keberlanjutan usaha. Tanpa tata kelola yang jelas, UMKM rentan terhadap konflik internal, kesalahan pengelolaan keuangan, serta ketidakmampuan dalam merespons perubahan lingkungan bisnis secara strategis.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa tata kelola sederhana, seperti kejelasan tujuan usaha, pembagian tugas dasar, dan pencatatan keuangan yang sistematis, sudah memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa penguatan tata kelola tidak selalu membutuhkan sistem yang kompleks, tetapi memerlukan pemahaman konseptual yang tepat serta komitmen dalam penerapannya.

Keterkaitan antara visi, misi, dan tata kelola usaha terletak pada fungsi visi dan misi sebagai penentu arah, sedangkan tata kelola berfungsi sebagai mekanisme operasional untuk mewujudkan arah tersebut. Tanpa visi dan misi yang jelas, tata kelola kehilangan orientasi strategis. Sebaliknya, visi dan misi yang tidak didukung oleh tata kelola yang memadai akan sulit diimplementasikan secara konsisten. Oleh karena itu, penguatan tata kelola UMKM perlu dimulai dari internalisasi visi dan misi sebagai kerangka dasar pengelolaan usaha.

Dalam konteks pemberdayaan UMKM, koperasi memiliki peran strategis sebagai lembaga ekonomi berbasis keanggotaan yang mengedepankan prinsip kebersamaan dan demokrasi ekonomi. Koperasi tidak hanya berfungsi sebagai penyedia layanan keuangan atau pemasaran, tetapi juga sebagai agen pembinaan dan pendampingan usaha. Peran ini menjadikan koperasi sebagai aktor penting dalam penguatan kapasitas manajerial UMKM.

Utami, Pramuktisari, dan Aini (2023) menunjukkan bahwa pendampingan koperasi berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kapasitas manajerial UMKM, terutama dalam aspek perencanaan usaha, pengelolaan keuangan, dan pengambilan keputusan strategis. Pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan memungkinkan UMKM untuk menginternalisasi pengetahuan manajerial secara bertahap sesuai dengan konteks usahanya.

Selain itu, pendekatan partisipatif dalam proses sosialisasi nilai dan strategi organisasi terbukti lebih efektif dibandingkan pendekatan satu arah. Bryson (2018) menekankan bahwa keterlibatan aktif peserta dalam proses perencanaan strategis meningkatkan rasa memiliki terhadap visi dan misi organisasi. Dalam konteks UMKM, pendekatan partisipatif memungkinkan pelaku usaha untuk mengaitkan konsep visi dan misi dengan pengalaman nyata yang mereka hadapi, sehingga meningkatkan relevansi dan penerimaan terhadap konsep tersebut.

Sosialisasi visi dan misi koperasi kepada UMKM perlu dipahami sebagai proses internalisasi nilai yang bersifat interaktif dan aplikatif. Proses ini tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membangun kesadaran strategis dan perubahan pola pikir pelaku UMKM. Melalui diskusi, simulasi, dan praktik langsung, visi dan misi dapat diterjemahkan ke dalam tujuan usaha, indikator kinerja, serta rencana tindakan yang konkret.

Beberapa studi menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki kejelasan visi dan misi cenderung memiliki tingkat adaptabilitas yang lebih tinggi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Porter (2008) menegaskan bahwa strategi berfungsi sebagai alat seleksi dalam

MRBEST *is licensed under CC BY-SA 4.0*

DOI: https://doi.org/10.71312/mrbest.v5i1.827 No Artikel #827
ISSN: 2987-1875 Halaman : 117-127

menentukan pilihan usaha yang paling relevan dengan tujuan jangka panjang organisasi. Dalam hal ini, visi dan misi berperan sebagai kriteria evaluatif dalam proses seleksi tersebut.

Dengan demikian, penguatan tata kelola UMKM melalui sosialisasi visi dan misi koperasi dapat dipandang sebagai strategi pengembangan kapasitas manajerial yang berorientasi jangka panjang. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis UMKM, tetapi juga membentuk kerangka berpikir strategis yang lebih sistematis. Hal ini sejalan dengan pandangan Mintzberg (2009) yang menekankan pentingnya keseimbangan antara perencanaan strategis dan pembelajaran organisasi dalam menghadapi kompleksitas lingkungan bisnis.

