

**LEMBAR HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU PEER REVIEW
KARYA ILMIAH : BOOK CHAPTER**

Judul Buku : **Indonesia Bangkit**
 Jumlah Penulis : 1 Orang
 Status Pengusul : Penulis Tunggal
 Identitas Buku : a. ISBN/ISSN : 978-602-97128-2-7
 b. Edisi : I
 c. Tahun Terbit : 2010
 d. Penerbit : Ikopin Press
 e. Jumlah Halaman : 259

Kategori Publikasi Karya Ilmiah : Buku Referensi
 (beri ✓ pada kategori yang tepat) Buku Monograf

Hasil Penilaian *Peer Review* :

Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Buku		Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Internasional	Nasional	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 10	
a. Kelengkapan Unsur Isi Buku (20%)		2	1,88
b. Ruang Lingkup & Kedalaman Pembahasan (30%)		3	2,95
c. Kecukupan & Kemutakhiran Data/Informasi & Metodologi (30%)		3	2,84
d. Kelengkapan Unsur & Kualitas Terbitan/Buku (20%)		2	1,92
Total = (100%)		10	
Nilai Pengusul			9,59

CATATAN PENILAIAN ARTIKEL OLEH REVIEWER

Ruang lingkup serta Pembahasan sudah mendalam

Jatinangor,

2020

Reviewer 1,

Prof. Dr. R. Mohamad Ramudi Ariffin, M.Si.

NIDK : 8805370018

Unit Kerja : Institut Manajemen Koperasi Indonesia

**LEMBAR
HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU PEER REVIEW
KARYA ILMIAH : BOOK CHAPTER**

Judul Buku : **Indonesia Bangkit**
 Jumlah Penulis : 1 Orang
 Status Pengusul : Penulis Tunggal
 Identitas Buku : a. ISBN/ISSN : 978-602-97128-2-7
 b. Edisi : I
 c. Tahun Terbit : 2010
 d. Penerbit : Ikopin Press
 e. Jumlah Halaman : 259

Kategori Publikasi Karya Ilmiah : Buku Referensi
 (beri ✓ pada kategori yang tepat) Buku Monograf

Hasil Penilaian *Peer Review* :

Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Buku		Nilai Akhir Yang Diperoleh
	internasional	Nasional	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 10	
e. Kelengkapan Unsur Isi Buku (20%)		2	1,90
f. Ruang Lingkup & Kedalaman Pembahasan (30%)		3	2,90
g. Kecukupan & Kemutakhiran Data/Informasi & Metodologi (30%)		3	2,90
h. Kelengkapan Unsur & Kualitas Terbitan/Buku (20%)		2	1,75
Total = (100%)		10	
Nilai Pengusul			9,15

CATATAN PENILAIAN ARTIKEL OLEH REVIEWER

- a. Unsur isi artikel lengkap, kebaruan cukup.
- b. Ruang lingkup sesuai bidang ilmu, kedalaman pembahasan cukup.
- c. Jumlah referensi cukup, kemutakhiran cukup.
- d. Penerbit Nasional.

Jatinangor, 8 Juni 2020
 Reviewer 2,

Prof. Dr. H. Burhan Arief, Ir.

NUP : 9900981502

Unit Kerja : Institut Manajemen Koperasi Indonesia

**LEMBAR HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU PEER REVIEW
KARYA ILMIAH : BOOK CHAPTER**

Judul Buku : **Indonesia Bangkit**
Jumlah Penulis : 1 Orang
Status Pengusul : Penulis Tunggal
Identitas Buku : a. ISBN/ISSN : 978-602-97128-2-7
b. Edisi : I
c. Tahun Terbit : 2010
d. Penerbit : Ikopin Press
e. Jumlah Halaman : 259

Kategori Publikasi Karya Ilmiah : Buku Referensi
(beri ✓ pada kategori yang tepat) Buku Monograf

Hasil Penilaian *Peer Review* :

Nilai Buku		
Peer Review 1	Peer Review 2	Nilai Rata-rata
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 50px; margin: auto;">9,59</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 50px; margin: auto;">9,15</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 50px; margin: auto;">9,37</div>
<p><u>KESIMPULAN :</u> Nilai Karya Ilmiah Yang Diusulkan Ke LLDikti Wilayah IV adalah :</p>		

repository.ikopin.ac.id/100/

INSTITUTIONAL REPOSITORY
Institut Manajemen Koperasi Indonesia
eprints@ikopin.ac.id

Home About Browse

Login Search

TUJUAN ORGANISASI KOPERASI DAN NON KOPERASI

-, Sugiyanto (2010) *TUJUAN ORGANISASI KOPERASI DAN NON KOPERASI*. In: INDONESIA BANGKIT UNTUK KESEJAHTERAAN RAKYAT. KOPIN Press, pp. 97-126. ISBN 979-602-97128-2-7

Text
IIA.1.a.3-1 2010 (Agustus) - Indonesia Bangkit untuk Kesejahteraan Rakyat-min.pdf
[Download \(3MB\)](#)

Item Type: Book Section
Subjects: [BOOKS](#)
Divisions: [DOKUMEN KOPIN](#)

Depositing User: ikopin Teknologi Informasi
Date Deposited: 19 Jun 2020 07:24
Last Modified: 19 Jun 2020 07:24
URI: <http://repository.ikopin.ac.id/id/eprint/100>

Actions (login required)

View Item

Ikopin Repository is powered by [EPrints 3](#) which is developed by the [School of Electronics and Computer Science](#) at the University of Southampton. [More information and software credits.](#)



Search 08.04
24/06/2020

URL : <http://repository.ikopin.ac.id/100/>

The screenshot shows a Google Scholar citations page for the author Sugiyanto. A modal window is open, displaying the details of a selected article: "Tujuan Organisasi Koperasi dan Non Koperasi" by Sugiyanto, published in 2010 in the book "Indonesia Bangkit" by Ikopin Press. The modal also lists the authors (Sugiyanto), publication date (2010/8), book title (Indonesia Bangkit), page count (97-126), and publisher (Ikopin Press). Below the modal, a list of other articles by Sugiyanto is visible, including "Pengaruh Kompetensi dan Komitmen Manajemen Terhadap Kinerja Keuangan, Promosi Ekonomi Anggota dan Perubahan Struktur Modal" from 2007. The Windows taskbar at the bottom shows the time as 14:39 on 03/07/2020.

