

**LAPORAN AKHIR**  
**PENYUSUNAN PENGEMBANGAN KOPERASI KONSUMEN**

**OLEH :**  
**MAMAN SURATMAN**



**INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA**

**2014**

---

**LAPORAN AKHIR**  
**PENYUSUNAN PENGEMBANGAN KOPERASI KONSUMEN**

Oleh :  
**MAMAN SURATMAN**

Didokumentasikan pada Perpustakaan IKOPIN sebagai bahan bacaan  
Mahasiswa Program S-1



**Ida Rahadiah, S.Sos**  
Kepala Perpustakaan IKOPIN

**INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA**  
**Tahun 2014**

## KATA PENGANTAR

***Assalamu'alaikum Wr. Wb.***

Laporan Akhir ini merupakan serangkaian kegiatan akhir Pekerjaan Penyusunan Pengembangan Koperasi Konsumen, yang berisi tentang Pendahuluan, Gambaran Umum dan Ruang Lingkup, Kondisi Koperasi Masa Kini, Kebijakan Strategi dan Program Umum Pembangunan Koperasi, Pembangunan Koperasi Konsumen, Model Regulasi Pengembangan Koperasi Konsumen.

Saya ucapkan terima kasih atas kesempatan yang telah diberikan kepada saya dalam rangka melaksanakan kegiatan Pekerjaan Penyusunan Pengembangan Koperasi Konsumen.

***Wassalamu'alaikum Wr. Wb.***

Jatinangor, Desember 2014

**Peneliti,**

**MAMAN SURATMAN**

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Permasalahan Dan Tujuan.....	4
C. Penerima Manfaat.....	5
D. Strategi Pencapaian Keluaran.....	5
E. Metode Kajian .....	6
F. Lokasi Kajian.....	6
G. Jenis Data Dan Cara Pengumpulan Data.....	7
<b>BAB II GAMBARAN UMUM DAN RUANG LINGKUP</b>	
A. Gambaran Umum Perdagangan Di Indonesia.....	13
B. Gambaran Umum Perkembangan Koperasi.....	30
C. Pengembangan Koperasi Konsumen .....	36
D. Pelayanan Koperasi Konsumen .....	38
E. Ruang Lingkup.....	40
<b>BAB III KONDISI KOPERASI MASA KINI</b>	
A. Keadaan Koperasi.....	43
<b>BAB IV KEBIJAKAN, STRATEGI DAN PROGRAM UMUM PEMBANGUNAN KOPERASI</b>	
A. Kebijakan Dan Strategi.....	68
B. Program/ Kegiatan Umum Pembangunan Koperasi .....	69

## BAB V PEMBANGUNAN KOPERASI KONSUMEN

A. Kondisi .....	75
B. Permasalahan .....	79
C. Model Pengembangan Koperasi Konsumen .....	82
D. Peran Pemerintah, Pemerintah Daerah Dan Pemangku Kepentingan .....	95

## BAB VI MODEL REGULASI PENGEMBANGAN KOPERASI KONSUMEN

A. Koperasi konsumen wajib menerapkan Prinsip koperasi.....	97
B. Model Regulasi Organisasi Koperasi Konsumen.....	133
C. Manajemen Koperasi .....	145
D. Pengembangan Koperasi Sekunder.....	147
E. Keanggotaan.....	147

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Sampel dan Sebarannya .....	11
Tabel 2.1	Komoditas dan Proporsi Pedagang (%) .....	25
Tabel 2.2	Proporsi Pesaing Utama di Lokasi Perlakuan dan Kontrol (%) .....	26
Tabel 4	Rata-rata Proporsi Perubahan Keuntungan, Omset, dan Jumlah Pegawai Pedagang di Pasar Tradisional, 2003 – 2006 .....	28
Tabel 5	Dampak Supermarket terhadap Pasar Tradisional Menggunakan Metode Difference-in-Difference .....	28
Tabel 6	Implementasi Rancang Bangun Pembangunan Koperasi konsumen .....	90

## DAFTAR GAMBAR

Gambar Performa Koperasi Konsumen .....	84
---	----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

1. Kita berharap bahwa melalui pemberdayaan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, diharapkan akan meningkatkan produk nasional, kesempatan kerja, ekspor, serta pemerataan hasil-hasil pembangunan. Terwujudnya Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang tangguh dan mandiri, pada gilirannya akan memberikan sumbangan yang lebih besar terhadap penerimaan Negara, serta akan dapat mendorong terwujudnya tatanan perekonomian nasional yang sehat dan kukuh berdasarkan demokrasi ekonomi. Namun realitasnya menunjukkan bahwa pembangunan ekonomi bangsa Indonesia saat ini masih didominasi oleh sekelompok kecil orang yang disebut konglomerat atau Usaha Besar yang menguasai kegiatan ekonomi nasional dengan berbagai sektor ekonomi yang berskala besar. Pelaku ekonomi rakyat, yang merupakan bagian terbesar dalam struktur pelaku ekonomi nasional, yang terdiri dari Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah hanya menguasai sebagian kecil investasi di Indonesia.
2. Data BPS menunjukkan bahwa jumlah pelaku Usaha Mikro meliputi 98,9%, Usaha Kecil 1,01 % dari total pelaku usaha nasional. Sedangkan entitas Usaha Menengah hanya 0,08% dan Usaha Besar lebih kecil lagi, yaitu sebesar 0,01%. Para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah kita yang pernah dipublikasikan secara resmi oleh Biro Pusat Statistik pada tahun 2008 berjumlah 51.257.537 unit, sedangkan Usaha Besar hanya berjumlah 4.370 unit. Bahkan berdasarkan perkiraan angka sementara yg dilansir



oleh Bagian Data Kementerian Koperasi dan UKM, maka jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2012 sudah mencapai angka lebih dari 55 juta unit usaha. Sebagian besar UMKM yang dipublikasikan BPS tahun 2008 itu, yaitu sebanyak 26.400.869 unit berusaha pada sektor pertanian, peternakan, kehutanan dan perikanan. Sebanyak 14.789.950 UMKM berusaha pada sektor perdagangan, hotel dan restoran. Selebihnya mereka berusaha pada sektor industri dan pengolahan, pertambangan dan penggalian, pengangkutan dan komunikasi, pengangkutan, persewaan dan jasa lainnya. Sebagian besar dari para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah tersebut bergabung dalam Badan Hukum Koperasi yang pada tahun 2012 yang aktif berjumlah 139.321 Koperasi (Sumber Website Kementerian Koperasi dan UKM)

3. Mengingat bahwa pelaku Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan bagian terbesar dalam struktur pelaku ekonomi di Indonesia, maka seharusnya produk Koperasi dan UMKM kita dapat menguasai pasar dalam negeri. Dengan demikian UMKM yang sebagian dari mereka bergabung dalam Koperasi seharusnya bisa menjadi tuan rumah di negeri sendiri. Ironisnya keinginan itu masih jauh panggang dari api. Saat ini justru produk Usaha Besar dan produk asing yang menguasai pasar dalam negeri. Semua kebutuhan orang Indonesia mulai dari ujung kaki sampai ujung rambut, dan sampai kebutuhan primer dan sekunder mereka kuasai. Kita punya kepentingan untuk mengubah kondisi yang tragis ini. Akibat yang timbul dari permasalahan tersebut antara lain ketimpangan ekonomi yang dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat yang lebih mementingkan nilai komersial dan individualistik ketimbang nilai-nilai sosial kemasyarakatan dan kemanusiaan. Sebagai media yang efektif untuk membangun kekuatan ekonomi bersama seharusnya UMKM kita membentuk

dan bergabung dalam Koperasi. Namun dasar konstitusional pengembangan ekonomi Koperasi saat ini semakin lemah. itu terbukti dengan dilakukannya amandemen UUD 1945 pasal 33 dan menghilangkan pengaturan mengenai Koperasi sebagai bangun usaha yang sesuai dengan Demokrasi Ekonomi Indonesia di negara ini.

4. Ketetapan MPR RI Nomor XVI Tahun 1998 tentang Politik Ekonomi Dalam Rangka Demokrasi Ekonomi, mengamanatkan agar Koperasi diberdayakan sebagai lembaga ekonomi yang partisipatif dan demokratis, yang diharapkan mampu mengangkat derajat sosial ekonomi masyarakat Indonesia. Pada dasarnya Koperasi adalah lembaga yang bertujuan untuk memenuhi aspirasi sosial, ekonomi, dan budaya, yang dikelola secara demokratis.
  
5. Atas dasar kerangka pemikiran tersebut, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah dalam pengembangan perkoperasian mengacu pada paradigma yang lebih sesuai dengan prinsip-prinsip dan nilai-nilai Koperasi yaitu antara lain partisipasi anggota dalam kegiatan ekonomi (Demokrasi Ekonomi). Prinsip tersebut menunjukkan bahwa isu pemerataan pembangunan menjadi salah satu isu utama gerakan Koperasi. Paradigma yang mesti ditetapkan adalah pertumbuhan dicapai melalui pemerataan bukan pertumbuhan untuk pemerataan yang selama ini dijalankan. Ini bukan berarti Koperasi anti modernisasi, efisiensi, dan sebagainya sehingga pertanyaan-pertanyaan; bagaimana Koperasi dapat ikut menjadi subjek dalam era globalisasi tanpa kehilangan jati dirinya sebagai Koperasi, bagaimana Koperasi dapat berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi nasional tanpa meninggalkan pemerataan dan penguatan ekonomi rakyat, adalah pertanyaan-pertanyaan strategis yang menantang untuk terus diupayakan dalam tatanan

kehidupannya di masyarakat Indonesia.

6. Berdasarkan ketentuan Pasal 83 Undang - Undang Republik Indonesia nomor 17 tahun 2012 tentang Perkoperasian diatur bahwa terdapat 4 (empat) jenis Koperasi yang harus dikembangkan di Indonesia, yaitu Koperasi Konsumen, Koperasi Produsen, Koperasi Jasa, dan Koperasi Simpan Pinjam. Menurut ketentuan Pasal 84 ayat (1) Undang - Undang Republik Indonesia tentang Perkoperasian tersebut, Koperasi Konsumen merupakan jenis Koperasi yang menyelenggarakan kegiatan usaha Pelayanan di bidang penyediaan barang kebutuhan anggota dan non anggota. Fenomena umum dari Koperasi Konsumen di Indonesia pada saat ini adalah skala usahanya ritel kecil dan sering mengalami kegagalan bilamana bergerak pada tataran grosir besar.
7. Sebagai alat untuk memacu perkembangan Koperasi konsumen yang mampu meningkatkan pelayanan terhadap anggota dan masyarakat serta mampu bermain di pasar, maka diperlukan adanya model regulasi Koperasi Konsumen di Indonesia.

## **B. Permasalahan Dan Tujuan.**

Koperasi konsumen di Indonesia merupakan bagian terbesar dari sekitar 192.000 Koperasi di Indonesia. Jumlah terbesar Koperasi tersebut pada umumnya memiliki Warung Serba Ada (waserda) yang dikelola secara sederhana dan terkesan gurem. Oleh karena itu, untuk meningkatkan pelayanan Koperasi Konsumen kepada anggotanya dan masyarakat, diperlukan model regulasi yang dapat dipedomani seluruh lintas pelaku untuk pengembangan Koperasi Konsumen.

Tujuan dari Penyusunan Pengembangan Koperasi Konsumen yaitu :

1. Menemukan pertimbangan khusus dari aspek yuridis dan sosiologis

- untuk mengembangkan Koperasi Konsumen secara optimal;
2. Menyusun kerangka pola organisasi, dan usaha sebagai dasar merumuskan arsitektur pengembangan Koperasi Konsumen;
  3. Menyusun rangka regulasi sebagai landasan pengembangan Koperasi konsumen

### **C. Penerima Manfaat**

Penerima manfaat dari kegiatan Penyusunan kegiatan ini adalah Gerakan Koperasi, Pembina Koperasi dan para pihak terkait lainnya, seperti ; perusahaan mitra pengadaan dan pemasaran produk anggota Koperasi, Bank, Lembaga Keuangan Bukan Bank dan masyarakat

### **D. Strategi Pencapaian Keluaran**

Pekerjaan ini dilakukan pada Tahun Anggaran 2013, yang pelaksanaannya diatur sebagai berikut :

1. Mengadakan rapat persiapan dan koordinasi dalam rangka mencari masukan.
2. Melakukan rancangan kegiatan.
3. Identifikasi terhadap penyusunan naskah
4. Penulisan naskah kegiatan.
5. Perumusan hasil kegiatan.
6. Penyusunan laporan hasil kegiatan yang meliputi laporan pendahuluan, draft laporan akhir dan laporan akhir.

## **E. Metode Kajian**

Metoda yang digunakan pada kajian ini adalah Metode Evaluatif, yaitu mengevaluasi regulasi, kebijakan, program dan praktek pengembangan Koperasi Konsumen. Pendekatan analisa kajian ini akan diawali dengan desk research, yakni mengumpulkan informasi tentang model regulasi pengembangan Koperasi yang tertuang dalam peraturan perundang-undangan, baik Undang-undang, Peraturan Pemerintah, Peraturan Menteri / Gubernur / Bupati / Walikota. Selain itu, juga mengumpulkan berbagai artikel yang membahas tentang Koperasi Konsumen khususnya mengenai model organisasi, permodalan, kegiatan usaha, pembinaan dan pengembangan Koperasi Konsumen, baik dari hasil penelitian, opini, maupun berita yang relevan dengan studi ini. Desk research dimaksud untuk mengetahui tataran kebijakan dan praktek pengorganisasi Koperasi Konsumen.

Selain review (desk research), dilakukan juga survey (field research) untuk mengumpulkan data model regulasi pengembangan Koperasi Konsumen yang telah dilakukan selama ini (eksisting). Survey dilakukan dengan maksud untuk mengumpulkan data tentang implementasi peraturan perundang-undangan pada berbagai tingkat pemerintahan; data tentang organisasi dan usaha Koperasi di tingkat pusat (Kementerian Negara KUMKM) dan daerah, maupun pada Koperasinya sendiri. Hasil survey dan logical frame work digunakan sebagai bahan untuk melakukan principal component analysis.

## **F. Lokasi Kajian**

Untuk dapat memilih lokasi diantara sekian banyak lokasi yang tidak kontinyu, maka tidak dimungkinkan mengambil sampel secara sistematis (dengan teknik perhitungan tertentu) seperti purposif

ataupun acak berdasarkan ukuran populasi. Untuk itu teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kesepakatan.

Sebagaimana ditetapkan dalam Terms of Reference Penyusunan Pengembangan Koperasi Konsumen, maka lokasi kajian ditetapkan pada wilayah sebagai berikut :

1. Propinsi Sumatra Utara
2. Propinsi Jawa Timur
3. Propinsi Bali
4. Propinsi Sulawesi Selatan
5. Propinsi Kalimantan Timur

## **G. Jenis Data Dan Cara Pengumpulan Data**

### **1. Jenis Data**

Data dan informasi yang diperlukan adalah sebagai berikut :

a. Data Sekunder, yang terdiri dari:

- 1) Jumlah Koperasi di lokasi survei
- 2) Jumlah Anggota
- 3) Ruang Lingkup Usaha .
- 4) Gambaran tentang organisasi dan usaha Koperasi konsumen;
- 5) Data Sosial Ekonomi Wilayah Sampel
- 6) Lain-lain Terkait.

b. Data Primer, terdiri dari:

- 1) Kondisi dana di Koperasi dan Usaha Mikro
- 2) Data Kelembagaan Koperasi dan Usaha Mikro
- 3) Data Keuangan Koperasi dan Usaha Mikro
- 4) Data usaha Koperasi dan Usaha Mikro

- 5) Data Kelengkapan Organisasi Usaha Mikro
- 6) Data Lingkungan Koperasi dan Usaha Mikro
- 7) Lain-lain yang terkait Seperti Pembinaan dan Pendampingan

## **2. Cara Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei terhadap kelompok sasaran atau objek evaluasi. Pelaksanaan evaluasi dilakukan secara langsung dalam bentuk kunjungan ke 5 (lima) Propinsi sampel. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan data secara langsung dari sumber utama (primer) di lapangan sekaligus melakukan cross-check dengan kondisi yang sebenarnya terjadi di lapangan.

Terkumpulnya data-data yang dibutuhkan akan sangat menentukan keberhasilan pelaksanaan pekerjaan ini. Oleh karena itu akan dilakukan metode pengumpulan dan pencarian data yang baik, efisien dan sistimatis.

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam melaksanakan Penyusunan Pengembangan Koperasi konsumen ini adalah sebagai berikut :

### **a. Desk Study**

Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai literatur dan data-data sekunder yang terkait dengan pelaksanaan pekerjaan ini, baik dari laporan-laporan, hasil-hasil penelitian, artikel-artikel di berbagai surat kabar maupun hasil survey yang pernah dilakukan sebelumnya. Data-data ini akan sangat bermanfaat sebagai data pendukung untuk melakukan analisis dan kajian yang lebih mendalam.

Data-data akan dikumpulkan dari dokumentasi yang ada pada berbagai lembaga seperti Kementerian Negara Koperasi dan UKM, Badan Pusat Statistik, Dinas Koperasi dan UKM Provinsi, Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten/Kota, maupun lembaga-lembaga yang lainnya yang terkait dengan pelaksanaan kegiatan ini..

**b. Diskusi Dan Wawancara**

Diskusi akan dilakukan dengan beberapa instansi pemerintah yang terkait baik secara langsung maupun tidak seperti Kementerian Koperasi dan UKM, Dinas Koperasi dan UKM Provinsi, Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten/Kota. Diskusi ini akan diselenggarakan dalam kerangka rapat koordinasi.

Sedangkan wawancara akan dilakukan secara khusus dan mendalam, baik dengan SKPD di Provinsi dan Kabupaten/Kota maupun dengan lembaga-lembaga terkait, sehingga nantinya dapat diperoleh masukan yang berarti dalam melakukan kegiatan ini.

Dari hasil diskusi dan wawancara ini diharapkan dapat diidentifikasi perkembangan dan dampak yang timbul dari regulasi untuk mengembangkan dan memberdayakan Koperasi konsumen..

**c. Observasi dan Kunjungan Lapangan.**

Observasi dan kunjungan lapangan dilakukan untuk mengumpulkan data-data aktual dari responden yaitu jenis Koperasi Konsumen maupun anggota Koperasi sebagai populasi sasaran.



Dalam pelaksanaan survey, langkah-langkah yang ditempuh adalah:

- 1) **Penyiapan Kuesioner.** Kuesioner yang digunakan dalam survey dirancang dalam dua bentuk, yaitu kuesioner yang menghimpun data-data kuantitatif dan kuesioner yang menghimpun data-data kualitatif. Kuesioner yang berkaitan dengan data-data kuantitatif disajikan pada Lampiran. Sedangkan data-data kualitatif terdiri atas daftar dokumen yang diminta sebagaimana terdapat pada Lampiran.
- 2) **Responden.** Responden yang dipilih untuk mengisi kuesioner dimaksud adalah : Koperasi yang ada dilokasi survey.

### 3. Penarikan Sampel

Di dalam proses penarikan sampel Koperasi, digunakan metode Purposive Random Sampling, hal ini mengingat meskipun core business masing-masing Koperasi homogen akan tetapi permasalahan pokok yang dihadapi Koperasi dalam melakukan fungsinya menghadapi persoalan dan permasalahan yang sama (homogen). Oleh karenanya pengambilan sampel beberapa Koperasi di beberapa wilayah populasi sampel (propinsi) dapat dijadikan alasan logis dengan memperhatikan kaidah-kaidah analisis statistik dan metode survey.

Untuk jumlah sasaran responden dilakukan dengan penarikan sampel. Pada dasarnya teknik sampling (penyampelan) terkait dengan ukuran populasinya. Dalam evaluasi dampak ini ukuran populasi responden yang menjadi sasaran kegiatan meliputi Dinas Koperasi dan UKM kabupaten/kota; Koperasi dan anggota. Jumlah atau ukuran sampel (responden) tersebut belum diketahui secara pasti, sehingga tidak dimungkinkan mengambil ukuran

sampel secara sistematis (dengan teknik perhitungan tertentu) berdasarkan ukuran populasi. Untuk itu dalam hal ini teknik pengambilan sampel yang digunakan sebagaimana pada penentuan lokasi adalah menggunakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kesepakatan. Dalam hal ini perlu diambil kesepakatan bersama baik internal konsultan maupun dengan pihak pemberi pekerjaan (bowheer) yang tidak bertentangan dengan kaidah dan norma-norma ilmiah.

Beberapa hal yang perlu mendapat perhatian sebagai dasar pengambilan sampel dan kesepakatan adalah dengan mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut : jumlah kelompok; variasi jenis usaha; skala usaha dan penyebaran (outreach) anggota. Adapun sampel yang akan menjadi sumber data primer dalam kajian ini adalah Koperasi Konsumen, dengan jumlah sampel dan sebarannya sebagaimana tabel 1.1. dibawah ini.

Tabel 1.1  
Jumlah Sampel dan Sebarannya

<b>NO</b>	<b>PROPINSI</b>	<b>LEMBAGA YANG MENJADI SAMPEL KOPERASI KONSUMEN</b>
<b>1</b>	<b>Sumatra Utara</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Jawa Timur</b>	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>Bali</b>	<b>3</b>
<b>4</b>	<b>Kalimantan Timur</b>	<b>3</b>
<b>5</b>	<b>Sulawesi Selatan</b>	<b>3</b>
	<b>JUMLAH</b>	<b>15</b>

#### **4. Metode Analisis**

Pertama kali yang dilakukan dalam tahap analisis adalah Menetapkan Destination Statement (menetapkan tujuan). Rincian kegiatan analisis sebagai berikut:

- a. Verifikasi data
- b. Tabulasi data
- c. Mengkaji Peraturan Pemerintah dan kebijakan lainnya dalam hal pengembangan Koperasi konsumen yang diformulasikan dalam bentuk matriks.
- d. Mengkaji hasil temuan lapangan faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan Koperasi konsumen..
- e. Mengkaji dan analisis permasalahan serta kriteria keberhasilan Koperasi Konsumen.

Data yang dikumpulkan dalam studi ini dapat dikelompokkan ke dalam dua kelompok besar, yaitu data yang bersifat kuantitatif dan data yang bersifat kualitatif. Data kuantitatif dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif, terutama untuk evaluasi kinerja. Analisis deskriptif ini meliputi antara lain persentasi, rerata (mean) dan flowchat. Sedangkan untuk melihat dampak regulasi Koperasi Konsumen, dilakukan analisis uji perbedaan (t-test) antara kondisi sebelum dan sesudah. Kerangka pikir dimaksudkan untuk membangun pemahaman konseptual tentang apa yang hendak diteliti atau dikaji. Kajian tidak hanya pada tataran kebijakan, tetapi juga pada tataran implementasi. Kajian pada tataran kebijakan dilakukan dengan metoda review, sedangkan pada tataran implimentasi, menggunakan metoda-metoda kajian/studi empirik. Kajian yang dilakukan dimaksudkan untuk mengetahui efektivitas regulasi Koperasi Konsumen.

## **BAB II.**

### **GAMBARAN UMUM DAN RUANG LINGKUP**

#### **F. Gambaran Umum Perdagangan Di Indonesia**

Kehadiran pasar modern, terutama supermarket dan hipermarket, dianggap oleh berbagai kalangan telah menyudutkan keberadaan pasar tradisional di perkotaan.

Di Indonesia, terdapat 13.450 pasar tradisional dengan sekitar 12,6 juta pedagang kecil (*Kompas* 2006). Berdasarkan hasil studi A.C. Nielsen, pasar modern di Indonesia tumbuh 31,4% per tahun, sedangkan pasar tradisional menyusut 8% per tahun. Jika kondisi ini tetap dibiarkan, ribuan bahkan jutaan pedagang kecil akan kehilangan mata pencahariannya. Pasar tradisional mungkin akan tenggelam seiring dengan tren perkembangan dunia ritel saat ini yang didominasi oleh pasar modern.

