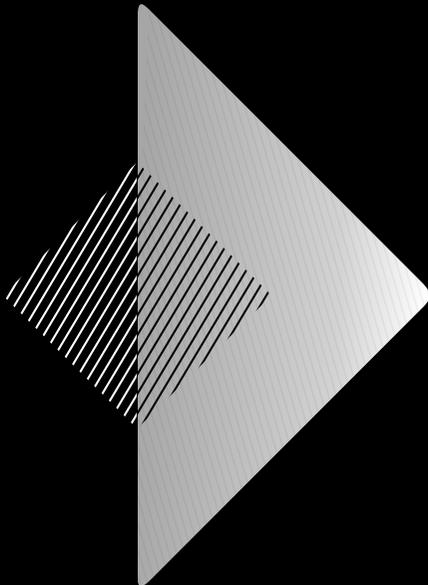




Book Chapter

Koperasi

**Filsafat, Hukum, Strategi,
Dan Kinerja**



Institut Manajemen Koperasi Indonesia

Problematika Pengukuran Keberhasilan Koperasi: Perspektif Koperasi Sebagai Perusahaan Dan Gerakan Ekonomi

Nurhayat Indra dan Lely Savitri Dewi

Pendahuluan

Penelitian mengenai keberhasilan atau kinerja koperasi dengan rumusan masalah seperti sejauh mana manfaat ekonomi langsung yang diterima anggota, bagaimana efektivitas dan efisiensi pemanfaatan modal dan aset koperasi sebagai perusahaan sering memunculkan permasalahan bagi beberapa peneliti. Beberapa kesulitan biasanya untuk menerapkan konsep atau formula-formula pengukuran tersebut dalam mencari dan menggunakan data yang dapat diandalkan dan valid sesuai dengan kepentingan analisis. Kesulitan-kesulitan tersebut dapat dipetakan sebagai berikut:

- 1) Pengukuran manfaat ekonomi langsung yang diterima anggota koperasi. Sebagai contoh, manfaat ekonomi langsung (manfaat harga) yang diterima anggota koperasi konsumen dalam melakukan transaksi pembelian anggota di koperasi diukur dengan membandingkan harga beli barang anggota di koperasi dengan harga beli barang yang sama jika anggota membeli kepada pesaing koperasi. Kesulitan muncul biasanya menggunakan harga barang kapan (*Spot price*, atau harga rata-rata per periode), siapa pesaing yang dimaksud, di mana, dan bagaimana kedudukannya dalam mata rantai distribusi, dan bagaimana jika barang yang ditransaksikan oleh koperasi jumlahnya banyak bisa puluhan bahkan ratusan jenisnya.
- 2) Pengukuran salah satu rasio efisiensi seperti *profit margin*, secara konsep profit margin dapat diukur dengan membagi SHU dengan total penjualan koperasi dalam satu periode dikalikan dengan 100 persen. Formula ini hanya cocok untuk perusahaan *manufacture* (yang melakukan proses pengolahan atau terdapat transformasi produk dari bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi) dan perdagangan yang melakukan kegiatan produksi dan penjualan barang, sementara di koperasi banyak melakukan kegiatan usaha campuran seperti dagang, simpan pinjam, dan jasa, dengan laporan keuangan perhitungan hasil usaha yang disatukan (tidak dipisahkan tiap unit usahanya). Pada usaha simpan pinjam dan jasa tidak dikenal dengan adanya penjualan, yang ada adalah pendapatan. Unit simpan pinjam di koperasi serba usaha, koperasi konsumen, koperasi karyawan seringkali memiliki proporsi yang dominan dibandingkan dengan unit dagang/niaganya. Beberapa peneliti seringkali tidak dapat membedakan antara konsep penjualan dan pendapatan, sehingga analisis untuk perhitungan profit margin menjadi bias, tidak valid jika dibandingkan dengan standar industri yang menjadi acuan analisis, dan dapat menyebabkan penarikan simpulan yang salah.
- 3) Pengukuran dan analisis rasio-rasio efektivitas penggunaan modal kerja seperti perputaran kas, perputaran persediaan, dan perputaran piutang. Formula yang ada di dalam buku-buku teks yang banyak dirujuk oleh beberapa peneliti untuk mengukur rasio-rasio tersebut biasanya untuk contoh-contoh kasus pada perusahaan manufaktur dan dagang. Ketika hal tersebut diterapkan di koperasi dengan kegiatan usaha

campuran dengan tidak ada laporan keuangan tiap unit usahanya, maka simpulan analisis terhadap rasio-rasio efektivitas penggunaan modal kerja tersebut menjadi bias.