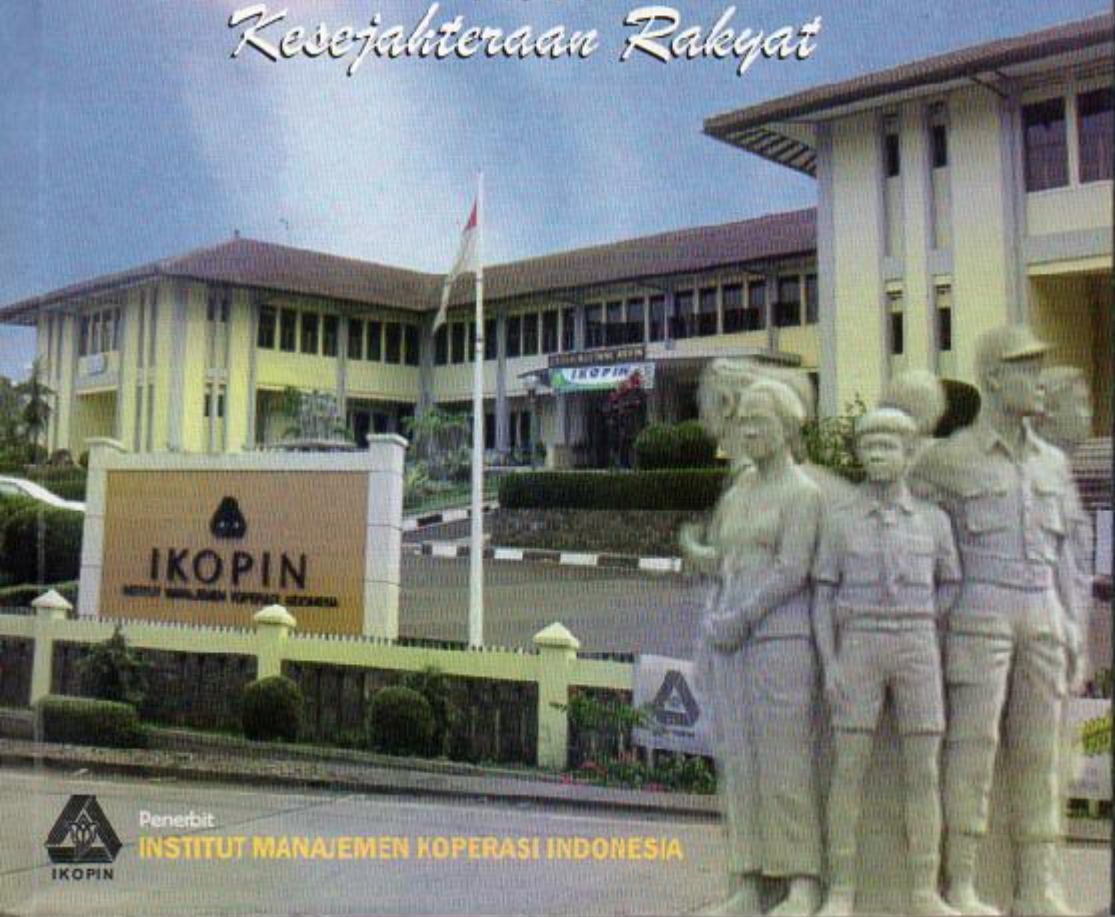
URL :

https://scholar.google.co.id/citations?user=Hc1ihBYAAAAJ&hl=id&oi=ao#d=gs_md_cita-d&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Did%26user%3DHc1ihBYAAAAJ%26cstart%3D20%26pagesize%3D80%26citation_for_view%3DHc1ihBYAAAAJ%3A3fE2CSJlrl8C%26tzom%3D-420



INDONESIA BANGKIT

*Untuk
Kesejahteraan Rakyat*



Penerbit

INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA

KOPERASI BANGKIT
Untuk Kesejahteraan Rakyat

KOPERASI BANGKIT

Untuk Kesejahteraan Rakyat

Jakarta, Agustus 1953

Penerbit

KOPIN Press

Jl. Pulo Kambing No. 102 Jakarta - Indonesia 1051

KOPERASI BANGKIT

Untuk Kesejahteraan Rakyat

Hak Cipta @ 2010
ISBN: 979-602-97128-2-7

Penerbit:

IKOPIN Press

Jl. Raya Jatinangor Km. 20,5 Bandung – Sumedang 45363

KATA PENGANTAR

Perkembangan Ilmu pengetahuan di era globalisasi sekarang ini menuntut pengembangan ilmu perkoperasian yang selama ini banyak tertinggal.

Dalam upaya menyikapi kondisi di atas, Ikopin berinisiatif untuk menerbitkan karya ilmiah terpilih dari pemikiran-pemikiran para dosen di lingkungan Ikopin.

Terbitnya buku ini bertepatan dengan Dies Natalis Ikopin ke XXVIII dan hari jadi Koperasi ke 63 tahun 2010.

Semoga sumbangan tulisan ilmiah hasil pemikiran dari para dosen Ikopin ini dapat memberikan arti dan manfaat, khususnya bagi ilmu perkoperasian dan pengembangan koperasi di masyarakat pada umumnya.

Jatinangor, Agustus 2010

Penerbit

KOPERASI BANGKIT

Untuk Kesejahteraan Masyarakat

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	ii
Sambutan Rektor	iv
1. PENGEMBANGAN KOPERASI MEMBUTUHKAN TEROBOSAN KEBIJAKAN PENDIDIKAN Oleh : Prof. Dr. H. Rully Indriawan, M.Si	1
2. KAJIAN TERHADAP RELEVANSI PRINSIP DAN NILAI DASAR KOPERASI Oleh : Ir. Wawan Lulus Setiawan, M.Sc	13
3. ASPEK HUKUM DALAM AKTUALISASI JATI DIRI KOPERASI MENGHADAPI GLOBALISASI Oleh : Hj. Suarny Amran, SH, MH.....	46
4. KOPERASI PENJAMIN KREDIT JAWA BARAT : PELUANG DAN TANTANGAN Oleh : Ir Nugraha Indra, M.Sc	72
5. TUJUAN ORGANISASI KOPERASI DAN NON KOPERASI Oleh : Dr. H. Sugiyanto, SE, M.Sc	97
6. PENDEKATAN SUMBER DAYA UNTUK MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING YANG BERKELANJUTAN Oleh : Dra. Rima Elya Dasuki, M.Sc	127

7.	PENINGKATAN DAYA SAING KOPERASI MELALUI DIFERENSIASI YANG KOMPETTIF DALAM RANGKA MENGHADAPI PERSAINGAN GLOBAL <i>Oleh : Drs. Giyanto Purbo Suseno, M.Sc</i>	150
8.	KOPERASI DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAN MENGEMBANGKAN EKISTENSI KOPERASI <i>Oleh : Drs. Deddy Supriyadi, M.Sc.</i>	176
9.	KOMPAK : KOMUNIKASI PEREKAT ANGGOTA KOPERASI <i>Oleh : Dr. Ami Purnawati, SE, M.Si</i>	194
10.	PARADIGMA BARU PEMIKIRAN PENDIRIAN KOPERASI SYARIAH <i>Oleh : Ir. Nanik, SE, M.St</i>	212
11.	ADAPTASI KOPERASI DALAM MENGHADAPI DAYA SAING GLOBAL <i>Oleh : Dr. Adeng Kasmiri, SE, MSi.</i>	231
12.	MODEL PENGEMBANGAN KLASTER PERIKANAN UNTUK MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS DAN PENYERAPAN TENAGA KERJA DI JAWA BARAT <i>Oleh : Dr. Heri Nugraha, SE, MSi.</i>	246

PRAKATA



Puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah swt pencipta alam semesta, shalawat serta salam semoga tercurah kepada Nabi besar Muhammad saw. Berkenaan dengan peringatan Dies natalis Ikopin ke 38 pelaksanaan wisuda tahun akademik 2010 dan peringatan hari koperasi ke 63, maka kami mencoba meluncurkan sebuah buku bunga rampai perkoperasian yang merupakan buah pikiran para dosen Ikopin.

Selain alasan di atas, buku diterbitkan karena saat ini kehidupan koperasi mengalami kemandegan yang cukup serius, akibat berbagai persoalan. Kondisi itu mendorong IKOPIN, sebagai satu-satunya perguruan tinggi yang menyanggah amanah sejarah mengembangkan perkoperasian di Indonesia, dan membangkitkan eksistensi koperasi. Karena diyakini benar, koperasi masih tetap dibutuhkan oleh bangsa kita, apalagi di tengah berbagai persoalan kesejahteraan mencuat ke permukaan di masyarakat.

Koperasi dengan dasar filosofis kerjasama (*cooperation*) bisa menjadi jalan selamat dari bentuk persaingan (*competition*) sebagaimana yang dikemukakan dalam Thurow pada *The Winner-Take-All Society* nya Robert Frank dan Philip Cook (1996). Dalam konteks itu, koperasi sebagai

sebuah sistem sosial (*social capital*) maupun sebagai gerakan, seyogyanya mensikapi fenomena perubahan global berpijak pada suatu keyakinan, bahwa koperasi harus dan akan mampu menghadapinya.