Akhir-akhir ini dampak kehadiran supermarket (termasuk hipermarket) terhadap keberadaan pasar tradisional menjadi topik yang menyulut perdebatan hangat di kalangan masyarakat. Liberalisasi sektor perdagangan eceran pada 1998 telah mendorong munculnya berbagai supermarket asing di Indonesia. Dengan semakin menjamurnya supermarket asing ke berbagai kota, timbul pendapat dari beberapa kalangan bahwa di era globalisasi pasar tradisional menjadi korban utama persaingan antara pasar tradisional dan modern. Bahkan ada pihak-pihak yang menganggap perlu adanya pembatasan keberadaan supermarket, terutama di lokasi yang berdekatan dengan pasar tradisional, agar tidak merebut konsumen pasar tradisional.

Apakah benar supermarket merupakan sebab utama menurunnya kinerja pasar tradisional di tengah-tengah era globalisasi ini? Untuk menjawab pertanyaan tersebut dan melihat dampak kehadiran supermarket terhadap pasar tradisional dan pedagang ritel di daerah perkotaan di Indonesia, Lembaga Penelitian SMERU pada akhir 2006 melakukan kajian terhadap masalah ini.

Berangkat dari hasil studi tersebut serta diperkaya dengan pandangan beberapa pengamat, baik dari Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) maupun dari LSM, Newsletter SMERU Edisi No. 22 ini menyajikan pembahasan komprehensif mengenai permasalahan pasar tradisional berkaitan dengan kehadiran supermarket. Kami juga menampilkan beberapa kasus menyangkut persoalan yang dihadapi para pedagang pasar tradisional di perkotaan. Selain menyumbang kepada studi mengenai topik ini yang jumlahnya masih sedikit, kami juga berharap bahwa apa yang kami sajikan di sini dapat menjadi masukan bagi formulasi kebijakan yang akan memperkuat kapasitas pasar tradisional dalam arus globalisasi pasar.

Pesatnya pembangunan pasar modern dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional. Di satu sisi, pasar modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba lengkap; di sisi lain, pasar tradisional masih berkuat dengan permasalahan klasik seputar pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan berbelanja. Pasar modern dan tradisional bersaing dalam pasar yang sama, yaitu pasar ritel. Hampir semua produk yang dijual di pasar tradisional seluruhnya dapat ditemui di pasar modern, khususnya hipermarket. Semenjak kehadiran hipermarket di Jakarta, pasar tradisional di kota tersebut disinyalir merasakan penurunan

pendapatan dan keuntungan yang drastis (Kompas 2006).

Meskipun demikian, argumen yang mengatakan bahwa kehadiran pasar modern merupakan penyebab utama tersingkirnya pasar tradisional tidak seluruhnya benar. Berdasarkan kajian atas data sekunder, dapat dikatakan bahwa hampir seluruh pasar tradisional di Indonesia masih bergelut dengan masalah internal pasar seperti buruknya manajemen pasar, sarana dan prasarana pasar yang sangat minim, pasar tradisional sebagai sapi perah untuk penerimaan retribusi, menjamurnya Pedagang Kaki Lima (PKL) yang mengurangi pelanggan pedagang pasar, dan minimnya bantuan permodalan yang tersedia bagi pedagang tradisional. Keadaan ini secara tidak langsung menguntungkan pasar modern. Pertumbuhan pasar modern di Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi) dalam beberapa tahun terakhir cukup tinggi. Pada 1999–2004, terjadi peningkatan pangsa pasar supermarket terhadap total pangsa pasar industri makanan yang cukup tajam dari 11% menjadi 30%. Penjualan supermarket pun tumbuh rata-rata 15% per tahun, sedangkan penjualan pedagang tradisional turun 2% per tahunnya (Natawidjadja 2006).

Pricewaterhouse Coopers (2005) memprediksi bahwa penjualan supermarket akan meningkat sebesar 50% dari periode 2004 hingga 2007, sedangkan penjualan hipermarket akan meningkat sebesar 70% untuk periode yang sama. Salah satu penyebab meningkatnya jumlah dan penjualan pasar modern adalah urbanisasi yang mendorong percepatan pertumbuhan penduduk di perkotaan serta meningkatnya pendapatan per kapita. Dari 1998 hingga 2003, hipermarket di seluruh Indonesia tumbuh 27% per tahun, dari delapan menjadi 49 gerai. Meskipun demikian, pertumbuhan hipermarket terkonsentrasi di wilayah Jabodetabek dengan proporsi 58% dari keseluruhan

hipermarket.

Pedagang tradisional yang terkena imbas langsung dari keberadaan supermarket atau hipermarket adalah pedagang yang menjual produk yang sama dengan yang dijual di kedua tempat tersebut. Meskipun demikian, pedagang yang menjual makanan segar (daging, ayam, ikan, sayur-sayuran, buah-buahan, dan lainlain) masih bisa bersaing dengan supermarket dan hypermarket mengingat banyak pembeli masih memilih untuk pergi ke pasar tradisional untuk membeli produk tersebut. Keunggulan pasar modern atas pasar tradisional adalah bahwa mereka dapat menjual produk yang relatif sama dengan harga yang lebih murah, ditambah dengan kenyamanan berbelanja dan beragam pilihan cara pembayaran. Supermarket dan hipermarket juga menjalin kerja sama dengan pemasok besar dan biasanya untuk jangka waktu yang cukup lama. Hal ini yang menyebabkan mereka dapat melakukan efisiensi dengan memanfaatkan skala ekonomi yang besar.

Supermarket melakukan beberapa strategi harga dan nonharga, untuk menarik pembeli. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh SMERU (Suryadarma et al, akan diterbitkan), mereka melakukan berbagai strategi harga seperti strategi limit harga, strategi pemangsaan lewat pemangkasan harga (predatory pricing), dan diskriminasi harga antarwaktu (inter-temporal price discrimination). Misalnya memberikan diskon harga pada akhir minggu dan pada waktu tertentu. Sedangkan strategi nonharga antara lain dalam bentuk iklan, membuka gerai lebih lama, khususnya pada akhir minggu, bundling/tying (pembelian secara gabungan), dan parkir gratis.

Beberapa kalangan memandang bahwa makin meluas pendirian pasar modern di Indonesia, makin baik bagi pertumbuhan ekonomi

serta iklim persaingan usaha. Sementara itu, kalangan lain berpendapat bahwa di era globalisasi pasar tradisional telah menjadi korban dari kompetisi sengit antara sesama pasar modern, baik lokal maupun asing. Pasar tradisional kehilangan pelanggan akibat praktik usaha yang dilakukan oleh supermarket.

Masalah infrastruktur yang hingga kini masih menjadi masalah serius di pasar tradisional adalah bangunan dua lantai yang kurang populer di kalangan pembeli, kebersihan dan tempat pembuangan sampah yang kurang terpelihara, kurangnya lahan parkir, dan buruknya sirkulasi udara. Belum lagi ditambah semakin menjamurnya PKL yang otomatis merugikan pedagang yang berjualan di dalam lingkungan pasar yang harus membayar penuh sewa dan retribusi. PKL menjual barang dagangan yang hampir sama dengan seluruh produk yang dijual di dalam pasar. Hanya daging segar saja yang tidak dijual oleh PKL. Dengan demikian, kebanyakan pembeli tidak perlu masuk ke dalam pasar untuk berbelanja karena mereka bisa membeli dari PKL di luar pasar.

Kondisi pasar tradisional pada umumnya memprihatinkan. Banyak pasar tradisional di Jabodetabek yang tidak terawat sehingga dengan berbagai kelebihan yang ditawarkan oleh pasar modern. kini pasar tradisional terancam oleh keberadaan pasar modern. Di Jakarta saja berdasarkan catatan PD Pasar Jaya, dari total 151 pasar, hanya 27 pasar yang aspek fisik bangunannya masih baik. Sisanya, 111 pasar dalam kondisi fisik bangunan rusak sedang atau berat dan hanya 13 pasar mengalami rusak ringan. Kepala APPSI (Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia) cabang Jakarta, Hasan Basri, mengatakan bahwa 151 pasar tradisional di Jakarta terancam oleh keberadaan supermarket, sembilan di antaranya sudah tutup.



Faktor lain yang juga menjadi penyebab kurang berkembangnya pasar tradisional adalah minimnya daya dukung karakteristik pedagang tradisional, yakni strategi perencanaan yang kurang baik, terbatasnya akses permodalan yang disebabkan jaminan (collateral) yang tidak mencukupi, tidak adanya skala ekonomi (economies of scale), tidak ada jalinan kerja sama dengan pemasok besar, buruknya manajemen pengadaan, dan ketidakmampuan untuk menyesuaikan dengan keinginan konsumen (Wiboonpongse dan Sriboonchitta 2006).

Minimnya kajian tentang dampak yang dialami oleh pasar tradisional akibat semakin menjamurnya pasar modern di daerah perkotaan telah mendorong Lembaga Penelitian SMERU melakukan kajian mengenai hal ini. Penelitian yang utamanya menggunakan metode analisis kuantitatif dan didukung dengan metode kualitatif ini, dilakukan di Depok dan Bandung sebagai proksi (proxy) dari kota besar di Indonesia. Hasil analisis kualitatif menemukan bahwa supermarket berdampak terhadap kinerja usaha pedagang di pasar tradisional. Para pedagang tradisional di dalam pasar mengeluhkan keberadaan pasar modern, khususnya hipermarket di sekitar mereka, yang memengaruhi keuntungan mereka.

Hasil analisis kuantitatif memperlihatkan adanya dampak yang berbeda dari keberadaan supermarket terhadap beberapa aspek dari kinerja usaha pedagang di pasar tradisional yang diukur melalui variabel omset, keuntungan, dan jumlah pegawai.

Apakah kehadiran pasar modern merupakan penyebab utama tersingkirnya pasar tradisional? Data menunjukkan bahwa penyebab utama kalah bersaingnya pasar tradisional dengan supermarket adalah lemahnya manajemen dan buruknya infrastruktur pasar tradisional, bukan semata-mata karena keberadaan supermarket.

Supermarket sebenarnya mengambil keuntungan dari kondisi buruk yang ada di pasar tradisional. Pedagang, kepala pasar, dan semua pemangku kepentingan di pasar tradisional mengatakan bahwa langkah utama yang harus dilakukan untuk menjaga keberlangsungan pasar tradisional adalah dengan memperbaiki sarana dan prasarana pasar tradisional, mengatasi masalah PKL di sekitar pasar, dan memperbaiki sistem manajemen, baik di dinas perpasaran maupun di pasar tradisional itu sendiri.

Meskipun dengan kondisi yang tidak menguntungkan, tetap ditemukan adanya pasar tradisional yang mampu bertahan karena dikelola dengan baik dan memperhatikan seluruh aspek seperti kebersihan, kenyamanan, dan keamanan dalam berbelanja.

Kelebihan pasar tradisional adalah kekhasannya yang tidak dimiliki oleh pasar modern, seperti jual-beli dengan tawar-menawar harga dan suasana yang memungkinkan penjual dan pembeli menjalin kedekatan.

Contoh dari sebuah pasar tradisional yang mampu bertahan meski dikelilingi oleh sedikitnya lima peritel modern besar ditemukan di kawasan perumahan Bumi Serpong Damai (BSD), Tangerang.

Sejak dibuka pada Juli 2004, pasar tersebut hingga kini tetap ramai dikunjungi para pelanggan setianya (Kompas 2006). Pasar ini juga telah mendapat penghargaan dari APPSI dan menjadi salah satu pasar percontohan untuk pasar-pasar tradisional lainnya.

Rancangan Peraturan Presiden (Perpres) mengenai Penataan dan Pembinaan Pasar Modern dan Toko Modern yang rencananya

disahkan pada 2007 memberi sedikit angin segar bagi pasar tradisional bahwa pemerintah pusat mengatur pertumbuhan pasar modern di perkotaan. Selama ini, pada tingkat nasional peraturan yang mengatur pasar tradisional hanya dalam bentuk Surat Keputusan Menperindag yang dikeluarkan pada 13 Oktober 1997 (lihat Tabel 1). Surat keputusan (SK) ini menjadi pedoman penataan dan pembinaan pasar dan pertokoan, dan bertujuan untuk memproteksi pedagang kecil dan menengah dari peritel besar. Seiring dengan undang-undang tentang otonomi daerah yang memberikan kewenangan yang luas pada daerah, maka peraturan daerah yang dikeluarkan lebih mempunyai kekuatan hukum daripada SK Menperindag tersebut.

Pada tingkat daerah, hanya DKI Jakarta yang mempunyai peraturan daerah yang secara spesifik dan komprehensif mengatur pasar modern. Kota Bandung dan Kota Depok telah menerbitkan beberapa peraturan yang berkaitan dengan pengelolaan pasar tradisional, namun peraturan daerah yang khusus mengatur masalah yang berkaitan dengan pasar modern hingga kini belum terbentuk. Masalah lainnya adalah dari segi penegakan hukumnya.

Sebagai contoh untuk DKI Jakarta, walaupun perda yang mengatur masalah ini sudah ada, namun dalam praktiknya penegakan hukumnya masih lemah.

Rancangan peraturan presiden tentang pasar modern juga mengatur kewenangan Pemerintah Pusat dan pemerintah daerah dalam pemberian izin usaha dan pendirian pasar modern. Secara garis besar, pemerintah daerah diberikan kewenangan dalam pemberian izin. Alasannya, pemerintah daerah adalah pihak yang paling mengetahui kondisi setempat dan mampu melakukan pemantauan secara berkala. Penerbitan perpres ini sebagai upaya meminimalisasi

dampak negatif dari maraknya hipermarket dan bentuk-bentuk usaha ritel modern besar lainnya (Tempo 2005).

Sudah saatnya Pemerintah Pusat mempunyai peraturan atau kebijakan yang secara khusus mengatur pasar modern. Rancangan Perpres Pasar Modern yang akan disahkan dalam waktu dekat seharusnya diikuti juga dengan pemikiran untuk membuat undang-undang mengenai bisnis ritel sebagaimana telah diusulkan oleh KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha).

Seiring dengan meningkatnya persaingan di bisnis ritel, ada beberapa hal yang harus menjadi landasan bagi pembuat kebijakan untuk menjaga kelangsungan hidup pasar tradisional. Pertama, memperbaiki sarana dan prasarana pasar tradisional. Masalah keterbatasan dana seyogianya dapat diatasi dengan melakukan kerja sama dengan pihak swasta seperti pasar tradisional di Bumi Serpong Damai. Konsep bangunan pasar pun ketika renovasi harus diperhatikan sehingga permasalahan seperti konsep bangunan yang tidak sesuai dengan keinginan penjual dan pembeli dan kurangnya sirkulasi udara tidak terulang kembali. Kedua, melakukan pembenahan total pada manajemen pasar. Sepatutnya, kepala pasar yang ditunjuk memiliki kemampuan dan kepandaian manajerial. Ketiga, mencari solusi jangka panjang mengenai PKL yang salah satunya adalah menyediakan tempat bagi PKL di dalam lingkungan pasar.

Pedagang tradisional selama ini selalu dihadapkan pada masalah permodalan dan jaminan/asuransi atas barang dagangannya. Oleh sebab itu, sudah saatnya pemda dan lembaga keuangan setempat memerhatikan hal ini. Strategi pengadaan barang yang kerap menjadi strategi utama pedagang tradisional adalah membeli barang dagangan dalam bentuk tunai dengan menggunakan dana pribadinya.

Kondisi ini berdampak negatif terhadap usaha. Mereka menjadi sangat rentan terhadap kerugian yang disebabkan oleh rusaknya barang dagangan dan fluktuasi harga.

Pasar Bumi Serpong Damai (BSD), adalah contoh pasar tradisional yang mampu bertahan meski dikelilingi oleh sedikitnya lima peritel modern besar.

Untuk menghindari tenggelamnya pasar tradisional akibat kehadiran pasar modern, diperlukan pendekatan yang terpadu bagi ketiga permasalahan di atas, yakni adanya regulasi untuk melindungi pasar tradisional, dukungan perbaikan infrastruktur, penguatan manajemen dan modal pedagang di pasar tradisional.

Menjamurnya supermarket di Indonesia saat ini berdampak pada sektor perdagangan ritel. Semenjak diberlakukannya liberalisasi sektor ritel pada 1998, kompetisi yang terjadi antarsupermarket di pasar ritel Indonesia tidak hanya melibatkan pemain lokal, tetapi juga pemain asing. Beberapa kalangan menyatakan bahwa pasar tradisional adalah pihak yang paling terkena dampak kompetisi supermarket ini. Untuk membuktikan hal ini perlu dilakukan kajian mengenai dampak kehadiran supermarket terhadap pasar dan pedagang ritel tradisional di daerah perkotaan di Indonesia.

Beberapa penelitian mengenai dampak supermarket yang pernah dilakukan di negara berkembang, di antaranya oleh Reardon dan Berdegú (2002), Reardon et al (2003), Traill (2006), dan Reardon dan Hopkins (2006), menemukan adanya dampak negatif terhadap pedagang ritel tradisional dengan menjamurnya supermarket. Pedagang yang terlebih dahulu bangkrut biasanya adalah pedagang

yang menjual aneka barang, makanan olahan, dan produk-produk olahan susu, diikuti oleh toko-toko yang menjual bahan makanan segar dan pasar tradisional. Mereka hanya dapat bertahan selama beberapa tahun. Setelah itu, tinggal pedagang yang berdagang produk-produk spesifik atau mereka yang berdagang di daerah yang dilindungi dari keberadaan supermarket saja yang dapat tetap bertahan.

Untuk mengukur dampak supermarket terhadap pasar tradisional di daerah perkotaan di Indonesia, pernah dilakukan oleh lembaga penelitian SMERU, yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode difference-in-difference (DiD) dan model ekonometrik. Penghitungan dengan metode DiD digunakan untuk melihat signifikansi perbedaan antara kelompok perlakuan dan kelompok kontrol. Kelompok perlakuan adalah para pedagang di pasar tradisional yang letaknya berdekatan dengan supermarket, sedangkan kelompok kontrol adalah sebaliknya. Hal ini dinyatakan dalam persamaan 1 berikut ini:

$$\text{Dampak} = (T2 - T1) - (C2 - C1) \quad (1)$$

di mana T1 dan T2 adalah kondisi pedagang di pasar tradisional sebelum dan sesudah adanya supermarket di daerah tersebut dan C1 dan C2 adalah kondisi pedagang di pasar tradisional di mana tidak ada supermarket di daerah tersebut untuk periode yang sama.

Penelitian ini menggunakan tahun 2003 sebagai tahun dasar untuk memastikan bahwa pedagang masih dapat mengingat kondisi pada saat itu dan akhir tahun 2003 merupakan tahun permulaan masuknya hipermarket ke kota-kota lebih kecil, seperti Kota Depok. Sementara itu, penggunaan model ekonometrik bertujuan untuk memasukkan variabel-variabel kontrol yang mungkin berpengaruh

terhadap hasil.

Kajian ini mengambil lokasi sampel di Bandung dan Depok, daerah perkotaan yang memiliki tingkat kepadatan supermarket yang cukup tinggi, dan memilih tujuh pasar tradisional secara purposif. Kriteria yang digunakan adalah yang menjamin bahwa terdapat kesamaan profil antara pasar kontrol dan perlakuan selain keberadaan supermarket. Dengan satu pasar kontrol di masing-masing daerah, secara total dipilih empat pasar tradisional di Bandung dan tiga di Depok. Pemilihan lokasi control didasarkan pada kriteria bahwa di lokasi tersebut akan berdiri sebuah supermarket pada 2007. Responden untuk kajian ini, yaitu para pedagang pasar tradisional, dipilih secara acak dengan menggunakan metode penarikan sampel probabilitas-sesuai-ukuran.

Banyak kalangan berpandangan bahwa pasar tradisional adalah pihak yang paling terkena dampak kompetisi supermarket.

Berdasarkan analisis deskriptif, mayoritas komoditas yang dijual di pasar tradisional adalah sayur-sayuran segar. Sebanyak 22,4% pedagang menjual sayur-sayuran segar sebagai komoditas dagangan utama mereka. Artinya, ada persaingan antar pedagang sayur-sayuran segar yang cukup ketat sehingga harga komoditas sayur-sayuran segar berkualitas baik di pasar tradisional menjadi lebih kompetitif daripada komoditas lainnya.

Pesaing utama para pedagang di pasar tradisional dalam berusaha di lokasi perlakuan dan control berdasarkan perspektif mereka. Terlihat perbedaan yang jelas antara lokasi kontrol dan perlakuan. Mayoritas pedagang di lokasi perlakuan menyatakan bahwa supermarket adalah pesaing utama mereka. Akan tetapi jika proporsi pesaing-pesaing yang berasal dari sesama pedagang di dalam dan

sekitar pasar (pedagang kaki lima) digabung, jumlahnya akan lebih tinggi dari proporsi supermarket. Di lokasi kontrol, hanya terdapat 3,25% pedagang yang menyatakan bahwa supermarket merupakan pesaing utama mereka dan mereka juga menyatakan bahwa pesaing utama mereka adalah sesama pedagang di dalam pasar. Hal yang menarik adalah bahwa terdapat cukup banyak pedagang, baik di lokasi kontrol maupun perlakuan, yang tidak dapat mengidentifikasi siapa pesaing utama mereka.

Tabel 2.1.  
Komoditas dan Proporsi Pedagang (%)

<b>Komoditas</b>	<b>%</b>	<b>Komoditas</b>	<b>%</b>
Sayur-sayuran segar	22,24	Daging (sapi, kambing, babi)	6,4
Bahan makanan dan minuman	17,2	Bumbu-bumbuan	5,9
Buah-buahan segar	8,9	Telur dan susu	4,4
Kebutuhan rumah tangga lainnya	7,9	Minyak sayur	2,7
Ikan	7,4	Kacang-kacangan	2,2
Ayam	6,9	Umbi-umbian	1,0
Beras	6,9		

*Note: This Tabel uses Indonesian numbering conventions, for example, 22,4 = 22.4.*

### 1. Kinerja Usaha Pedagang di Pasar Tradisional

Dengan menggunakan indikator keuntungan, omset, dan jumlah pegawai, dapat dilihat perubahan kinerja usaha pedagang di pasar tradisional selama periode 2003 hingga 2006. Tabel 3



menunjukkan rata-rata proporsi perubahan masing-masing indikator itu. Baik pedagang di lokasi perlakuan maupun kontrol mengalami penurunan untuk masing-masing indikator dengan penurunan terbesar pada indikator keuntungan. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas pedagang mengutamakan kelangsungan usaha dalam berdagang daripada keuntungan yang mereka dapatkan. Sebagai catatan, tanda negatif dalam tabel menyatakan bahwa terdapat penurunan kinerja usaha, baik secara keseluruhan maupun di masing-masing lokasi kontrol dan perlakuan dalam tiga tahun terakhir.

Tabel 2.2

Proporsi Pesaing Utama di Lokasi Perlakuan dan Kontrol (%)

Perlakuan		Kontrol	
Pesaing Utama	%	Pesaing Utama	%
Supermarket	42,29	Sesama pedagang di dalam pasar	38,96
Sesama pedagang di dalam pasar	29,25	PKL di sekitar pasar	27,27
Tidak tahu	13,44	Tidak tahu	25,32
PKL di sekitar pasar	12,25	Minimarket	4,55
Pedagang keliling	1,19	Supermarket	3,25
Minimarket	1,19	Pedagang keliling	0,65
Warung	0,40		

## 2. Dampak Supermarket

Hasil DiD untuk mengukur dampak supermarket terhadap kinerja pasar tradisional dapat dilihat pada Tabel 4. Perbedaan masing-masing indikator di kelompok perlakuan dan kontrol tidak

ada yang secara signifikan berbeda dari nol, yang artinya dampak dari keberadaan supermarket terhadap keuntungan, omset, dan jumlah pekerja pasar tradisional tidak nyata secara statistik.

Untuk analisis kuantitatif dengan menggunakan model ekonometrik, dilakukan 12 estimasi untuk masing-masing variabel dependen yang terdiri atas perubahan proporsi keuntungan, omset, dan jumlah pekerja dengan menggunakan tiga set data kontrol.

