

INTERNATIONAL CU DAY 2021 PUSKOPDIT JAKARTA

**MEMBANGUN MEREK KOLEKTIF  
TUMBUHKAN DAYA SAING PRODUK KOPERASI & UMKM**

Oleh :

**Dr. Dewi Tenty Septi Artiany, SH, MH, M.Kn**

Notaris, Pemerhati Koperasi, UMKM, & Ekonomi Kreatif

Minggu, 24 Oktober 2021

09.00 – 12.00 WIB

dewitenty



FrieslandCampina 



BARCELONA FC  
Rabobank



ACE  
Hardware



# Produk Koperasi & UMKM



Migros is Switzerland's largest retail company, its largest supermarket chain and largest employer.

It is also one of the forty largest retailers in the world. It is structured in the form of a cooperative federation (the Federation of Migros Cooperatives), with more than two million members.

To this day, Migros keeps the cooperative society as its form of organisation. Nowadays, a large part of the Swiss population are members of the Migros cooperative – around 2 million of Switzerland's total population of 7.2 million, thus making Migros a supermarket chain that is owned by its customers. More than 90% of the assortment of goods is produced by ninety subsidiaries of Migros

# Koperasi di Jepang

NATIONAL Federation of Agricultural Co-operative Associations is a federation of agricultural cooperatives in Japan.

ZEN-NOH was formed in 1972 with the joining of the ZENHANREN group (National Marketing Federation of Agricultural Cooperative Associations) and the ZENKOREN group (National Purchasing Federation of Agricultural Cooperative Associations).

ZEN-NOH consists of 1,173 agricultural cooperatives and federations that in 2004 had a combined revenue of \$ 53.8 billion (USD). ZEN-NOH is involved in the marketing, tracking, and quality assurance of the products of its cooperatives.





## Contoh Produk Koperasi Zen Noh dari Jepang



Yokote Yakisoba Noodle  
dari Koperasi Zen Noh



Ise Green Tea  
dari Koperasi Zen Noh



Yonezawa Ori Fabric  
dari Koperasi Zen Noh



Yamagata Buddhist Altar  
dari Koperasi Zen Noh

# Koperasi Simpan Pinjam



- Aset 30,6 Triliun
- Dengan jumlah anggota  $\pm$  1 juta



# Rabobank

Cooperatieve Rabobank U.A. Is a Dutch multinational banking and financial services company headquartered in Utrecht, Netherlands.

It is a global leader in food and agriculture financing and sustainability-oriented banking. The group comprises 129 independent local Dutch Rabobanks (2013), a central organisation (Rabobank Netherland), and many specialised international offices and subsidiaries.

**Rabobank**



# Contoh Produk Koperasi/UMKM dari Korea Selatan



Ahn Heung Steam Bread



Sulfur Covert  
dari Namhae Chemical Corp.



Bank agricultural  
(milik NACF)