Berdasarkan kajian literatur tersebut, dapat disimpulkan bahwa visi dan misi memiliki peran sentral dalam manajemen strategis dan penguatan tata kelola usaha. Pada UMKM skala kecil, tantangan utama bukan terletak pada ketiadaan visi dan misi, melainkan pada rendahnya pemahaman dan internalisasi konsep tersebut dalam praktik manajerial. Koperasi, melalui perannya sebagai lembaga pembinaan, memiliki potensi besar untuk memfasilitasi proses sosialisasi dan internalisasi visi dan misi secara partisipatif. Oleh karena itu, kajian mengenai penerapan sosialisasi visi dan misi koperasi menjadi relevan untuk memahami mekanisme penguatan tata kelola dan arah strategis UMKM skala kecil secara lebih komprehensif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode partisipatif. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian berfokus pada pemahaman mendalam terhadap proses sosialisasi visi dan misi koperasi serta implikasinya terhadap penguatan tata kelola dan arah strategis UMKM skala kecil. Secara khusus, penelitian ini dilakukan pada UMKM Kedai Ummi yang berlokasi di wilayah Rempoa, sebagai lokasi kegiatan sosialisasi dan pendampingan usaha.

Pemilihan UMKM Kedai Ummi sebagai lokasi penelitian didasarkan pada karakteristik usaha yang merepresentasikan UMKM skala kecil, baik dari sisi struktur organisasi, pola pengelolaan, maupun proses pengambilan keputusan. Kedai Ummi dikelola secara langsung oleh pemilik usaha dengan sistem manajemen yang masih sederhana dan belum memiliki visi, misi, serta perencanaan strategis yang terumuskan secara formal. Kondisi ini menjadikan Kedai Ummi relevan sebagai konteks empiris untuk mengkaji peran sosialisasi visi dan misi dalam penguatan tata kelola usaha sebagaimana dibahas dalam pendahuluan dan kajian literatur.

Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi aktual pengelolaan usaha Kedai Ummi sebelum dan setelah pelaksanaan sosialisasi visi dan misi koperasi. Penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hubungan kausal antarvariabel, melainkan untuk memahami proses, dinamika, dan perubahan pola pikir manajerial yang terjadi pada pelaku UMKM sebagai hasil dari kegiatan sosialisasi.

Metode partisipatif diterapkan karena sejalan dengan prinsip pemberdayaan UMKM dan karakter koperasi sebagai lembaga pembinaan. Dalam metode ini, pemilik dan pelaku usaha Kedai Ummi diposisikan sebagai subjek aktif yang terlibat secara langsung dalam seluruh rangkaian kegiatan penelitian. Keterlibatan ini memungkinkan terjadinya proses refleksi dan pembelajaran bersama, sehingga sosialisasi visi dan misi tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga transformatif.

Subjek penelitian adalah pemilik dan pihak yang terlibat langsung dalam pengelolaan UMKM Kedai Ummi. Fokus penelitian diarahkan pada pemahaman mereka terhadap visi dan misi koperasi, pola pengambilan keputusan usaha, serta praktik tata kelola yang diterapkan dalam kegiatan operasional sehari-hari. Dengan cakupan subjek yang terbatas dan kontekstual, penelitian ini menekankan kedalaman analisis dibandingkan dengan generalisasi temuan.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu observasi langsung, diskusi terarah, wawancara singkat, dan analisis dokumen. Observasi langsung dilakukan di lokasi

MRBEST *is licensed under CC BY-SA 4.0*

usaha Kedai Ummi di Rempoa untuk mengamati aktivitas operasional, pola interaksi kerja, serta proses pengambilan keputusan usaha. Observasi ini juga digunakan untuk mengidentifikasi praktik tata kelola yang telah berjalan, seperti pembagian peran, pencatatan usaha, dan perencanaan kegiatan harian.

Diskusi terarah dilakukan sebagai bagian dari kegiatan sosialisasi visi dan misi koperasi. Dalam diskusi ini, pemilik usaha Kedai Ummi diajak untuk membahas makna visi dan misi koperasi serta relevansinya dengan pengelolaan Kedai Ummi. Diskusi difokuskan pada upaya mengaitkan nilai dan arah koperasi dengan tujuan usaha Kedai Ummi, sehingga konsep visi dan misi dapat dipahami secara kontekstual dan aplikatif.