Buku bungan rampai yang disusun dalam waktu yang singkat ini dapat dibagi ke dalam beberapa bagian, yaitu ideologi, manajemen dan kelembagaan, sumberdaya manusia, usaha dan bisnis, serta makro dan kebijakan. Sumbang pikir para dosen Ikopin dalam rangka dies dan hari koperasi ini diharapkan dapat memberikan secerah harapan bagi pengembangan koperasi dimasa yang akan datang. Kepada para penulis kami ucapkan terima kasih atas kesediaannya meluangkan waktu dalam menuangkan buah pikirannya dalam bentuk karya tulis ilmiah. Juga kepada Tim penilai pemilihan materi. Semoga karya tulis ini menjadi ilmu bermanfaat yang pahalanya akan mengalir terus bag para penulis.

Jatinangor, 2 Juli 2010

Rektor,

Prof. Dr. H. Rully Indrawan, MSi.
NIP. 196103611985031003

Tujuan Organisasi Koperasi Dan Non Koperasi

Oleh: Sugiyanto

Pendahuluan

Setiap menjelang peringatan hari koperasi tanggal 12 Juli, banyak pihak baik para praktisi dari gerakan koperasi, para pejabat yang membidangi pembinaan perkoperasian, para akademisi, dan pemerhati perkoperasian di Tanah Air, beramai-ramai membahas berbagai masalah berkaitan dengan perkoperasian melalui diskusi, seminar pada berbagai tingkatan, tulisan-tulisan pada berbagai media cetak dan lainnya. Diskusi, seminar dan berbagai tulisan perkoperasian membahas berbagai permasalahan yang dihadapi dalam mempertahankan eksistensi dan pengembangan koperasi pada era yang semakin kompetitif. Sebagai lembaga usaha, sampai saat ini koperasi masih terus dipertanyakan tentang kemampuannya dalam menjalankan fungsi dan tujuan dari didirikannya organisasi koperasi tersebut yaitu dalam mendorong meningkatkan perekonomian anggota khususnya dan masyarakat pada

umumnya, sehingga koperasi menjadi alternatif bentuk lembaga usaha disamping badan usaha lainnya. Namun seperti yang disinyalir oleh Yuyun Wirasasmita (1991), pada kebanyakan koperasi masih menunjukkan bahwa fungsi dan tujuan koperasi tidak seperti yang diinginkan oleh anggota dan tujuan koperasi dari sudut pandang anggota sering dianggap terlalu luas atau terlalu sempit.

Koperasi merupakan lembaga yang dimiliki oleh anggota, rasa memiliki menjadi faktor utama yang menyebabkan koperasi mampu bertahan pada berbagai kondisi sulit, yaitu dengan mengandalkan loyalitas anggota dan kesediaan anggota untuk bersama-sama koperasinya menghadapi berbagai kesulitan. Peran serta anggota untuk berpartisipasi terhadap koperasinya baik sebagai pemilik (*owner*) dan sebagai pengguna jasa (*user*) koperasi, yang dikenal dengan prinsip *dual identity*, menjadi keunggulan koperasi yang tidak terdapat pada jenis badan usaha lainnya. Namun demikian anggota akan berpartisipasi bila koperasi dapat memenuhi fungsi dan tujuan didirikannya koperasi tersebut, meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggota. Sejarah perkembangan koperasi di Indonesia didorong oleh keyakinan para Bapak Bangsa untuk mengantar perekonomian Bangsa Indonesia menuju pada suatu ke-makmuran dalam kebersamaan dengan semboyan "makmur dalam kebersamaan dan bersama dalam kemakmuran". (Noer Sutrisno, 2003: 1).

Organisasi koperasi dikembangkan dengan mendasarkan diri pada jati diri koperasi yang telah menjadi kesepakatan, *International Cooperative Alliance (ICA)* dalam kongresnya di Manchester pada tahun 1995, telah menerima pernyataan tentang jati diri koperasi, pernyataan ini meliputi

definisi, nilai, dan prinsip-prinsip koperasi, koperasi adalah kumpulan ekonomi dari orang-orang yang bersatu secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan aspirasi ekonomi, sosial, dan budaya bersama melalui perusahaan yang dimiliki bersama dan dikendalikan secara demokratis. (ICA, 2001: 9). Sedangkan prinsip-prinsip koperasi yang merupakan garis-garis penuntun digunakan oleh koperasi untuk melaksanakan nilai-nilai koperasi dalam praktek. Prinsip-prinsip tersebut meliputi, keanggotaan secara sukarela dan terbuka, pengendalian oleh anggota secara demokratis, partisipasi ekonomi anggota, otonomi dan kebebasan, pendidikan, pelatihan dan informasi, kerjasama dalam koperasi dan kepedulian terhadap masyarakat (ICA, 2001: 22).

Dengan nilai-nilai, prinsip-prinsip dan karakteristik organisasi seperti itu sebagai ciri pembeda dengan badan usaha lainnya, dengan demikian banyak pihak menyatakan bahwa tujuan organisasi koperasi juga memiliki karakteristik tertentu yang berbeda pula dengan tujuan organisasi bisnis lainnya, marilah kita telaah lebih lanjut, apakah tujuan organisasi koperasi dengan badan usaha lainnya memang berbeda, dimana letak perbedaannya, bolehkah kita mengatakan bahwa tujuan koperasi dengan badan usaha lainnya sama saja, Kenyataan dalam praktek perkoperasian di lapangan dewasa ini mulai banyak menggunakan prinsip pragmatis bahwa tujuan organisasi koperasi sama dengan tujuan badan usaha lainnya, apakah benar demikian, dan yang lebih membingungkan bahwa koperasi didirikan hanya karena berbeda dalam penamaan badan hukumnya saja,

1. Tujuan Organisasi Koperasi

Tujuan organisasi koperasi berbeda dengan tujuan badan usaha lainnya, inilah yang selalu kita dengar, bila sedang membicarakan tentang organisasi koperasi, tujuan didirikannya organisasi koperasi yaitu untuk memberikan pelayanan kepada anggota (*services oriented*) dalam upaya untuk mempromosikan ekonomi anggota, sedangkan tujuan badan usaha lainnya adalah untuk memperoleh laba yang setinggi-tingginya (*profit oriented*)

Menurut UU No: 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian, pasal 3, menyatakan bahwa koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945. Berdasarkan pada tujuan koperasi tersebut dari sisi pihak yang memperoleh manfaat dari terealisasinya tujuan koperasi adalah: (1) anggota harus dapat dimajukan kesejahteraan oleh koperasinya, terutama kesejahteraan ekonomi yang dapat diperoleh melalui perannya sebagai pemilik dan pengguna jasa, (2) masyarakat pada umumnya juga harus memperoleh dampak positifnya dari keberadaan koperasi tersebut, dan (3) tatanan perekonomian nasional juga akan memperoleh dampak lanjutan dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur, terimplementasi-kannya nilai-nilai dan prinsip-prinsip koperasi akan mewarnai sistem perekonomian yang berlaku. Secara sederhana, bila anggota dapat ditingkatkan kesejahteraan ekonominya, dimana anggota juga sebagai anggota masyarakat pada umumnya, maka bila kesejahteraan anggota meningkat maka kesejahteraan

masyarakat juga akan meningkat.

Lebih lanjut para ahli juga memiliki kesamaan pandangan tentang tujuan organisasi koperasi, seperti menurut Hanel. A. (1985:29) menyatakan bahwa tujuan utama didirikannya organisasi koperasi adalah mempromosikan para anggotanya melalui pemberian pelayanan barang-jasa yang menguntungkan, dalam definisi koperasi menurut ICA, koperasi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan aspirasi ekonomi, sosial, dan budaya bersama melalui perusahaan yang dimiliki bersama dan dikendalikan secara demokratis.