Ketiga set data kontrol tersebut terdiri dari variabel-variabel yang mengontrol kondisi pedagang pada 2003, variabel-variabel yang mengontrol perubahan kondisi antara 2003 sampai 2006, dan variabel boneka (dummy) Depok. Sebagai indikator dari keberadaan supermarket, digunakan dua variabel yang terdiri atas variabel boneka untuk kelompok perlakuan dan jarak dari pasar tradisional ke supermarket terdekat. Hasilnya dapat dilihat pada Tabel 5.

Hasil yang diperoleh dari estimasi secara keseluruhan menunjukkan nilai koefisien determinasi yang berkisar dari hampir nol sampai dengan 0,4 seiring dengan penambahan variabel kontrol untuk ketiga variabel dependen. Variabel boneka untuk kelompok perlakuan dan jarak pasar tradisional ke supermarket terdekat memiliki tanda koefisien positif dan negatif yang tidak secara signifikan berbeda dari nol untuk variabel.

Tabel 2.3  
Rata-rata Proporsi Perubahan Keuntungan, Omset,  
dan Jumlah Pegawai Pedagang di Pasar Tradisional, 2003 - 2006

<b>Rata-rata Proporsi Perubahan</b>	<b>Perlakuan</b>	<b>Kontrol</b>	<b>Keseluruhan</b>
Keuntungan	-19,30 (57,71)	-24,10 (63,02)	-21,11 (59,74)
Omset	-8,98 (67,42)	-3,05 (223,42)	-6,72 (147,54)
Jumlah Pekerja	-6,84 (33,13)	-3,87 (35,12)	-5,78 (33,8)

Catatan : Standar deviasi di dalam tanda kurung Pesaing  
Utama/*Main Competitor* % Kontrol/*Control* Perlakuan/  
*Treatment* Pesaing Utama/*Main Competitor* %

Tabel 2.4  
Dampak Supermarket terhadap Pasar Tradisional Menggunakan  
Metode Difference-in-Difference

	<b>Perlakuan</b>	<b>Kontrol</b>	<b>Perbedaan</b>
Keuntungan	-19,30 (-33,3)	-24,10 (-40)	4,79
Omset	-8,98 (-25)	-3,05 (-33)	-5,93
Jumlah Pekerja	-6,84 (1)	-3,87 (1)	-2,96

Catatan : Angka-angka tersebut adalah rata-rata perubahan

proporsional dalam setiap kategori antara 2003 dan 2006. Median dalam tanda kurung.

Dependen perubahan proporsi keuntungan dan omset. Sementara itu, untuk variabel dependen perubahan proporsi jumlah pegawai, variabel boneka untuk kelompok perlakuan memiliki tanda koefisien negatif yang secara signifikan berbeda dari nol. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang di daerah perlakuan mempunyai jumlah pegawai yang lebih sedikit daripada pedagang di daerah kontrol. Hasil estimasi ini didukung pula oleh signifikannya variabel jarak dari pasar tradisional ke supermarket terdekat untuk variabel dependen yang sama. Tes tersebut menunjukkan bahwa semakin jauh jarak pasar tradisional dari supermarket, semakin tinggi kemampuan pedagang untuk mempekerjakan lebih banyak pegawai.

Kehadiran supermarket tidak terbukti secara langsung memberi dampak terhadap kinerja usaha pedagang di pasar tradisional. Hasil estimasi variabel boneka untuk kelompok perlakuan dan jarak pasar tradisional ke supermarket tidak berdampak signifikan terhadap dua indikator utama kinerja usaha, yaitu keuntungan dan omset.

Sementara itu, untuk indikator jumlah pekerja, hasil estimasi menunjukkan bahwa pedagang di lokasi perlakuan mempunyai jumlah pegawai yang lebih sedikit daripada pedagang di lokasi kontrol. Pedagang di lokasi perlakuan akan mengurangi jumlah pegawainya seiring dengan semakin dekatnya letak supermarket.

Dengan kata lain, kondisi pasar persaingan sempurna yang dihadapi oleh para pedagang di pasar tradisional membuat mereka

cenderung untuk mengurangi biaya operasional, termasuk biaya pegawai, untuk mempertahankan kelangsungan usaha.

### **G. Gambaran Umum Perkembangan Koperasi.**

Sebagian besar pakar Koperasi dan beberapa kalangan berpendapat bahwa sesungguhnya bentuk-bentuk Koperasi yang konkrit di Indonesia baru mulai tumbuh pada era kebangkitan nasional, yaitu pada awal tahun 1900-an.

Dimulai dengan berdirinya Koperasi rumah tangga (Koperasi Konsumen), yang didirikan oleh tokoh-tokoh pergerakan nasional di kalangan Boedi Oetomo pada tahun 1909, kemudian disusul dengan berdirinya ***toko-toko Andeel*** pada tahun 1913 oleh tokoh-tokoh Serikat Dagang Islam, Sarekat Islam dan tokoh-tokoh pergerakan nasional sebagai strategi perjuangan untuk mencapai kemerdekaan.

Sampai dengan tahun 1940, jumlah Koperasi telah berkembang menjadi 656 unit, dengan jumlah anggota sebanyak 52.555 orang, yang terdiri dari mereka yang berasal dari pegawai, sekitar 47 %, petani, 20 %, buruh, 9 % dan pedagang, sekitar 19 %..

Sebagian besar Koperasi pada saat itu memang merupakan Koperasi yang bergerak di bidang perkreditan atau simpan pinjam (sekitar 77%), ada juga Koperasi konsumen, tetapi jumlahnya sedikit dan tak berkembang. Di samping itu ada juga Koperasi produsen / Koperasi pemasaran yang melayani pembelian bahan baku yang diperlukan oleh anggota untuk proses produksinya dan melayani pemasaran produk yang dihasilkan oleh para anggotanya. Akan tetapi Koperasi jenis itupun banyak yang mengalami nasib seperti pada Koperasi konsumsi.

Tetapi karena kurang pengetahuan dan pengalaman dalam mengelola Koperasi, upaya penumbuhan Koperasi itu pun tidak bisa berkembang.

Dalam upaya untuk memperbaiki nasib rakyat, yang dalam struktur perekonomian di masa penjajahan merupakan lapisan terbawah, para pemimpin bangsa (*founding Father*) bersepakat untuk mencantumkan peranan Koperasi dalam UUD 1945, pada pasal 33 ayat (1) beserta penjelasannya.

Karena pada awal proklamasi itu negara masih diwarnai dengan pertempuran di sana-sini, maka pembangunan Koperasi belum dapat dilaksanakan secara optimal. Meskipun demikian pada saat itu, dalam upaya pembangunan Koperasi, pemerintah dapat membentuk Jawatan Koperasi yang dikepalai oleh R.S Suria Atmaja. Pada saat itu (1946) terdaftar 2.500 Koperasi, yang berada di bawah bimbingan pemerintah.

Seiring dengan pembinaan Koperasi oleh pemerintah, di kalangan gerakan Koperasipun muncul gagasan untuk menyatukan diri dalam suatu wadah perjuangan, yang dapat terlaksana pada Kongres Koperasi I di Tasikmalaya pada 11 – 14 Juli 1947. Dalam Kongres Koperasi ini, pada 12 Juli 1947 terbentuk SOKRI (*Sentral Organisasi Koperasi Rakyat Indonesia*), yang kelak akan menjadi Dekopin (*Dewan Koperasi Indonesia*) wadah tunggal gerakan Koperasi Indonesia.

Memasuki tahun 1950an, perhatian dan pemihakan pemerintah terhadap pembangunan ekonomi rakyat makin meningkat, dan Koperasipun dalam rangka pelaksanaan pasal 33 UUD 1945 mendapat ruang gerak yang cukup luas. Di bawah bimbingan langsung

Bung Hatta, Wakil Presiden, Koperasi diarahkan menjadi lembaga ekonomi rakyat yang kuat dan mandiri.

Dalam pidato radionya pada setiap peringatan Hari Koperasi tanggal 12 Juli, Bung Hatta selalu menyajikan perkembangan Koperasi yang telah dicapai. Bahkan setelah mengundurkan diri sebagai Wakil Presiden pada 1 Desember 1956, Bung Hatta masih tetap memberikan perhatiannya yang cukup besar pada pengembangan Koperasi.

Sayang pembinaan Koperasi yang dipimpin langsung oleh Bung Hatta, yang sejalan dengan prinsip-prinsip Koperasi yang berlaku universal itu, dimana pemerintah hanya berfungsi sebagai pembimbing, sejak tahun 1959 berubah total. Mengikuti Dekrit Presiden 5 Juli 1959, maka pembinaan Koperasi yang selama ini berdasar pada Undang-Undang Republik Indonesia No. 79/1958, diganti dengan Peraturan Pemerintah (PP) No 60/1959, yang antara lain menyebut fungsi Koperasi sebagai “alat untuk melaksanakan ekonomi terpimpin berdasarkan sosialisme ala Indonesia”. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 14/1965 tentang Perkoperasian yang menggantikan Undang-Undang Republik Indonesia No. 79/1958, fungsi Koperasi ditegaskan sebagai “organisasi ekonomi maupun sebagai alat revolusi”, sedangkan kepengurusan Koperasi “harus mencerminkan kekuasaan progresif revolusioner berporoskan Nasakom dan harus berjiwa Manipol”. Peranan pemerintah yang sedemikian dominan dalam pembinaan Koperasi, telah menjadikan Koperasi berkembang pesat hingga akhir tahun 1965 yang jumlahnya menjadi 64.000 unit.

Selanjutnya datang masa orde baru, yang segera berupaya meluruskan kembali undang-undang yang ada menjadi Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 tahun 1967.tentang Pokok-

Pokok Perkoperasian, dan dilanjutkan lagi dengan penataan dan penyatuan Koperasi di pedesaan melalui pembangunan BUUD / KUD. Kegiatan usaha KUD pada umumnya bersifat atau berasal dari program-program pemerintah, sehingga pada sisinya yang lain membuat ketergantungan KUD kepada kegiatan - kegiatan yang berasal dari pemerintah saja. Sementara itu kegiatan usaha Koperasi perkotaan relatif tidak bergantung pada program pemerintah.

Pada 1992, lahir Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992, sebagai jawaban atas tantangan globalisasi. Dan sejak tahun 1993, urusan pembinaan terhadap Usaha Kecil dimasukkan menjadi satu dengan urusan Koperasi dalam satu departemen pemerintahan, dan disusul pada tahun 1998 urusan pembinaan terhadap Usaha Menengah juga dimasukkan menjadi satu dengan urusan Koperasi dalam satu departemen pemerintahan.

Pada September 1995, dalam Kongres dan Rapat Anggotanya di Manchester, Inggris, ICA telah mengesahkan ICIS (*ICA Cooperative Identity Statement*) atau Jatidiri Koperasi ICA, yang terdiri dari: Definisi, Nilai-nilai dan Prinsip-prinsip Koperasi. DEKOPIN, organisasi gerakan Koperasi Indonesia, yang menjadi anggota ICA juga hadir dan ikut mengesahkan Jatidiri ICA tersebut, sehingga terikat untuk melaksanakannya. Demikian pula pemerintah (Kementerian Koperasi dan UKM) yang selalu hadir sebagai peserta Konferensi Menteri-menteri Koperasi se Asia Pasifik, juga terikat untuk melaksanakan Jatidiri Koperasi tersebut. Dalam Konferensi Menteri-menteri Koperasi se Asia Pasifik di Chiang May pada tahun 1997, salah satu rekomendasinya adalah: "Dalam undang-undang dan kebijakan tentang pengembangan Koperasi agar konsisten dengan Jatidiri Koperasi" Pada saat ini telah tersusun RUU Koperasi, yang mengkomendasikan Jatidiri Koperasi ICA, yang dewasa ini dalam proses



penyelesaian/pengesahan.

Di masa akhir Pembangunan Jangka Panjang Tahap I (PJPT I), Koperasi dan segenap komponen ekonomi rakyat sesungguhnya berada dalam posisi yang amat kritis, karena harus tetap mampu bertahan hidup ( *survive* ) di tengah-tengah dorongan ke arah pertumbuhan dan pemerataan.

Tatkala badai krisis ekonomi pada tahun 1997, juga menerpa Indonesia, tampil peran Koperasi, dan kekuatan ekonomi rakyat lainnya (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (KUMKM), yang oleh sebagian pengamat ekonomi disebut sebagai katup pengaman di masa krisis menerpa perekonomian nasional.

Di awal era reformasi digelar, pokok-pokok pikiran pelaksanaan demokrasi ekonomi yang menjadi amanat Undang-Undang Dasar (UUD) 1945, semakin mengemuka kembali.

Pembenahan Koperasi di pedesaan dilakukan lagi, yaitu bahwa masyarakat dibolehkan mendirikan Koperasi di pedesaan tanpa harus bergabung dengan KUD yang ada dan tanpa harus menggunakan nama KUD. Pengesahan Badan Hukum Koperasi oleh Menteri Koperasi diturunkan lagi pendelegasiannya hingga ke Kepala Kandep Koperasi Kabupaten atau Kota.

Disusul dengan era dimulainya pelaksanaan otonomi daerah yang antara lain juga telah memberikan kewenangan yang lebih besar kepada Pemda untuk mengelola pembangunan Koperasi di daerahnya, dibandingkan dengan kewenangan yang dimiliki oleh pemerintah pusat.

Pada era reformasi ini terjadi amandemen UUD 1945 pada tahun 2002, termasuk amandemen terhadap pasal 33. Berdasarkan amandemen ini, maka pasal 33 tidak lagi disertai dengan penjelasan. Dengan demikian penjelasan ayat (1) pasal 33 pada naskah aslinya yang antara lain berbunyi: “....bangun perusahaan yang sesuai dengan itu adalah Koperasi” tidak ada lagi. Dengan tiadanya kata “Koperasi” dalam UUD 1945, terbuka penafsiran yang berbeda.

Sungguh perjalanan panjang yang telah ditempuh Koperasi Indonesia hingga saat ini, tak pernah terlepas dari perubahan-perubahan politik yang silih berganti. Pembangunan Koperasi pun telah digiatkan sejak beberapa dekade terakhir ini. Hasilnya, ditinjau dari segi kuantitas cukup positif, terbukti jumlah Koperasi di Indonesia terus meningkat dengan pesat. Namun jika ditilik dari segi kualitas, kondisinya masih sangat memprihatinkan. Meski begitu, tak dipungkiri bahwa sebenarnya beberapa Koperasi seperti KSP/USP, Koperasi Konsumen, Koperasi Produsen, Koperasi Pemasaran dan Koperasi Jasa juga memiliki kesempatan untuk berkembang menjadi organisasi ekonomi yang mantap, demokratis, dan otonom dengan basis partisipatif yang kuat. Pemerintah dan Gerakan Koperasi, bersama-sama perlu mengupayakan agar Koperasi lebih profesional dalam menjalankan organisasi dan usahanya, serta mampu mengemban peran utama dalam memajukan kehidupan ekonomi rakyat.

Pembangunan Koperasi merupakan bagian integral dari proses pembangunan nasional yang bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur (UUD 1945). Hal ini selaras dengan harapan yang berkembang luas di tengah tumbuhnya kesadaran dan perhatian masyarakat terhadap nasib ekonomi rakyat.

Pembangunan Koperasi berkaitan langsung dengan kehidupan

dan peningkatan kesejahteraan bagi sebagian besar rakyat Indonesia (*pro poor*). Selain itu bersama UMKM, potensi dan peran strategisnya telah terbukti menjadi penopang kekuatan dan pertumbuhan ekonomi nasional (*pro growth*). Keberadaan Koperasi bersama UMKM yang dominan sebagai pelaku ekonomi nasional juga merupakan subyek vital dalam pembangunan, khususnya dalam rangka perluasan kesempatan berusaha, menyerap tenaga kerja dan ikut menekan pengangguran (*pro job*).

Mencermati kenyataan tersebut, maka orientasi dan fokus pembangunan Koperasi perlu ditingkatkan agar Koperasi benar-benar mampu menerapkan prinsip Koperasi dan kaidah umum yang berlaku dalam perekonomian, secara konsisten, konsekuen dan berdaya guna.

Betapapun harus disadari, bahwa pelaku utama pengembangan Koperasi adalah gerakan Koperasi sendiri, sementara pemerintah lebih banyak berfungsi dalam bidang regulasi dan fasilitasi dalam rangka mendorong Koperasi berkembang menjadi lembaga ekonomi sosial yang sehat, kuat dan mandiri. Meskipun demikian dengan pertimbangan bahwa keberhasilan Koperasi bukan hanya berdampak mikro bagi peningkatan kesejahteraan anggotanya, tetapi juga bagi pembangunan nasional seperti: penciptaan lapangan kerja, pengurangan angka kemiskinan, juga menciptakan masyarakat madani yang demokratis, maka dalam pembinaan dan pengembangan Koperasi ini, antara gerakan Koperasi dan pemerintah perlu selalu berkoordinasi dan bersinergi di atas platform kebijakan pembinaan yang sama.

## **H. Pengembangan Koperasi Konsumen**

Berdasarkan ketentuan Pasal 83 Undang - Undang Republik

Indonesia nomor 17 tahun 2012 tentang Perkoperasian diatur bahwa terdapat 4 (empat) jenis Koperasi yang harus dikembangkan di Indonesia, yaitu Koperasi Konsumen, Koperasi Produsen, Koperasi Jasa, dan Koperasi Simpan Pinjam. Menurut ketentuan Pasal 84 ayat (1) Undang - Undang Republik Indonesia tentang Perkoperasian tersebut,. Koperasi Konsumen merupakan jenis Koperasi yang menyelenggarakan kegiatan usaha Pelayanan di bidang penyediaan barang kebutuhan anggota dan non anggota. Fenomena umum dari Koperasi Konsumen di Indonesia pada saat ini adalah skala usahanya ritel kecil dan sering mengalami kegagalan bilamana bergerak pada tataran grosir besar.

Ketentuan ini menjadi dasar hukum yang kuat bagi Koperasi untuk melaksanakan kegiatan usaha Pelayanan kebutuhan anggotanya dan masyarakat, baik sebagai salah satu ataupun satu-satunya kegiatan usaha Koperasi. Kegiatan usaha ini banyak menanggung resiko, oleh karena itu pengelolaanya harus dilakukan secara profesional.

Pendirian Koperasi Konsumen dilaksanakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan mengenai persyaratan dan tata cara pengesahan Akta Pendirian dan perubahan Anggaran Dasar Koperasi. Jumlah Koperasi Konsumen pada tahun 2010 sampai dengan 2012 yaitu :

- ❖ Tahun 2010 terdapat 4.790 unit Koperasi yang aktif yang terdiri dari modal sendiri sebesar Rp. 1,003,045.000.000,-. Modal luar sebesar 1,326,297.000.000,- .dengan total asset Rp 2.329.342.000.000,- dengan jumlah anggota lebih dari 1.153.010 orang.
- ❖ Tahun 2011 terdapat 133.666 unit Koperasi yang aktif yang terdiri

dari modal sendiri sebesar Rp. 35.794.285.640.000,-. Dan modal luar sebesar 39.689.952.510.000,- dengan total asset Rp 75.484.238.150.000,- dengan jumlah anggota lebih dari 30.849.913 orang.

- ❖ Tahun 2012 terdapat 139.321 unit Koperasi yang aktif yang terdiri dari modal sendiri sebesar Rp. 51.422.621.070.000,-. Dan modal luar sebesar 51.403.537.200.000,- dengan total asset Rp 102.826.158.270.000,- dengan jumlah anggota lebih dari 33.869.439 orang.

Data tersebut merefleksikan peran substansial dan kapasitas Koperasi Konsumen dan mobilisasinya untuk memenuhi kebutuhan anggotanya dan mendorong kekuatan KUMKM ke arah yang lebih produktif dan mandiri.

Guna memperjelas implementasinya bagi para pelaksana/pengguna baik dinas tingkat Propinsi, Kabupaten dan Kota maupun gerakan Koperasi khususnya yang merupakan jenis Koperasi Konsumen, maka dalam Undang - Undang Republik Indonesia nomor 17 tahun 2012 tentang Perkoperasian mengamanatkan payung hukum berupa Peraturan Pemerintah untuk mengatur mengenai penjenisan Koperasi.

## **I. Pelayanan Koperasi Konsumen**

Koperasi konsumen merupakan Koperasi yang pertama dan tertua di dunia, ketika dibentuk untuk pertama kalinya oleh para pelopor Rochdale, Inggris, pada tahun 1844, yang kemudian disusul oleh Koperasi kredit yang dipelopori oleh Raiffeisen pada 1848.

Jika Koperasi kredit merupakan jenis Koperasi yang pertama kali diperkenalkan kepada masyarakat Indonesia pada masa penjajahan (1896), maka oleh para pemimpin pergerakan nasional, Koperasi konsumen dalam bentuk toko-toko banyak dimanfaatkan sebagai bagian dari perjuangan untuk memperoleh kemerdekaan melalui usaha ekonomi mandiri. Tetapi karena anggota Koperasi konsumen ini belum memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam mengelola Koperasi, maka toko-toko Koperasi tersebut tidak bisa berkembang dengan baik.

Setelah proklamasi, melalui masa-masa sulit pada awal kemerdekaan dan kemudian dilanjutkan ke periode pemerintahan berikutnya sampai saat ini, Koperasi simpan pinjam dan Koperasi konsumen terus diupayakan untuk dikembangkan, tetapi yang dapat berkembang signifikan adalah Koperasi simpan pinjam (termasuk Koperasi kredit), sedangkan Koperasi konsumen yang banyak dianjurkan oleh pimpinan gerakan politik ternyata sulit berkembang. Meskipun demikian pada tahun 1960 – 1970an pernah berdiri IKK (Induk Koperasi Konsumen), yang juga tidak berusia panjang.

Kondisi seperti ini masih bisa kita saksikan hingga saat ini. Kurangnya solidaritas di antara sesama anggota, kurangnya pengetahuan dan pengalaman dalam mengelola Koperasi serta kurangnya modal, menjadi sebab mengapa Koperasi konsumen sulit berkembang (Hatta/1954). Tetapi lebih dari itu, pengelolaan toko/Koperasi konsumen harus kita akui jauh lebih kompleks dari pengelolaan Koperasi simpan pinjam.

## J. Ruang Lingkup

Sebagai mana tertuang dalam Kerangka Acuan Kerja Ruang lingkup dari kegiatan ini adalah pembuatan model regulasi Koperasi Konsumen, yang tersusun secara luas dan mendalam serta mengandung hal yang penting yang nantinya dapat dijadikan sebagai pedoman dalam pemberdayaan Koperasi Konsumen.

Pembangunan Koperasi berkaitan langsung dengan kehidupan dan peningkatan kesejahteraan bagi sebagian besar rakyat Indonesia (*pro poor*). Selain itu bersama UMKM, potensi dan peran strategisnya telah terbukti menjadi penopang kekuatan dan pertumbuhan ekonomi nasional (*pro growth*). Keberadaan Koperasi bersama UMKM yang dominan sebagai pelaku ekonomi nasional juga merupakan subyek vital dalam pembangunan, khususnya dalam rangka perluasan kesempatan berusaha, menyerap tenaga kerja dan ikut menekan pengangguran (*pro job*).

Mencermati kenyataan tersebut, maka orientasi dan fokus pembangunan Koperasi perlu ditingkatkan agar Koperasi benar-benar mampu menerapkan prinsip Koperasi dan kaidah umum yang berlaku dalam perekonomian, secara konsisten, konsekuen dan berdaya guna.

Betapapun harus disadari, bahwa pelaku utama pengembangan Koperasi adalah gerakan Koperasi sendiri, sementara pemerintah lebih banyak berfungsi dalam bidang regulasi dan fasilitasi dalam rangka mendorong Koperasi berkembang menjadi lembaga ekonomi sosial yang sehat, kuat dan mandiri. Meskipun demikian dengan pertimbangan bahwa keberhasilan Koperasi bukan hanya berdampak mikro bagi peningkatan kesejahteraan anggotanya, tetapi juga bagi pembangunan nasional seperti: penciptaan lapangan kerja,

pengurangan angka kemiskinan, juga menciptakan masyarakat madani yang demokratis, maka dalam pembinaan dan pengembangan Koperasi ini, antara gerakan Koperasi dan pemerintah perlu selalu berkoordinasi dan bersinergi di atas platform kebijakan pembinaan yang sama.