Wawancara singkat dilakukan secara semi-terstruktur kepada pemilik usaha Kedai Ummi untuk menggali persepsi mereka terkait tantangan pengelolaan usaha, pemahaman terhadap visi dan misi, serta perubahan pola pikir yang dirasakan setelah kegiatan sosialisasi. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh data yang lebih mendalam mengenai pengalaman subjektif pelaku UMKM dalam proses internalisasi visi dan misi koperasi.

Analisis dokumen dilakukan terhadap dokumen internal Kedai Ummi yang relevan dengan pengelolaan usaha, seperti catatan penjualan sederhana, pembagian tugas, serta dokumen hasil kegiatan sosialisasi dan workshop. Dokumen ini digunakan untuk menilai sejauh mana visi dan misi koperasi diterjemahkan ke dalam tujuan usaha dan praktik tata kelola yang lebih terstruktur.

Tahapan penelitian diawali dengan pemetaan kondisi awal UMKM Kedai Ummi. Pada tahap ini, peneliti mengidentifikasi tingkat pemahaman pemilik usaha terhadap konsep visi, misi, dan tata kelola usaha. Pemetaan juga mencakup identifikasi masalah utama yang dihadapi Kedai Ummi dalam pengelolaan usaha, khususnya terkait arah usaha dan pengambilan keputusan.

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan sosialisasi visi dan misi koperasi yang dilakukan di lokasi Kedai Ummi. Sosialisasi dilakukan dengan pendekatan dialogis dan kontekstual, menggunakan contoh permasalahan nyata yang dihadapi Kedai Ummi dalam kegiatan operasional. Pendekatan ini bertujuan untuk menghindari pemahaman normatif dan mendorong pelaku UMKM melihat visi dan misi sebagai pedoman praktis dalam mengelola usaha.

Tahap berikutnya adalah workshop penerjemahan visi dan misi ke dalam tujuan dan aktivitas usaha Kedai Ummi. Pada tahap ini, pemilik usaha dibimbing untuk merumuskan tujuan usaha jangka pendek dan menengah yang realistis serta selaras dengan visi dan misi koperasi. Tujuan tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam langkah-langkah operasional sederhana, pembagian peran, dan rencana kegiatan usaha.

Tahap simulasi pengambilan keputusan dilakukan dengan menggunakan skenario yang relevan dengan kondisi Kedai Ummi, seperti pengelolaan modal, penyesuaian menu, dan strategi menghadapi persaingan usaha di lingkungan sekitar Rempoa. Simulasi ini bertujuan untuk melatih pemilik usaha dalam mengambil keputusan yang mempertimbangkan arah strategis dan nilai usaha, bukan hanya kebutuhan jangka pendek.

Tahap akhir adalah penyusunan rencana tindak lanjut. Pada tahap ini, Kedai Ummi menyusun rencana aksi sederhana yang mencakup tujuan usaha, langkah strategis, serta sistem pencatatan dasar. Rencana tindak lanjut ini digunakan sebagai indikator awal penguatan tata kelola dan arah strategis usaha setelah kegiatan sosialisasi.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan tematik. Data dari observasi, wawancara, diskusi, dan dokumen dianalisis untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan perubahan pemahaman visi dan misi, pola pengambilan keputusan, dan praktik tata kelola usaha Kedai Ummi. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi teknik dan sumber, serta konfirmasi hasil temuan kepada pemilik usaha.

Dengan fokus pada UMKM Kedai Ummi di Rempoa, metode penelitian ini dirancang untuk memberikan gambaran yang kontekstual dan mendalam mengenai peran sosialisasi visi

OPEN ACCESS MRBEST *is licensed under CC BY-SA 4.0*

dan misi koperasi dalam penguatan tata kelola dan arah strategis UMKM skala kecil. Pendekatan ini selaras dengan permasalahan yang diuraikan dalam pendahuluan dan landasan teoritis dalam kajian literatur, sehingga mendukung keterpaduan keseluruhan naskah penelitian.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis dan pembahasan difokuskan pada proses dan hasil penerapan sosialisasi visi dan misi koperasi dalam penguatan tata kelola dan arah strategis UMKM Kedai Ummi yang berlokasi di wilayah Rempoa. Pembahasan ini disusun berdasarkan hasil observasi, diskusi terarah, wawancara, serta analisis dokumen yang dilakukan selama rangkaian kegiatan penelitian.