Mantan Rektor Ikopin, Almarhum Prof. Dr. Herman Soewardi Ir, pada tahun 1986 menyatakan bahwa koperasi dapat dilihat dari dua aspek yaitu: aspek makro, sistem ekonomi koperasi sebagaimana diharapkan dalam Undang-Undang Dasar 1945, dan aspek mikro, koperasi sebagai badan usaha. Pernyataan ini juga didukung oleh Ibnu Soedjono (1997: 104), yang berpendapat bahwa koperasi di Indonesia mempunyai dua fungsi, yaitu: (1) sebagai alat perjuangan konstitusi untuk membangun perekonomian berdasarkan demokrasi ekonomi (dengan koperasi sebagai soko gurunya), dan (2) sebagai wadah dan alat anggota-anggotanya untuk memajukan dan memenuhi kepentingan mereka dalam upaya mensejahterakan anggota.

Perusahaan koperasi berfungsi sebagai alat dari organisasinya untuk melaksanakan berbagai keputusan ekonomi. Manajemen koperasi mengemban dua tugas sekaligus yaitu: (1). meningkatkan kondisi ekonomi rumah tangga anggota melalui pelayanan-pelayanan yang diberikan kepada mereka, sekaligus (2). mengembangkan perusahaan koperasi melalui kekuatan partisipasi anggota

(Ramudi Ariffin, 2004: 94), sehingga tercapainya tujuan organisasi koperasi harus dinilai berdasarkan ke dua tugas tersebut, yaitu harus menghasilkan manfaat bagi anggota sekaligus terdapat peningkatan kinerja perusahaan koperasi. Keberhasilan usaha koperasi apabila hanya diukur dari sisi kinerja keuangan saja, tidak cukup, dan tidak sesuai dengan konsep *double or dual of cooperative nature* (Dulfer, 1994: 587), memberikan makna bahwa koperasi sebagai suatu institusi ekonomi sekaligus sebagai institusi sosial, sedangkan sebagai organisasi di dalamnya terdapat *double enterprise* yaitu perusahaan koperasi dan perusahaan/usaha anggota.

Keberhasilan usaha koperasi harus dibedakan antara keberhasilan sebagai perusahaan dan keberhasilan koperasi sebagai perusahaan individu anggota (*member economy*), hal ini sejalan dengan pendapat dari Dulfer (1994: 591) yang menyatakan bahwa; *A further problem concerns content and measurement of the success of co-operation in the cooperative organization (assessment of success) ... a distinction must be made between the success of the co-operative enterprise and cooperative success of the single member enterprise or member economy.*

Dari berbagai pendapat ahli tersebut, tujuan organisasi koperasi dapat dikelompokkan menjadi tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggota, meningkatkan kinerja organisasi koperasi, dan memberikan manfaat bagi lingkungannya. Hal ini sesuai dengan pendapat Hanel A. (1985: 76) yang menyatakan bahwa, keberhasilan organisasi koperasi dibagi menjadi tiga kriteria yang disebut sebagai *tripartite*, yaitu: (1) Efisiensi dalam mempromosikan ekonomi anggota, (2) Efisiensi dalam menjalankan perusahaan koperasi, dan (3) Efisiensi dalam memberikan sumbangan terhadap pembangunan sosial ekonomi masyarakat.

Kinerja organisasi koperasi harus diukur dari tujuan perusahaan koperasi dengan memperhatikan jati dirinya yang meliputi prinsip-prinsip, ciri-ciri dan nilai-nilai koperasi yang harus dianutnya, sehingga merupakan pembeda antara organisasi koperasi dengan non koperasi. Hanel A. (1985: 76) berpendapat bahwa *The primary task of the cooperative enterprise is a promotion of the members economic thought the provision of such goods and services, which are needed by the members*. Dulfer (1994:587) memberikan pendekatan bahwa *the promotion of the members is the dominant objective of the co-operative*. Perusahaan koperasi memiliki tugas untuk mendorong kegiatan usaha/rumah tangga anggotanya melalui penyediaan barang dan jasa yang dapat memberikan manfaat bagi anggota sehingga anggota akan merasa puas oleh pelayanan koperasi, dengan demikian promosi ekonomi anggota merupakan ukuran keberhasilan organisasi koperasi yang terpenting.

Perbaikan kondisi ekonomi anggota itu dapat bersifat kuantitatif, maupun kualitatif yang merupakan dampak pelayanan koperasi terhadap rumah tangga anggota. Dampak kuantitatif misalnya efisiensi biaya, peningkatan volume penjualan atau harga jual, berkurangnya risiko-risiko usaha dan lain-lain. Dampak kualitatif misalnya dalam hal kontinuitas layanan, mutu layanan, terbentuknya *brand image* atau *brand preference* dan sebagainya. Dari sekian banyak kemungkinan dampak koperasi tersebut, manfaat harga merupakan dampak yang paling umum dijumpai di dalam praktek koperasi sehari-hari. Pengertian manfaat harga dapat diterapkan secara luas, tidak terbatas hanya kepada harga barang dan jasa di dalam pembelian dan penjualan saja, melainkan juga dapat diberlakukan pada

harga uang di pasar uang yaitu tingkat bunga (pada kasus koperasi simpan pinjam), pada koperasi simpan pinjam, manfaat harga beli diterjemahkan ke dalam manfaat bunga pinjaman.

Sebagai pemilik, anggota harus berpartisipasi dalam penyeteran modal, pengawasan, dan pengambilan keputusan, dengan harapan akan memperoleh pembagian SHU yang memadai, tetapi kenyataannya sangat sulit untuk mencapai tujuan tersebut. Harapan satu-satunya adalah berpartisipasi dalam memanfaatkan pelayanan koperasi, dari fungsi ini anggota berharap dapat memperoleh nilai tambah berupa manfaat ekonomi yang disebut sebagai promosi ekonomi anggota. Oleh karena itu mengukur keberhasilan koperasi jangan hanya dilihat dari sisi kemampuan koperasi dalam menghasilkan SHU, tetapi yang utama harus dilihat dari kemampuan dalam mempromosikan ekonomi anggotanya.

2. Tujuan Badan usaha lainnya

Membahas tujuan perusahaan pada umumnya yang mengacu pada pendekatan manajemen keuangan dapat diartikan untuk memaksimumkan kemakmuran pemegang saham (pemilik) melalui maksimisasi nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai harga yang sanggup dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut akan dijual. Dalam kasus perseroan terbatas (PT) misalnya, pemegang saham sebagai pemilik perseroan ingin mendapatkan pengembalian (return) dari dana yang ditanamkan, dengan harapan untuk memaksimumkan kekayaannya, yang diterjemahkan menjadi memaksimumkan harga saham perusahaan, bila harga pasar dan

sahamnya mengalami kenaikan, berarti nilai perusahaan juga akan semakin meningkat dengan demikian kekayaan para pemegang saham juga akan mengalami kenaikan, maka semakin makmurlah mereka. memaksimumkan nilai perusahaan tidak identik dengan memaksimumkan laba, karena: (1) Memaksimumkan laba mungkin hanya memusatkan pada laba saat ini, tanpa memperhatikan prospek perusahaan, (2) Memaksimumkan laba tidak memperhatikan nilai waktu dari uang (*time value of money*) dan (2) Memaksimumkan laba tidak memperhatikan faktor risiko dalam investasi.