Atas dasar pertimbangan tersebut, dan guna mendorong serta mempercepat tumbuh dan berkembangnya Koperasi yang sehat, mandiri dan berdaya saing sesuai dengan jatidirinya serta dalam menyelaraskan Koperasi dengan perkembangan lingkungan yang dinamis, maka diperlukan penyusunan Model Regulasi Pengembangan Koperasi Konsumen.

Dalam penyusunan ini, berbagai pengalaman pengembangan Koperasi konsumen di masa lalu, baik keberhasilannya, dan terlebih kegagalannya harus menjadi pelajaran berharga, sehingga kita tidak akan mengulang kebijakan maupun praktek-praktek yang tidak mendukung pengembangan Koperasi secara benar. Dengan asumsi, bahwa kebijakan apapun yang kita lakukan dalam pengembangan Koperasi adalah untuk menjadikan Koperasi sebagai lembaga ekonomi sosial yang sehat, kuat dan mandiri, yang mampu beroperasi dan bersaing di pasar bebas, maka penyusunan ini perlu didasari dengan paradigma baru yang mengekspresikan tujuan tersebut.

Pembangunan dalam konteks ini sudah barang tentu mencakup semua langkah yang berkait dengan pemberdayaan, bimbingan, pembinaan, penumbuhan dan pengembangan Koperasi konsumen serta upaya lainnya demi kemajuan Koperasi konsumen.

Penyusunan Model Regulasi Pengembangan Koperasi Konsumen ini dirumuskan berdasar pengalaman empiris praktek



berKoperasi dan mempertimbangkan ekspektasi Gerakan Koperasi dan horizon keberpihakan Pemerintah dalam pemberdayaan simpul ekonomi kerakyatan, yaitu : Koperasi konsumen, pada dimensi waktu yang akan datang. Atas dasar itu, maka model regulasi ini disusun dengan tujuan agar dapat dijadikan :

1. Arahan, acuan, rujukan dan pedoman utama baik bagi pemerintah, gerakan Koperasi, dunia usaha , para pemangku kepentingan masyarakat luas dalam merencanakan, melaksanakan dan melakukan pengendalian pembangunan Koperasi konsumen dalam kurun waktu tertentu
2. Tolok ukur atau indikator kunci bagi kinerja pengembangan Koperasi konsumen dari waktu ke waktu ( *Key Performance Indicators*).

## **BAB III**

### **KONDISI KOPERASI MASA KINI**

#### **A. Keadaan Koperasi**

Koperasi sejatinya adalah entitas masyarakat yang berkehendak menolong diri sendiri dan orang lain dengan menjalankan perusahaan Koperasi untuk melaksanakan pelayanan ekonomi yang dibutuhkan anggota melalui cara keswadayaan dan kemandirian. Agregasi pelayanan Koperasi seyogyanya berdampak pada terwujudnya kemanfaatan ekonomi dan sosial tidak saja bagi anggota, tetapi juga bagi masyarakat, sehingga hal itu dapat menjadi jalan tercapainya tujuan Koperasi, ialah kesejahteraan anggota dan masyarakat.

Apakah Koperasi telah mampu mengantarkan anggotanya mencapai tujuan ? Sangat naif, bila dikatakan belum. Tetapi tidak juga bisa disangkal bahwa banyak Koperasi yang belum mampu menjadi agen bagi kemajuan anggotanya. Artinya kinerja terukur pencapaian tujuan Koperasi adalah sangat kondisional dan situasional, sejalan dengan faktor dinamika kesadaran anggota, kemandirian Koperasi, gerakan Koperasi, keterlibatan masyarakat dan peran pemerintah.

#### **1. Perkembangan Koperasi 2009 - 2012..**

Dari pengolahan data laporan Kementerian Negara Koperasi, dan Usaha Kecil dan Menengah, per Desember 2009, Desember 2010, per Desember 2011 dan per Desember 2012, tersaji angka perkembangan Koperasi sebagai berikut :

- a. Pada Akhir Tahun 2009, Koperasi, berdasarkan sumber data yang diolah dari Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, pada akhir tahun 2009, dilaporkan tercatat berjumlah 120.473 unit Koperasi aktif, dengan anggota perorangan sebanyak 9.037.098 orang. Sementara itu Modal sendiri yang dimiliki berjumlah Rp.28.348.727.780.000, dan modal luar sebesar Rp. 31.503.882.170.000. Sedangkan volume usaha mencapai sebesar Rp.82.098.587.190.000,- serta membukukan Sisa Hasil Usaha (SHU) sebesar Rp. 5.303.813.540.000, dan tenaga kerja yang diserap tercatat sebanyak 357.330 orang,
  
- b. Pada akhir 2010, Koperasi, berdasarkan sumber data yang diolah dari Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, pada akhir tahun 2010, dilaporkan tercatat berjumlah 124.855 unit koperasi aktif, dengan anggota perorangan sebanyak 30.461.121 orang. Sementara itu Modal sendiri yang dimiliki berjumlah Rp. 30.102.013.900.000,- dan modal luar sebesar Rp. 34.686.712.670.000,- Sedangkan volume usaha mencapai sebesar Rp.76.822.082.400.000,- serta membukukan Sisa Hasil Usaha (SHU) sebesar Rp.5.622.164.240.000,- dan tenaga kerja yang diserap tercatat sebanyak 358.768 orang,
  
- c. Sementara itu per akhir 2011, Koperasi, berdasarkan sumber data yang diolah dari Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, jumlah Koperasi dilaporkan tercatat berjumlah 133.666 unit koperasi aktif dengan anggota perorangan sebanyak lebih dari 30.849.913 orang. Sementara itu Modal sendiri yang dimiliki berjumlah Rp.35.794.284.640.000,-, dan modal luar sebesar Rp.

39.689.952.510.000,- Sedangkan volume usaha mencapai sebesar Rp. 95.602.402.210.000,-. Sisa Hasil Usaha (SHU) Rp. 6.336.480.970.000,-, dan tenaga kerja yang diserap tercatat sebanyak 377.238 orang,

- d. Sementara itu per akhir 2012, Koperasi, berdasarkan sumber data yang diolah dari Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, jumlah Koperasi dilaporkan tercatat berjumlah 139.321 unit koperasi aktif, dengan anggota perorangan sebanyak lebih dari 33.869.439 orang. Sementara itu Modal sendiri yang dimiliki berjumlah Rp.51.422.621.070.000,-, dan modal luar sebesar Rp. 51.403.537.200.000. Sedangkan volume usaha mencapai sebesar Rp. 119.182.690.080.000,- Sisa Hasil Usaha (SHU) Rp. 6.661.925.530.000,- dan tenaga kerja yang diserap tercatat sebanyak 429.678 orang,
- e. Dari gambaran data di atas, nampak Koperasi terus berkembang, yaitu :
- 1) Jumlah Koperasi tumbuh 1,05 % per tahun
  - 2) Jumlah anggota tumbuh .1,83 % per tahun
  - 3) Modal Sendiri meningkat rata-rata sebesar 1,23 % per tahun
  - 4) Volume Usaha meningkat rata-rata 1,14 % per tahun
  - 5) Sisa Hasil Usaha (SHU) meningkat rata-rata 1,08 % per tahun.

## **2. Keragaan Koperasi Per 30 Juni 2013**

- a. Jumlah Koperasi 200.806 unit ;
- b. Jumlah Koperasi Aktif 182.347 unit (0,91 %)
- c. Jumlah Anggota 34.685.145 orang ;
- d. Jumlah Koperasi Yang Menyelenggarakan RAT 62.572 unit

(0,34 %);

- e. Jumlah Manajer 34.619 orang ;
- f. Jumlah karyawan 417.891 orang

### **3. Kondisi Mikro Koperasi**

- a. Kondisi mikro Koperasi juga memperlihatkan bahwa mayoritas yang dapat berkembang adalah Koperasi simpan pinjam/Koperasi kredit, sementara Koperasi yang bergerak di sektor riil (produksi, pengumpulan, pengelolaan, pemasaran dan jasa) banyak yang tidak berhasil. Permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan Koperasi sektor riil ini cukup luas yang manifestasinya berdampak pada kelemahan Koperasi dalam dari segi SDM, manajemen, permodalan, pemasaran, teknologi dan kemitraan usaha.
- b. Hubungan antara Koperasi primer dengan sekundernya pada umumnya belum berjalan secara terintegratif. Asas subsidiaritas, asas saling melengkapi dan bukan saling bersaing belum berjalan, sehingga skala ekonomi dari bisnis yang dilaksanakan Koperasi pada sektor riil belum dapat tercapai. Pada hal pencapaian skala ekonomis, merupakan prasyarat bagi terwujudnya efisiensi dan efektifitas pelayanan Koperasi.
- c. Pada sisi lain keberadaan Koperasi di era sekarang adalah berbeda dengan periode dasawarsa yang lalu. Penerapan Undang-undang Republik Indonesia nomor 33 tahun 2004 tentang Pemerintahan daerah, telah membawa implikasi otonomi, dimana daerah provinsi dan kabupaten/kota memiliki kewenangan luas dalam menyelenggarakan pemberdayaan Koperasi dan UMKM. Sehingga disadari orientasi kebijakan tiap-tiap daerah dimungkinkan berbeda dan karena itu dapat juga

berpengaruh pada aspek kuantitas dan kualitas perkembangan Koperasi.

- d. Meskipun demikian masih cukup banyak Koperasi-Koperasi yang dapat berkembang sebagai lembaga ekonomi – sosial yang sehat, kuat dan mandiri antara lain Koperasi kredit/beberapa Koperasi simpan pinjam, Koperasi peternak sapi perah, Koperasi Serba Usaha Wanita dan sebagainya, yang dapat dijadikan contoh (*best practises*) bagi pengembangan Koperasi pada umumnya.

Selanjutnya dapat diperiksa pada tabel berikut :

Tabel 3.1  
Rekapitulasi Data Koperasi Berdasarkan Provinsi  
30 Juni 2013 \*\*)

No	Provinsi/DI	Koperasi (unit)			Anggota (orang)			RAT (LHR)	Manajer (orang)			Karyawan (orang)		
		JML	Aktif	Tidak Aktif	JML	L	P		JML	L	P	JML	L	P
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)
1	N. Aceh Darussalam	7.455	3.714	3.741	459.313	0	0	846	1.526	0	0	5.262	0	0
2	Sumatera Utara	11.312	6.537	4.975	2.090.116	1.228.708	861.408	3.945	1.489	1.002	496	11.433	6.167	5.266
3	Sumatera Barat	3.726	2.591	1.135	535.733	272.788	262.945	1.194	580	396	184	4.687	2.205	2.478
4	Riau	5.040	3.618	1.422	608.394	0	0	1.079	639	0	0	5.217	0	0
5	Jambi	3.504	2.286	1.218	359.294	265.661	93.633	983	605	495	110	3.615	2.016	1.599
6	Sumatera Selatan	5.399	4.602	797	724.863	542.039	182.824	2.075	615	518	97	7.857	5.867	1.990
7	Bengkulu	2.031	1.541	490	160.300	0	0	252	136	0	0	940	0	0
8	Lampung	4.548	2.810	1.738	824.595	0	0	995	629	0	0	5.623	0	0
9	Bangka Belitung	982	769	213	102.429	74.361	28.068	252	167	160	7	3.918	2.580	1.338
10	Kepulauan Riau	2.034	1.173	861	119.403	0	0	121	299	0	0	1.290	0	0
11	DKI Jakarta	7.775	5.289	2.486	874.818	524.891	349.927	952	1.126	676	450	11.065	7.904	3.162
12	Jawa Barat	24.954	14.817	10.137	5.476.857	3.766.714	1.710.143	5.263	3.341	2.553	788	50.974	34.309	16.665
13	Jawa Tengah	27.081	21.590	5.491	6.284.032	4.018.417	2.265.615	20.579	4.125	3.486	639	110.720	72.662	38.058
14	DI Yogyakarta	2.710	2.154	556	712.366	476.521	235.845	1.554	803	555	248	7.833	4.905	2.928
15	Jawa Timur	29.263	25.553	3.710	7.218.943	0	0	11.212	6.096	0	0	70.896	0	0
16	Banten	6.474	4.089	2.385	955.703	0	0	976	803	0	0	6.110	0	0
17	Bali	4.571	4.117	454	861.580	648.151	213.429	2.068	1.294	1.170	124	19.267	10.560	8.707
18	Nusa Tenggara Barat	3.773	3.272	501	660.907	466.784	194.123	1.047	741	645	96	8.368	5.710	2.658
19	Nusa Tenggara Timur	2.594	2.282	312	588.101	385.978	202.123	787	1.005	895	110	5.365	4.070	1.295
20	Kalimantan Barat	4.521	2.697	1.824	1.233.724	0	0	475	688	0	0	12.337	0	0
21	Kalimantan Tengah	2.834	2.217	617	319.992	250.723	69.269	486	303	243	60	2.176	1.595	577
22	Kalimantan Selatan	2.505	1.686	819	382.736	302.962	79.774	376	362	304	58	3.731	2.386	1.345
23	Kalimantan Timur	5.976	3.981	1.995	433.291	0	0	1.209	347	0	0	8.125	0	0
24	Sulawesi Utara	3.960	3.425	2.535	410.865	304.816	106.049	878	1.452	1.103	349	7.701	5.192	2.509
25	Sulawesi Tengah	2.070	1.306	764	258.881	170.899	87.982	373	437	336	101	2.673	1.592	1.083
26	Sulawesi Selatan	8.180	5.611	2.569	1.199.570	825.134	374.436	1.013	2.818	2.299	519	13.855	8.279	5.576
27	Sulawesi Tenggara	3.249	2.443	806	162.092	122.162	39.930	253	6	5	1	10.790	7.863	2.927
28	Gorontalo	1.060	671	389	130.331	78.689	51.642	202	295	237	58	2.015	1.307	712
29	Sulawesi Barat	869	632	237	80.184	54.268	25.916	443	313	262	51	4.406	2.585	1.821
30	Maluku	3.014	2.160	854	171.380	114.309	57.071	75	1.014	879	135	6.074	4.194	1.880
31	Papua	2.651	1.531	1.120	167.034	0	0	288	182	0	0	380	0	0
32	Maluku Utara	1.388	777	611	60.077	0	0	212	293	0	0	2.289	0	0
33	Papua Barat	1.105	446	659	57.241	51.271	5.970	109	91	89	2	896	805	91
Jumlah Nasional		200.808	142.387	58.421	34.685.145			62.572	34.619			417.891		

\*\*) Angka Sangat Sementara

#### 4. Permasalahan Umum Yang Dihadapi Koperasi

Apabila kita cermati perkembangan Koperasi selama ini dalam berjuang untuk menggapai kesejahteraan bersama di antara para anggotanya dan dalam rangka menjalankan perannya sebagai pelaku ekonomi rakyat di tengah-tengah kiprah perekonomian nasional, setidaknya-tidaknya dapat disimak adanya dua permasalahan pokok yang mendasar, yaitu (a) *Permasalahan Internal* dan (b) *Permasalahan Eksternal*.

#### **a. Permasalahan Internal**

Permasalahan internal yang utama dan amat sentral, yang dihadapi oleh Koperasi dalam menjalankan kegiatan bisnisnya adalah sangat berkait dengan kualitas sumberdaya manusia di lingkungannya, yang membawa implikasi yang amat luas dan kurang menguntungkan dalam pengorganisasian dan operasionalisasi kegiatan bisnisnya.

Di samping kurangnya pemahaman sumberdaya manusia Koperasi terhadap kaidah-kaidah bisnis yang umum berlaku yang wajib dikenali oleh setiap pebisnis sehari-hari, maka hal lain yang perlu diperhatikan di lingkungan kehidupan Koperasi sehari-hari adalah pemahamannya akan prinsip-prinsip dan nilai-nilai dasar Koperasi sebagai landasan mereka dalam kehidupan berKoperasi.

Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2012 tentang perkoperasian, secara jelas merumuskan apa dan bagaimana Koperasi Indonesia itu. Disebutkan dalam pasal 1 Undang - Undang Republik Indonesia tersebut bahwa Koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum Koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip Koperasi.

#### **b. Permasalahan Eksternal**

Permasalahan eksternal yang paling mendasar yang dihadapi oleh Koperasi, sebagaimana yang dialami pula oleh pelaku ekonomi rakyat lainnya yaitu usaha mikro, kecil dan menengah, sebagai kekuatan ekonomi rakyat adalah masalah iklim usaha.



Di lapangan masih sering didengar, betapa mereka harus menghadapi suatu kondisi ketidakpastian ketersediaan bahan baku utama dan bahan tambahan. Demikian pula masalah penggunaan peralatan dan teknologi yang sangat sederhana. Sebagian pasar mereka cenderung bersifat oligopoli. Kepemilikan modal yang sangat rendah, dan beberapa hal lainnya lagi.

Tidaklah terlalu mengherankan bila meskipun berbagai permasalahan yang sejak beberapa tahun lalu telah dirasakan menjadi gangguan bagi mereka, namun sampai saat ini pun masalah tersebut belum sempat beranjak menjauhi mereka. Hal tersebut misalnya antara lain adalah :

- 1) Masih sulitnya sumber modal ; teknologi tepat, pasar dan informasi bisnis untuk bisa dengan mudah diakses oleh ekonomi rakyat ; dan
- 2) Masih rendahnya kualitas kelembagaan, manajemen dan organisasi mereka.

**c. Permasalahan Umum di Lapangan :**

- 1) Di bidang Sumberdaya Manusia, antara lain teridentifikasi bahwa :
  - a) Sebagian pengurus Koperasi belum dapat memahami dan atau menerapkan prinsip Koperasi, sehingga Koperasi masih berupa perusahaan Koperasi yang masih banyak kalah bersaing di pasar.
  - b) Idiologi para kooperator belum dilengkapi dengan kemampuan manajemen,
  - c) Pendidikan perkoperasian pada lembaga-lembaga

pendidikan formal maupun dalam bentuk sosialisasi dan penyuluhan. Semakin berkurang sehingga Koperasi semakin tidak dikenal di kalangan pelajar, mahasiswa dan pemuda,

d) Kompetensi kewirausahaan dan profesionalisme pengelola Koperasi pada umumnya masih rendah,

2) Di bidang kelembagaan Koperasi, antara lain terindikasikan bahwa :

a) Gerakan Koperasi di Indonesia sangat terfragmentasi sehingga tidak mempunyai posisi tawar untuk berhadapan dengan pelaku ekonomi lainnya terutama dalam menghadapi ekonomi pasar.,

b) Manajemen Koperasi belum berkembang, akibatnya efektifitas dan efisiensi sumberdaya yang ada di Koperasi tidak bisa dimanfaatkan secara optimal,

c) Koperasi belum dapat melihat peluang usaha yang bersumber dari potensi daerah,

d) Koperasi masih sulit untuk menjalin kerjasama dengan pihak-pihak lain.

e) Kualitas anggota di beberapa Koperasi relatif rendah karena keanggotaannya di Koperasi lebih sering didasarkan pada kepentingan sesaat.

f) Karena berbagai sebab sebagian Koperasi belum menyelenggarakan RAT tepat waktu,

g) Kepengurusan Koperasi lebih berorientasi pada kepentingan perorangan atau kelompok, sehingga lebih diarahkan pada kegiatan-kegiatan usaha yang hanya dapat memberikan keuntungan kepada lembaga Koperasi dan bukan nilai tambah bagi anggota.,

h) Rendahnya partisipasi anggota Koperasi dari berbagai

aspek terutama disebabkan karena belum terbentuknya pola hubungan kebutuhan dan usaha yang jelas antara Koperasi dengan anggotanya.;

- i) Jumlah Koperasi yang tidak aktif semakin bertambah baik secara absolut maupun secara relatif
  - j) Masih banyak Koperasi yang mengandalkan kegiatan usaha yang bersumber dari program-program pemerintah,
  - k) Banyak Koperasi yang memiliki aset tidak bergerak (Lahan dan gedung) dalam jumlah besar, tetapi tidak likuid, status kepemilikannya tidak jelas dan dalam sistem pembukuan nilai aset tidak berkembang.
  - l) Kurang adanya upaya pengembangan baik di bidang organisasi, manajemen, pelayanan maupun cakupan kegiatannya, sehingga pertumbuhan Koperasi ke arah kematangan dan kemandirian terhambat ;
  - m) Masih banyak Koperasi yang didirikan dengan niat yang tidak tulus untuk melayani anggota.
  - n) Pada umumnya Koperasi tidak atau belum memiliki visi, misi dan tujuan yang jelas;.
- 3) Di samping itu terindikasikan pula :
- a) masih banyak Koperasi yang terbentuk tanpa didasari adanya kepentingan/kebutuhan ekonomi bersama dan prinsip kesukarelaan dari para anggota sehingga kehilangan jati dirinya sebagai Koperasi yang otonom dan swadaya dan mandiri.,
  - b) Koperasi masih sering dijadikan oleh segelintir orang/kelompok, baik di luar maupun di dalam gerakan Koperasi itu sendiri, untuk mewujudkan kepentingan pribadi atau golongannya, yang tidak sejalan atau

bahkan bertentangan dengan kepentingan anggota Koperasi yang bersangkutan dan nilai-nilai luhur dan prinsip-prinsip Koperasi,

- c) Koperasi belum sepenuhnya mampu menyediakan layanan ekonomi yang dibutuhkan oleh anggota,
- d) Koperasi belum sepenuhnya mampu mengembangkan partisipasi demokratis para anggota dalam pengambilan keputusan dan pengawasan,
- e) Koperasi belum mampu berperan nyata dalam ekonomi kerakyatan.
- f) Struktur Koperasi yang disusun pada umumnya kurang sesuai dengan kebutuhan dalam pengelolaan usaha di sektor riil.
- g) Pengurus Koperasi meskipun susunan dan nomenklaturnya selalu ditradisikan dalam tata nama ketua, sekretaris dan bendahara, yang mirip-mirip tata nama kepengurusan ormas. Padahal Undang-undang Koperasi tidak mengatur hal tersebut. Undang-undang memberi kebebasan untuk mengatur struktur atau tata nama sesuai yang dibutuhkan oleh Koperasi sebagai perusahaan.,
- h) Kadang diwacanakan bahwa sesama anggota dalam suatu Koperasi primer harus saling mengenal, sehingga daerah kerja atau wilayah keanggotaan Koperasi mengarah pada satuan wilayah yang kecil yang berakibat pula pada skala usaha yang kecil. dan tidak bisa berkelanjutan. Ukuran skala usaha Koperasi sangat bergantung pada jenis Koperasinya. Skala usaha Koperasi produksi misalnya harus cukup besar, dengan pertimbangan potensi produksi, permintaan pasar dan kapasitas mesin pengolahan.,

- i) Ada kecenderungan untuk menetapkan jumlah simpanan pokok dan juga simpanan wajib sama untuk semua anggota, sehingga keputusannya selalu pada jumlah terkecil yang mampu dibayar oleh anggota yang paling tidak mampu. Kalau jumlah simpanan pokok dan wajib disamakan untuk setiap anggota, tampaknya menjadi janggal, karena prinsip *one man one vote* disepakati dengan pengertian meskipun jumlah simpanan masing-masing anggota tidak sama. Akibatnya modal ekuitas Koperasi sangat kecil;
  - j) Pengelolaan Koperasi masih banyak yang tidak sesuai dengan nilai dan prinsip-prinsip Koperasi dan masih sering terjadi penyimpangan,
  - k) Terjadi disintegrasi kegiatan usaha Koperasi, yang seharusnya lebih mempromosikan usaha anggota Koperasi tetapi yang terjadi justru lebih mempromosikan usaha Koperasi yang justru sering tidak berkait dengan usaha anggota,
  - l) Keanggotaan Koperasi umumnya menyebar dan heterogen, kurang memahami perkoperasian, partisipasinya rendah dan tingkat kesadaran berKoperasinya juga masih rendah.
  - m) Pada Koperasi yang tidak aktif, legalitas usaha pada umumnya tidak memadai, terlilit persoalan hukum dan sebagian lagi sulit diindikasi,
- 4) Dekopin sebagai organisasi tunggal Lembaga Gerakan Koperasi, juga tak lepas dari permasalahan intern yang berlarut-larut. Dekopin sebenarnya mempunyai fungsi yang amat penting yaitu sebagai :
- a) Wadah perjuangan cita, nilai-nilai dan prinsip-prinsip

Koperasi,

- b) Wakil Gerakan Koperasi baik di dalam maupun di luar negeri,
- c) Mitra pemerintah dalam rangka mewujudkan pembangunan Koperasi Indonesia (Anggaran Dasar Dekopin pasal 3, ayat (2)). Dengan mengemban fungsi yang sedemikian penting, maka organisasi gerakan Koperasi ini harus kuat, baik dari segi kelembagaan, program-programnya maupun dukungan dananya. Meskipun demikian dalam perjalanan sejak dibentuk pada 12 Juli 1947, keberadaanya belum bisa terlepas dari ketergantungan dengan fasilitas pemerintah, sehingga sulit untuk dapat melaksanakan fungsi-fungsinya tersebut secara optimal. Apalagi dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir ini keberadaanya sepenuhnya tergantung pada APBN tanpa sama sekali ada dukungan dana dari organisasi-organisasi Koperasi anggotanya.