# Contoh Produk Koperasi FrieslandCampina dari Belanda



Susu Dutch Lady

Susu Frisian Flag

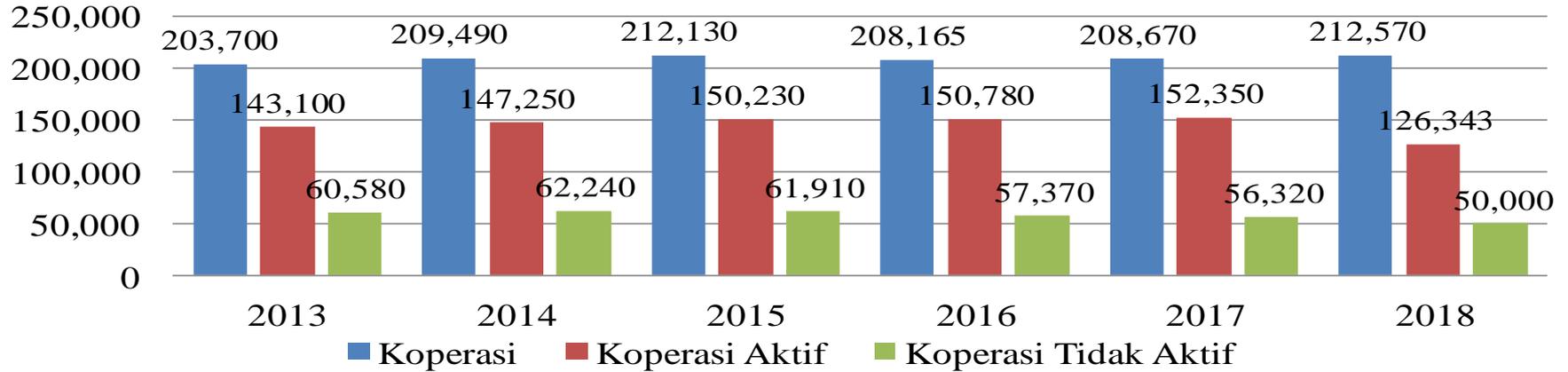


Es krim Campina

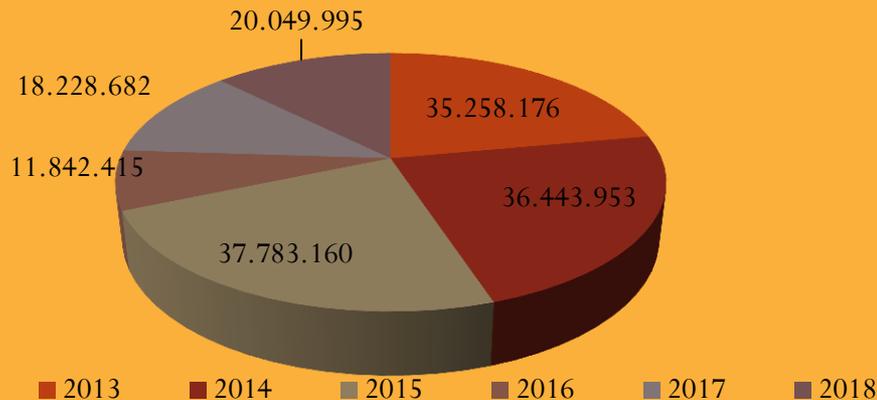


# Perkembangan Koperasi di Indonesia

## KOPERASI



## Anggota

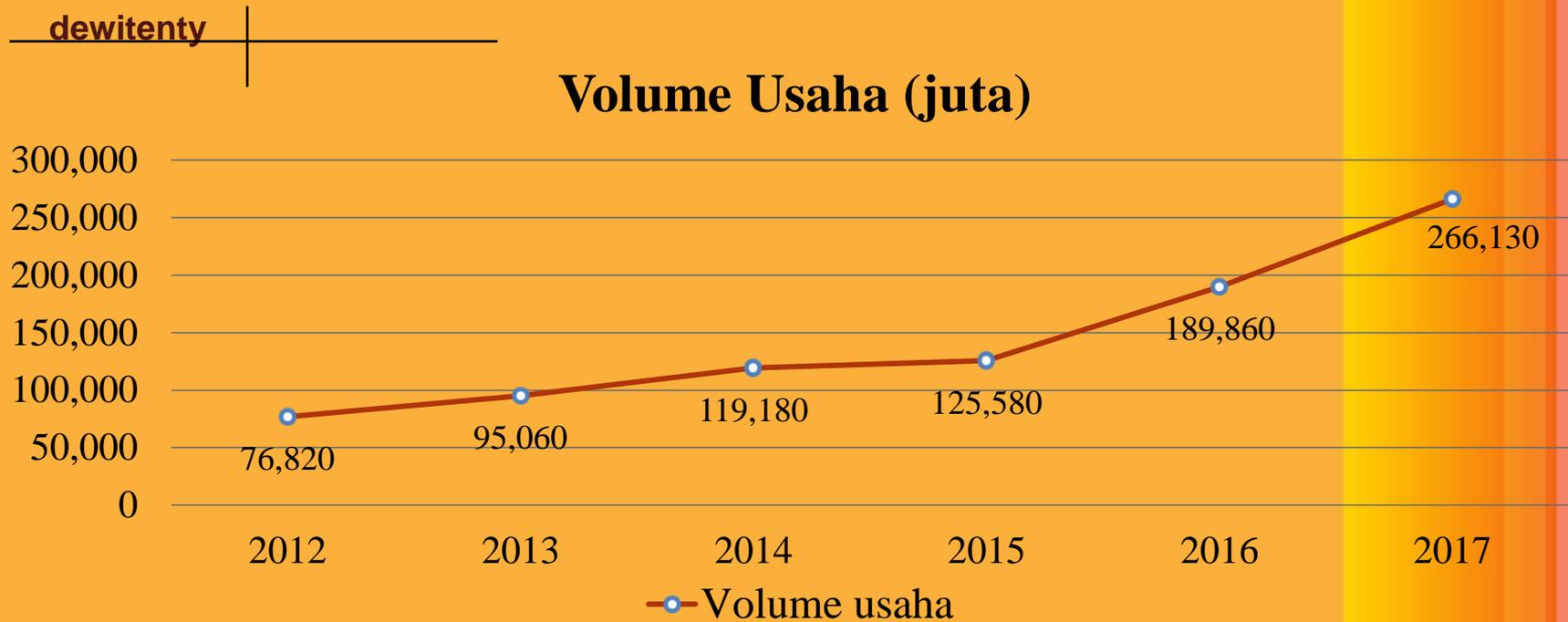


Indonesia merupakan negara dengan jumlah koperasi terbanyak di dunia. Perkembangan jumlah koperasi dan anggota koperasi dari tahun 2013 hingga tahun 2018 mengalami peningkatan signifikan.