- 4) Penggunaan standar industri sebagai acuan analisis kinerja efektivitas dan efisiensi penggunaan modal atau aset koperasi juga masih belum konsisten. Terutama standar yang dirumuskan dalam peraturan-peraturan menteri koperasi seperti untuk pemeringkatan koperasi atau penilaian koperasi berprestasi sepertinya hanya sesuai untuk koperasi yang menyelenggarakan kegiatan manufaktur dan perdagangan, namun tidak sesuai untuk koperasi yang menjalankan kegiatan usaha campuran dengan laporan keuangan konsolidasi tanpa laporan keuangan tiap unit usaha. Kecuali acuan untuk penilaian kesehatan koperasi simpan pinjam dan unit simpan pinjam koperasi yang sudah relatif ajeg untuk menjadi standar acuan analisis dan penilaian.

Permasalahan-permasalahan tersebut biasanya muncul pada saat para peneliti mengajukan usulan penelitian dan hasil penelitian; karena sering terjadi perdebatan terkait hasil analisis dan simpulan terhadap manfaat ekonomi langsung, efektivitas, dan efisiensi penggunaan modal atau aset koperasi. Selain itu terjadi perdebatan mengenai tujuan koperasi antara mengejar efisiensi yang tinggi di tingkat perusahaan koperasi atau memberikan manfaat ekonomi langsung yang tinggi bagi anggota, yang secara konsep mudah dirumuskan tetapi pengukuran di lapangan yang rumit dan membutuhkan pendekatan dan ketelitian tersendiri.

Tulisan ini ditujukan untuk memperjelas baik dari sisi konsep pengukuran keberhasilan koperasi sebagai perusahaan dan gerakan ekonomi rakyat maupun dari sisi implementasinya disesuaikan dengan karakteristik koperasi yang unik dengan variasi usaha campuran yang tinggi. Landasan konsep diperjelas dengan menggunakan konsep *opportunity cost* sebagai acuan untuk menganalisis efektivitas dan efisiensi penggunaan sumber daya ekonomi milik individu maupun milik entitas bisnis.

***Opportunity Cost* dan Efisiensi Penggunaan Sumberdaya Ekonomi**

Dalam ilmu Ekonomi, *opportunity cost* adalah acuan atau standar penting untuk membimbing para pemilik sumber daya ekonomi untuk memilih berbagai alternatif penggunaannya secara efektif dan efisien (Samuelson dan William Nordhous, 200). Sumberdaya ekonomi adalah semua sumber daya yang masuk sebagai barang ekonomi yang memiliki nilai dan membutuhkan pengorbanan untuk memperolehnya seperti tanah, tenaga kerja, modal, barang-barang modal, bahan baku dan sebagainya. Sedangkan *opportunity cost* dapat didefinisikan sebagai manfaat yang hilang atau dilepas oleh pemilik sumber daya apa bila sumber daya tersebut ingin dimanfaatkan untuk alternatif lain.

Sebagai contoh, jika koperasi memiliki uang kas sebesar Rp100 juta. Bagi koperasi uang sebesar itu jika didepositokan di bank akan memperoleh bunga sebesar 5 persen per tahun atau dapat menghasilkan Rp5 juta per tahun. Tingkat bunga pasar deposito sebesar 5 persen per tahun tersebut adalah acuan *opportunity cost* penggunaan sumber daya uang. Jadi apabila koperasi ingin menggunakan uang kas Rp100 juta tersebut untuk usaha dagang misalnya, maka tingkat pengembalian dari usaha dagang (biasanya diukur dengan *return on investment/ROI*) dikatakan efisien apabila lebih besar dari 5 persen. Jika tingkat pengembaliannya lebih kecil dari 5 persen per tahun maka sumber daya milik koperasi tersebut telah digunakan tidak efisien atau terjadi pemborosan. Begitupun terhadap sumber

daya lainnya yang dimiliki koperasi yang secara total nilainya dalam satu periode tercantum dalam nilai total aset koperasi.

Hal yang sama juga berlaku bagi masyarakat pemilik sumber daya ekonomi calon anggota koperasi. Calon anggota koperasi akan menggunakan konsep *opportunity cost* ini untuk mengambil keputusan apakah bergabung menjadi anggota koperasi, ataukah tidak menjadi anggota koperasi dan memilih lembaga lainnya (CV, Firma, PT) untuk mencukupi kebutuhannya.

Proposisi ini pernah disampaikan oleh Hanel (1992), dan Ropke (1995) agar masyarakat menjadi anggota koperasi atau anggota koperasi tidak keluar dari koperasi, maka insentif (manfaat) yang diberikan koperasi harus lebih besar atau paling tidak sama dengan yang diberikan oleh lembaga lain bukan koperasi. Proses masyarakat dalam pemilihan alternatif tersebut, selanjutnya diperjelas oleh Ropke melalui tiga test atau uji yaitu: *market test*, *cooperative test*, dan *participation test*.