Konflik internal yang sudah berlangsung beberapa tahun terakhir ini, yang dimotivasi oleh perebutan pucuk pimpinanya, menjadikan Dekopin tidak berdaya dalam menjalankan fungsi-fungsi utamanya.

- 5) Di bidang pengembangan usaha antara lain terindikasikan, bahwa ;
  - a) Skala usaha pada umumnya sangat kecil dan terbatas, produktivitas usaha dan produktifitas tenaga kerja juga rendah, begitu juga daya saingnya. Di samping itu juga kurang memiliki produk unggulan untuk pasar, apalagi produk ekspor. Pemasaran dan jaringan usaha rendah

dan tingkat pendapatan juga rendah.

- b) Terjadi disintegrasi kegiatan usaha Koperasi, yang seharusnya lebih mempromosikan usaha anggota Koperasi tetapi yang terjadi justru lebih mempromosikan usaha Koperasi yang justru sering tidak berkait dengan usaha anggota,
- c) proses produksi dan pengolahan, inovasi produk relatif rendah, teknologi produksi dan pengolahan yang digunakan oleh Koperasi umumnya juga sangat rendah sehingga produktifitas dan kualitas produk relatif rendah. Di samping itu Koperasi juga menghadapi kesulitan dalam mengakses bahan baku ,
- d) Koperasi pada umumnya banyak yang kesulitan dalam mengembangkan teknologi inovasi karena sulitnya mendapatkan biaya investasi, kurangnya informasi, serta belum terbentuknya jaringan kerjasama dengan lembaga riset. Di samping itu Koperasi pada umumnya banyak yang belum mampu memanfaatkan sistem informasi yang dikembangkan oleh banyak pihak.
- e) Pengembangan pasar bagi Koperasi masih dibayangkan- bayangi kekuatan sindikasi pedagang pengumpul dan pengusaha besar, yang sebagian sudah melakukan penetrasi sejak proses produksi, sementara itu penentuan harga sebagian produk Koperasi belum didasarkan pada harga pasar, sehingga tidak mampu bersaing dengan barang sejenis yang berasal dari negara lain, karena produktifitas dan kualitasnya relatif masih kurang kompetitif ;
- f) Pengembangan pasar bagi Koperasi masih dibayangkan- bayangi kekuatan sindikasi pedagang pengumpul dan pengusaha besar, yang sebagian sudah melakukan

penetrasi sejak proses produksi .sementara itu penentuan harga sebagian produk Koperasi belum didasarkan pada harga pasar, sehingga tidak mampu bersaing dengan barang sejenis yang berasal dari negara lain, karena produktifitasnya rendah.

- 6) Di bidang pembiayaan, antara lain terindikasikan bahwa :
  - a) Modal sendiri relatif sangat terbatas sedangkan dari sisi modal luar, tingkat kepercayaan rendah sehingga akibatnya sangat kurang tersentuh lembaga pembiayaan;
  - b) Pengembangan Sistem Keuangan untuk Skala mikro / Ekonomi Rakyat seperti Simpan Pinjam Koperasi belum tertata seperti arsitektur Perbankan yang sudah jelas arahnya , sementara itu kebijakan pembiayaan Koperasi yang sering berubah-ubah menyebabkan permodalan Koperasi tidak pernah membaik,
  - c) Terdapat sekitar 10.000 unit Koperasi yang layak usaha dan bankable yang memerlukan pengembangan jaringan usaha, permodalan dan peningkatan kapasitas usaha.
  - d) Terdapat sekitar 30.000 Koperasi yang layak usaha tetapi belum bankable yang memerlukan fasilitasi dan perkuatan dalam berbagai mode skema bantuan permodalan,
  - e) Serta terdapat sekitar 69.00 Koperasi yang belum layak usaha, yang memerlukan pelatihan, pendampingan, perkuatan dan fasilitasi berbagai program perkuatan.
  
- 7) Di tengah-tengah masyarakat, antara lain terindikasikan :
  - a) Sikap yang beragam terhadap keberadaan Koperasi, ada yang positif, ada yang negatif, ada yang skeptis, dan ada pula yang acuh tak acuh atau nggak mau tahu terhadap



peran dan kedudukan Koperasi dalam mendukung pemberdayaan ekonomi rakyat.

b) Mulai menurunnya semangat kekeluargaan dan kegotongroyongan,

**d. Permasalahan Umum di Tataran Pemberdayaan**

- 1) Proses pemberdayaan Koperasi cenderung terfokus pada kepentingan birokrasi dan belum banyak menyentuh masalah pembinaan institusi yang tepat dan profesional.
- 2) Masih ada kecenderungan bahwa dalam banyak program pemerintah, Koperasi hanya digunakan sebagai alat dan belum diperankan sebagai penyeimbang peran konglomerasi dalam pembangunan ekonomi.;
- 3) Mahalnya biaya yang harus dikeluarkan untuk mendirikan Koperasi dengan akte notaris belum memberikan dampak yang sebanding kepada Koperasi.
- 4) Penguasaan sumberdaya nasional yang tidak proporsional menyebabkan sebagian besar sumberdaya produktif dikuasai usaha besar, sedangkan Koperasi ( dan juga UMKM ) harus tumbuh dengan segala keterbatasannya.
- 5) Antara *stake holder* tidak ada kesamaan persepsi dalam menafsirkan arti dan fungsi Koperasi.
- 6) Strategi operasional pengembangan Koperasi kurang mantap, konsisten dan berkelanjutan
- 7) Masih ada kecenderungan bahwa kebijakan dan program diputuskan oleh pusat, uniform, dengan konformasi yang ketat, serta kurang memperhatikan kekhasan lokal ;
- 8) Masih ada kecenderungan analisis sosial ditujukan untuk menjustifikasi rencana/program dan memenuhi persyaratan evaluasi.;
- 9) Ada kecenderungan bahwa pola pembangunannya masih

mendorong terjadinya independensi (ketidaktergantungan) antar lembaga, baik lembaga pemerintah maupun non pemerintah. Secara internal lembaga pemerintah saling bersaing.dengan kebijakannya masing-masing ;.

- 10) Masih kurangnya perhatian terhadap upaya-upaya penelitian, pengembangan, pendidikan dan pelatihan yang diarahkan untuk memajukan organisasi dan menciptakan inovasi baru dalam pelayanan ;
- 11) Belum memadainya pemanfaatan media massa untuk mengkomunikasikan dan mensosialisasikan gagasan, kegiatan yang diselenggarakan dan masalah-masalah yang dihadapi Koperasi belum memadai..Seiring dengan itu juga kurangnya upaya untuk membangun citra diri (*image building*) Koperasi, kurang dilakukan. Pemerintah ;
- 12) Otonomi daerah pada sisinya yang lain telah berimplikasi pada :
  - a) keragaman bentuk instansi yang membidangi Koperasi di daerah, yang dipengaruhi oleh perbedaan padangan pemerintah daerah tentang kepentingan pemberdayaan Koperasi
  - b) Pemerintah Daerah belum memiliki konsepsi yang jelas tentang arah kebijakan, pendekatan dan pola operasional pemberdayaan Koperasi yang tercermin dari RPJMD,
  - c) Sistem organisasi pemerintahan, eselonering jabatan bagi Dinas yang membidangi Koperasi, pergantian personil yang sangat cepat menghambat pembangunan Koperasi,
  - d) Penarikan bermacam-macam jenis retribusi oleh Pemda dan pungutan lain kepada Koperasi,
  - e) Pertumbuhan jumlah Koperasi sangat cepat, tetapi belum diimbangi dengan penyediaan prasarana dan

sarana yang dibutuhkan,

- f) Program bimbingan dan penyuluhan perkoperasian belum dapat dilaksanakan dengan baik karena rendahnya pengetahuan personil Dinas tentang perkoperasian,
- g) Kualitas aparat instansi yang membidangi Koperasi masih kurang, sedangkan evaluasi kompetensi aparat tidak mendapatkan perhatian Pemda.,
- h) Sebagian aparat pembina Koperasi di lapangan kurang profesional.

#### **e. Issue Strategis**

Kondisi umum perkoperasian di tanah air dewasa ini oleh Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Nasional tahun 2004-2009, digambarkan sebagai berikut : *"...Banyak Koperasi yang terbentuk tanpa didasari adanya kebutuhan/kepentingan ekonomi bersama dan prinsip kesukarelaan dari para anggota sehingga kehilangan jati dirinya sebagai Koperasi yang otonom dan swadaya dan mandiri. Koperasi masih sering dijadikan oleh segelintir orang/kelompok, baik di luar maupun di dalam gerakan Koperasi itu sendiri, untuk mewujudkan kepentingan pribadi atau golongannya, yang tidak sejalan atau bahkan bertentangan dengan kepentingan anggota Koperasi yang bersangkutan dan nilai-nilai luhur dan prinsip-prinsip Koperasi"*.

Dewasa ini juga berkembang issue strategis yang memandang bahwa sudah saatnya ada komitmen yang kuat sekaligus upaya nyata dari pemerintah, gerakan Koperasi dan para pemangku kepentingan untuk melakukan reformasi atau pembenahan terhadap kegiatan organisasi dan bisnis Koperasi,

baik dalam bentuk restorasi, rekonstruksi, restrukturisasi, revitalisasi ataupun regenuinisasi atau pemurnian.

1) Restorasi

Restorasi dalam kaitan reformasi Koperasi dapat diartikan sebagai upaya untuk melakukan perbaikan atas hal-hal yang dinilai kurang baik, tetapi tidak bersifat mendasar dan menyeluruh. Langkahnya disesuaikan dengan situasi, kondisi, keperluan dan kemampuan yang ada bersifat sangat partial.

2) Rekonstruksi atau Restrukturisasi

Rekonstruksi atau Restrukturisasi dalam kaitan reformasi Koperasi dapat diartikan sebagai upaya untuk melakukan penataan ulang yang bersifat struktural melalui penerbitan berbagai peraturan perundangan.

3) Rekonsolidasi

Rekonsolidasi dalam kaitan reformasi Koperasi dapat diartikan sebagai upaya untuk melakukan perbaikan, penguatan dan peningkatan ulang atas kualitas kondisi organisasi dan kegiatan bisnis Koperasi secara terus menerus berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan dari waktu ke waktu.

4) Revitalisasi

a) Revitalisasi dalam kaitan reformasi Koperasi dapat diartikan sebagai upaya untuk memberi daya hidup, daya tumbuh dan daya kembang baru kepada Koperasi yang dinilai dalam keadaan lesu, pasif, beku atau mati tidak hidup juga tidak.

b) Kalau sudah tidak ada tanda-tanda kehidupannya lagi, maka alternatif yang terakhir, dibubarkan.

5) Regenuinisasi (Pemurnian)

Regenuinisasi atau pemurnian dalam kaitan reformasi Koperasi dapat diartikan sebagai upaya untuk mengembalikan tata kehidupan berKoperasi di tanah air, sesuai dengan prinsip-prinsip dasar Koperasi yang dianut secara universal oleh segenap gerakan Koperasi di seluruh dunia, yang telah diamanatkan dalam Undang-Undang Perkoperasian yang berlaku di Indonesia. Prinsip-prinsip itulah yang merupakan jati diri atau ciri khas Koperasi sekaligus membedakannya dari badan-badan usaha lain yang non Koperasi.

**f. Analisis Umum Kekuatan, Kelemahan Peluang, dan Ancaman (KKPA)**

1) Kekuatan

- a) Ada kepastian hukum yang dijamin oleh undang-undang, untuk melakukan kegiatan usaha, tumbuh dan berkembang;
- b) Memiliki nilai-nilai dan prinsip-prinsip dasar yang dianut dalam menjalankan roda kegiatannya ;
- c) Memiliki sikap kebersamaan dalam kepemilikan asset produktif (*co ownership*), dalam pengambilan keputusan (*co determination*), dan sikap tanggung jawab bersama (*co responsibility*);
- d) Demokratis dalam pengelolaan organisasi dan usaha (*one man one vote*)
- e) Memiliki kepastian pasar (*captive market*) yang cukup berdaya saing (*competitive*) sebagai derivasi dari peran

anggota sebagai pemilik dan pelanggan ;

- f) Jumlahnya yang terus meningkat menunjukkan betapa minat dan kepercayaan masyarakat untuk berKoperasi masih cukup besar ;
- g) Keberadaannya yang tersebar dan meluas di seluruh pelosok tanah air memudahkan masyarakat luas untuk mengaksesnya ;
- h) Keberadaannya dan jumlah anggotanya yang amat besar, serta kegiatan ekonomi yang dilakukan menempatkannya sebagai unsur penting dalam ekonomi rakyat ;
- i) Sejumlah Koperasi, baik dari jenis simpan-pinjam, konsumen maupun produsen, terbukti telah mampu melayani dengan baik berbagai kebutuhan anggota/masyarakat luas ;
- j) Terdapat sejumlah Koperasi yang benar-benar dapat dijadikan contoh/tauladan, baik karena praktek organisasi/kelembagaan maupun kegiatan usahanya yang tetap berpegang teguh pada nilai-nilai dan prinsip-prinsip Koperasi.

## 2) Kelemahan

- a) Masih rendahnya kemampuan dan kesanggupan Koperasi untuk bekerja secara lebih produktif dan lebih efisien sebagai wujud pelaku ekonomi yang berkeunggulan kompetitif di tengah-tengah keadaan dan perspektif perkonomian nasional maupun perekonomian global ke depan.
- b) Banyak Koperasi yang dalam praktek kegiatannya tidak berbeda dengan praktek badan usaha swasta yang semata-mata (hanya berorientasi untuk mencari

keuntungan), sehingga mengabaikan nilai-nilai dan prinsip-prinsipnya, yang justru dianggap sebagai penghambat.;

- c) Pada umumnya Koperasi mengalami masalah kelemahan dalam bidang SDM, manajemen, modal dan akses pasar ;
- d) Masih banyak Koperasi yang tingkat kemandiriannya sangat rendah, sehingga keberadaannya/kegiatannya masih banyak tergantung pada fasilitas pemerintah. Bahkan masih ada beberapa Koperasi di antaranya yang didirikan semata-mata untuk mendapatkan fasilitas pemerintah ;
- e) Jaringan kerjasama antar Koperasi sebagai salah satu prinsip Koperasi masih sedikit sekali dilaksanakan.;
- f) Fungsi Koperasi sekunder (tingkat pusat dan tingkat induk) untuk melayani dan memfasilitasi Koperasi primer anggotanya belum berjalan dengan semestinya ;
- g) Koperasi yang bergerak di sektor riil pada umumnya tidak berkembang dengan baik
- h) Organisasi gerakan Koperasi (Dekopin) sejak beberapa tahun terakhir ini mengalami konflik internal yang serius, sehingga praktis tidak dapat melaksanakan fungsi utamanya yaitu sebagai :
  - ❖ Wadah perjuangan cita-cita, nilai-nilai dan prinsip-prinsip Koperasi;
  - ❖ Wakil gerakan Koperasi baik di dalam maupun di dalam negeri;
  - ❖ Mitra pemerintah dalam pembangunan Koperasi. Di samping itu karena tiadanya dukungan dana dari anggota sehingga untuk biaya organisasi dan program-programnya sepenuhnya tergantung pada

APBN. ;

- i) Koordinasi dan kerjasama antara gerakan Koperasi dan pemerintah dalam pengembangan Koperasi masih sangat lemah, begitu pula koordinasi antar instansi pemerintah yang terkait dengan pembinaan Koperasi .Masing-masing pihak terkesan berjalan sendiri-sendiri sehingga berakibat pembinaan menjadi tidak efektif.;
  - j) Berlakunya Undang-Undang Republik Indonesia Otonom Daerah, pada sisinya yang lain menyebabkan kualitas dan kuantitas pengembangan Koperasi di daerah sangat tergantung kepada kebijakan Pemda.;
  - k) Semakin berkurangnya kader-kader Koperasi, yang memiliki semangat, tekad, dedikasi dan komitmen bagi pengembangan Koperasi secara benar dan sehat.;
- 3) Peluang
- a) Terdapat bidang usaha yang cukup luas yang dapat ditangani oleh Koperasi.;
  - b) Semakin pentingnya peranan Koperasi dalam pengembangan ekonomi kerakyatan di tengah gelombang liberalisme ekonomi yang cenderung semakin memperkuat golongan yang sudah kuat dan semakin memperlemah golongan lemah. ;
  - c) Adanya kerjasama ekonomi pada tingkat regional maupun internasional, khususnya antar gerakan Koperasi, memberi peluang kepada Koperasi Indonesia untuk memperluas usaha serta meningkatkan kemampuan manajerialnya.;
  - d) Berkembangnya Teknologi Informasi (komputerisasi) semakin membuka peluang yang luas bagi Koperasi untuk mendapatkan informasi mengenai berbagai hal



bagi pengembangan Koperasi dan kerjasama antar Koperasi secara lokal, regional maupun global.;

- e) Timbulnya kesadaran akan pentingnya pembangunan sosial ("*economic development is social development, social development is economic development*") memberikan tantangan bagi Koperasi, yang kegiatan usahanya disebut juga sebagai "*social business*", bukan "*commercial business*" (Peter Davis/2008).;

#### 4) Ancaman

- a) Sikap ketergantungan Koperasi pada dukungan/fasilitas eksternal (terutama pada pemerintah), yang sekaligus juga mencerminkan belum adanya sikap "budaya pasar" untuk berani bersaing di pasar bebas.
- b) Masih berlakunya sejumlah peraturan perundang-undangan yang bertentangan dan bahkan ada yang menghambat gerak langkah Koperasi.
- c) Banyaknya Koperasi yang didirikan dengan niat yang tidak tulus untuk melayani anggota, yang dapat merusak nama baik dan citra Koperasi.
- d) Semakin lemahnya semangat kekeluargaan dan kegotongroyongan dalam masyarakat. Lebih dari pada itu, dalam masyarakat berkecamuk krisis moral yang sangat gawat.
- e) Persaingan yang semakin tajam, tidak saja atas produk barang dan jasa dari para pelaku ekonomi di dalam negeri sendiri, melainkan yang perlu dicermati juga adalah masuknya produk-produk luar negeri yang sebenarnya sudah dapat diproduksi oleh Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di tanah air yang tergelar bebas di pasar domestik,

- f) Derasnya jaringan institusi bisnis internasional menerobos masuk ke tengah-tengah masyarakat, termasuk keberadaan pasar-pasar modern yang merupakan hyper market.
- g) Tingkat kepedulian, keberpihakan, komitmen dari para pemimpin bangsa, para pengemban kekuasaan, para pihak terkait, para pemangku kepentingan yang sering tercermin tidak konsisten dan istiqomah dalam membela keberadaan Koperasi dan kekuatan ekonomi rakyat lainya.

**BAB IV**  
**KEBIJAKAN, STRATEGI DAN PROGRAM UMUM**  
**PEMBANGUNAN KOPERASI**

**A. Kebijakan Dan Strategi**

Untuk melaksanakan misi, demi terwujudnya visi dan tercapainya tujuan serta sasaran pembangunan Koperasi, ditempuh beberapa kebijakan dan strategi yaitu :

1. Peningkatan Perbaikan Pelaksanaan Tata Kelola Pemerintahan
2. Peningkatan Pemasyarakatan Koperasi, agar masyarakat luas lebih memahami gagasan Koperasi secara lebih baik dan benar, sehingga dengan penuh kesadaran mendirikan dan memanfaatkan Koperasi guna memenuhi kepentingan ekonomi dan sosial mereka;
3. Perkuatan Kelembagaan, Organisasi dan Manajemen Koperasi, sejajar dengan pelaku usaha lain;
4. Peningkatan Kualitas Sumberdaya Manusia Koperasi
5. Peningkatan Akses Pembiayaan,
6. Pengembangan Restrukturisasi Usaha
7. Perkuatan dan Peningkatan Kesehatan Usaha
8. Peningkatan Produksi
9. Perkuatan dan peningkatan akses ke Pemasaran
10. Pemberdayaan dan Pengembangan Kerjasama, dan Kemitraan usaha antar Koperasi dan dengan Pelaku Usaha lain
11. Pengembangan Praktek-praktek Terbaik BerKoperasi (*Benchmarking dan Best Practises*) Koperasi Sukses.
12. Pengembangan Kajian Terapan dan Kajian Strategis Kebijakan Pembangunan Koperasi,
13. Peningkatan dan Perkuatan Koordinasi antar Para Pemangku Kepentingan.