Kemakmuran pemegang saham dapat diperoleh dari *return* yang diterima, yang berasal dari peningkatan harga pasar dari sahamnya selain juga diperoleh dari dividen atas laba yang diperoleh oleh perusahaannya, bila diformulasikan dapat ditulis sebagai berikut:

$$\text{Return} = \text{Capital gain (loss)} + \text{Dividen},$$

atau

$$\text{Return} = \frac{P_t - (P_t - 1)}{(P_t - 1)} + \frac{D}{(P_t - 1)} = \frac{P_t - (P_t - 1) + D}{P_t - 1}$$

Dimana:

- P_t = Harga pasar saham pada saat ini/ dijual
- $(P_t - 1)$ = Harga pasar saham (pada periode lalu atau saat investasi dilakukan)
- D = Dividen yang diterima

Dari formulasi diatas dapat dijelaskan bahwa kemakmuran para pemegang saham dapat diperoleh dari *capital gain*, yang merupakan selisih antara pasar saham

pada saat ini bila dijual dengan harga beli saham pada saat investasi dilakukan, ditambah dengan dividen yang dibayarkan oleh perusahaan. Jika harga saham pasar saham saat ini (P_t) lebih tinggi dari harga pasar saham pada periode lalu (P_{t-1}) berarti terjadi keuntungan modal (*capital gain*), sebaliknya terjadi kerugian modal (*capital loss*). Dividen merupakan persentase penerimaan kas periodik terhadap harga pasar investasi periode tertentu. Dengan demikian bagi perusahaan yang telah *go public*, nilai perusahaan dapat dinilai dari perkembangan harga pasar saham. Harga pasar saham dipengaruhi oleh faktor fundamental yaitu kinerja perusahaan tidak hanya berasal dari aspek keuangan yang dimiliki oleh perusahaan, tetapi juga akan ditentukan oleh prospek perusahaan, teknologi yang digunakan, sistem yang telah dibangun dalam perusahaan tersebut, termasuk kapabilitas dari *human capital* yang dimiliki perusahaan.

Bagaimana dengan perusahaan yang tidak *go public*, nilai perusahaan dapat diukur dengan kesediaan calon pembeli untuk membayar bila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan di sini tidak hanya berasal dari aset yang dimiliki oleh perusahaan dikurangi dengan hutang, tetapi yang harus dihitung termasuk nilai prospek perusahaan, teknologi yang digunakan, sistem yang telah dibangun dalam perusahaan tersebut, termasuk *human capital* yang dimiliki perusahaan. Cara mudah untuk menghitung nilai perusahaan adalah dinilai dari aspek finansial yaitu menghitung besarnya kekayaan bersih yang dimiliki perusahaan yaitu selisih antara total aset yang dimiliki dengan kewajiban kepada kreditur (hutang), jadi kekayaan bersih merupakan hak bagi pemilik. Apabila kekayaan

bersih perusahaan semakin meningkat maka nilai perusahaan yang digunakan sebagai dasar untuk mengukur kemakmuran pemilik perusahaan juga meningkat. Dengan demikian kekayaan bersih dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{Kekayaan bersih} = (A - H)t$$

$$\text{Peningkatan Kekayaan bersih} = \frac{(A - H)t - (A - H)t - 1}{(A - H)t - 1}$$

$$\text{Peningkatan Nilai Perusahaan} = \frac{(A - H)t - (A - H)t - 1}{(A - H)t - 1} + \frac{D}{(A - H)t - 1}$$

Dimana:

- A = Total asset perusahaan pada saat tertentu
- H = Total hutang perusahaan pada saat tertentu
- (A - H)_t = Kekayaan bersih pada akhir periode terakhir
- (A - H)_{t-1} = Kekayaan bersih pada akhir periode sebelumnya
- D = Dividen yang diterima pada periode terakhir

Berdasarkan formulasi diatas dapat dijelaskan bahwa peningkatan nilai perusahaan pada saat tertentu sebagai ukuran kemakmuran pemilik adalah sebagai penjumlahan dari peningkatan kekayaan bersih ditambah dengan dividen yang diterima. Berarti bila kekayaan bersih perusahaan semakin meningkat maka terjadi pula kenaikan nilai perusahaan.

Perusahaan sebagai badan usaha yang tujuannya adalah meningkatkan kemakmuran pemiliknya melalui peningkatan nilai perusahaan, juga harus memiliki kepedulian terhadap lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab sosial dari perusahaan terhadap masyarakat, karena perusahaan

merupakan bagian masyarakat secara keseluruhan. Jika perusahaan mencoba memaksimumkan nilai perusahaan, apakah hal tersebut akan berpengaruh positif atau negatif bagi masyarakat? Menurut Brigham & Houton (2006: 22) menyatakan bahwa secara umum itu adalah hal yang baik, dengan mengesampingkan tindakan ilegal seperti mencoba untuk membentuk monopoli, melanggar aturan keselamatan kerja dan tidak mampu memenuhi persyaratan pengendalian polusi, berbagai tindakan memaksimalkan harga saham adalah juga akan menguntungkan masyarakat. Memaksimalkan harga saham membutuhkan bisnis yang efisien dan berbiaya rendah, yang menghasilkan barang dan jasa yang bernutu tinggi dengan biaya serendah mungkin. Memaksimalkan harga saham membutuhkan pengembangan produk dan layanan yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen, sehingga perolehan laba akan mengarah pada penggunaan teknologi baru, produk baru, dan sistem kerja baru. Memaksimalkan harga saham membutuhkan pelayanan yang efisien, persediaan barang yang memadai, lokasi perusahaan yang tepat. Kesemuanya adalah faktor-faktor yang mendorong penjualan, dan ujungnya adalah peraihan keuntungan yang diinginkan. Oleh karena itu, kebanyakan tindakan perusahaan yang menghasilkan keuntungan perusahaan, secara umum juga akan bermanfaat bagi masyarakat.

Aspek penting lain dari tujuan perusahaan dan tujuan manajemen keuangan adalah pertimbangan terhadap tanggungjawab sosial yang dapat dilihat dari empat segi yaitu: (1) Jika manajemen keuangan menuju pada maksimalisasi harga saham, maka diperlukan manajemen yang baik dan efisien sesuai dengan permintaan konsumen.

Perusahaan yang berhasil selalu menempatkan efisiensi dan inovasi sebagai prioritas, sehingga menghasilkan produk baru, penemuan teknologi baru dan perluasan lapangan pekerjaan. (3) Faktor-faktor luar seperti pencemaran lingkungan, jaminan keamanan produk dan keselamatan kerja menjadi lebih penting untuk dipertimbangkan. Efektifitas di semua tingkat kegiatan bisnis dan perubahan-perubahan yang terjadi pada kondisi pasar keuangan merupakan aspek penting dari lingkungan luar. (4) Kerjasama antara industri dan pemerintah sangat diperlukan untuk menciptakan peraturan yang mengatur perilaku perusahaan, dan sebaliknya perusahaan mematuhi peraturan tersebut.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, dan khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. CSR berhubungan erat dengan "pembangunan berkelanjutan", dimana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus meniadakan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuntungan, misalnya keuntungan atau deviden melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang.