Market test atau uji pasar ini akan dilakukan masyarakat ketika ingin menggunakan sumber daya ekonominya, apakah sumber daya tersebut untuk memenuhi kebutuhannya lebih efisien diserahkan kepada pasar ataukan memenuhi seluruh kebutuhannya dilakukan sendiri (tanpa spesialisasi). Uji pasar akan positif manakala pasar (dengan spesialisasi) lebih efisien dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Uji koperasi, dapat dilanjutkan oleh masyarakat yang telah memilih pasar, apakah pemenuhan kebutuhannya lebih efisien melalui koperasi (menjadi anggota) atau melalui perusahaan lainnya non koperasi (tidak menjadi anggota). Uji koperasi akan positif apabila koperasi memberikan manfaat yang lebih besar dari non koperasi. Dan sebagai penentunya adalah uji partisipasi, apakah manfaat atau insentif ekonomi itu dinikmati oleh anggota atau tidak. Uji partisipatif akan positif jika para anggota koperasi memperoleh manfaat ekonomi yang nyata (manfaat ekonomi langsung dan manfaat ekonomi tidak langsung/SHU bagian anggota). Dengan uji partisipasi inilah menurut penulis yang perlu dijadikan landasan untuk menilai efektivitas dan efisiensi koperasi sebagai perusahaan yang tidak dapat dipisahkan dari keunikannya, dengan meminjam definisi dari Ropke bahwa koperasi adalah perusahaan yang dimiliki anggota dan anggota sendiri sebagai penggunanya (identitas ganda anggota).

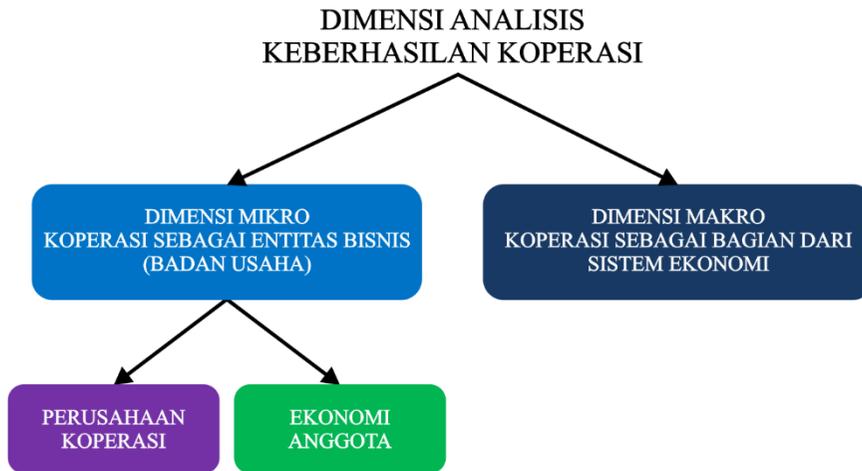
Koperasi Sebagai Badan Usaha dan Gerakan Ekonomi

Penegasan koperasi Indonesia sebagai badan usaha dan gerakan ekonomi rakyat sebenarnya tertuang dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 Tentang Perkoperasian yang definisi utuhnya adalah sebagai berikut:

“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang dan badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan”.

Definisi ini dapat dijadikan landasan untuk mengukur keberhasilan koperasi baik ditinjau dari koperasi sebagai badan usaha (perusahaan) maupun gerakan ekonomi rakyat sesuai dengan jatidiri koperasi. Dengan definisi ini jika ada peneliti yang ingin menganalisis dan mengukur keberhasilan koperasi, maka diperlukan kerangka analisis pengukuran dan standar acuan yang dipergunakan agar dapat menjawab sejauh mana koperasi efektif dan efisien menggunakan sumber daya ekonomi mencapai tujuannya. Berdasarkan pengetahuan dan pengalaman penulis, berikut adalah sekema atau ihtisar

pengukuran keberhasilan koperasi ditinjau dari koperasi sebagai badan usaha dan gerakan ekonomi rakyat.



Gambar 1. Dimensi Analisis Keberhasilan Koperasi

Lebih lanjut, indikator analisis keberhasilan koperasi sebagai gerakan ekonomi rakyat, dapat juga dimaknai dari dimensi makro koperasi sebagai bagian dari sistem ekonomi di suatu wilayah (nasional maupun regional), maka indikator analisis secara rinci dapat dikembangkan sebagai berikut.

- a) Pertumbuhan Jumlah Koperasi pada periode tertentu
- b) Pertumbuhan Jumlah Masyarakat Yang Menjadi Anggota Koperasi pada periode tertentu
- c) Pertumbuhan Jumlah Masyarakat (Non Anggota Yang Dilayani Koperasi) pada periode tertentu
- d) *Share* atau sumbangan volume bisnis Koperasi Terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) dalam periode analisis
- e) *Share* atau sumbangan koperasi terhadap penyerapan tenaga Kerja pada periode tertentu
- f) Nilai dan pertumbuhan *CSR (Cooperative Social Responsibility)* bagi daerah kerja koperasi

Untuk dapat mengukur indikator-indikator koperasi dari dimensi makro tersebut tentunya diperlukan data statistik koperasi yang memadai yang dipublikasikan resmi oleh pemerintah atau Badan Pusat Statistik (BPS) di wilayah penelitian.