Namun hal tersebut belum mampu menjadikan koperasi sebagai sokoguru perekonomian nasional karena sumbangsih koperasi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) hanya sebesar 5,1% saja.

Pertumbuhan kuantitas koperasi di Indonesia tidak disertai dengan pertumbuhan kualitas yang baik sehingga banyak koperasi pasif (50.000 sudah dibubarkan oleh pemerintah, dari rencana 62.000).

# Perkembangan Koperasi di Indonesia

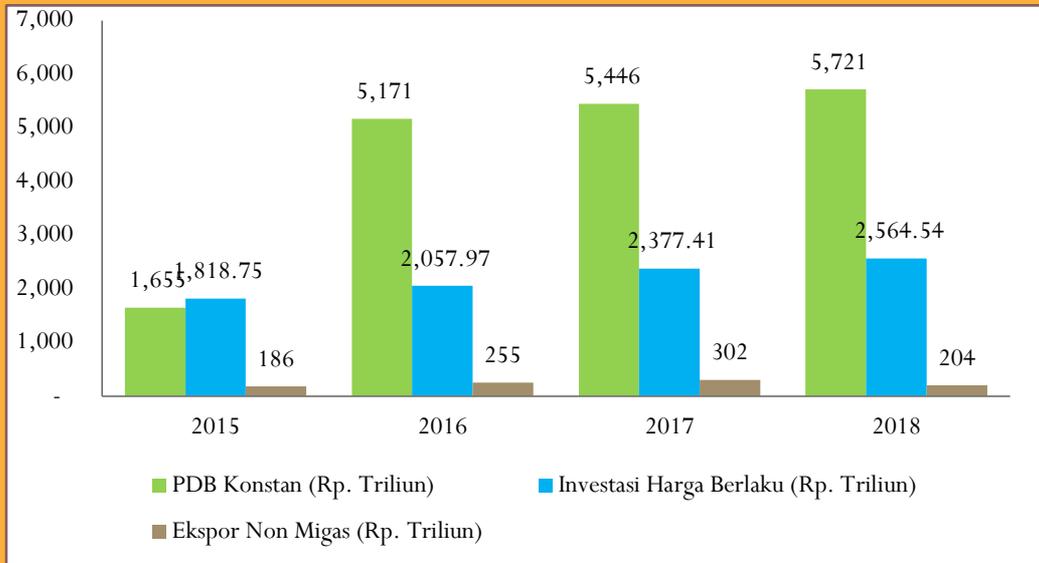
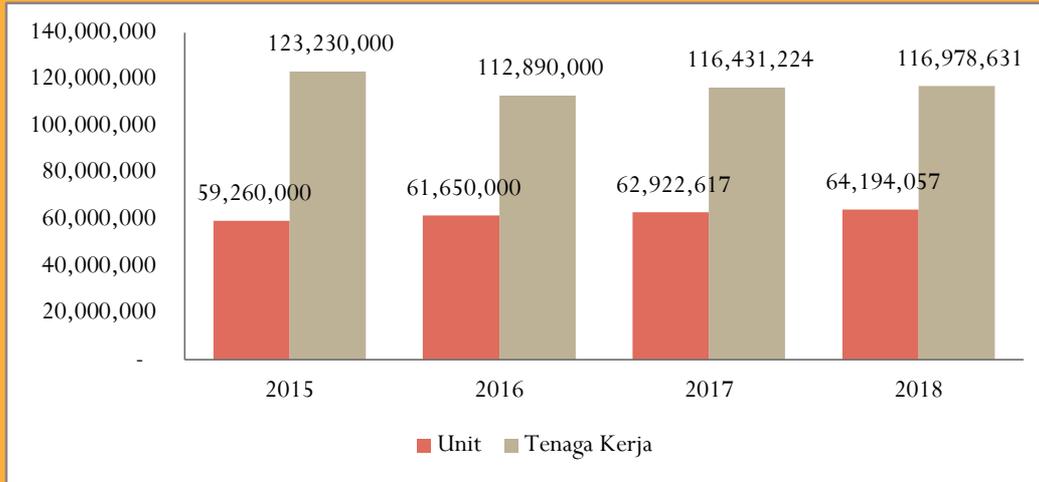


Berdasarkan data Kementerian Koperasi tahun 2018, pertumbuhan dan perkembangan koperasi di Indonesia. berdasarkan volume sampai dengan tahun 2018 mencapai Rp 753,842 miliar.