Tujuan Organisasi Koperasi Vs Tujuan Perusahaan lainnya

Keberhasilan organisasi koperasi, harus disesuaikan dengan tujuan koperasi seperti yang tercantum dalam UU No. 25 Tahun 1992, tentang Perkoperasian, Pasal 3, salah

satu tujuan koperasi adalah memajukan kesejahteraan anggotanya. Kata kesejahteraan mengandung arti luas, bersifat relatif, dan lebih mencerminkan makna makro. Sedangkan yang diperlukan adalah operasionalisasi tujuan makro tersebut ke dalam tujuan mikro koperasi. Sejalan dengan pengertian bahwa koperasi adalah badan usaha atau perusahaan, maka pengertian kesejahteraan yang menjadi tujuan koperasi lebih menjurus kepada pengertian ekonomi, dalam pendekatan manajemen keuangan pengertian ekonomi adalah sebagai segala sesuatu yang diperoleh oleh anggota yang dapat diukur dengan satuan moneter. Ramadi Arifin (2002) menyatakan bahwa dalam batasan ekonomi, kesejahteraan seseorang/masyarakat dapat diukur dan pendapatan yang diperolehnya, dengan demikian tujuan koperasi untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dapat dioperasionalkan menjadi meningkatkan pendapatan anggota. Pendapatan yang diterima oleh seorang anggota koperasi dapat berupa pendapatan nominal (uang) dan pendapatan riil dalam bentuk barang atau jasa yang mampu dibeli oleh anggota. Sebagai contoh dalam koperasi produsen, yang berarti anggota sebagai produsen produk tertentu, yang menjalankan usaha/bisnisnya membutuhkan pelayanan dari koperasi dalam bentuk penyediaan input produksi, penyediaan kredit, dan atau pemasaran output yang dihasilkan. Misalkan tujuan koperasi produsen adalah memajukan bisnis anggotanya dengan meningkatkan laba yang akan diperoleh, dengan kata lain meningkatkan pendapatan nominal anggotanya, yang disebut sebagai promosi ekonomi anggota. Promosi ekonomi anggota dapat diperoleh bila anggota memanfaatkan pelayanan koperasinya atau anggota berperan sebagai pengguna jasa.

Sebagai pemilik, anggota biasanya juga berharap untuk memperoleh nilai tambah ekonomi bila perusahaan koperasinya dapat beroperasi secara efisien, dari transaksi dengan anggotanya koperasi diharapkan dapat menghasilkan sisa partisipasi anggota yaitu kelebihan partisipasi bruto anggota setelah dikurangi dengan beban pokok pelayanan, beban usaha dan beban perkoperasian. Disisi lain bila koperasi masih memiliki kelebihan kapasitas, koperasi dapat memanfaatkannya untuk bertransaksi dengan non anggota, dari transaksi dengan non anggota tersebut diharapkan koperasi dapat menghasilkan laba. Dengan demikian perhitungan hasil usaha dapat dilakukan dengan menjumlahkan sisa partisipasi anggota dan laba yang diperoleh dari transaksi dengan non anggota, atau $SHU = \text{sisa partisipasi anggota} + \text{laba}$.

Dengan pendekatan ini tujuan koperasi untuk memajukan kesejahteraan anggota, dimana anggota berfungsi sebagai pemilik dan pengguna jasa dapat diilustrasikan pada gambar sebagai berikut:

orientasi pada pemberian pelayanan kepada anggota (*customer oriented Firm*), karena itu agar anggota selalu termotivasi untuk memanfaatkan pelayanan koperasi maka koperasi membentuk layanan yang diberikan hendaknya memberikan manfaat ekonomi yang optimal. Hal ini sejalan dengan pendapat Boediono (Ramudi Ariffin, 2001), yang menyatakan bahwa apabila sekelompok produsen kecil dan menengah melakukan kerjasama melalui koperasi maka manfaat dapat diperoleh manfaat kolektif dalam:

1. Harga jual produk yang lebih tinggi, dalam hal ini merupakan hal yang paling penting dari adanya kerjasama antar usaha kecil dan menengah. Kenaikan harga jual dapat diperoleh produsen karena koperasi bertindak sebagai *front* di pasar. Tindakan bersama akan meningkatkan kekuatan di pasar sehingga masing-masing produsen dapat bermain di pasar secara lebih baik.

2. *Members' economies of scale* yaitu bertindak secara bersama-sama dapat menghemat biaya tertentu atau meningkatkan efisiensi dari suatu proses kerja tertentu.

3. Memperoleh *external economies* yaitu meningkatnya produktivitas karena produsen mendekati kepada informasi pasar dan teknologi yang berkembang.

4. Memperoleh manfaat-manfaat non-ekonomi karena adanya penyatuan individu ke dalam kelompok.

5. Berkoperasi berarti menyelenggarakan kegiatan ekonomi kolektif (*joint actions*) antara lain untuk meningkatkan efisiensi. Peluang untuk meningkatkan efisiensi melalui koperasi dapat diciptakan secara bersama-sama untuk membangun skala ekonomi, penetapan strategi bisnis, manajemen manajemen, keuangan dan posisi tawar.

Melakukan bisnis secara bersama-sama dapat menghemat biaya tertentu atau meningkatkan efisiensi dari suatu proses kerja tertentu, sehingga secara organisasi, koperasi juga diharapkan dapat menghasilkan surplus yang dapat dikembalikan kepada anggotanya, sebagai pembagian SHU.

Bagaimana dengan badan usaha lainnya? Perhatikan ilustrasi dalam gambar di halaman berikut, yang menggambarkan tujuan badan usaha lain yaitu dalam upaya untuk meningkatkan kemakmuran pemiliknya dilakukan melalui peningkatan nilai perusahaan dan pembagian dividen dari laba yang diperoleh.



Gambar: Ilustrasi Tujuan Ekonomi dan Sosial Badan Usaha Non Koperasi

Dari gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa badan usaha non koperasi dalam meningkatkan kemakmuran pemilikinya dilakukan dengan peningkatan nilai perusahaan dan pembagian dividen dari laba yang diperoleh perusahaannya. Bagi perusahaan pada umumnya, peningkatan nilai perusahaan menjadi lebih penting bagi para pemilik dibandingkan hanya sekedar memperoleh laba dengan berbagai alasan seperti yang telah dikemukakan sebelumnya. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan semakin naiknya harga pasar saham perusahaan bagi perusahaan yang *go public*, atau prediksi nilai yang harus dibayar oleh calon investor bila perusahaan dijual, atau menggunakan pendekatan sederhana bahwa nilai perusahaan digambarkan sebesar kekayaan bersih yang dimiliki oleh perusahaan, kekayaan bersih merupakan selisih antara keseluruhan asset dikurangi dengan hutang yang dimiliki, semakin meningkat kekayaan bersih koperasi maka semakin meningkat pula nilai perusahaan tersebut.

Dari dua gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa organisasi koperasi didirikan pada dasarnya memiliki tujuan yang sama dengan didirikannya badan usaha lain (non koperasi) yaitu secara ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan/kemakmuran pemilikinya. Letak perbedaan dimulai dari pemahaman peran anggota dalam koperasi yaitu sebagai pemilik dan pengguna jasa (*dual identity principle*) yang sekaligus melekat pada diri seorang anggota koperasi. Pada badan usaha lain, pemegang saham (penyetor modal) hanya berperan sebagai pemilik tidak harus memiliki peran sebagai pengguna dari produk/jasa yang dihasilkan oleh perusahaannya, seandainya memanfaatkan perannya sebagai konsumen, perannya sama

dengan konsumen lainnya. Dimana letak perbedaanya? Perbedaannya terletak pada bagaimana organisasi koperasi dan badan usaha lainnya merealisasikan peningkatan kesejahteraan ekonomi bagi para pemiliknya. Perhatikan tabel berikut:

Tabel: Perbedaan Realisasi Tujuan Organisasi Koperasi Dengan Badan Usaha Lainnya

No	Tujuan, Peran Anggota atau Pemegang Saham	Perbedaan Tujuan		Keterangan
		Organisasi Koperasi	Badan usaha lain	
A	Tujuan Ekonomi	Memajukan kesejahteraan anggotanya	Meningkatkan kemakmuran pemiliknya	Sama
1	Sebagai Pemilik	Memperoleh Pembagian Sisa Hasil Usaha (SHU)	Memperoleh pembagian dividen	Sama, dengan catatan
		-	Meningkatnya nilai perusahaan	Berbeda
2	Sebagai Pengguna Jasa	Memperoleh manfaat ekonomi berupa selisih harga atau bunga yang menguntungkan	-	Berbeda
B	Tujuan Sosial	Meningkatkan perekonomian anggota dan non anggota sebagai anggota masyarakat, pembangunan lingkungan	Meningkatkan perekonomian masyarakat dan pembangunan lingkungan	Sama