Indikator keberhasilan koperasi sebagai badan usaha secara rinci dapat diukur dari dua sisi yaitu perusahaan koperasi dan ekonomi rumah tangga anggota baik sebagai pemilik maupun pengguna koperasi. Berikut adalah indikator pengukuran kinerja perusahaan koperasi:

1. Pertumbuhan aset koperasi (membandingkan dari dua neraca koperasi minimal dua periode)

Book Chapter

2. Pertumbuhan volume bisnis koperasi (dari dua laporan perhitungan hasil usaha/PHU)
3. Pertumbuhan modal sendiri (dari dua neraca)
4. Pertumbuhan SHU (dari dua laporan PHU)
5. Pertumbuhan bisnis koperasi dengan anggotanya (dari neraca pelayanan koperasi)
6. Efisiensi dan efektivitas (dari laporan keuangan koperasi neraca dan PHU)
 - Profitabilitas (*Profit Margin*, *Return on Asset/ROA*, dan *Return on Equity/ ROE*,)
 - Efektivitas (realisasi dibandingkan dengan target, perputaran aset total, perputaran modal kerja)

Adapun indikator analisis keberhasilan koperasi dari sisi ekonomi rumah tangga anggota sebagai pemilik dan pengguna koperasi meliputi:

1. Manfaat ekonomi langsung (MEL) atau manfaat harga yang diterima anggota langsung pada setiap transaksi anggota dengan koperasi seperti transaksi pembelian, penjualan, deposito, serta transaksi pinjaman.
2. Manfaat ekonomi tidak langsung (METL) yang dihitung dari SHU bagian anggota yang diterima anggota pada setiap akhir tahun buku koperasi.
3. Peningkatan produktivitas usaha anggota (khusus untuk koperasi produsen seperti KUD koperasi peternakan, koperasi perikanan, koperasi pengrajin, dan sebagainya)

Rumus-rumus untuk menghitung atau untuk mengukur keberhasilan atau kinerja koperasi dari setiap indikator tersebut tidak dicantumkan karena diasumsikan pembaca sudah memiliki pengetahuan tentang manajemen keuangan, laporan keuangan koperasi serta analisis laporan keuangan koperasi, jika belum, pembaca dapat merujuk pada jurnal atau buku-buku yang menjelaskan tentang itu. Lebih lanjut dijelaskan solusi pendekatan untuk mengurangi bias atau kerancuan dalam pengukuran dan analisis kinerja koperasi dari sisi manfaat ekonomi langsung yang diterima anggota, efektivitas, dan efisiensi koperasi yang memiliki unit usaha campuran dengan laporan keuangan yang menyatu (tidak ada laporan keuangan unit) seperti yang dijelaskan pada bagian pendahuluan.

Mengukur Manfaat Ekonomi Langsung

Mengukur manfaat ekonomi langsung atau manfaat harga koperasi yang diterima oleh anggota koperasi sebagai pelanggan, sebenarnya tidak begitu rumit manakala koperasi memiliki data yang lengkap tentang jumlah transaksi setiap anggota atau agregasi anggota dan harga atau tingkat bunga seluruh barang dan jasa yang diperjualbelikan koperasi kepada anggota dan data harga/tingkat bunga untuk barang dan jasa sejenis di pasar (pesaing koperasi) dari waktu-ke waktu (*time series data*). Data-data ini selanjutnya dapat disusun oleh pihak manajemen koperasi dalam bentuk neraca pelayanan atau rencana promosi ekonomi anggota seperti yang dianjurkan pedoman standard akuntansi keuangan koperasi (PSAK) nomor 27 berikut.

Bentuk Laporan Promosi Ekonomi Anggota (PEA)