Ditinjau dari kontribusi omzet sektoralnya, koperasi di Indonesia didominasi **jasa simpan pinjam** yang mencapai kurang lebih 90%. Padahal untuk meningkatkan PDB adalah dengan meningkatkan jumlah dan potensi dari jenis koperasi lainnya (konsumen, produsen). \***sekedar perbandingan** dengan negara Singapura 10%, Thailand 7%, Perancis 18%, Belanda 18%, Selandia Baru 20%

Tujuannya agar dapat memperlebar faktor peluang (enabling factor) dalam bentuk dorongan atau stimulasi untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan produk sehingga meningkatkan nilai atau kontribusi riil dalam iklim usaha.

# U M K M



Data Kementerian Koperasi dan UMKM (2020) menunjukkan, tahun 2015 terdapat 59,26 juta UMKM dengan serapan tenaga kerja sebanyak 123,23 juta orang. Berikutnya, pada 2016 jumlah UMKM mencapai 61,6 juta unit dan menyerap tenaga kerja sebanyak 112,3 juta orang. Dengan demikian, pada 2015 dan 2016, meskipun jumlah UMKM naik 4,03%, tetapi serapan tenaga kerja turun 8,44%. Pada tahun 2017, jumlah UMKM mencapai 62,92 juta, dan menyerap tenaga kerja sebanyak 116,43 juta orang. Tahun berikutnya, jumlah UMKM melonjak menjadi 64,2 juta, dan serapan tenaga kerja berjumlah 116,97 juta orang.

## Kontribusi UMKM dalam Angka



97% total tenaga kerja



99% total lapangan kerja



61,07% total PDB nasional



14,37% total ekspor

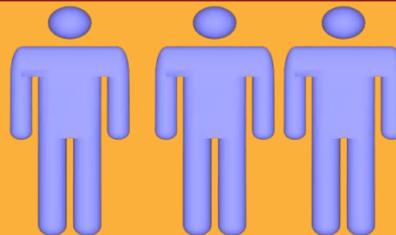


60,42% total investasi

dewitenty



ORANG PER ORANGAN



KELOMPOK USAHA BERSAMA



KOPERASI

# KRITERIA UMKM



# UU CIPTA KERJA

## Koperasi



- Jumlah anggota koperasi primer berdasarkan UU Nomor 25 Tahun 1992 Pasal 6 Ayat (1) minimal 20 orang. Akan tetapi, dalam UU Cipta Kerja, batasan minimal tersebut diubah hanya menjadi 9 orang.
- Pemerintah memperbolehkan koperasi untuk mengadakan rapat anggota secara virtual/daring.
- Hal-hal lain tentang perkoperasian tetap mengacu pada prinsip dasar koperasi.



## UMKM

- Pasal 91 UU Cipta Kerja : pendaftaran UMKM dapat dilakukan secara daring.
- Usaha mikro kecil yang bergerak di sektor makanan & minuman sertifikasi halalnya dibiayai pemerintah.
- Penyerapan tenaga kerja yang lebih banyak.
- Memaksimalkan potensi usaha *start up* lokal.

# Jenis-jenis usaha yang bisa digolongkan sebagai UMKM



Barang



Jasa



## Dianggap sebagai lembaga charity

- Badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah dapat menyediakan pembiayaan dari penyisihan bagian laba tahunan yang dialokasikan kepada Koperasi dalam bentuk pemberian Pinjaman, penjaminan, Hibah, dan pembiayaan lainnya (Ps. 122 ayat 2 RUU Koperasi)



Produk-produk yang dihasilkan kurang menarik



Masyarakat hanya menggunakan koperasi sebagai upaya terakhir apabila tidak memiliki uang

REBRANDING  
KOPERASI

# Mengapa Koperasi kurang diminati di Indonesia?



# Mengapa UMKM kurang diminati di Indonesia?



Dianggap sebagai lembaga charity



Produk-produk yang dihasilkan kurang menarik



Masyarakat hanya tertarik pada UMKM saat:

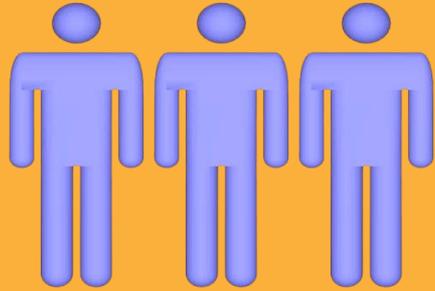
- Tidak/belum mendapat pekerjaan
- Terkena PHK dan/atau pensiun



UMKM Rumit

- Pelaku UMKM berjuang sendiri-sendiri dari mulai pemenuhan bahan baku, proses produksi perizinan & pemasaran
- Masih enggan untuk bergabung dalam satu komunitas seperti asosiasi/perkumpulan/koperasi

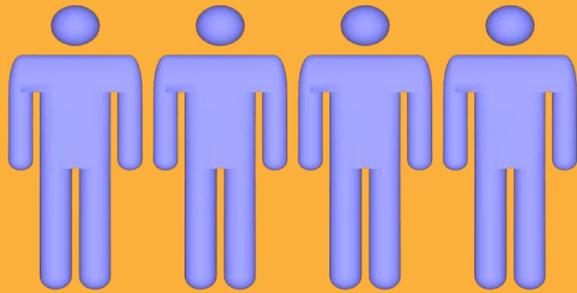
Padahal...