Mengacu pada tabel diatas, dapat dijelaskan beberapa hal berkaitan dengan tujuan organisasi koperasi dan badan usaha lainnya:

1. Tujuan ekonomi organisasi koperasi dan badan usaha lainnya adalah sama, yaitu memajukan kesejahteraan/ kemakmuran anggota atau pemiliknya.
2. Bagi organisasi koperasi, untuk mewujudkan tujuan tersebut dilakukan dengan pendekatan yang berbeda, pada organisasi koperasi anggota berperan sebagai pemilik dan pengguna jasa, sebagai pemilik anggota berkewajiban untuk memberikan kontribusi modal, pengawasan dan pengambilan keputusan pada koperasinya, konsekuensi dari partisipasi tersebut anggota akan memperoleh pengembalian (*return*) sebagai konsekuensi dari investasinya, berupa sisa hasil usaha (SHU) walaupun jumlahnya tidak sepadan dengan *opportunity cost* modal yang disetorkan pada koperasinya. Sebagai pengguna jasa, anggota akan memperoleh manfaat ekonomi berupa selisih harga yang menguntungkan bila anggota memanfaatkan pelayanan koperasi, besaran dari manfaat ekonomi jumlahnya sangat tergantung pada volume transaksi anggota dengan koperasinya, sebagai bentuk penggunaan jasa koperasi. Dengan demikian, peningkatan kesejahteraan ekonomi anggota sebagian besar akan diperoleh dari manfaat ekonomi yang berasal dari selisih harga ditambah SHU bagian anggota.
3. Bagi perusahaan non koperasi, peningkatan kemakmuran pemiliknya diperoleh dari peran pemegang saham sebagai pemilik. Sebagai pemilik, pemegang saham mengharapkan akan memperoleh pengembalian dari pembagian dividen yang jumlahnya relatif terbatas dan peningkatan nilai perusahaan yang diperoleh dengan semakin meningkatnya harga pasar saham yang di-

terbitkan, atau prediksi nilai yang harus dibayar oleh calon investor bila perusahaan dijual, atau semakin meningkatnya kekayaan bersih perusahaan.

4. Perbedaan peningkatan kesejahteraan/kemakmuran anggota koperasi dengan pemilik perusahaan terletak pada

a. Manfaat ekonomi dari selisih harga hanya diperoleh oleh anggota koperasi, khususnya bila anggota memanfaatkan jasa pelayanan koperasi, berarti anggota berperan sebagai pengguna jasa, hal ini tidak terdapat pada perusahaan non koperasi karena pemegang saham hanya berperan sebagai pemilik saja. Inilah keunggulan koperasi dibandingkan dengan organisasi non koperasi.

b. Peningkatan nilai perusahaan, sementara ini tidak dikenal/belum familier pada organisasi koperasi, baik yang diperoleh dari meningkatnya harga pasar saham yang diterbitkan, atau prediksi nilai yang harus dibayar oleh calon investor bila perusahaan dijual, atau semakin meningkatnya kekayaan bersih perusahaan, maka pertanyaan yang harus dijawab adalah adakah peningkatan nilai organisasi koperasi yang selama ini telah eksis sebagai alternatif lembaga ekonomi yang menjadi pilihan masyarakat Indonesia, seandainya ada, pendekatan mana yang harus digunakan, dan siapa pemilik dari peningkatan nilai organisasi koperasi tersebut?

5. Pengakuan Terhadap Nilai Organisasi Koperasi

Berdasarkan pada uraian tersebut diatas, nilai organisasi koperasi harus mulai dipertimbangkan sebagai salah satu

alternatif untuk memberikan nilai lebih bagi anggota dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggota. Peningkatan nilai organisasi koperasi selama ini belum dipertimbangkan sebagai salah satu tujuan dari organisasi koperasi, padahal, disadari atau tidak nilai tersebut pasti terjadi pada setiap organisasi, misalnya dari semakin tingginya nilai asset yang dimiliki oleh perusahaan yang dikarenakan oleh terjadinya inflasi, SHU yang tidak dibagikan yang berakumulasi menjadi cadangan dalam koperasi, usaha koperasi yang sangat prospektif, *human capital capability* dari koperasi yang semakin meningkat, sistem yang telah terbangun selama ini dan lain-lain.

Koperasi tidak/belum dapat melakukan penempatan saham pada masyarakat (*go public*), maka tentu saja nilai organisasi koperasi tidak dapat dinilai dengan harga pasar sahamnya. Menggunakan pendekatan prediksi nilai yang harus dibayar oleh calon investor bila koperasi dijual, juga akan menyulitkan koperasi, karena prinsip koperasi yang pertama menyatakan bahwa anggota dapat keluar kapan saja anggota menghendaki. Pendekatan yang memungkinkan untuk digunakan adalah pendekatan peningkatan kekayaan bersih. Komponen kekayaan bersih meliputi modal setoran anggota baik berupa simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan lain yang setara dengan simpanan wajib, hibah yang diterima koperasi, dan cadangan yang dibentuk dari SHU yang tidak dibagi. Simpanan yang menunjukkan kepemilikan adalah merupakan haknya masing-masing anggota, Hibah diterima semata karena keberadaan koperasi, sehingga besarnya kenaikan kekayaan bersih dapat dinilai sebesar cadangan

yang dibentuk dari SHU yang tidak dibagi, yang dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$\begin{array}{l} \text{Peningkatan} \\ \text{Nilai Organisasi} \\ \text{Koperasi} \end{array} = \text{Kekayaan bersih} - (\text{simpanan pokok} + \text{simpanan wajib} + \text{simpanan lain yang setara dengan simpanan wajib} + \text{hibah yang diterima koperasi})$$

Jika:

$$\begin{array}{l} \text{Cadangan dari} \\ \text{SHU yang tidak} \\ \text{dibagi} \end{array} = \text{Kekayaan bersih} - (\text{simpanan pokok} + \text{simpanan wajib} + \text{simpanan lain yang setara dengan simpanan wajib} + \text{hibah yang diterima koperasi})$$

Atau:

$$\begin{array}{l} \text{Peningkatan} \\ \text{Nilai Organisasi} \\ \text{Koperasi} \end{array} = \text{Cadangan dari SHU yang tidak dibagi}$$

Peningkatan nilai organisasi koperasi hanya dinilai sebesar cadangan yang berasal dari SHU yang tidak dibagi karena berkaitan dengan hak/klaim anggota pada saat keluar dari keanggotaan koperasi. Kita ketahui bersama bahwa sewaktu-waktu anggota dapat keluar dari keanggotanya, maka anggota sebaiknya diberikan pengembalian lebih dari simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan lain yang setara dengan simpanan wajib. Kondisi ini menunjukkan bahwa selama ini anggota koperasi tidak memperoleh nilai tambah dari modal yang disetor bila yang bersangkutan keluar dari keanggotaan koperasi. Peningkatan nilai organisasi koperasi yang dinilai dari cadangan yang dibentuk dari SHU yang tidak dibagi, sebenarnya sebagai

bagian SHU milik anggota. Atas dasar uraian tersebut maka sebaiknya cadangan dibagikan kepada anggota pada saat keluar dari keanggotaan koperasi. Hal ini sesuai Standar Akuntansi Keuangan (SAK) No 27, paragraf 55, 56 dan 57: Paragraf 55, menyatakan bahwa:

Pembentukan cadangan dapat ditujukan antara lain untuk pengembangan usaha koperasi, menutup risiko kerugian, dan pembagian kepada anggota yang keluar dari keanggotaan koperasi. Cadangan yang dibentuk dari sisa hasil usaha dicatat dalam akun Cadangan. Tujuan penggunaan cadangan tersebut harus dijelaskan dalam catatan atas laporan keuangan.