KOPERASI PEMBANGUNAN RAKYAT LAPORAN PROMOSI EKONOMI ANGGOTA Untuk Tahun yang Berakhir 31 Desember 20X2 dan 20X3			
		20X2	20X3
PROMOSI EKONOMI SELAMA TAHUN BERJALAN			
A	MANFAAT EKONOMI DARI PEMASARAN PRODUK ANGGOTA (KOPERASI PRODUSEN):		
	▪ Pemasaran produk Anggota atas dasar harga koperasi	Rp xxxxx	Rp xxxxx
	▪ Pemasaran produk Anggota atas dasar harga pasar	(xxxxx)	(xxxxx)
	Jumlah Promosi Ekonomi dari transaksi pemasaran Produk Anggota	Rp xxxxx	Rp xxxxx
B	MANFAAT EKONOMI DARI PENGADAAN BARANG/JASA UNTUK ANGGOTA (KOPERASI PRODUSEN/KOP. KONSUMEN):		
	▪ Pengadaan barang atas dasar harga pasar	Rp xxxxx	Rp xxxxx
	▪ Pengadaan barang atas dasar harga Koperasi	(xxxxx)	(xxxxx)
	Jumlah Promosi Ekonomi dari transaksi Pengadaan Barang/Jasa untuk Anggota	Rp xxxxx	Rp xxxxx
C	MANFAAT EKONOMI DARI SIMPAN PINJAM LEWAT KOPERASI (KOPERASI SIMPAN PINJAM):		
	▪ Penghematan beban pinjaman Anggota	Rp xxxxx	Rp xxxxx
	▪ Penghematan balas jasa simpanan Anggota	Rp xxxxx	Rp xxxxx
	Jumlah Promosi Ekonomi dari Transaksi Simpan Pinjam Anggota	Rp xxxxx	Rp xxxxx
D	PEMBAGIAN SHU TAHUN BERJALAN UNTUK ANGGOTA	Rp xxxxx	Rp xxxxx
	Jumlah Promosi Ekonomi Anggota = A+B+C+D	Rp xxxxx	Rp xxxxx

Gambar 2. Bentuk Laporan Promosi Anggota (PEA)

Jika koperasi memiliki dan membuat laporan promosi ekonomi anggota seperti gambar tersebut, maka para peneliti yang akan mengukur dan menganalisis manfaat ekonomi langsung dari seluruh transaksi anggota koperasi terhadap koperasinya dapat langsung memperolehnya dengan cepat. Persoalannya hampir sebagian besar koperasi tidak memilikinya, karena bagi koperasi menyusun laporan PEA tersebut bukanlah suatu pekerjaan yang mudah perlu waktu dan biaya riset pasar yang terus menerus untuk merekam dan mengamati fluktuasi perubahan harga di pasar. Oleh karena itu dalam tulisan ini, penulis hanya memberikan pendekatan kepada para peneliti tentang MEL agar dapat mengumpulkan data yang diperlukan yang validitasnya tidak dipertanyakan.

- Tentang harga dan tingkat bunga (di koperasi dan di pesaing Koperasi), dalam metode harus sudah dijelaskan apakah menggunakan harga *spot* atau harga rata-rata per periode. Harga spot adalah harga barang atau jasa yang akan diukur MEL nya pada satu titik waktu pengukuran, misalnya pada saat tanggal penelitian dilakukan. Tetapi jika menggunakan harga rata-rata, harus dijelaskan periode harga barang dan jasa tersebut dalam periode waktu tertentu seperti satu bulan, triwulan, semester, atau satu tahun. Contoh harga barang X di koperasi dalam satu bulan berfluktuasi tiga kali misalkan 20, 25, dan 30 per unit. Maka harga rata-rata yang dipakai untuk barang x adalah $20+25+30/3=25$. Begitupun harga barang X di pasar pada periode bulan yang sama terjadi fluktuasi berapa kali, dan dapat dihitung pula harga rata-ratanya. Jika peneliti MEL memperoleh harga rata-rata ini, pasti kualitas data dan validasinya akan lebih baik dibandingkan harga spot.
- Penentuan pesaing koperasi di pasar, yang akan dijadikan pembanding pengukuran MEL sebaiknya pesaing yang berada dalam wilayah kerja koperasi. Jadi apabila kita ingin meneliti MEL transaksi pembelian barang-barang konsumsi dari toko koperasi di KUD Jatinangor, maka toko pesaing koperasi juga harus berada di wilayah

kecamatan Jatinangor, bukan di wilayah mana saja seperti di Garut atau di Bandung. Jika pesaingnya lebih dari satu, peneliti juga dapat menggunakan harga rata-rata barang X yang dijual koperasi dengan yang dijual beberapa pesaingnya tersebut. Hal penting lainnya adalah kedudukan koperasi dan pesaing dalam rantai distribusi harus satu level. Jadi jika toko koperasi yang menjual barang X adalah pengecer, maka toko pesaing koperasi juga harus pengecer, bukan grosir atau agen.

- Penentuan jenis barang. Jenis barang yang diperjualbelikan di toko koperasi seringkali jumlahnya puluhan bahkan ratusan jenis barang. Hal ini juga memberikan kesulitan bagi para peneliti MEL. Idealnya jika ada 100 jenis barang yang dijual koperasi kepada anggotanya, maka MEL juga dihitung untuk 100 jenis barang tersebut, tentu akan sangat merepotkan jika datanya tidak tersedia dengan cukup baik. Pendekatan yang dapat dilakukan oleh peneliti adalah dengan mengambil beberapa jenis barang, misalnya 10 jenis barang yang paling banyak dibeli anggota dan volumenya mencapai lebih dari 75 persen dari volume penjualan koperasi. Tentu ini tidak ideal tetapi minimal dapat mendekati untuk validitas datanya.