Orang Amerika



Anggota Koperasi

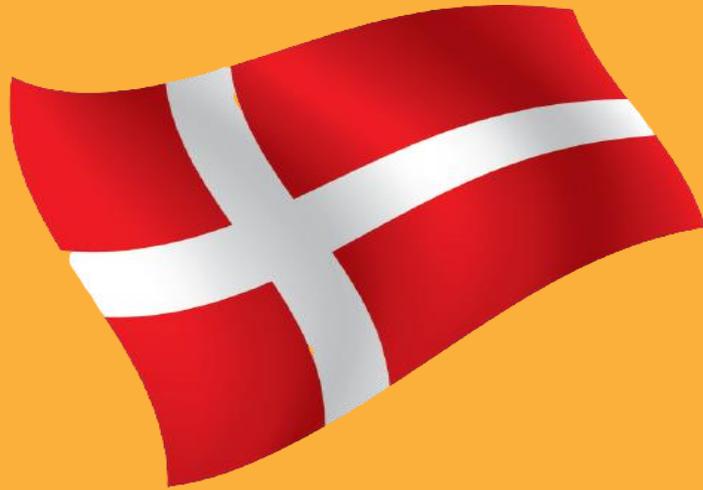


Orang Jepang



Anggota Koperasi

Padahal...



**DENMARK**

Tidak ada tempat untuk konglomerat di sektor pertanian, peternakan, dan usaha-usaha yang berhubungan dengan hajat hidup orang banyak

90% dikuasai oleh koperasi



# Koperasi seharusnya mendominasi sektor riil

## Sektor susu

- Populasi sapi perah di tahun 2018 tercatat sebesar 580.493 ekor dengan jumlah produksi 990,37 ribu ton
- Pada tahun 2018, produksi susu nasional hanya 20% memenuhi kebutuhan masyarakat atau sama dengan 4,4 juta ton pertahun, sisanya 80% masih bergantung dengan impor.
- Permentan No. 30/2018 dan Permentan No. 33/2018 tentang Penyediaan dan Pembelian Susu membebaskan industri dari kewajiban menggandeng peternak lokal, sebelumnya Permentan No. 26/2017 terdapat kata **wajib**.
- Hal ini membuat para peternak tidak memiliki kepastian dan pasar. Hal ini juga mengakibatkan lemahnya hasil susu sapi lokal.
- Yang paling dikeluhkan oleh para peternak adalah pengadaan infrastruktur atau fasilitas pendinginan yang bisa mengawetkan susu sapi segar,

### KPBS Pengalengan

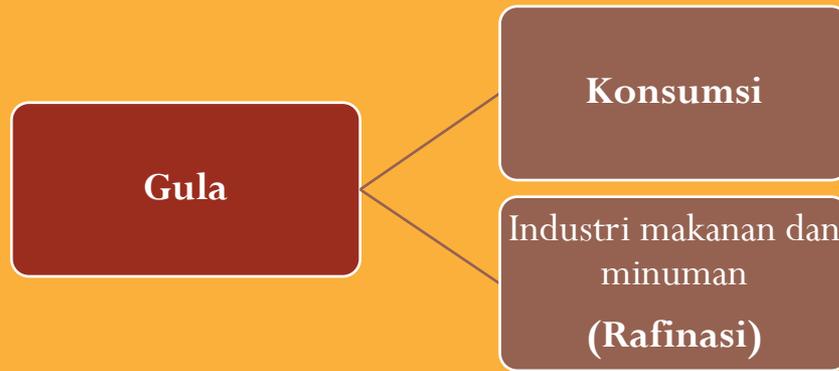
- Keterbatasan pasokan
- Keterbatasan teknologi
- Animo masyarakat terhadap produksi koperasi



# Koperasi seharusnya mendominasi sektor riil

## Sektor gula

- Kebutuhan gula nasional pada tahun 2018 mencapai 6,6 juta ton.
- Produksi gula lokal tahun 2017 dipasok oleh 48 pabrik gula BUMN dan 17 pabrik gula swasta.



- Permendag No. 1/2019 tentang Perdagangan Gula Kristal Rafinasi melarang gula kristal rafinasi dijual bebas kecuali melalui distributor yang berbadan usaha koperasi.
- Perpres No. 36/2010 direvisi dengan Perpres No. 44/2016 tentang Daftar Negatif Investasi, setiap pembangunan Pabrik Gula baru wajib terintegrasi dengan perkebunan tebu. Hal ini dilakukan untuk mencegah adanya mafia gula impor berkedok pendirian pabrik/ samurai gula.