## **B. Program/ Kegiatan Umum Pembangunan Koperasi**

Masing-masing Kebijakan dan Strategi Umum Pembangunan Koperasi selanjutnya dijabarkan lebih lanjut dengan berbagai program dan kegiatan:

1. Kebijakan dan Strategi Pemasyarakatan Koperasi, dijabarkan lebih lanjut ke dalam berbagai program dan kegiatan, antara lain :
  - a. Penerangan dan Penyuluhan Perkoperasian,
  - b. Penumbuhan dan pemberdayaan kader Koperasi
  - c. Pencitraan Koperasi (*Cooperatives image building*)
  - d. Pengembangan Praktek Terbaik BerKoperasi (*Cooperatives Benchmarking dan Best Practises*)
  - e. Gerakan Sadar Koperasi.
  - f. Penetapan kurikulum dan silabi perkoperasian sebagai kurikulum dan silabi resmi dalam kegiatan pendidikan formal, informal dan non formal.
  - g. Peringatan Hari Koperasi
  - h. Pemilihan Koperasi Berprestasi
  - i. Pemilihan Propinsi, Kabupaten, Kota Penggerak Koperasi
  - j. Pemilihan Wartawan, Media Cetak, Media Elektronik Dalam Pemberitaan Koperasi
  - k. Penerbitan Bahan Penerangan dan Penyuluhan Perkoperasian
  - l. Lomba Penulisan Koperasi
  - m. Penyelenggaraan diskusi, loka-karya, seminar, simposium tentang perkoperasian
  - n. Pemberian penghargaan kepada Tokoh Penggerak Koperasi
  
2. Kebijakan dan Strategi Perkuatan Kelembagaan, Organisasi dan Manajemen Koperasi, dijabarkan lebih lanjut ke dalam berbagai program dan kegiatan, antara lain :

- a. Perbaikan berbagai peraturan perundang-undangan yang mampu mendukung adanya kepastian dan perlindungan hukum bagi Koperasi untuk tumbuh dan berkembang secara lebih sehat, tangguh, maju dan mandiri;
- b. Penguatan Lembaga organisasi gerakan Koperasi (Dekopin), sebagai wadah perjuangan dan aspirasi gerakan Koperasi, serta sebagai mitra pemerintah dalam pembangunan Koperasi;
- c. Peningkatan efektifitas tata-laksana organisasi dan manajemen Koperasi
- d. Peningkatan efektifitas peran dan fungsi Rapat Anggota
- e. Peningkatan efektifitas peran dan fungsi anggota
- f. Peningkatan kohesivitas dan partisipasi anggota
- g. Peningkatan efektifitas peran dan fungsi Pengurus dan Pengawas
- h. Peningkatan efektifitas peran dan fungsi para pengelola usaha
- i. Peningkatan efektifitas Proses Penyusunan dan Pelaksanaan Rencana Kerja dan Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja Koperasi
- j. Peningkatan efektifitas tata-laksana administrasi organisasi, keuangan dan usaha yang akuntabel
- k. Peningkatan efektifitas penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP),
- l. Peningkatan efektifitas Penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM).
- m. Peningkatan kualitas tata organisasi yang kecil, kenyal, efektif dan efisien .
- n. Peningkatan efektifitas mekanisme manajemen Koperasi
- o. Peningkatan efektifitas pelaksanaan manajemen pengawasan
- p. Peningkatan Koperasi

3. Kebijakan dan Strategi Peningkatan Kualitas Sumberdaya Manusia Koperasi, dijabarkan lebih lanjut ke dalam berbagai program dan kegiatan, antara lain :
  - a. Peningkatan kuantitas dan kualitas pendidikan dan latihan ketrampilan teknis dan ketrampilan manajerial ;
  - b. Peningkatan kuantitas dan kualitas sarana-prasarana pendidikan dan latihan , termasuk anggaran, gedung, alat peraga , kurikulum dan silabi, tenaga pelatih dan widyaiswara yang berkompotensi memadai;
  - c. Penetapan Pengetahuan Perkoperasian sebagai silabi dan kurikulum resmi dalam sistem pendidikan nasional, baik dalam pendidikan formal, informnal maupun non formal.
  - d. Peningkatan kerjasama dengan lembaga-lembaga pendidikan yang terkait.
  - e. Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan ;
  - f. Peningkatan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi
  - g. Peningkatan akses Koperasi kepada sumber informasi dan pemanfaatan teknologi tepat ;
  - h. Fasilitasi proses alih teknologi dalam kerangka pelaksanaan kemitraan
  
4. Kebijakan dan Strategi Peningkatan Akses Pembiayaan, dijabarkan lebih lanjut ke dalam berbagai program dan kegiatan, antara lain :
  - a. Perluasan sumber pendanaan
  - b. Perluasan lembaga pembiayaan
  - c. Perluasan Lembaga Penjaminan
  - d. Pembentukan Dana Pembanguinan Koperasi (*Cooperative Development Fund*)
  - e. Pendampingan dan Peningkatan akses terhadap sumber pembiayaan.
  - f. Pengembangan Pembiayaan modal kerja dan modal investasi

5. Kebijakan dan Strategi Pengembangan Restrukturisasi Usaha, dijabarkan lebih lanjut ke dalam berbagai program dan kegiatan, antara lain :
  - a. Penguatan Koperasi yang bergerak di sektor riil
  - b. Peningkatan Daya Saing dan Produktivitas Usaha
  - c. Bantuan teknis pengembangan produk
  - d. Pengembangan Sistem Bisnis
  - e. Pemberian motivasi dan kreativitas bisnis
  
6. Kebijakan dan Strategi Peningkatan dan Perkuatan Kesehatan Koperasi, dijabarkan lebih lanjut ke dalam berbagai program dan kegiatan, antara lain :
  - a. Penguatan Struktur Permodalan
  - b. Penguatan rasio likuiditas, solvabilitas dan profitabilitas,
  - c. Penguatan rasio perputaran piutang
  - d. Penilaian Kesehatan
  
7. Kebijakan dan Strategi Peningkatan Produksi, dijabarkan lebih lanjut ke dalam berbagai program dan kegiatan, antara lain :
  - a. Peningkatan teknik produksi dan pengolahan
  - b. Peningkatan kemampuan pengendalian mutu
  - c. Standarisasi proses produksi dan pengolahan
  - d. Peningkatan kemampuan rancang bangun, design dan perekayasaan
  - e. Peningkatan akses dan fasilitasi pengadaan sarana dan prasarana produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong dan kemasan.
  
8. Kebijakan dan Strategi Perkuatan dan peningkatan akses ke Pemasaran, dijabarkan lebih lanjut ke dalam berbagai program dan

kegiatan, antara lain :

- a. Pemberdayaan dan Peningkatan Akses Koperasi ke Sumber-sumber Informasi Bisnis ;
- b. Dukungan promosi produk ;
- c. Dukungan pengembangan jaringan pemasaran dan distribusi ;
- d. Dukungan penelitian dan pengkajian pemasaran
- e. Pendampingan di bidang Pemasaran

9. Kebijakan dan Strategi Pemberdayaan dan Pengembangan Kerjasama, dan Kemitraan usaha antar Koperasi dan dengan Pelaku Usaha lain, dijabarkan lebih lanjut ke dalam berbagai program dan kegiatan, antara lain :

- a. Pengembangan Kerjasama Usaha antar Koperasi
- b. Pengembangan Kemitraan Usaha antara Koperasi dengan pelaku usaha lain .

10. Kebijakan dan Strategi Pengembangan Praktek-praktek Terbaik BerKoperasi (*Benchmarking dan Best Practises*) Koperasi Sukses. dijabarkan lebih lanjut ke dalam berbagai program dan kegiatan, antara lain :

- a. Pembentukan dan Pengembangan Pusat-pusat Percontohan Koperasi Berkualitas secara tersebar ;
- b. Penyebarluasan Informasi Kinerja Koperasi Berkualitas;
- c. Penyelenggaraan studi banding dan diskusi di Koperasi-Koperasi Berkualitas

11. Kebijakan dan Strategi Pengembangan Kajian Terapan dan kajian strategis Kebijakan Pembangunan Koperasi, dijabarkan lebih lanjut ke dalam berbagai program dan kegiatan, antara lain :

- a. Penyelenggaraan kajian terapan kebijakan pembangunan Koperasi



- b. Penyelenggaraan kajian strategis kebijakan pembangunan Koperasi

12. Kebijakan dan Strategi Peningkatan dan Perkuatan Koordinasi antar Para Pemangku Kepentingan dijabarkan lebih lanjut ke dalam berbagai program dan kegiatan, antara lain

- a. Penyelenggaraan Koordinasi Pemberdayaan ;
- b. Penyelenggaraan Koordinasi Pengendalian

13. Kebijakan dan Strategi Peningkatan perbaikan pelaksanaan tata kelola pemerintahan, dijabarkan lebih lanjut ke dalam berbagai program dan kegiatan, antara lain :

- a. Peningkatan Tata Kelola Organisasi, Program dan Sarana Prasarana Aparatur
- b. Peningkatan Kapasitas dan kompetensi Aparatur Pembina
- c. Peningkatan Transparansi dan Akuntabilitas Pelayanan Publik.
- d. Monitoring dan Evaluasi Terpadu.

## **BAB V**

### **PEMBANGUNAN KOPERASI KONSUMEN**

#### **E. Kondisi**

Koperasi konsumen merupakan Koperasi yang pertama dan tertua di dunia, ketika dibentuk untuk pertama kalinya oleh para pelopor Rochdale, Inggris, pada tahun 1844, yang kemudian disusul oleh Koperasi kredit yang dipelopori oleh Raiffeisen pada 1848.

Jika Koperasi kredit merupakan jenis Koperasi yang pertama kali diperkenalkan kepada masyarakat Indonesia pada masa penjajahan (1896), maka oleh para pemimpin pergerakan nasional, Koperasi konsumen dalam bentuk toko-toko banyak dimanfaatkan sebagai bagian dari perjuangan untuk memperoleh kemerdekaan melalui usaha ekonomi mandiri. Tetapi karena anggota Koperasi konsumen ini belum memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam mengelola Koperasi, maka toko-toko Koperasi tersebut tidak bisa berkembang dengan baik.

Setelah proklamasi, melalui masa-masa sulit pada awal kemerdekaan dan kemudian dilanjutkan ke periode pemerintahan berikutnya sampai saat ini, Koperasi simpan pinjam dan Koperasi konsumen terus diupayakan untuk dikembangkan, tetapi yang dapat berkembang signifikan adalah Koperasi simpan pinjam (termasuk Koperasi kredit), sedangkan Koperasi konsumen yang banyak dianjurkan oleh pimpinan gerakan politik ternyata sulit berkembang. Meskipun demikian pada tahun 1960 – 1970an pernah berdiri IKK (Induk Koperasi Konsumen), yang juga tidak berusia panjang.

Kondisi seperti ini masih bisa kita saksikan hingga saat ini. Kurangnya solidaritas di antara sesama anggota, kurangnya pengetahuan dan pengalaman dalam mengelola Koperasi serta kurangnya modal, menjadi sebab mengapa Koperasi konsumen sulit berkembang (Hatta/1954). Tetapi lebih dari itu, pengelolaan toko/Koperasi konsumen harus kita akui jauh lebih kompleks dari pengelolaan Koperasi simpan pinjam.

Koperasi konsumen beranggotakan orang-orang yang melakukan kegiatan konsumsi (termasuk konsumsi oleh produsen). Barang dan jasa yang dikonsumsi anggota merupakan kebutuhan yang ketersediaannya dari barang tersebut ada di pasar. Dengan demikian persoalannya adalah bagaimana mempertinggi daya beli, sehingga pendapatan riil anggota menjadi meningkat. Fungsi atau tugas suatu Koperasi konsumen dengan demikian berupaya meningkatkan daya beli anggotanya. Tujuannya adalah memberikan manfaat nyata yang sebesar-besarnya bagi anggota dengan cara mengadakan barang atau jasa yang harganya bersaing, berkualitas, dan mudah didapat.

Dalam kaitan itu, dimensi pelayanan Koperasi konsumen diwujudkan bermula dari kedudukan anggota sebagai pengguna (user) ialah anggota membeli barang konsumsi dari Koperasinya. Bentuk pelayanan yang diberikan pada anggota :

1. *Harga bersaing*. Hal ini bisa dilakukan karena Koperasi dapat membeli barang dalam partai besar, sehingga biaya per unit barang bisa menjadi lebih rendah dan dapat memilih pemasok.
2. *Kualitas*. Anggota sebagai pasar pasti (captive market), maka posisi tawar Koperasi menjadi lebih tinggi. Dampaknya pemasok barang yang berminat menjadi mitra pemasok Koperasi konsumen semakin banyak . Dalam kondisi demikian, Koperasi dapat melakukan seleksi pemasok, kualitas dan harga barang yang

ditawarkan secara cukup ketat. Bahkan, terbuka kemungkinan, Koperasi memproduksi sendiri atas sejumlah barang yang diperlukan anggota atau menghimpun produk anggota. Hal seperti ini bisa dilakukan, Koperasi dapat menekan ongkos produksi dengan cara : Meniadakan biaya promosi (pasarnya pasti yaitu anggota) dan menghemat biaya kemasan (misalnya kemasan dari pilihan banyak warna menjadi hanya satu warna).

3. *Mudah didapat.* Koperasi dapat meningkatkan pelayanannya dengan cara mendekatkan tempat pelayanan ke lokasi tempat mukim anggota. Sejauh layak secara ekonomi, Koperasi dapat menerapkan sistem pemngantaran barang dengan kendaraan pelayanan keliling.

Dimensi pelayanan tersebut, menempatkan adanya karakteristik penting dari Koperasi Konsumen ialah tugas pokoknya untuk menyelenggarakan fungsi pengadaan atau fungsi pembelian dalam upaya menyediakan barang kebutuhan anggota dan masyarakat. Karakteristik ini sekaligus menjadi pembeda antara Koperasi Konsumen dengan Koperasi Pemasaran ataupun dengan Koperasi Produsen. Koperasi Pemasaran tugasnya adalah memasarkan barang atau jasa yang dihasilkan oleh anggota agar usaha anggota dapat berkembang menjadi lebih baik, dimana kedudukan anggota adalah sebagai *pemasok* barang atau jasa kepada Koperasinya.

Dalam praktek di lapangan jenis Koperasi yang konsisten/sesuai dengan kegiatannya, hanyalah Koperasi Simpan Pinjam/Koperasi Kredit. Sedangkan untuk jenis lainnya pada umumnya mengacu pada kegiatan usaha utamanya atau kegiatan usaha yang berjalan dari jenis Koperasi lain yang disebut KSU (Koperasi Serba Usaha) untuk Koperasi di perkotaan dan KUD (Koperasi Unit Desa) untuk Koperasi di pedesaan. Sehingga misalnya jika dari KSU/KUD A kegiatan usaha

utamanya atau usaha satu-satunya yang berjalan hanya simpan pinjam, maka Koperasi tersebut dikelompokkan dalam jenis Koperasi Simpan Pinjam. Demikian pula jika kegiatan usaha utamanya atau kegiatan usaha yang berjalan baik dari KSU/KUD B hanya toko/distribusi, maka KSU/KUD B termasuk dalam jenis Koperasi konsumen.

Proses seperti inilah yang dilakukan dalam menentukan jenis-jenis Koperasi di Indonesia, sehingga kita sulit mengetahui dengan persis berapa jumlah Koperasi konsumen yang sebenarnya. Dari data resmi jumlah Koperasi yang aktif, yaitu 108.966 unit (2008), tidak disertai dengan penyebutan jenisnya, sehingga kita juga tidak mengetahui dengan persis, berapa jumlah Koperasi konsumen di Indonesia.

Bersumber dari buku “Profil Koperasi Berprestasi Tahun 2008” yang diterbitkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM (2008), diketahui bahwa terdapat 20 Koperasi konsumen berprestasi, yang diseleksi dari usulan sebanyak 70 Koperasi konsumen dari seluruh Indonesia. Koperasi-Koperasi konsumen yang termasuk dalam daftar Koperasi berprestasi ini (termasuk Koperasi konsumen yang diusulkan mayoritas terdiri dari Koperasi-Koperasi fungsional, seperti Koperasi pegawai negeri, TNI, polisi, karyawan dan sebagainya) yang pada umumnya wilayah pelayanannya terbatas di lingkungan tempat kerjanya, meskipun beberapa diantaranya, penampilannya sudah cukup representatif seperti halnya minimarket-minimarket swasta.

Dengan latar belakang proses penjenisan Koperasi seperti disebutkan di atas yang secara garis besar hanya menentukan Koperasi Serba Usaha (KSU) dan Koperasi simpan pinjam sebagai Koperasi tunggal usaha, maka diperlukan ketentuan yang lebih jelas

mengenai kriteria sesuatu Koperasi, apakah masuk jenis Koperasi simpan pinjam, konsumen, produsen, pemasaran dan jasa seperti yang dikehendaki oleh Undang-Undang Republik Indonesia No. 17/2012. Dengan mengetahui jumlah dan kualitas Koperasi konsumen yang sesungguhnya, maka akan memudahkan kita dalam menyusun strategi pengembangannya serta peranan yang diharapkan dalam pembangunan perekonomian nasional.

## **F. Permasalahan**

Permasalahan yang dihadapi oleh kebanyakan Koperasi Konsumen ada yang bersifat umum dan ada yang bersifat khusus, yaitu :

### **1. Permasalahan Umum**

- a. Pada hakekatnya bisnis eceran itu sangat rumit, walaupun nampaknya sederhana penanganannya. Jenis barang-barang yang dijual beraneka ragam dan dapat merosot mutunya dengan mudah, ketinggalan jaman atau membusuk serta mudah untuk dicuri dan berkurang beratnya karena kebocoran sehingga dapat mengakibatkan kerugian.
- b. Pada umumnya ukuran Koperasi konsumen kita masih kecil-kecil dan lokasinya kurang strategis. Mereka itu harus menghadapi persaingan yang keras dari pedagang-pedagang swasta yang lebih berpengalaman, yang toko-tokonya tersebar di mana-mana, terbuka dalam waktu yang lebih menyenangkan langganannya dan dikelola secara lebih murah jika dibandingkan dengan Koperasi-Koperasi konsumen. Biaya umum (*overhead cost*) Koperasi-Koperasi konsumen relatif tinggi, lebih-lebih jika dihadapkan dengan margin laba yang rendah.
- c. Suatu jaringan yang terintegrasi antara Koperasi-Koperasi

primer sebagai pengecer dan Koperasi-Koperasi lain yang lebih besar (Koperasi sekunder) sebagai grosir/pedagang besar masih belum berkembang. Pada kenyataannya, Koperasi-Koperasi konsumen sebagai pengecer masih berdiri sendiri-sendiri dan pengadaan barang-barang dagangannya berasal dari pemasok-pemasok swasta, yang umumnya memiliki kedudukan tawar-menawar (*bargaining position*) yang jauh lebih kuat jika dibandingkan dengan Koperasi konsumen.

- d. Pengadaan barang dan jasa seringkali tidak dilakukan secara profesional, dengan mendasarkan pada kaidah-kaidah pengadaan yang baik, yaitu mendapatkan barang dan jasa dengan mutu yang benar, dalam jumlah yang benar, pada waktu yang benar, dengan harga yang benar dan dari pemasok yang benar.
- e. Tidak jarang terjadi mismanajemen di dalam Koperasi konsumen kita. Mekanisme kerjanya lemah. Pengendalian persediaan dan uang tunai sering dilakukan secara kurang bersungguh-sungguh. Disamping itu praktek-praktek manajemen personil mereka juga lemah.(Matcom/ILO 1981).

## **2. Permasalahan Khusus.**

- a. Dari 70 Koperasi yang diusulkan dan kemudian terpilih “20 Koperasi Konsumen Berprestasi”, (Profil Koperasi Berprestasi Tahun 2008), mayoritas adalah Koperasi fungsional (Koperasi pegawai negeri, Koperasi karyawan, Koperasi TNI/Polri dan sebagainya), yang kegiatannya (toko-tokonya) pada umumnya berada di lingkungan tertutup (kompleks perkantoran, kompleks perumahan, asrama dan sebagainya), dengan pengelolaan dan penampilan yang sederhana, sehingga pengaruhnya masih terbatas. Meskipun demikian sudah ada beberapa toko/Koperasi konsumen yang lokasinya terletak di luar kompleks, dengan

layout dan display barang yang menarik dan mampu menyedot pelanggan yang jumlahnya lumayan.

- b. Pengadaan barang-barang daganganya diperoleh dari distributor memperoleh barang daganganya langsung dari produsen/pabrik.
- c. Masih terbatasnya SDM Koperasi konsumen yang menguasai masalah manajemen toko/Koperasi konsumen, termasuk hal-hal teknis seperti: pengadaan barang, layout dan display barang, pemeliharaan barang, penentuan harga (*pricing*), pelayanan yang profesional dan sebagainya.
- d. Terbatasnya modal untuk membiayai penampilan toko yang dapat menarik pelanggan: bangunan yang terletak di jalan strategis, barang-barang yang bervariasi, staf/karyawan yang berpengalaman dan sebagainya. Keterbatasan modal ini juga yang tidak memungkinkan Koperasi-Koperasi konsumen ini menembus tingkat harga produsen/pabrik karena ada ketentuan apabila bertransaksi langsung dengan produsen/pabrik, harus disertai dengan jaminan/bank garansi, yang tidak dimiliki oleh Koperasi.
- e. Tiadanya perlindungan dari pemerintah terhadap waserda-waserda Koperasi maupun toko-toko/warung-warung anggota Koperasi yang beroperasi di kampung dari ekspansi minimarket-minimarket swasta, sehingga banyak di antara waserda Koperasi/Koperasi konsumen yang tutup dan kemudian mengontrakkan bangunannya kepada minimarket-minimarket swasta.
- f. Tiadanya jaringan/kerjasama antara Koperasi konsumen untuk bersama-sama mengatasi berbagai persoalan yang dikemukakan diatas, sementara Koperasi sekunder yang ada (seperti Pusat KSU Jakarta) belum dapat berfungsi dalam memperjuangkan kepentingan anggotanya (KSU-KSU/Koperasi



konsumen).

## **G. Model Pengembangan Koperasi Konsumen**

### **1. Visi**

Visi Koperasi Konsumen ke depan adalah untuk mewujudkan Koperasi konsumen yang terpercaya, kompetitif dan terkelola secara efisien dan profesional dengan tetap berpegang teguh pada nilai-nilai dan prinsip-prinsip Koperasi.

### **2. Misi**

Misi yang diemban Koperasi Konsumen untuk mewujudkan visi ke depan adalah :

- a. Mengembangkan profesionalisme dari segi organisasi dan manajemen, khususnya dalam manajemen toko yang meliputi: variasi barang dagangan, layout dan display barang dagangan, pelayanan, penentuan harga dan sebagainya, agar memiliki daya tahan dalam menghadapi para pesaingnya, sehingga Koperasi Konsumen mampu menarik pelanggan sebanyak-banyaknya.
- b. Mengembangkan Sumber Daya Manusia pengelola atau manajemen Koperasi Konsumen perihal manajemen usaha, pengelolaan barang dan jaringan usaha
- c. Memperkuat struktur permodalan Koperasi dengan memanfaatkan fasilitasi permodalan
- d. yang diberikan pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha dan masyarakat
- e. Mengintensifkan kerjasama pengadaan atau pembelian barang/produk yang dihasilkan anggota, sehingga potensi produksi barang dari anggota memperoleh kepastian pasar dan dalam upaya Koperasi memperoleh dukungan dan

kepercayaan anggota

- f. Membangun jaringan kerjasama atau kemitraan usaha secara lebih luas (lokal, domestik dan global) dalam hal pengembangan SDM, manajemen dan pengadaan atau pembelian barang/jasadengan dengan badan usaha lain demi kemanfaatan ekonomi, anggota atas dasar saling membutuhkan, saling menguntungkan dan saling membesarkan.