Efektivitas, Efisiensi dan Standar Industri Kinerja Koperasi

Profit Margin

Profit margin adalah salah satu ukuran indikator efisiensi koperasi yang banyak digunakan oleh para peneliti kinerja koperasi (dengan unit usaha campuran antara unit dagang/toko, simpan pinjam, dan unit jasa seperti jasa penyewaan gedung, peralatan pesta termasuk pengurusan STNK dan lain sebagainya) yang paling banyak mengalami kerancuan. Sebagai contoh, sebuah koperasi karyawan “X” memiliki unit usaha (1) toko mini market, (2) simpan pinjam, dan (3) Jasa penyewaan gedung dan peralatan pesta. Pada tahun 2019 dalam laporan perhitungan asil usahanya sebagai berikut.

No	Laporan Perhitungan Hasil Usaha Koperasi Karyawan “X” tahun 2019 (dalam jutaan rupiah)		Penjualan tiap unit hasil penyesuaian	Proporsi pendapatan unit terhadap pendapatan total (%)
1	Penjualan mini market	Rp	800	800
	Harga Poko Penjualan	Rp	700	
2	Pendapatan Kotor Mini market	Rp	100	31,25
3	Pendapatan unit simpan pinjam	Rp	200	2000
4	Pendapatan unit jasa	Rp	20	200
5	Total pendapatan koperasi (2+3+4)	Rp	320	100,00
6	Total biaya (operasional dan perkoperasian)	Rp	210	
7	SHU (5-6)	Rp	110	

Rumus untuk menghitung *profit margin* adalah $(SHU/ \text{Penjualan}) \times 100 \%$. Dalam laporan PHU seperti contoh sebelumnya yang ada nilai penjualan adalah unit mini market

saja sedangkan dua unit lainnya USP dan jasa adalah pendapatan. Banyak peneliti berpikir bahwa pendapatan unit SP dan jasa identik dengan penjualan juga. Maka hasil perhitungan *profit margin* (PM) adalah $= 110/(800+200+20) \times 100\% = 10,8\%$. Hasil perhitungan **PM =10,8%** ini dapat dipastikan *overvaluation* yang tidak mencerminkan kondisi sebenarnya; dan jika dibandingkan dengan standar acuannya akan memberikan simpulan yang salah, karena faktor pendapatan sebagai pembagi disamakan dengan penjualan. Lebih lanjut akan memengaruhi juga saat menghitung rasio perputaran aset atau *total asset turn over* (TATO) yang rumusnya adalah $(\text{Penjualan}/\text{Total Aset}) \times 1$ kali. Sebaliknya akan mengalami *undervaluation*. Jika dalam neraca koperasi tersebut pada tahun 2019 memiliki nilai total aset atau aktiva Rp2100 juta (2,1 milyar rupiah) maka nilai **TATO akan = $((800+200+20)/2100 \times 1 \text{kali}) = 0,48$ kali saja**. Hal ini juga akan mempengaruhi pengukuran efisiensinya seperti *return on asset* (ROA) yang dihitung dari perkalian antara PM dengan TATO.

Pendekatan yang perlu dilakukan oleh peneliti agar pengukuran PM dan TATO menjadi tidak bias adalah dengan menaksir volume penjualan dari unit simpan pinjam dan unit jasa dengan menggunakan asumsi-asumsi yang dapat diterima dan logis. Penjualan unit simpan pinjam dalam pengertian bisnis identik dengan volume usaha. Ada dua pendekatan yang dapat diterapkan (1) dari data volume pinjaman yang disalurkan unit SP pada tahun analisis (pendekatan *accrual basis*), dan (2) data pendapatan jasa USP dari laporan PHU (pendekatan *cash basis*). Misalkan dalam laporan keuangan terdapat penjelasan bahwa pada tahun 2019 USP koperasi di atas menyalurkan pinjaman senilai Rp2000 juta (2 milyar rupiah), data ini bisa dipakai sebagai volume penjualan/usaha USP tersebut. Tetapi jika tidak tersedia data mengenai volume pinjaman yang disalurkan oleh USP koperasi, maka pendekatan yang ke dua yaitu data pendapatan jasa USP dapat digunakan untuk menduga volume pinjaman secara riil, asalkan tingkat bunga pinjaman USP koperasi per tahun diketahui.

Sebagai contoh, jika setelah dilakukan wawancara dengan kepala unit USP koperasi tersebut, peneliti memperoleh informasi tingkat bunga pinjaman di USP adalah 10% *flat* per tahun. Maka jika diketahui pada laporan PHU bahwa pendapatan jasa dari unit simpan pinjam adalah Rp200 juta, volume pinjaman koperasi dapat dicari dengan rumus:

Tingkat bunga pinjaman x Volume Pinjaman = Pendapatan jasa simpan pinjam

Dengan memasukkan data tingkat bunga pinjaman dan pendapatan jasa pinjaman yang diketahui, maka volume pinjaman dapat dihitung seperti berikut:

$$10\% \times \text{Volume Pinjaman} = \text{Rp200 juta}$$

$$0,1 \times \text{Volume Pinjaman} = \text{Rp200 juta}$$

jadi $\text{Volume Pinjaman} = \text{Rp200 juta}/0,1 = \text{Rp2000 juta}$ (2 milyar rupiah). Data ini dapat dimasukkan ke tabel didatas pada kolom penyesuaian penjualan tiap unit usaha.