# Koperasi Pertanian



## PANEN



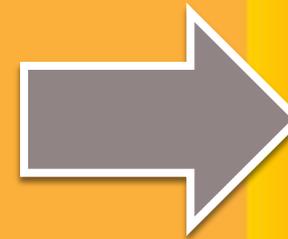
### Raw Products

- Gudang
- Packaging



### Pengolahan

- Pengolahan
- Packaging/penyimpanan



Dijual melalui  
GERAI  
KOPERASI



# Merek Kolektif

*“The term "collective mark" means a trademark or service mark – used by the members of a cooperative, an association, or other collective group or organization, or which such cooperative, association, or other collective group or organization has a bonafide, intention to use in commerce and applies to register on the principal register established by this chapter, and includes marks indicating membership in a union, an association, or other organization.”*

**-Lanham Act 15, U.S.C. 1127**

Berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.



# Regulasi

Pendaftaran merek di Indonesia menganut sistem stelsel konstitutif, dimana sistem konstitutif mengatur hak atas merek diperoleh melalui pendaftaran

Sistem deklaratif, tidak ada kewajiban untuk mendaftarkan merek. Pendaftaran hanya untuk pembuktian bahwa pendaftaran merek adalah pemakai pertama dari merek yang bersangkutan

# Merek Kolektif



PENGURUS KOPERASI



PENGURUS PERKUMPULAN/  
ASOSIASI

PERJANJIAN

PERJANJIAN



DEWAN PAKAR  
Kualitas/mutu produk

# Ciri-ciri Merek Kolektif

Dipegang secara kolektif oleh pemilik hak

Mengharuskan adanya pengawasan atas penggunaan Merek Kolektif setelah terdaftar

Dapat digunakan sebagai petunjuk adanya sifat, ciri umum, atau kualitas tertentu produk

Tidak dapat dilisensikan

# Manfaat Merek Kolektif

Merek kolektif menjadi suatu upaya kolaborasi dalam menghadapi liberalisasi perdagangan

Merek kolektif memfasilitasi peningkatan harga karena diferensiasi layanan/produk yang pada gilirannya menciptakan insentif lebih lanjut untuk berinvestasi dalam kualitas dan reputasi

Merek kolektif memungkinkan masyarakat untuk mempromosikan posisi pasarnya, membangun reputasinya, melindungi diri dari persaingan tidak sehat

Merek kolektif mempercepat upaya kolaborasi di antara kelompok masyarakat

Merek kolektif adalah bentuk kekayaan intelektual yang dapat dimanfaatkan oleh negara berkembang karena memungkinkan keterlibatan proaktif dalam menciptakan & memelihara reputasi komunitas tanpa memerlukan tingkatan administratif & kecanggihan teknologi paten

Merek kolektif adalah pengecualian dari prinsip yang diletakkan pada merek yang dianggap sebagai simbol asal yang mengindikasikan sumber individual barang dan/atau jasa

Merek kolektif dapat digunakan oleh UKM yang beragam, asalkan para pelaku usaha tersebut tergabung dalam suatu asosiasi atau kelompok usaha bersama atau koperasi



# Ekonomi Kerakyatan

## Koperasi & UMKM



# Sistem Pemasaran UMKM Alumni Perkumpulan Bumi Alumni



## 1. Gerai Offline Café Lupba

UMKM Alumni – PBA membangun gerai offline untuk memasarkan produk anggotanya yang telah tergabung dalam Lupba One Brand ataupun yang telah lolos proses kurasi produk

Saat ini UMKM Alumni memiliki 2 gerai offline dan telah bekerja sama dengan beberapa gerai offline

## 2. Etalase Online

Produk UMKM Alumni – PBA memiliki gerai penjualan online di marketplace umum seperti BliBli, Tokopedia, Shopee, Sarinah, Indonesiamall, Tiktok dan Instagram  
perkumpulan Bumi Alumni juga sedang mengembangkan digital patform e-commerce yang berbasis komunitas UMKM dengan nama **bumialumnigaleri.com** dan akan beroperasi akhir Desember 2021

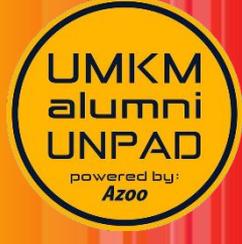
## 3. Pemasaran Organik dalam jejaring komunitas Perkumpulan Bumi Alumni