### **3. Sasaran**

Dengan demikian ke depan, akan terdapat 3 (tiga) performa Koperasi Konsumen yaitu:

- a. Koperasi Konsumen, yang berbasis pada toko ataupun mini market yang ada pada Koperasi Serba usaha menjadi lebih mantap dan mandiri. Mantap karena memiliki organisasi yang efisien, mandiri karena dikelola lebih modern dan profesional. Sehingga peningkatan kemampuan itu menjadi daya tarik anggota dan masyarakat untuk berbelanja di Koperasi
- b. Koperasi konsumen, yang berbasis pada anggota dan masyarakat dengan cakupan wilayah pelayanan lebih dari satu kabupaten/kota/provinsi tertentu. Koperasi Konsumen ini berbasis jejaring antara beberapa Koperasi untuk memenuhi kebutuhan anggota Koperasi dan masyarakat di wilayah Koperasi tersebut
- c. Koperasi Konsumen, yang besar yang mampu melakukan interaksi kerjasama atau kemitraan usaha dengan pihak lain, baik ditingkat lokal, domestik maupun global, untuk memberikan pelayanan online dan manual kepada anggota dan masyarakat secara nasional

## Gambar Performa Koperasi Konsumen



### 4. Strategi

Untuk mendukung pelaksanaan misi yang diemban Koperasi Konsumen guna mewujudkan visinya, diperlukan seperangkat Strategi Pokok Pembangunan Koperasi konsumen , yaitu :

- a. Penguatan Struktur organisasi dan kelembagaan
- b. Penguatan Kapasitas Sumberdaya Manusia dan Kualitas Manajemen
- c. Penguatan Usaha dan Permodalan
- d. Dukungan Teknologi Informasi,
- e. Dorongan Kemitraan dan Jejaring Usaha
- f. Dukungan Infrastruktur
- g. Penguatan Pengaturan

Keenam strategi pokok tersebut merupakan tiang penyangga skenario Pembangunan Koperasi Konsumen ( *Gambar 5.2.2. Rancang Bangun Pembangunan Koperasi Konsumen*)

## 5. Rekomendasi, Kebijakan dan Program

Untuk mewujudkan visi dan misi tersebut, direkomendasikan enam kebijakan dan program strategis, yaitu :

- a. Kebijakan Penguatan Struktur Organisasi dan Kelembagaan  
Kebijakan tersebut selanjutnya dijabarkan secara operasional dalam bentuk Program Penguatan Struktur Organisasi dan Kelembagaan Koperasi Produsen, yang bertujuan menuju terwujudnya Koperasi Konsumen yang berkualitas. Hal ini ditempuh antara lain melalui :
  - 1) Penataan dan pemantapan organisasi Koperasi Konsumen , sesuai dengan jati dirinya sebagai entitas bisnis yang berbentuk Koperasi ke arah terwujudnya tiga performa Koperasi Konsumen yang efektif, efisien dan berdaya saing,
  - 2) Pemantapan dan pengembangan profesionalisme dalam Pengelolaan usaha dari Koperasi Konsumen ataupun unit terkait dengan usaha toko-mini market dari Koperasi serba usaha
  - 3) Mendorong diselenggarakannya RAT tepat waktu.
  - 4) Pemantapan dan pengembangan partisipasi anggota sebagai pemilik maupun sebagai pengguna jasa Koperasi konsumen
  - 5) Pemantapan dan pengembangan hubungan sinergitas antar anggota, antara anggota dengan pengurus dan pengelola usaha
  - 6) Penataan wilayah keanggotaan Koperasi konsumen
  - 7) Perintisan pembangunan Koperasi konsumen hasil kerjasama antar Koperasi serba usaha di wilayah Kab/kota/propinsi tertentu

b. Kebijakan Penguatan Kapasitas Sumberdaya Manusia dan Kualitas Manajemen

Kebijakan tersebut selanjutnya dijabarkan secara operasional dalam bentuk Program Penguatan Kapasitas Sumberdaya Manusia pengelola Koperasi Konsumen yang bertujuan meningkatkan kapasitas SDM dan kemampuberdayaan manajemen terkait dengan usaha dan kegiatan Koperasi konsumen. Hal itu ditempuh antara lain melalui :

- 1) Pelatihan kompetensi ketrampilan teknis dan manajerial yang berkait dengan Toko/mini market/super market,, melalui berbagai pola pelatihan dan pendidikan.
- 2) Pemantapan dan pengembangan balai-balai latihan ketrampilan teknis dan manajerial
- 3) Sosialisasi dan pembudayaan kewirausahaan

c. Kebijakan Penguatan Usaha dan Permodalan

Kebijakan tersebut selanjutnya dijabarkan secara operasional dalam bentuk Program Penguatan Usaha dan permodalan yang bertujuan meningkatkan fokus usaha Koperasi konsumen, seperti pengadaan barang atau pembelian produk dari anggota dan sumber barang dari sumber yang dapat menawarkan dalam partai besar/ritel dengan harga dan kualitas yang bersaing serta penguatan struktur permodalaan yang meliputi modal kerja maupun modal investasi, serta peralatan yang mampu mendukung peningkatan performa usaha dan inovasi pelayanan. Hal tersebut dapat ditempuh antara lain melalui:

- 1) Pemetaan kebutuhan barang konsumsi dan atau barang kebutuhan untuk proses produksi anggota dan masyarakat konsumen sekitar Koperasi
- 2) Penentuan Fokus pelayanan barang/jasa
- 3) Pemantapan skala usaha berdasarkan kelayakan usaha

- 4) Dukungan informasi bisnis
- 5) Pembentukan Dana Pembangunan Koperasi
- 6) Perluasan sumber pendanaan dan fasilitasi untuk akses ke perbankan dan lembaga keuangan non bank
- 7) Meningkatkan persyaratan minimal modal saham anggota
- 8) Pengembangan modal penyetaan
- 9) Penerbitan Surat Utang Koperasi

d. Kebijakan Dukungan Teknologi .

Kebijakan tersebut selanjutnya dijabarkan secara operasional dalam bentuk Program Dukungan Teknologi terapan untuk mendukung performa Koperasi Konsumen. Hal ini ditempuh antara lain melalui :

- 1) Peningkatan pemanfaatan IT untuk mendukung percepatan pelayanan
- 2) Membangun sistem pelayanan Online dalam pengadaan barang/produk maupun penawaran barang/produk kepada anggota dan masyarakat
- 3) Mendorong penerapan standarisasi dalam proses pelayanan
- 4) Berkembangnya model seleksi produk berkualitas yang bersertifikat
- 5) Peningkatan kemampuan di bidang desain dan teknologi serta pengendalian mutu produk ,
- 6) Peningkatan kemampuan di bidang penelitian untuk mengembangkan desain dan teknologi baru yang menunjang pelayanan anggota dan masyarakat
- 7) Dorangan kepada Koperasi anggotanya dapat memperoleh sertifikat hak atas kekayaan intelektual.

e. Kebijakan Dorongan Kemitraan dan JejaringUsaha

Kebijakan tersebut selanjutnya dijabarkan secara operasional

dalam bentuk Program Dukungan Kemitraan dan jejaring Usaha . Hal ini ditempuh antara lain melalui :

- 1) Pemberian fasilitasi, dukungan, dan stimulasi kegiatan kemitraan yang saling membutuhkan, mempercayai,memperkuat dan menguntungkan antara Koperasi Konsumen dengan mitra pemasok, vendor dan lainnya
- 2) Mendorong terjadinya proses alih ketrampilan, alih teknologi, di bidang pelayanan barang/jasa, .mendorong inovasi dan pengembangan modal pengadaan barang/produk berorientasi kualitas, penyerapan tenaga kerja, penggunaan teknologi tepat guna dan ramah lingkungan, pengembangan
- 3) pola kemitraan inti-plasma, sub kontrak, pola waralaba dan dagang umum
- 4) Pengembangan jejaring usaha

f. Kebijakan Dukungan Infrastruktur

Kebijakan tersebut selanjutnya dijabarkan secara operasional dalam bentuk Program Dukungan Infra Struktur. Hal ini dan ditempuh antara lain melalui :

- 1) Penyediaan prasarana fisik yang menunjang kegiatan usaha Koperasi Konsumen
- 2) Keringanan tarif sarana publik yang diperlukan untuk lokasi atau outlet/gerai pelayanan
- 3) Fasilitasi pengadaan sarana IT untuk meningkatkan performa pelayanan Koperasi

g. Kebijakan Penguatan Pengaturan.

Kebijakan tersebut selanjutnya dijabarkan secara operasional dalam bentuk Program Penguatan Pengaturan. Hal ini ditempuh antara lain melalui :

- 1) Penyederhanaan dan Kemudahan Dalam Perijinan
- 2) Kepastian Berusaha
- 3) Kepastian Tempat Berusaha
- 4) Perlindungan dan pendampingan
- 5) Kemudahan perolehan HAKI

#### **6. Tahap Implementasi Dan Dampak Model Pengembangan Koperasi Konsumen**

Tahap Implementasi dari Pembangunan Koperasi konsumen, adalah seperti diuraikan melalui tabel 6 berikut ini :



Tabel 5.1

## Implementasi Rancang Bangun Pembangunan Koperasi konsumen

Kegiatan	Jangka Waktu	Komitment Pelaksanaan
<p><b>1. Kebijakan Penguatan Struktur Organisasi dan Kelembagaan</b></p> <p>a. Penataan dan pemantapan organisasi Koperasi Konsumen, sesuai dengan jatidirinya sebagai entitas bisnis yang berbentuk Koperasi ke arah terwujudnya empat performa Koperasi produsen yang efektif, efisien dan berdaya saing,</p> <p>b. Pemantapan dan pengembangan profesionalisme dalam Pengelolaan usaha Koperasi konsumen</p> <p>c. Mendorong diselenggarakannya RAT tepat waktu.</p> <p>d. Pemantapan dan pengembangan partisipasi anggota sebagai pemilik maupun sebagai pengguna jasa Koperasi Konsumen</p> <p>e. Pemantapan dan pengembangan hubungan sinergitas antar anggota, antara anggota dengan pengurus dan pengelola usaha</p> <p>f. Penataan wilayah keanggotaan Koperasi produsen</p> <p>g. Perintisan pembangunan Koperasi konsumen di Wilayah Kab/kota/prov tertentu</p>	<p>4 tahun</p> <p>4 tahun</p> <p>5 tahun</p> <p>3 tahun</p> <p>3 tahun</p> <p>3 tahun</p> <p>4 tahun</p>	<p>2010 – 2013</p> <p>2011 – 1014</p> <p>2010 - 2014</p> <p>2010 – 2013</p> <p>2011– 2013</p> <p>2011 – 2013</p> <p>2011 – 2014</p>
<p><b>2. Kebijakan Penguatan Kapasitas Sumberdaya Manusia dan Kualitas Manajemen</b></p> <p>a. Pelatihan kompetensi ketrampilan teknis dan manajerial yang berkait dengan Toko/mini market/super market,, melalui berbagai pola pelatihan dan pendidikan.</p> <p>b. Pemantapan dan pengembangan balai-balai latihan ketrampilan teknis dan manajerial</p> <p>c. Sosialisasi dan pembudayaan kewirausahaan</p>	<p>5 tahun</p> <p>4 tahun</p> <p>Selamanya (<i>never ending</i>)</p>	<p>2010 – 2015</p> <p>2011 – 2014</p> <p>2010 – Berkelanjutan</p>

Kegiatan	Jangka Waktu	Komitment Pelaksanaan
<p><b>3. Kebijakan Penguatan Usaha dan Permodalan</b></p> <p>a. Pemetaan kebutuhan barang konsumsi dan atau barang kebutuhan untuk proses produksi anggota dan masyarakat konsumen sekitar Koperasi</p> <p>b. Penentuan focus pelayanan</p> <p>c. Pemantapan skala usaha berdasarkan kelayakan usaha</p> <p>d. Dukungan informasi bisnis</p> <p>e. Pembentukan Dana Pembangunan Koperasi</p> <p>f. Perluasan sumber pendanaan dan fasilitasi untuk akses ke perbankan dan lembaga keuangan non bank</p> <p>g. Meningkatkan persyaratan minimal modal saham anggota</p> <p>h. Pengembangan modal penyertaan</p> <p>i. Penerbitan Surat Utang Koperasi</p>	<p>4 tahun</p> <p>2 Tahun</p> <p>4 Tahun</p> <p>3 Tahun</p> <p>5 Tahun</p> <p>4 Tahun</p> <p>3 Tahun</p> <p>4 Tahun</p> <p>4 Tahun</p>	<p>2010 – 2014</p> <p>2011 – 2013</p> <p>2010 – 2014</p> <p>2011 – 2013</p> <p>2010 – 2015</p> <p>2010 – 2014</p> <p>2010 – 2013</p> <p>2010 – 2014</p> <p>2010 – 2014</p>
<p><b>4. Dukungan teknologi Informasi</b></p> <p>a. Peningkatan pemanfaatan IT untuk mendukung percepatan pelayanan</p> <p>b. Membangun sistem pelayanan Online dalam pengadaan barang/produk maupun penawaran barang/produk kepada anggota dan masyarakat</p> <p>c. Mendorong penerapan standarisasi dalam proses pelayanan</p> <p>d. Berkembangnya model seleksi produk berkualitas yang bersertifikat</p> <p>e. Peningkatan kemampuan di bidang desain dan teknologi serta pengendalian mutu produk</p> <p>f. Peningkatan kemampuan di bidang penelitian untuk mengembangkan desain dan teknologi baru yang menunjang pelayanan anggota dan masyarakat</p> <p>g. Dorongan kepada Koperasi anggotanya dapat memperoleh sertifikat hak atas kekayaan intelektual.</p>	<p>4 tahun</p> <p>5 tahun</p> <p>3 tahun</p> <p>3 tahun</p> <p>5 tahun</p> <p>4 tahun</p> <p>4 tahun</p>	<p>2011 –20134</p> <p>2010 – 2015</p> <p>2011- 2013</p> <p>2011- 2013</p> <p>2010 – 2015</p> <p>2011- 2014</p> <p>2011- 2014</p>
<p><b>5. Dukungan Kemitraan Dan Jejaring Usaha</b></p> <p>a. Pemberian fasilitasi, dukungan, dan stimulasi kegiatan kemitraan yang saling membutuhkan,</p>	<p>4 tahun</p>	<p>2010- 2013</p>

Kegiatan	Jangka Waktu	Komitment Pelaksanaan
mempercayai, memperkuat dan menguntungkan, b. Mendorong terjadinya proses alih ketrampilan, alih teknologi, di bidang produksi dan pengolahan,.mendorong inovasi dan pengembangan produk berorientasi ekspor, penyerapan tenaga kerja, penggunaan teknologi tepat guna dan ramah lingkungan, pengembangan pola kemitraan inti-plasma, sub kontrak, pola waralaba, c. Pengembangan jejaring usaha	5 tahun  5 tahun	2011- 2015  2011- 2015
<b>6. Dukungan Infra Struktur</b>		
a. Penyediaan prasarana fisik yang menunjang kegiatan usaha Koperasi produsen	5 tahun	2010 – 2015
b. Keringanan tarif sarana publik	3 tahun	2011– 2013
<b>7. Kebijakan Penguatan Pengaturan.</b>		
a. Penyederhanaan dan Kemudahan Dalam Perijinan	2 tahun	2011 – 2012
b. Kepastian Berusaha	3 tahun	2011– 2013
c. Kepastian Tempat Berusaha	3 tahun	2011 – 2013
d. Perlindungan	3 tahun	2011 – 2013
e. Kemudahan perolehan HAKI	3 tahun	2011 – 2013

## 7. Dampak Model Pembangunan Koperasi Konsumen

Disadari bahwa implementasi Strategi Pengembangan Koperasi Konsumen yang digerakkan melalui pendekatan Model Pembangunan Koperasi konsumen dimaksudkan agar terwujud visi yang dicanangkan. Oleh karena itu implementasi prosesnya yang akan berlangsung tahun 2010 sampai 5 hingga 15 tahun ke depan, akan memberikan dampak positif bagi Koperasi konsumen.

Keragaan dampak implementasi Model Pengembangan terhadap Koperasi konsumsen, terjadi antara lain :

a. Pada Aspek Kelembagaan

- 1) Makin mantap, efektif dan efisiennya struktur organisasi dan kelembagaan Koperasi konsumen, sebagai entitas bisnis yang dinamis dan berjatidiri Koperasi,
- 2) Adanya korelasi positif antara wilayah keanggotaan, potensi usaha dan kelayakan usaha Koperasi
- 3) Adanya RAT yang diselenggarakan secara tepat waktu, dimana anggota dapat berpartisipasi aktif
- 4) Adanya hubungan sinergitas yang kuat di antara para anggota, serta antara anggota dengan pengurus dan pengelola usaha
- 5) Makin mantap dan tingginya partisipasi anggota, baik sebagai pemilik maupun sebagai pengguna jasa Koperasi
- 6) Makin transparan dan akuntabelnya Koperasi bagi para anggota

b. Pada Aspek Kapasitas Sumberdaya Manusia dan Kualitas Manajemen

- 1) Dimilikinya tenaga pengurus, pengawas dan pengelola yang memiliki kompetensi ketrampilan teknis dan manajerial sesuai dengan kebutuhan Koperasi sebagai entitas bisnis yang berjatidiri Koperasi
- 2) Dimilikinya kemampuan kewirausahaan di kalangan anggota, pengurus Koperasi konsumen
- 3) Terciptannya efisiensi operasional
- 4) Terpenuhinya syarat sebagai organisasi modern dengan diterapkannya *good corporate government*
- 5) Adanya peningkatan produktivitas usaha dan tenaga kerja,

serta semakin berdaya saing.

c. Pada Aspek Usaha dan Permodalan

- 1) Dapat dipetakanya kebutuhan riil barang dan jasa anggota dan masyarakat yang merupakan dasar keputusan pengembangan pelayanan Koperasi Konsumen
- 2) Adanya focus pelayanan Koperasi Konsumen
- 3) Adanya akses kepada sumber informasi bisnis
- 4) Semakin terbukanya akses kepada sumber-sumber permodalan untuk usaha
- 5) Adanya penambahan modal dari anggota dan dari luar anggota
- 6) Terjadinya perluasan usaha dan peningkatan volume pelayanan bisnis Koperasi

d. Pada Aspek Teknologi

- 1) Semakin terbukanya akses information technology penggunaan dan pemanfaatannya untuk teknologi tepat
- 2) Tersedianya system online dalam proses pelayanan Koperasi
- 3) Meningkatnya produktivitas usaha
- 4) Meningkatnya kualitas produk yang dihasilkan
- 5) Adanya berbagai inovasi produk dan system pelayanan Koperasi
- 6) Berkembangnya produk yang bersertifikat / berakreditasi/ mendapat pengakuan Hak Atas Kekayaan Intelektual

e. Pada Aspek Kemitraan dan Jejaring Usaha

- 1) Semakin terbukanya peluang kemitraan usaha dengan badan usaha lain yang saling memperkuat, dan saling menguntungkan atas dasar saling membutuhkan

- 2) Terjadinya proses alih teknologi yang semakin mendorong peningkatan teknologi produksi dan pengolahan
- 3) Semakin berkembangnya jaringan usaha Koperasi produsen dengan entitas usaha lain baik yang berbentuk Koperasi maupun non Koperasi, baik yang bersifat lokal, domestik maupun global.

f. Pada Aspek Penguatan Infra Struktur

- 1) Semakin tersedianya dukungan infra struktur dan prasarana fisik yang diperlukan bagi kelancaran kegiatan usaha Koperasi produsen dan sektor ril pada umumnya
- 2) Adanya keringanan tarif atas beberapa prasarana tertentu

g. Pada Aspek Penguatan Pengaturan

- 1) Adanya kepastian dan perlindungan hukum bagi usaha Koperasi produsen
- 2) Adanya kepastian dan kesempatan berusaha bagi Koperasi produsen
- 3) Adanya pelaksanaan pengawasan yang lebih mendorong Koperasi Konsumen tumbuh sehat, kuat dan berjalan atas dasar jatidiri Koperasi

## **H. Peran Pemerintah, Pemerintah Daerah Dan Pemangku Kepentingan**

Pemerintah, dan Pemerintah Daerah menumbuhkan iklim usaha dan pengembangan usaha dengan menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan di berbagai aspek kehidupan ekonomi agar Koperasi pada umumnya, dan Koperasi produsen pada khususnya, memperoleh pemihakan, kepastian, kesempatan, perlindungan dan dukungan berusaha yang seluas-luasnya, serta pemberian fasilitas

bimbingan, pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saingnya.

Dalam memajukan Koperasi, Peran Pemerintah pusat, akan lebih memberat ke bidang regulasi, dengan menyediakan perangkat pengaturan di bidang kelembagaan Koperasi dan pengawasan. Sementara pemberdayaan harus semakin menguat ke darah otonom. Pemerintah Propinsi memerankan peran integrasi bisnis sesuai corak perekonomian dan struktur wilayah daerah yang dimiliki Indonesia. Infra struktur promosi dan jaringan serta pelatihan sumberdaya diletakkan pada basis propinsi atau menjadi tanggung jawab propinsi.

Para pemangku kepentingan ( gerakan Koperasi, dunia usaha dan pihak-pihak terkait serta masyarakat luas lainnya), berperan serta secara aktif dan sinergis membantu upaya penumbuhan iklim usaha dan langkah-langkah pengembangan usaha.yang dilakukan Pemerintah,dan Pemerintah Daerah.

Koperasi tidak diperlakukan sebagai obyek pembangunan saja, melainkan harus diperankan pula. sebagai subyek pembangunan, sesuai tekad bersama :"*Membangun Koperasi dan Koperasi membangun*".

## **BAB VI**

### **MODEL REGULASI PENGEMBANGAN KOPERASI KONSUMEN.**

#### **A. Koperasi Konsumen Wajib Menerapkan Prinsip Koperasi.**

Secara filosofis, koperasi adalah berbeda dengan perusahaan lain pada umumnya. Koperasi lahir sebagai reaksi terhadap ketidakadilan yang ditimbulkan oleh adanya revolusi industri yang terjadi pada abad 19 yang lalu. Sebagai organisasi usaha yang berbasiskan anggota, maka koperasi diseluruh dunia menerapkan jati diri koperasi yang mengandung pengertian, nilai dan prinsip koperasi, yang sangat dijunjung tinggi oleh gerakan koperasi dan telah menjadikan koperasi diseluruh dunia mempunyai daya saing.

Sebagai upaya untuk memberikan pemahaman yang benar mengenai landasan filosofis koperasi sebagai organisasi perusahaan yang berbasiskan anggota, maka berikut ini diuraikan mengenai jati diri koperasi yang telah dideklarasikan oleh gerakan koperasi dunia pada kongres International Cooperatives Alliance (ICA) di Manchester, Inggris pada tahun 1995, yang terjemahan resminya diterbitkan oleh Lembaga Studi Pengembangan Perkoperasian Indonesia (LSP2I).

#### **1. Naskah Latar belakang mengenai Definisi Koperasi**

- a. Pernyataan ini mendefinisikan sebuah koperasi sebagai berikut: Koperasi adalah perkumpulan otonom dari orang-orang yang bersatu secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan aspirasi-aspirasi ekonomi,



sosial dan budaya bersama melalui perusahaan yang dimiliki bersama dan dikendalikan secara demokratis.

- b. Definisi ini dimaksudkan sebagai pernyataan minimal; tidak dimaksudkan sebagai deskripsi dari koperasi yang sempurna. Secara sengaja ruang lingkupnya dibuat luas, mengakui bahwa anggota-anggota dari koperasi yang jenisnya beragam, akan dilibatkan secara berbeda dan anggota-anggota harus memiliki kebebasan tertentu bagaimana mereka mengorganisasi kepentingan-kepentingan bersama. Diharapkan definisi ini akan berguna dalam merancang perundang-undangan, mendidik anggota-anggota, dan membuat buku-buku pegangan.
- c. Definisi ini menekankan karakteristik koperasi sebagai berikut: menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan. Mereka dapat memenuhi peran historis mereka dalam distribusi kekuatan ekonomi secara lebih luas dan adil. Koperasi-koperasi dapat diharapkan meningkatkan komunitas-komunitas dimana mereka berada. Mereka dapat membantu orang-orang untuk mampu menolong diri mereka sendiri untuk keluar dari kemiskinan. Mereka dapat membantu mempertemukan orang-orang yang berbeda dalam budaya, agama, dan keyakinan politik. Koperasi-koperasi dapat menawarkan banyak kepada dunia, cukup dengan membangun di atas dasar tradisi-tradisi dan kekhususan-kekhususan koperasi dan menangani secara efisien kebutuhan-kebutuhan dari anggota-anggotanya.
- d. Pernyataan tentang Jatidiri Koperasi, karenanya harus

dilihat dalam konteks sejarah, waktu kini dan masa depan. Bagian lain dari naskah ini membahas, meskipun singkat, bagian masing-masing dari Pernyataan mengenai ketiga perspektif tersebut.

e. Definisi ini menekankan karakteristik koperasi sebagai berikut:

1) Koperasi adalah otonom: artinya, sejauh mungkin bebas dari pemerintah dan perusahaan swasta.

2) Koperasi adalah perkumpulan orang. Hal ini berarti bahwa koperasi memiliki kebebasan untuk mendefinisikan orang-orang sesuai dengan ketentuan hukum yang dipilihnya. Banyak koperasi primer di seluruh dunia memilih hanya menerima orang secara individual sebagai anggota. Banyak koperasi primer lain, menerima badan-badan hukum orang, yang dalam banyak kawasan hukum meliputi perusahaan, dengan memberikan kepada mereka hak-hak yang sama seperti halnya anggota yang lain. Dalam koperasi-koperasi pada tingkat yang lain daripada koperasi primer, yang umumnya dimiliki oleh koperasi lain, sifat dari praktek demokrasinya adalah masalah yang harus diputus oleh keanggotaan mereka sendiri.

3) Orang-orang bersatu secara sukarela. Keanggotaan dalam koperasi tidak boleh merupakan keharusan. Anggota-anggota harus bebas, dalam batas tujuan-tujuan dan sumber-sumber daya koperasi, untuk bergabung atau menanggulangnya.