Kondisi Awal Tata Kelola dan Arah Usaha Kedai Ummi

Hasil pemetaan awal menunjukkan bahwa UMKM Kedai Ummi dijalankan dengan sistem pengelolaan yang bersifat sederhana dan terpusat pada pemilik usaha. Seluruh keputusan strategis dan operasional diambil langsung oleh pemilik berdasarkan pengalaman, intuisi, dan kondisi pasar harian. Kedai Ummi belum memiliki visi dan misi usaha yang dirumuskan secara eksplisit, baik dalam bentuk tertulis maupun pemahaman konseptual yang terinternalisasi.

Tujuan usaha Kedai Ummi pada tahap awal lebih berorientasi pada keberlangsungan operasional jangka pendek, seperti pemenuhan kebutuhan arus kas harian, penyesuaian menu berdasarkan permintaan pelanggan, serta pengelolaan stok bahan baku. Pola pengambilan keputusan cenderung reaktif terhadap situasi yang muncul, tanpa adanya kerangka strategis yang menjadi acuan jangka menengah atau panjang. Kondisi ini sejalan dengan karakteristik UMKM skala kecil sebagaimana diuraikan dalam kajian literatur, di mana keterbatasan pemahaman manajerial sering menyebabkan usaha dijalankan tanpa arah strategis yang jelas.

Dari sisi tata kelola, Kedai Ummi telah menjalankan beberapa praktik dasar, seperti pembagian tugas informal dan pencatatan sederhana terkait penjualan. Namun, praktik tersebut belum terintegrasi dalam sistem pengelolaan yang terstruktur dan belum dikaitkan dengan tujuan usaha yang jelas. Hal ini menunjukkan bahwa tata kelola usaha masih bersifat fungsional dan belum berorientasi strategis.

Pemahaman Awal Terhadap Visi dan Misi

Hasil diskusi awal dan wawancara menunjukkan bahwa pemilik Kedai Ummi memahami visi dan misi sebagai konsep yang identik dengan perusahaan besar atau organisasi formal. Visi dan misi dipersepsikan sebagai pernyataan normatif yang tidak memiliki keterkaitan langsung dengan aktivitas operasional sehari-hari. Persepsi ini memperkuat kecenderungan untuk mengabaikan pentingnya perumusan visi dan misi dalam pengelolaan usaha.

Temuan ini menguatkan pandangan Papulová (2014) dan David dan David (2017) yang menyatakan bahwa rendahnya pemahaman terhadap fungsi strategis visi dan misi menjadi salah satu faktor utama lemahnya keselarasan strategi dan operasional pada usaha kecil. Dalam konteks Kedai Ummi, ketidakjelasan visi dan misi berdampak pada tidak adanya tolok ukur dalam menentukan prioritas usaha, terutama ketika dihadapkan pada pilihan-pilihan strategis seperti pengembangan produk, pengelolaan biaya, atau ekspansi pasar.

Proses Sosialisasi Visi dan Misi Koperasi pada Kedai Ummi

Pelaksanaan sosialisasi visi dan misi koperasi dilakukan secara partisipatif dan kontekstual di lokasi Kedai Ummi. Proses sosialisasi tidak hanya menyampaikan pernyataan visi dan misi koperasi, tetapi juga mengajak pemilik usaha untuk mendiskusikan makna dan relevansinya terhadap kondisi usaha Kedai Ummi. Pendekatan ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan antara konsep strategis dan praktik usaha sehari-hari.

Selama proses sosialisasi, pemilik Kedai Ummi mulai memahami bahwa visi dan misi tidak harus bersifat abstrak atau kompleks. Visi dipahami sebagai gambaran arah usaha yang

MRBEST *is licensed under CC BY-SA 4.0*

ingin dicapai, sementara misi dipahami sebagai panduan dalam menjalankan usaha secara konsisten. Proses dialog memungkinkan pemilik usaha mengaitkan nilai koperasi, seperti keberlanjutan dan kebersamaan, dengan tujuan usaha Kedai Ummi.

Pendekatan partisipatif ini sejalan dengan Bryson (2018) yang menekankan pentingnya keterlibatan aktif pelaku usaha dalam proses internalisasi visi dan misi. Melalui diskusi dan refleksi, visi dan misi tidak lagi dipahami sebagai konsep eksternal, tetapi sebagai bagian dari kerangka berpikir pengelolaan usaha.