# Gerai Offline/Online

## Lupba Cafe

BTC Fashion Mall  
Jl. Dr. Djunjunan No.143-149  
Pasteur - Bandung



Lupbaofficial



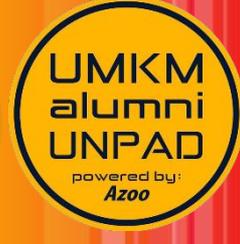
Lupbastore

# Gerai Offline/Online

## Lupba Gerai Oleh-Oleh & Craft



Horison - The Green Forest  
Jl. Sersan Bajuri 102 Cihideung  
Bandung



Lupbaofficial



Lupbastore

# Gerai Offline/Online



UMKM alumni UNPAD powered by Azoo

# CUPBA

COFFEE2GO



**COMING SOON!**

Horison - The Green Forest  
Jl. Sersan Bajuri 102 Cihideung  
Bandung

dewitenty



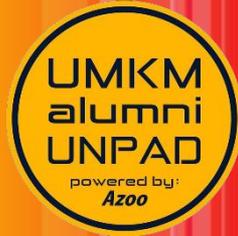
Lupbaofficial



Lupbastore

# Digital Platform

[www.bumialumni.com](http://www.bumialumni.com)



Operated by  
PT. BUMI ALUMI GALERI

Not secure | bumialumni.com/umkm?q\_category=1

HOME CONTACT US ABOUT US **UMKM** PROFESI & JASA INSPIRING LIFE JOURNAL PERATURAN BERITA INFO

**CATEGORIES**

- All Categories
- Fashion & Aksesoris (34)
- Kuliner (20)
- Alat Rumah Tangga (4)
- Makanan Ringan (3)
- Teknologi (3)
- Toko & Resto (3)
- Kosmetik & Produk Kesehatan (2)
- Minuman (2)
- Perlengkapan Umum (1)
- PRODUK & ALAT PETERNAKAN (1)

**FILTER DATA UMKM**

**Food Pedia Johar**  
Dian Nur Wijayanti | 081385521745

**Alcan71**  
Dewi Trianawati | 087833043347

**Cemilan Buah Tangan - Khas Solo**  
Reseller Khas Tika Alansani Dewi Wulandari PKM117 alumni FIB sajjag'09

**Sambal Mbak Yie**  
Diah Agnes W. S. PBA2038 F8 Riga IN Ptl: 08154462570 lg: mbak.yie

**GUDESI CEMILAN Yang Ning**

# Program Pelatihan Bagi Anggota UMKM Alumni - PBA

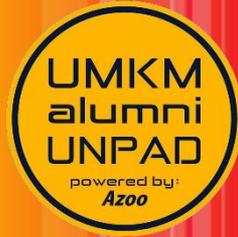


UMKM Alumni PBA kerap mengadakan pelatihan offline maupun online bagi Anggotanya dan bekerja sama dengan berbagai Lembaga terkait untuk meningkatkan produktivitas



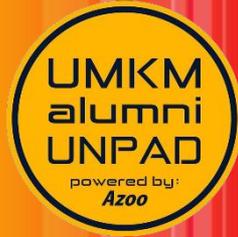
# Transformasi Kemasan

Efek dari pembinaan yang dilakukan salah satunya adalah perubahan kemasan produk anggota menjadi lebih baik



# Transformasi Kemasan

Efek dari pembinaan yang dilakukan salah satunya adalah perubahan kemasan produk anggota menjadi lebih baik



**Produk Lupba One Brand  
Selama Kurang Lebih 1 Tahun;  
10 Produk  
19 Varian**

---

# Royal Coffee



Fruity  
Single Origin  
Arabica Sipirok  
Indonesian  
Best Selection  
Coffee  
New Look