Sedangkan paragraf 56 menyatakan bahwa:

Pembayaran tambahan kepada anggota yang keluar dari keanggotaan koperasi di atas jumlah simpanan pokok, simpanan wajib dan simpanan lain-lain dibebankan pada cadangan. Hal ini juga didukung dengan pernyataan berikutnya pada paragraf 57 yang menyatakan bahwa:

Cadangan yang dibentuk dari sisa hasil usaha yang diperoleh setiap tahun buku yang dimaksudkan untuk pemupukan modal untuk pengembangan usaha dan untuk menutup risiko kerugian merupakan bagian dari ekuitas. Sebagai bagian dari ekuitas, cadangan berpengaruh terhadap total nilai kekayaan bersih koperasi yang mencerminkan nilai pemilikan anggota dalam koperasi. Oleh karena itu anggota yang keluar dalam tahun berjalan, selain menerima pengembalian simpanan pokok, simpanan wajib, dan simpanan lain

sebesar nilai nominalnya, koperasi dapat menetapkan pembayaran tambahan dalam jumlah yang proporsional dengan nilai kekayaan bersih koperasi atau jumlah tertentu yang ditetapkan rapat anggota. Pembayaran tambahan tersebut dibebankan pada cadangan koperasi.

Kesimpulan

Dari uraian tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Pada dasarnya tujuan organisasi koperasi dengan hadan usaha lain adalah sama, yaitu untuk memajukan/meningkatkan kesejahteraan/kemakmuran ekonomi anggota atau pemilik perusahaan.
- 2) Bagi organisasi koperasi, untuk mewujudkan tujuan memajukan/meningkatkan kesejahteraan/kemakmuran ekonomi anggota sementara ini hanya diperoleh dari sisa hasil usaha (SHU) yang dibagi yang jumlahnya tidak sepadan dengan *opportunity cost* dari modal yang disetorkan pada koperasinya, ditambah perolehan manfaat ekonomi berupa selisih harga yang menguntungkan bila anggota memanfaatkan pelayanan koperasi, besaran dari manfaat ekonomi jumlahnya sangat tergantung pada volume transaksi anggota dengan koperasinya,
- 3) Bagi perusahaan non koperasi, peningkatan kemakmuran pemiliknya diperoleh dari peran pemegang saham sebagai pemilik. Sebagai pemilik, pemegang saham mengharapkan akan memperoleh pengembalian dari pembagian dividen dan nilai perusahaan.
- 4) Perbedaan tujuan peningkatan kesejahteraan/kemakmuran anggota koperasi dengan pemilik perusahaan terletak pada:

- a. Manfaat ekonomi dari selisih harga hanya diperoleh oleh anggota koperasi, khususnya bila anggota memanfaatkan jasa pelayanan koperasi, inilah keunggulan koperasi dibandingkan dengan badan usaha non koperasi.
 - b. Peningkatan nilai perusahaan, sementara ini tidak/ belum diimplementasikan pada organisasi koperasi, baik yang diperoleh dari semakin meningkatnya harga pasar saham yang diterbitkan, atau prediksi nilai yang harus dibayar oleh calon investor bila dijual, atau semakin meningkatnya kekayaan bersih perusahaan.
- 5) Keunggulan koperasi akan semakin menarik bagi anggota dan calon anggota, bahwa koperasi dapat memberikan nilai lebih bagi pemiliknya melebihi badan usaha lain, tidak hanya manfaat ekonomi, SHU bagian anggota, tetapi juga peningkatan nilai organisasi koperasinya yang akan dikembalikan pada saat anggota menyatakan diri keluar dari keanggotaan pada koperasinya.

Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan diatas maka rekomendasi yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Nilai organisasi koperasi seperti halnya nilai perusahaan, harus dijadikan sebagai bagian dari tujuan organisasi koperasi, terutama untuk meningkatkan daya tarik koperasi dimata anggota atau calon anggota, bahwa koperasi dapat memberikan nilai lebih bagi pemiliknya melebihi badan usaha lain, tidak hanya

manfaat ekonomi, SHU bagian anggota, tetapi juga peningkatan nilai organisasi koperasinya.

2. Memanfaatkan keunggulan koperasi tersebut sebagai promosi kepada anggota dan calon anggota agar mereka lebih termotivasi dalam melaksanakan peran partisipasinya baik sebagai pemilik maupun sebagai pengguna jasa, bagi calon anggota akan tertarik untuk menjadi anggota tetap pada koperasinya.
3. Bila peningkatan nilai organisasi koperasi diimplementasikan sebagai salah satu bagian dari tujuan didirikan koperasi, akan mendorong anggota untuk lebih memperhatikan perkembangan organisasi koperasinya, misalnya melalui pengawasan yang semakin intensif, semakin aktif terlibat dalam pengambilan keputusan.
4. Implementasi Standar Akuntansi Keuangan (SAK) No.27, tentang Akuntansi Perkoperasian perlu lebih diintensifkan, baik bagi pelaku perkoperasian, pembina maupun auditor.
5. Pemerintah perlu membuat peraturan yang mengatur tentang tata cara penentuan nilai organisasi koperasi dan tata cara pembagian cadangan bagi anggota yang keluar.

Daftar Pustaka

- Agus Sartono, 2001. *Manajemen Keuangan*, Edisi 3. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Brigham E F, Gapenski L, Daves P., 1999. *Intermediate Financial Management*, Sixth Edition, , The Dryden Press-Tokyo.
- Brigham E F, & Houston, 2001. *Manajemen Keuangan*, Edisi 8, Erlangga, Jakarta.
- Dulfer E, 1994. *Managerial of Economics of Cooperative*, International Handbook of Cooperative Organization p. 587-592.
- Hanel Alfred, 1985. *Basic Aspects of Cooperative Organization, Policies for Their Promotion in Developing Countries*, Fakultas Ekonomi, Unpad.
- Herman Soewardi, 1986, *Filsufat Koperasi atau Cooperativism*, UPT Penerbitan Ikopin.
- Ibnoe Soedjono, 1997. *Koperasi dan Pembangunan Nasional*, PIP-DEKOFIN, Jakarta.
- ICA, 2001. *Jatidiri Koperasi (Prinsip-prinsip Koperasi untuk Abad ke-21)*, LSP2I, Jakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), 1999. *Standar Akuntansi Keuangan Pedoman PSAK No.27*, Penerbit Salemba Empat.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2001. *Undang-undang Republik Indonesia No.25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian*.
- Noer Scetrisno, 2003. Koperasi Mewujudkan Kebersamaan dan Kesejahteraan: Menjawab Tantangan Global dan Regionalisme Baru, *Jurnal Ekonomi Rakyat*, Th. II-No. 5.
- Ramudi Ariffin, 2001. *Pengaruh Skala Ekonomi dan Biaya Organisasi terhadap Dampak Koperasi*, Disertasi UNPAD, Bandung.

___, 2002. *Manfaat Harga Koperasi, Landasan Teoritis Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah*, Laboratorium Manajemen Koperasi, IKOPIN, Bandung.

___, 2004. *Ekonomi Koperasi*, Ikopin, Bandung.

Tim Ikopin, 1999. *Pedoman Umum Implementasi Pedoman Standar Akuntansi Keuangan No 27*, LPPM Ikopin.

Yuyun Wirasasmita, 1991. *Penemuan Kembali dan Revitalisasi Kaidah-kaidah Koperasi dan Usaha Mencapai Keunggulan Kompetitif*, Pada Seminar Sehari Satu Abad Bung Hatta, UNPAD Bandung.