Masalah yang juga masih perlu diselesaikan adalah memperkirakan volume penjualan untuk unit jasa penyewaan gedung dan peralatan pesta. Di sini konsep *opportunity cost* juga dapat diterapkan. Sebagai ilustrasi, sumber daya ekonomi yang dimiliki koperasi karyawan X jika digunakan untuk usaha simpan pinjam menghasilkan pendapatan sebesar 10% per tahun, maka 10% pendapatan ini dapat diasumsikan sebagai *opportunity cost* untuk penggunaan sumber daya koperasi di unit jasa lainnya. Dengan

Book Chapter

menggunakan konsep ini, volume penjualan unit jasa penyewaan gedung dan peralatan pesta dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Opportunity Cost x Volume Penjualan Jasa} = \text{Pendapatan Jasa}$$

$$10\% \times \text{Volume Penjualan Jasa} = \text{Rp20 juta.}$$

$$\text{Jadi penjualan unit jasa} = \text{Rp20 juta}/0,1 = \text{Rp200 juta.}$$

Dengan diketahuinya data penjualan dari USP dan unit jasa penyewaan melalui pendekatan tersebut, perhitungan PM dan TATO yang lebih realistis menjadi sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{PM} &= \text{SHU}/\text{Penjualan} \times 100\% \\ &= \text{Rp110}/(\text{Rp800}+\text{Rp2000}+\text{Rp200}) \times 100\% \\ &= \mathbf{3,7\%} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{TATO} &= \text{Penjualan}/\text{Total Aset} \times 1 \text{ kali} \\ &= (\text{Rp800}+\text{Rp2000}+\text{Rp200})/\text{Rp2100} \times 1 \text{ kali} \\ &= \mathbf{1,43 \text{ kali}} \end{aligned}$$

Nilai-nilai hasil perhitungan PM dan TATO yang baru dengan adanya penyesuaian nilai penjualan dari USP dan unit jasa pada koperasi ini akan menghindarkan bias (*over atau under valuation*), dengan demikian peneliti dapat menginterpretasikan hasil analisisnya dan membandingkan dengan standar industry valididitasnya dapat dipertanggungjawabkan.

Integrasi MEL dengan Rasio Efisiensi Usaha Koperasi

Untuk mengurangi perdebatan tentang efisiensi koperasi apakah penggunaan sumber daya ekonomi yang dimiliki oleh koperasi sebagai entitas bisnis harus mengejar manfaat ekonomi langsung (MEL) yang tinggi bagi anggota yang aktif berpartisipasi pada koperasi, atau koperasi harus mengejar efisiensi perusahaan koperasi yang tinggi seperti yang dicerminkan dari rasio *Profit Margin (PM)*, *Retur on Asset (ROA)* dan *Return on Equity (ROE)* dapat dikembalikan kepada konsep *opportunity cost* penggunaan sumber daya ekonomi koperasi dan karakteristik koperasi yang unik dimana anggota memiliki identitas ganda sebagai pemilik dan pengguna perusahaan koperasi. Oleh karena itu pada bagian ini, penulis sependapat dengan Hendar dan Kusnadi (2005), bahwa perbedaan pandangan para akademisi, peneliti, dan praktisi koperasi dalam menganalisis efisiensi koperasi dapat diakhiri atau disatukan apabila pengukuran rasio-rasio efisiensi tersebut diintegrasikan dengan MEL, sehingga standar-standar industri yang sekarang ada untuk perusahaan-perusahaan kapitalistik dapat dijadikan acuan yang sama untuk menilai apakah koperasi telah menggunakan sumber daya ekonominya secara efisien atau tidak efisien. Rumus rasio-rasio efisiensi koperasi menjadi seperti berikut.

$$\text{PM Koperasi} = (\text{SHU} + \text{MEL})/\text{Penjualan} \times 100 \%$$

$$\text{ROA Koperasi} = (\text{SHU} + \text{MEL})/\text{Total Aset} \times 100 \%$$