Penerjemahan Visi dan Misi ke dalam Tujuan Usaha Kedai Ummi

Salah satu hasil penting dari kegiatan sosialisasi adalah kemampuan pemilik Kedai Ummi dalam menerjemahkan visi dan misi koperasi ke dalam tujuan usaha yang lebih konkret. Kedai Ummi mulai merumuskan tujuan jangka pendek dan menengah, seperti peningkatan omzet, konsistensi kualitas produk, serta pengelolaan biaya operasional yang lebih efisien.

Perumusan tujuan ini menunjukkan adanya pergeseran orientasi usaha dari sekadar bertahan menjadi upaya pengembangan yang lebih terarah. Tujuan usaha tidak lagi ditentukan secara spontan, tetapi dikaitkan dengan arah usaha yang ingin dicapai. Temuan ini menunjukkan bahwa sosialisasi visi dan misi berkontribusi terhadap penguatan fungsi perencanaan dalam tata kelola Kedai Ummi.

Dalam perspektif manajemen strategis, kemampuan menetapkan tujuan yang jelas merupakan indikator awal dari penerapan visi dan misi secara operasional. Porter (2008) menekankan bahwa strategi berfungsi sebagai alat seleksi, dan tujuan usaha yang jelas memungkinkan pelaku UMKM memilih alternatif tindakan yang paling sesuai dengan arah jangka panjang usaha.

Perubahan Pola Pengambilan Keputusan

Melalui simulasi pengambilan keputusan berbasis visi dan misi, pemilik Kedai Ummi menunjukkan perubahan pola pikir dalam merespons permasalahan usaha. Keputusan tidak lagi diambil secara impulsif atau semata-mata berdasarkan tekanan jangka pendek, tetapi mulai mempertimbangkan kesesuaian dengan tujuan usaha dan nilai yang ingin dijaga.

Sebagai contoh, dalam simulasi pengelolaan biaya, pemilik usaha mulai mempertimbangkan dampak jangka panjang dari pengurangan kualitas bahan baku terhadap citra dan keberlanjutan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa visi dan misi mulai berfungsi sebagai kerangka evaluatif dalam pengambilan keputusan. Perubahan ini mencerminkan pergeseran dari pola pengelolaan intuitif menuju pola pengelolaan yang lebih reflektif dan strategis.

Temuan ini sejalan dengan pandangan Mintzberg (2009) yang menekankan bahwa strategi tidak hanya terbentuk melalui perencanaan formal, tetapi juga melalui proses pembelajaran dan refleksi berkelanjutan. Dalam konteks Kedai Ummi, sosialisasi visi dan misi berfungsi sebagai pemicu awal proses pembelajaran tersebut.

Penguatan Tata Kelola Usaha Kedai Ummi

Penerapan sosialisasi visi dan misi koperasi juga berdampak pada penguatan tata kelola Kedai Ummi. Setelah kegiatan sosialisasi dan workshop, Kedai Ummi mulai menerapkan pembagian peran yang lebih jelas serta melakukan pencatatan usaha secara lebih teratur. Meskipun masih sederhana, praktik ini menunjukkan adanya kesadaran terhadap pentingnya struktur dan akuntabilitas dalam pengelolaan usaha.

Penguatan tata kelola ini tidak bersifat drastis, tetapi bertahap dan kontekstual sesuai dengan kapasitas UMKM. Hal ini sejalan dengan Wheelen dan Hunger (2018) yang menyatakan bahwa tata kelola yang efektif harus relevan dengan skala dan kemampuan organisasi. Dalam konteks Kedai Ummi, tata kelola sederhana sudah memberikan dampak positif terhadap konsistensi operasional dan kejelasan arah usaha.

MRBEST *is licensed under CC BY-SA 4.0*

Peran Koperasi sebagai Fasilitator Pembelajaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koperasi berperan penting sebagai fasilitator dalam proses internalisasi visi dan misi pada Kedai Ummi. Koperasi tidak hanya berfungsi sebagai penyedia layanan ekonomi, tetapi juga sebagai mediator pengetahuan manajerial. Melalui pendekatan pendampingan, koperasi mampu menjembatani konsep manajemen strategis dengan realitas usaha skala kecil.

Peran koperasi ini menguatkan temuan Utami, Pramuktisari, dan Aini (2023) yang menyatakan bahwa pendampingan koperasi berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kapasitas manajerial UMKM. Dalam kasus Kedai Ummi, koperasi berfungsi sebagai katalis perubahan pola pikir dan praktik pengelolaan usaha.