Arabica  
Sipirok



# Kripik Pisang Kepok

Keju

# Kripik Pisang Kepok



Coklat



# Bawang Goreng



Sumenep  
dan Brebes

dewitenty

# Kripik Batang Pisang



Barbeque  
dan Pedas



dewitenty

# Coffee Cup



# Puntang Black Wine



dewitenty



Praktis



Sari  
Kunyit



Sari Jahe

Tinggal Seduh



# Madu Hitam Baduy



**Madu Putih  
Madu Hitam  
Madu Kuning**

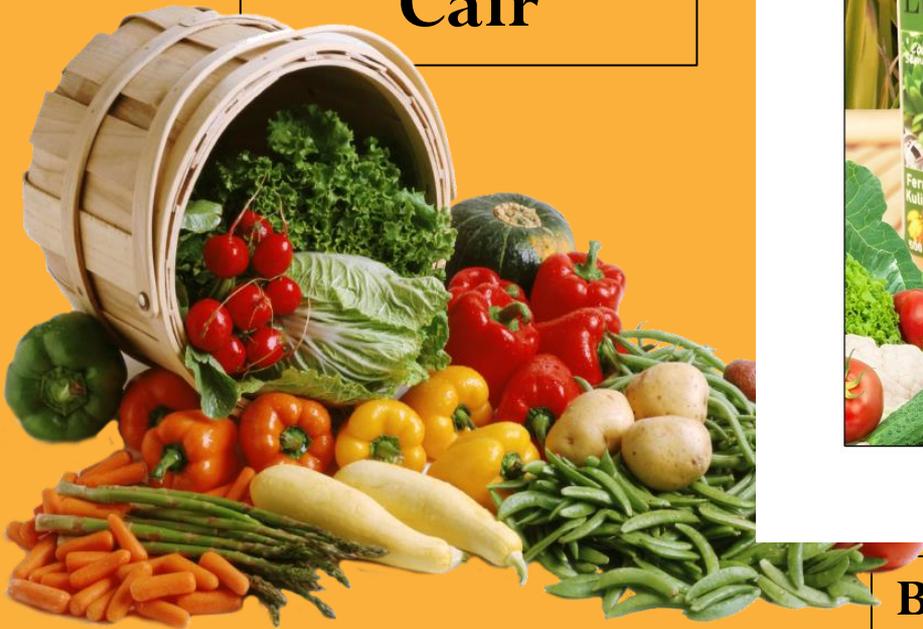


# Aneka Sambal



Sambal Goang – Sambal Geprek – Sambal Ngoprot

# Pupuk Organik Cair



Bahan Kulit Pisang Kepok

# Pupuk Organik Cair

MINUMAN TRADISIONAL

Temulawak

# Lupba

One Brand

Isi Bersih: 270 ml

Komposisi:  
Air, Gula, Perisa, Temulawak, Bahan Karbonasi,  
Pengatur Keasaman, Natrium Benzoat, Pewarna Sintetik  
Kuning FCF. CI No.15985

BPOM RI MD. 166528001704  
Diproduksi Oleh CIPTA RASA  
Untuk  
LUPBA ONE BRAND

Konsumsi Sebelum:



# Merek Kolektif Mengusung Kearifan Lokal Dengan Konsep *Zero Waste*

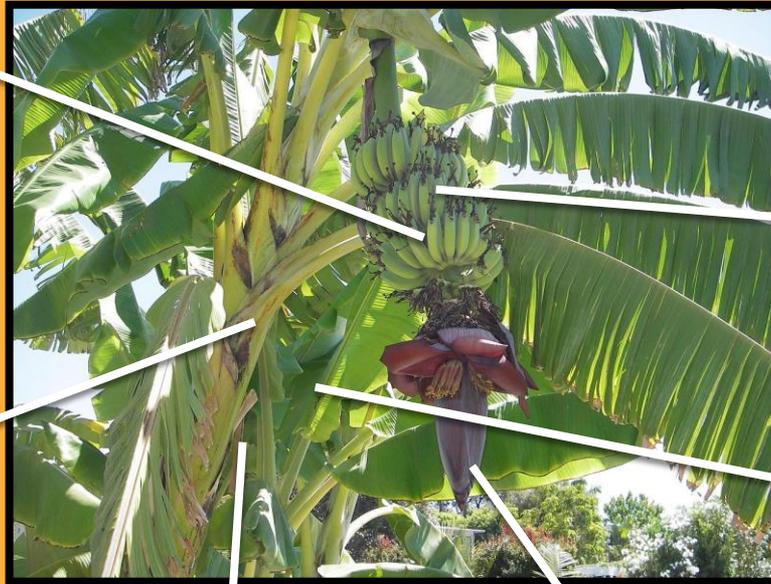


In variant :  
➢ Original  
➢ Chocolate  
➢ Matcha  
➢ Cheese



Banana stem chips

-BBQ  
-Spicy  
Plan : "this is not taro"



Organic Liquid fertilizer



Material from banana fiber



Banana blossom floss

Planning stage  
Making/training process will collaborate with Dit. Bina Produktivitas Kemnaker

## Kearifan Lokal

**Kearifan lokal** adalah pandangan hidup dan ilmu pengetahuan serta berbagai strategi kehidupan yang berwujud aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat **lokal** dalam menjawab berbagai masalah dalam pemenuhan kebutuhan mereka

**Lupba One Brand** berusaha untuk selalu membina produk anggotanya agar selalu meningkatkan kualitas dengan memperhatikan aspek kearifan lokal sebagai upaya untuk mengenalkan dan melestarikannya.

Keripik pisang Lupba adalah makanan khas dari Cianjur dengan bahan dasar pisang kepok kuning. Bahan dasarnya didatangkan khusus dari wilayah Cianjur dengan maksud agar dapat membantu perekonomian Petani pisang di wilayah asalnya.

Begitu juga dengan produk-produk lainnya seperti Lupba Royall Coffee yang bahan dasarnya didapat dari wilayah asli produk tersebut. Lupba Royal Coffee dari Sipirok (SUMUT), arabica Halu wine dari Pangalengan (JABAR) dan produk lainnya



TERIMA  
KASIH  
TERIMA  
KASIH