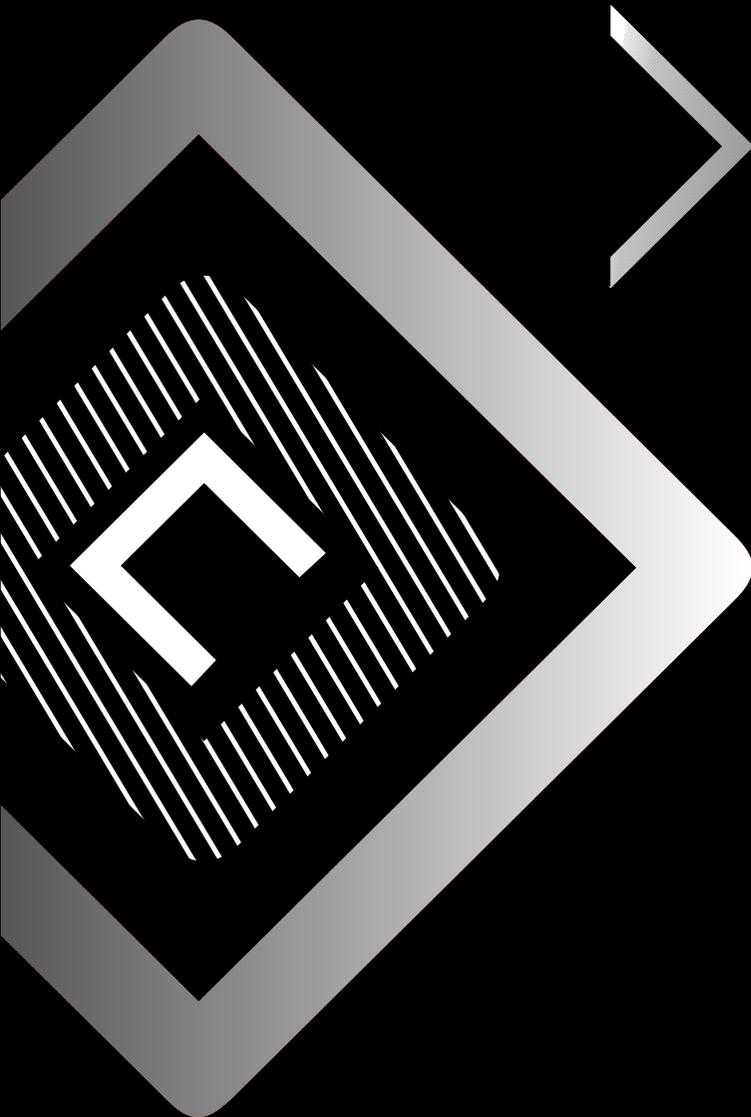
$$\text{ROE Koperasi} = (\text{SHU Bagian Anggota} + \text{MEL})/\text{Total Equity} \times 100 \%$$

Penutup

Koperasi sebagai badan usaha dan gerakan ekonomi rakyat, memiliki karakteristik yang unik karena anggota di koperasi memiliki identitas ganda baik sebagai pemilik maupun pelanggan dari perusahaan koperasinya. Identitas ganda anggota ini yang membedakan koperasi dengan perusahaan kapitalistik. Agar dapat mengukur keberhasilan koperasi baik sebagai badan usaha maupun gerakan ekonomi secara baik dan benar, para analis koperasi perlu memahami dan menghayati konsep *opportunity cost* yang membimbing pemakaian sumber daya ekonomi koperasi kepada pilihan-pilihan alternatif usaha yang efisien. Di samping itu diperlukan edukasi dan sosialisasi kepada praktisi koperasi agar dapat menyusun rencana dan laporan promosi ekonomi anggota secara priodik dan berkelanjutan. Laporan ini akan membantu pihak manajemen koperasi dan para analis koperasi untuk menghitung MEL sebagai data dan informasi penting dalam mengukur efisiensi koperasi yang sebenarnya.

Bibliografi

- Hanel A. 1992 . *Basic Aspect of Cooperative Organization and Policies for their Promotion in Developing Countries*, Philips University, Marburg, West Germany.
- Harsyono Subyakto. 1994 ; *Ekonomi Koperasi I dan II*, Universitas Terbuka, Jakarta.
- Hendar dan Kusnadi. 2005 *Ekonomi Koperasi*, FE Ekonomi Unipersitas Indonesia. UI Press.
- Jochen Ropke. 1995. *The Economic Theory Of Cooperative: special case of Indonesia*, (diterjemahkan oleh Srijatnika, FE Unpad)
- Ramudi Arifin. 2005. *Manfaat Harga Koperasi*, Ikopin Press.
- _____. 2009. *Koperasi Sebagai Perusahaan*, Ikopin Press.
- Samuelson, Paul A dan William Nordhaus, 2009. *Economics*. 19 th Edition. Mc Graw Hill Book Company, New York.
- Republik Indonesia. *UU Perkoperasian No. 25/1992, Peraturan Pemerintah dan Juklak-juklaknya*.



Alamat Redaksi:

Kampus Ikopin

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM)

Jl. Jatinangor KM. 20, 5, Cibeusi, Sumedang, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363

Telp: (022) 7794444 Fax: (022) 7796033

E-mail: lppm@ikopin.ac.id Website: www.ikopin.ac.id

ISBN 978-623-94471-4-4