Implikasi terhadap Keberlanjutan Usaha

Penguatan tata kelola dan arah strategis melalui sosialisasi visi dan misi memiliki implikasi penting terhadap keberlanjutan usaha Kedai Ummi. Dengan adanya tujuan usaha yang lebih jelas dan pola pengambilan keputusan yang lebih terarah, Kedai Ummi memiliki dasar yang lebih kuat untuk menghadapi tantangan persaingan dan perubahan lingkungan usaha di wilayah Rempoa.

Meskipun penelitian ini tidak mengukur dampak kuantitatif terhadap kinerja usaha, perubahan pola pikir dan praktik manajerial yang teridentifikasi menjadi indikator awal peningkatan kapasitas strategis UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi visi dan misi koperasi dapat menjadi strategi intervensi yang relevan dan aplikatif bagi UMKM skala kecil.

Sintesis Pembahasan

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa sosialisasi visi dan misi koperasi pada UMKM Kedai Ummi berkontribusi nyata terhadap penguatan tata kelola dan arah strategis usaha. Perubahan yang terjadi tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga tercermin dalam praktik pengelolaan usaha sehari-hari. Temuan ini memperkuat landasan teoritis dalam kajian literatur serta mendukung argumen dalam pendahuluan mengenai pentingnya visi dan misi sebagai pedoman strategis bagi UMKM.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi visi dan misi koperasi memiliki peran yang signifikan dalam penguatan tata kelola dan arah strategis UMKM Kedai Ummi di wilayah Rempoa. Pada kondisi awal, Kedai Ummi menjalankan usaha dengan sistem pengelolaan yang sederhana dan berorientasi pada kebutuhan jangka pendek, tanpa adanya visi dan misi usaha yang dirumuskan secara jelas dan langsung.

Melalui pendekatan peserta secara aktif dalam kegiatan sosialisasi dan pendampingan, pemilik UMKM Kedai Ummi mulai memahami fungsi strategis visi dan misi sebagai pedoman dalam pengelolaan usaha. Visi dan misi koperasi tidak hanya dipahami sebagai konsep normatif, tetapi diterjemahkan ke dalam tujuan usaha yang lebih konkret dan relevan dengan kondisi usaha skala kecil.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan pola pikir dalam pengambilan keputusan usaha. Pemilik Kedai Ummi mulai mempertimbangkan dampak jangka panjang dari setiap keputusan yang diambil serta menyesuaikannya dengan arah usaha yang telah dirumuskan. Perubahan ini tercermin dalam peningkatan kesadaran terhadap pentingnya perencanaan, pembagian peran, dan pencatatan usaha yang lebih terstruktur.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa koperasi berperan penting sebagai membantu pembelajaran manajerial bagi UMKM. Melalui sosialisasi visi dan misi, koperasi mampu menjembatani konsep manajemen strategis dengan praktik usaha sehari-hari. Dengan demikian, sosialisasi visi dan misi koperasi dapat dipandang sebagai salah satu strategi pembinaan yang efektif dalam memperkuat tata kelola dan keberlanjutan UMKM skala kecil.

MRBEST *is licensed under CC BY-SA 4.0*

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan. Pertama, koperasi diharapkan dapat secara berkelanjutan melakukan sosialisasi dan pendampingan terkait visi dan misi kepada UMKM binaan, tidak hanya sebagai kegiatan sosialisasi satu arah, tetapi melalui proses percakapan dan penyampaian yang Ada interaksi dua arah.

Kedua, UMKM disarankan untuk merumuskan visi dan misi usaha secara sederhana namun jelas, serta menjadikannya sebagai acuan dalam pengambilan keputusan dan perencanaan usaha. Dengan demikian, pengelolaan usaha tidak hanya berfokus pada keberlangsungan jangka pendek, tetapi juga pada pengembangan jangka menengah dan panjang.

Ketiga, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian ini dengan pendekatan kuantitatif atau metode campuran untuk mengukur dampak sosialisasi visi dan misi terhadap kinerja keuangan dan daya saing UMKM. Selain itu, cakupan objek penelitian dapat diperluas pada UMKM di sektor dan wilayah yang berbeda untuk memperoleh temuan yang lebih komprehensif.

Keempat, koperasi juga disarankan untuk menyesuaikan materi dan metode sosialisasi dengan karakteristik UMKM yang dibina. Penggunaan contoh nyata, studi kasus lokal, dan simulasi pengambilan keputusan terbukti efektif dalam membantu UMKM memahami relevansi visi dan misi terhadap usaha mereka. Pendekatan ini perlu dikembangkan lebih lanjut agar proses internalisasi nilai dan arah strategis dapat berjalan lebih optimal.

Kelima, bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan terkait, penelitian ini memberikan implikasi bahwa penguatan UMKM tidak hanya dapat dilakukan melalui intervensi ekonomi, tetapi juga melalui penguatan kapasitas manajerial dan strategis. Program pemberdayaan UMKM disarankan untuk mengintegrasikan aspek visi, misi, dan tata kelola usaha sebagai bagian dari strategi pengembangan UMKM yang berkelanjutan. Kolaborasi antara pemerintah, koperasi, dan UMKM menjadi kunci dalam mewujudkan penguatan ekonomi lokal yang lebih kokoh.

Keenam, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif atau metode campuran guna mengukur dampak sosialisasi visi dan misi koperasi terhadap kinerja UMKM secara lebih terukur, seperti peningkatan omset, efisiensi biaya, atau pertumbuhan usaha. Penelitian lanjutan juga dapat memperluas objek penelitian pada lebih dari satu UMKM untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif dan meningkatkan generalisasi temuan.

Ketujuh, keterbatasan penelitian ini yang hanya berfokus pada satu UMKM menjadi pertimbangan penting dalam menafsirkan hasil penelitian. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji peran sosialisasi visi dan misi koperasi dalam konteks UMKM dengan sektor usaha dan karakteristik yang berbeda, sehingga dapat diperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai efektivitas pendekatan ini. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa sosialisasi visi dan misi koperasi merupakan pendekatan strategis yang relevan dan aplikatif dalam penguatan tata kelola dan arah strategis UMKM skala kecil. Dengan pendekatan yang tepat dan berkelanjutan, sosialisasi visi dan misi tidak hanya meningkatkan pemahaman konseptual, tetapi juga mendorong perubahan nyata dalam praktik pengelolaan usaha. Hal ini menjadikan koperasi sebagai aktor penting dalam upaya pemberdayaan UMKM dan penguatan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

REFERENSI

Bryson, J. M. (2018). Strategic planning for public and nonprofit organizations (5th ed.). John Wiley & Sons.

David, F. R., & David, F. R. (2017). Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases (16th ed.). Pearson Education.

MRBEST *is licensed under CC BY-SA 4.0*

Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2020). Strategic management: Competitiveness and globalization (13th ed.). Cengage Learning.

Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2017). Exploring strategy (11th ed.). Pearson Education.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2001). The strategy-focused organization: How balanced scorecard companies thrive in the new business environment. Harvard Business School Press.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). Pemberdayaan UMKM berbasis koperasi. Kemenkop UKM RI.

Mintzberg, H. (2009). Managing. Berrett-Koehler Publishers.

OECD. (2017). Enhancing the contributions of SMEs in a global and digitalised economy. OECD Publishing.

Papulová, Z. (2014). The significance of vision and mission development for enterprises. Journal of Economics, Business and Management, 2(1), 12–16. https://doi.org/10.7763/JOEBM.2014.V2.90

Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2015). Strategic management: Planning for domestic & global competition (13th ed.). McGraw-Hill Education.

Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. Harvard Business Review, 86(1), 78–93.

Putri, D. A., & Supriyono, S. (2024). Penguatan tata kelola UMKM melalui pendampingan manajerial. Jurnal Pengabdian Masyarakat, 6(1), 55–64.

Sunaryo, S., Nugroho, A., & Wibowo, T. (2025). Good cooperative governance and organizational performance. Asian Journal of Social Sciences, 8(2), 45–56.

Susilo, B., & Rahmawati, R. (2021). Peran koperasi dalam meningkatkan daya saing UMKM lokal. Jurnal Ekonomi Koperasi Indonesia, 13(2), 101–114.

Utami, R., Pramuktisari, A., & Aini, N. (2023). Peran koperasi dalam pemberdayaan UMKM. Jurnal Ekonomi Koperasi Indonesia, 15(1), 22–33.

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2018). Strategic management and business policy: Globalization, innovation, and sustainability (15th ed.). Pearson Education.

Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods (6th ed.). Sage Publications.

Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2020). Essentials of entrepreneurship and small business management (9th ed.). Pearson Education.

MRBEST *is licensed under CC BY-SA 4.0*