4) Anggota-anggota koperasi memenuhi kebutuhan

ekonomi, sosial dan budaya bersama mereka. Bagian dari definisi ini menekankan, bahwa koperasi diorganisasi oleh para anggota untuk kemanfaatan bagi diri sendiri dan bagi mereka bersama. Normalnya, koperasi berfungsi dalam pasar dan dengan demikian harus dioperasikan secara efisien dan hati-hati. Sebagian besar dari koperasi didirikan terutama untuk memenuhi tujuan-tujuan ekonomi, akan tetapi mereka mempunyai tujuan sosial dan budaya pula. Dengan sosial dimaksudkan pemenuhan tujuan sosial, seperti penyediaan jasa kesehatan atau penitipan anak-anak. Kegiatan-kegiatan seperti itu harus dilakukan secara ekonomi, hingga jasa- jasa yang diberikan adalah yang memberikan kemanfaatan bagi para anggota. Koperasi dapat pula memiliki tujuan budaya yang merupakan kepedulian dan kehendak anggota, seperti membantu memajukan budaya nasional, memajukan perdamaian, mensponsori olahraga dan kegiatan kebudayaan, dan meningkatkan hubungan dalam komunitas. Sesungguhnya, untuk masa depan membantu penyiapan jalan hidup yang lebih baik, kultural, intelektual dan spiritual koperasi dapat memberikan kemanfaatan bagi anggota-anggotanya dan menyumbang bagi komunitas mereka.

- 5) Kebutuhan-kebutuhan anggota dapat tunggal dan terbatas dapat pula beragam, dapat pula sosial dan kultural dan juga murni ekonomi; tetapi apapun sifat kebutuhan- kebutuhannya, itu semua adalah tujuan sentral untuk apa koperasi diadakan.
- 6) Koperasi adalah "perusahaan yang dimiliki bersama dan dikendalikan secara demokratis". Perumusan kata-

kata ini menekankan bahwa dalam koperasi, pengendalian dibagi diantara anggota atas dasar demokrasi. Watak rangkap dari pemilikan dan pengendalian secara demokratis adalah sangat penting dalam membedakan koperasi dari bagian perusahaan yang lain, seperti perusahaan-perusahaan yang dikendalikan oleh modal dan oleh pemerintah. Setiap koperasi adalah sebuah perusahaan pula dalam arti bahwa koperasi merupakan satu kenyataan yang normalnya berfungsi dalam pasar; dan karenanya koperasi harus bekerja dengan sungguh-sungguh untuk melayani anggota secara efisien dan efektif.

## **2. Nilai-Nilai Koperasi**

Selama tahun-tahun 1990-an, koperasi menghadapi tantangan-tantangan lain yang sifatnya lebih unium, ialah tantangan-tantangan yang tampak akan lebih penting dalam dasawarsa mendatang, tantangan yang terkait dengan perubahan-perubahan mendasar dalam kondisi kemanusiaan di seluruh dunia. Tantangan-tantangan termasuk permasalahan yang timbul akibat pertumbuhan cepat dari kependudukan secara global; tekanan yang bertambah terhadap lingkungan; peningkatan konsentrasi kekuatan ekonomi di tangan minoritas kecil dari penduduk dunia; ragam krisis yang menghinggapi komunitas-komunitas dalam aneka budaya; siklus kemiskinan yang makin mendalam yang nyata di banyak bagian dunia, dan makin meningkatnya frekuensi peledakan bentrokan etnik.

Koperasi bekerja berdasarkan nilai-nilai: swadaya, swatanggung jawab, demokrasi, kebersamaan, keadilan dan kesetiakawanan. Dalam tradisi dari pendiri-pendirinya,

anggota- anggota koperasi percaya pada nilai-nilai etnik dari kejujuran, keterbukaan, tanggung jawab sosial dan peduli terhadap orang- orang lain.

### **Naskah Latar belakang mengenai Nilai-nilai.**

#### **a. Nilai-nilai — Kalimat Pertama**

- 1) Gerakan Koperasi memiliki sejarah intelektual yang dalam dan khusus. Selama sepuluh generasi yang terakhir dari sejarah manusia, banyak ahli teori dari setiap generasi di berbagai bagian dunia telah memberi sumbangan besar kepada pemikiran perkoperasian; dan banyak dari pemikiran tersebut mengenai nilai-nilai perkoperasian. Lebih dari itu, koperasi diseluruh dunia telah berkembang dalam tatanan sistem-sistem kepercayaan termasuk agama- agama dan ideologi besar di dunia. Karena pemimpin-pemimpin dan kelompok-kelompok koperasi sangat dipengaruhi oleh sistem-sistem kepercayaan tersebut, setiap diskusi tentang nilai-nilai dalam koperasi mau tidak mau harus melibatkan kepedulian-kepedulian yang dirasakan secara mendalam mengenai tingkah laku etika yang pantas.

Sebagai konsekuensinya, upaya dalam mencapai konsensus mengenai nilai-nilai koperasi yang esensial merupakan tugas kompleks dan sangat berharga.

Antara 1990 dan 1992, dibawah arahan Sven Ake Book dari Swedia, anggota-anggota dari ICA dan peneliti-peneliti independen terlibat dalam diskusi-diskusi yang ekstensif mengenai sifat nilai-nilai perkoperasian. Hasil

dari studi tersebut dapat dibaca dalam buku "*Co-operative Values in a Changing World*" ditulis oleh Mr. Book dan diterbitkan oleh ICA. Buku tersebut bersama dengan *Co-operative Principles: Today and Tomorrow*, ditulis oleh W.P. Watkins, terutama menyajikan konteks teoritis, yang digunakan untuk menyusun Pernyataan tentang Jatidiri Koperasi. Buku-buku ini terutama direkomendasikan bagi siapapun yang menghendaki pendalaman tentang topik tersebut.

- 2) Swadaya (*self-help*) didasarkan pada kepercayaan bahwa semua orang dapat dan seharusnya berupaya keras mengendalikan nasibnya sendiri. Koperasiwan percaya, bahwa pengembangan diri secara penuh dapat terjadi hanya dengan bergabung bersama yang lain. Sebagai individu, seseorang dibatasi oleh apa yang dapat dicoba untuk diperbuat dan apa yang oleh yang bersangkutan dapat dicapai. Melalui kegiatan yang digabungkan dan tanggung jawab bersama, seseorang dapat mencapai lebih banyak, terutama dengan meningkatkan pengaruhnya secara kolektif di pasar dan dihadapan pemerintah.
- 3) Swa-tanggung jawab berarti bahwa anggota-anggota menerima tanggung jawab bagi koperasi mereka, bagi berdirinya dan kelanjutan vitalitasnya. Selanjutnya, anggota- anggota memikul tanggung jawab untuk memajukan koperasi mereka di kalangan keluarga, kawan-kawan dan kenalan- kenalan mereka. Akhirnya swa-tanggung jawab berarti bahwa anggota-anggota bertanggung jawab guna pemastian bahwa koperasi mereka tetap independen dari organisasi lain, publik

atau swasta.

- 4) Koperasi berasaskan persamaan. Kesatuan dasar koperasi adalah anggota, yang merupakan manusia atau pengelompokan manusia. Dasar kepribadian manusia adalah salah satu ciri utama yang membedakan koperasi dan perusahaan yang dikendalikan pertama-tama untuk kepentingan modal. Anggota-anggota mempunyai hak untuk berpartisipasi, hak untuk memperoleh informasi, hak untuk didengar, dan hak untuk dilibatkan dalam pengambilan keputusan-keputusan. Anggota-anggota harus terhimpun dengan cara yang sejauh mungkin sama, meskipun kadang-kadang merupakan tantangan yang sulit dalam organisasi koperasi yang besar atau dalam federasi dari koperasi-koperasi. Dalam kenyataannya, kepedulian untuk mencapai dan memelihara kesamaan merupakan tantangan yang terus menerus bagi semua koperasi. Dalam analisis akhirnya, dapat saja berarti seperti cara untuk mencoba melaksanakan bisnis dengan menganggap bahwa hal itu sama sederhananya dengan sekedar memberikan pernyataan tentang aturan-aturan yang ada.
- 5) Serupa dengan itu, mencapai keadilan dalam koperasi merupakan tantangan yang terus menerus, tanpa ada akhirnya. Keadilan terpulang, pertama-tama, kepada bagaimana anggota-anggota diperlakukan dalam koperasi. Mereka harus diperlakukan secara adil bagaimana mereka memperoleh imbalan bagi partisipasi mereka dalam koperasi, biasanya melalui pembagian sisa hasil usaha berdasarkan transaksi mereka, alokasi

pencadangan modal atas nama mereka, atau melalui pemotongan biaya-biaya.

Nilai operasional yang terakhir adalah kesetiakawanan (solidaritas). Nilai ini mempunyai sejarah yang panjang dan dimulihkan dalam gerakan koperasi internasional.

Dalam koperasi, nilai ini menjamin bahwa kegiatan koperasi bukan sekedar bentuk terselubung dari kepentingan pribadi yang dibatasi. Sebuah koperasi adalah lebih dari sebuah perkumpulan anggota; anggota-anggota koperasi adalah juga sebuah kolektivitas. Anggota-anggota mempunyai tanggung jawab untuk memastikan bahwa semua anggota diperlakukan seadil mungkin; bahwa kepentingan umum selalu memperoleh perhatian; bahwa ada upaya yang konsisten untuk memperlakukan karyawan-karyawan secara adil (sebagai anggota atau bukan), juga dengan bukan anggota yang memiliki hubungan kepentingan dengan koperasi.

Kesetiakawanan juga berarti bahwa koperasi mempunyai tanggung jawab bagi kepentingan kolektif anggotanya. Khususnya, sampai batas tertentu, untuk mewakili aset-aset finansial dan sosial yang menjadi milik kelompok; aset yang merupakan hasil dari kekuatan-kekuatan dan partisipasi bersama. Dalam pengertian tersebut, nilai solidaritas (kesetiakawanan) memberikan makna terhadap kenyataan bahwa koperasi adalah lebih dari asosiasi individu; koperasi adalah pengejawantahan dari kekuatan kolektif dan tanggung jawab bersama.

Selanjutnya kesetiakawanan berarti bahwa



koperasiwan- koperasiwan dan koperasi-koperasi berdiri tegak bersama. Mereka berkemauan untuk menciptakan gerakan koperasi yang bersatu, secara lokal, nasional, regional dan internasional. Mereka bekerjasama dalam setiap cara yang praktis untuk menyediakan bagi anggota barang-barang dan jasa dengan mutu terbaik dengan harga-harga yang terendah. Mereka bekerjasama untuk memperlihatkan wajah serupa terhadap publik dan pemerintah. Mereka menerima adanya kesamaan diantara semua koperasi, lepas dari keanekaan tujuan dan konteks mereka yang berbeda.

Akhirnya, perlu memperoleh tekanan, bahwa solidaritas adalah sebab dan akibat yang benar dari self-help (swadaya) dan tolong menolong, dua dari konsep mendasar dalam jantung falsafah perkoperasian. Falsafah inilah yang membedakan koperasi dari bangun organisasi ekonomi yang lain. Di sementara negara konsep swadaya dan tolong menolong diabaikan oleh pemerintah-pemerintah mereka, dan koperasi diorganisasi melalui prakarsa, dukungan dan bantuan keuangan pemerintah; hasil yang merugikan adalah gerakan yang dikendalikan dan dikelola oleh pemerintah. Adalah esensial, karenanya, bahwa solidaritas dari koperasiwan dan koperasi, berdasarkan swadaya dan tanggung jawab bersama, perlu dipahami dan dihormati, khususnya di negara-negara berkembang, tetapi juga di negara-negara industri maju.

b. Nilai-nilai— Kalimat Kedua

- 1) Kalimat kedua berbunyi: "Mengikuti tradisi dari para pendirinya, anggota-anggota koperasi percaya pada nilai-

nilai etis dari kejujuran, keterbukaan, tanggung jawab sosial serta kepedulian terhadap orang lain".

- 2) Mengikuti tradisi dari para pendirinya, menunjuk pada kenyataan bahwa semua gerakan yang besar memiliki, pada asal-usulnya, laki-laki dan perempuan yang luar biasa telah memberikan sumbangan besar sebagai "pendiri-pendiri", individu-individu seperti Pelopor-pelopor Rochdale, Frederich Raiffeisen, Herman Schultze-Delitzsch, Phillipe Buchez, Bishop Grundzvig dan Alphonse Desjardins, dihormati dalam gerakan koperasi yang mereka bantu berdirinya; mereka dikagumi pula oleh para koperasiwan dalam gerakan-gerakan lain. Sumbangan-sumbangan mereka, lebih dari yang ada, adalah lebih dari yang sekedar praktis, sama pentingnya dengan pragmatisme mereka, adalah juga etikal dan moral. Bersamaan dengan itu, setiap gerakan nasional memiliki pendiri-pendirinya sendiri, laki-laki dan perempuan yang nilai-nilai praktis dan etis mereka tetap sangat penting; memunculkan para pendiri ini dimaksudkan pula untuk tetap ingat kepada mereka.
- 3) Adalah wajar untuk dibahas bahwa nilai-nilai etis yang merupakan aspirasi gerakan koperasi, ternyata telah mempengaruhi kegiatan-kegiatan sementara organisasi yang dikendalikan modal dan organisasi milik pemerintah. Bagaimanapun juga mereka merupakan bagian dari perkembangan ini, karena pengaruh-pengaruh yang ditimbulkan menduduki tempat khusus dalam tradisi-tradisi koperasi. Khususnya, pengaruh-pengaruh tersebut menjadi penting secara mendasar dalam lingkungan berbagai jenis koperasi pada waktu koperasi-koperasi

yang bersangkutan muncul dalam abad ke-sembilan belas. Pengaruh tersebut tampak pula di kalangan mereka yang bertanggung jawab terhadap pertumbuhan dan perkembangan gerakan koperasi setelah tahun-tahun intervensi.

- 4) Banyak dari koperasi yang pertama dalam abad ke-sembilan belas, terutama tampak pada pelopor Rochdale, memiliki komitmen khusus mengenai kejujuran; sesungguhnya, upaya-upaya mereka terkenal dalam pasar, untuk sebagian karena mereka menghendaki dengan sungguh-sungguh adanya ukuran-ukuran yang jujur, mutu tinggi dan harga yang jujur. Koperasi-koperasi pekerja, sepanjang sejarahnya, menjadi terkenal akan upaya-upaya mereka untuk rhciptakan sistem-sistem manajemen terbuka yang jujur. Koperasi di bidang keuangan memperoleh reputasi yang bagus sekali di seluruh dunia karena cara-cara yang jujur dalam melaksanakan bisnis mereka; khususnya dalam perhitungan pembayaran tingkat bunga. Selama beberapa dasawarsa koperasi pertanian telah berkembang subur karena komitmen mereka terhadap mutu tinggi, produk dengan label yang jujur.
- 5) Lepas dari tradisi kejujuran yang khusus, koperasi-koperasi memiliki aspirasi untuk berhubungan secara jujur dengan anggota-anggotanya yang menurut gilirannya menuntunnya ke hubungan jujur dengan bukan-anggota. Untuk alasan yang sama, koperasi-koperasi memilki pemihakan kepada keterbukaan; koperasi adalah organisasi publik yang secara teratur membuka kepada anggota-anggota mereka, umum dan pemerintah informasi yang berharga mengenai kegiatan- kegiatan mereka.

- 6) Nilai-nilai etis yang lain merebak dari hubungan khusus yang dimiliki koperasi dengan komunitasnya; koperasi adalah terbuka bagi anggota-anggota komunitas yang bersangkutan, dan koperasi memiliki komitmen untuk membantu mereka dalam upaya menolong diri sendiri. Koperasi untuk sebagian adalah lembaga kolektif yang ada dalam satu atau lebih, komunitas. Koperasi telah mewarisi tradisi-tradisi yang selalu peduli akan kesehatan individu-individu dalam komunitas. Karenanya koperasi memiliki kewajiban untuk berupaya sungguh-sungguh guna memenuhi tanggung jawab sosialnya melalui "semua kegiatan-kegiatannya".
- 7) Dalam batas kapasitasnya untuk melakukan tindakan tertentu, banyak koperasi telah menunjukkan kemampuannya untuk membantu pihak lain. Banyak diantaranya telah memberi sumbangan yang berarti sumber daya manusia dan keuangan kepada komunitasnya. Banyak diantaranya telah memberikan bantuan yang ekstensif terhadap pertumbuhan koperasi-koperasi di negara-negara berkembang. Ini semua merupakan tradisi yang layak dibanggakan, yang mencerminkan nilai dari koperasi yang perlu memperoleh penekanan.
- 8) Untuk singkatnya, kejujuran, keterbukaan, tanggung jawab sosial dan peduli terhadap orang lain adalah nilai-nilai yang bisa saja ditemukan dalam berbagai jenis organisasi, akan tetapi nilai-nilai tersebut adalah sangat meyakinkan dan tidak dapat dipungkiri keberadaannya dalam perusahaan koperasi.

### **3. Prinsip-Prinsip Koperasi**

Prinsip-prinsip koperasi adalah garis-garis penuntun yang digunakan oleh koperasi untuk melaksanakan nilai-nilai koperasi dalam praktek.

#### **a. Prinsip 1. Keanggotaan yang bersifat Sukarela dan Terbuka.**

Koperasi adalah perkumpulan sukarela, terbuka bagi semua orang yang mampu menggunakan jasa-jasa perkumpulan dan bersedia menerima tanggung jawab keanggotaan, tanpa diskriminasi jender, sosial, politik dan agama.

- 1) Permulaan dari kalimat sederhana yang menjelaskan prinsip ini, menekankan bahwa "Koperasi adalah organisasi sukarela". Ini menegaskan arti penting yang mendasar dari orang-orang yang secara sukarela memilih untuk membuat komitmen terhadap koperasi mereka. Orang-orang tidak dapat dibuat untuk menjadi koperasiwan. Kepada mereka harus diberikan kesempatan untuk mempelajari dan memahami nilai-nilai untuk apa koperasi berdiri; mereka harus diizinkan untuk berpartisipasi secara bebas.

Meskipun demikian, di banyak negara di seluruh dunia, tekanan-tekanan ekonomi atau regulasi pemerintah kadang-kadang cenderung untuk mendorong orang-orang menjadi anggota dari koperasi tertentu. Dalam keadaan seperti itu koperasi mempunyai tanggung jawab khusus untuk memas-

tikan bahwa semua anggota terlibat sepenuhnya hingga mereka akan bersedia mendukung koperasi mereka atas dasar kesukarelaan

- 2) Kalimat ini berlanjut dengan menunjuk bagaimana koperasi menerima anggota-anggota. Ini merupakan penegasan bahwa koperasi adalah terbuka bagi semua orang yang mampu menggunakan jasa-jasa koperasi dan bersedia menerima tanggung jawab keanggotaan tanpa diskriminasi mengenai jender, sosial, rasial, politik atau agama. Pernyataan ini menegaskan ulang adanya komitmen umum, mendasar bagi koperasi sejak penampilannya untuk mengakui harkat mendasar dari semua individu, dan sesungguhnya, semua orang.
- 3) Kalimat "terbuka bagi semua orang yang mampu menggunakan jasa-jasa koperasi" menerima bahwa koperasi diorganisasi untuk tujuan-tujuan spesifik; dalam banyak keadaan, koperasi hanya dapat memberikan jasa secara efektif kepada jenis anggota-anggota tertentu atau jumlah terbatas anggota-anggota. Sebagai contoh, koperasi perikanan pada intinya melayani nelayan-nelayan; koperasi perumahan hanya dapat menampung sejumlah anggota; koperasi pekerja hanya dapat menyediakan lapangan kerja bagi anggota-anggota dengan jumlah terbatas. Dengan lain perkataan, ada alasan-alasan yang dapat dipahami dan diterima mengapa suatu koperasi memberlakukan pembatasan mengenai keanggotaan.

- 4) Kalimat "bersedia menerima tanggung-jawab keanggotaan" mengingatkan kepada anggota-anggota bahwa mereka mempunyai kewajiban-kewajiban terhadap koperasi mereka. Kewajiban-kewajiban seperti itu meskipun agak beragam dari satu koperasi ke koperasi yang lain, akan tetapi kewajiban-kewajiban tersebut meliputi melaksanakan hak suara, ikut serta dalam pertemuan, menggunakan jasa koperasi, dan menyediakan ekuiti kalau timbul keperluan. Ini merupakan perangkat kewajiban yang menghendaki penekanan terus-menerus, akan tetapi yang harus menghasilkan kemanfaatan yang berarti untuk kedua belah pihak, anggota dan koperasi.
- 5) Koperasi harus memberi kepastian, melalui kegiatan positif, bahwa tidak ada hambatan terhadap keanggotaan karena masalah jender. Selanjutnya koperasi harus memberi kepastian bahwa perempuan akan ikut serta dalam jumlah yang sama dalam pendidikan dan program pengembangan kepemimpinan mereka.
- 6) Koperasi harus juga menjangkau, atau melalui kegiatan sendiri, atau melalui pemberian bantuan dalam pembangunan koperasi baru, kelompok penduduk dan minoritas yang ada yang mampu menggunakan manfaat perusahaan koperasi. Dasar dari keterlibatan ini seharusnya bukan kedermawanan; hal ini harus merupakan hasil pertimbangan yang hati-hati praktis dan inovatif dari kemungkinan kegiatan koperasi.

7) Prinsip Keanggotaan ini juga melarang diskriminasi berdasarkan karakteristik "sosial". "Sosial" menunjuk, pertama-tama, kepada diskriminasi berdasarkan kelas. Sejak permulaan kegiatannya, gerakan koperasi berupaya untuk menyatukan orang dari kelas yang berbeda; sesungguhnya hal inilah yang membedakan koperasi dari beberapa ideologi lain dalam abad kesembilan belas.

"Sosial" juga menunjuk kepada budaya, yang di dalamnya mungkin meliputi jatidiri etnis dan dalam keadaan tertentu, juga nasional. Bagaimanapun juga ini adalah konsep yang sukar, disebabkan karena ada sejumlah koperasi yang secara spesifik diorganisasi diantara kelompok budaya, seringkali kelompok budaya minoritas. Koperasi ini mempunyai hak untuk ada sepanjang koperasi tersebut tidak mengganggu organisasi seperti koperasi diantara kelompok budaya yang lain; sepanjang tidak merugikan bukan-anggota dalam komunitasnya; dan sepanjang koperasi tersebut menerima tanggung jawab mereka menumbuhkembangkan perkembangan gerakan koperasi di daerah mereka.

Prinsip ini juga mencakup pengkaitan dengan "suku". Dalam berbagai rancangan dokumen yang diedarkan sebelum Kongres ICA, adanya arah pandang terhadap suku dihindari.

Masalah suku ini tidak dimasukkan dengan anggapan bahwa gagasan tentang "suku" tidak boleh diterima



sebagai cara yang dianggap layak untuk pengelompokan umat manusia. "Suku" dapat memasukkan perbedaan-perbedaan biologis, suatu pandangan yang dalam 150 tahun terakhir ini menciptakan keterbelahan dalam keluarga manusia yang mengakibatkan kebutaan pandangan, perang dan penghapusan suku (genosida).

- 8) Diskusi-diskusi dengan koperasiwan di seluruh dunia, bagaimanapun, menyarankan bahwa tidak memasukan arah pandang terhadap "suku" dapat menyesatkan; sebagai contoh, sementara orang karena tidak tahu akan kedudukan falsafah dasar dari gerakan koperasi, dapat mengambil kesimpulan bahwa tidak mengikutkan orang atas dasar "suku" dapat diterima. Karena pertimbangan seperti itu, suku dimasukan dalam prinsip keanggotaan dan disetujui dalam kongres, hingga tidak lagi ada keraguan tentang posisi gerakan koperasi mengenai masalah tersebut. Mungkin bilamana prinsip-prinsip koperasi dikaji ulang dikemudian hari, penyebutan suku tersebut dapat ditiadakan.
- 9) Koperasi juga harus terbuka bagi orang-orang terlepas dari keterkaitan politiknya. Sejak permulaannya, gerakan koperasi telah mendorong orang-orang dari keyakinan dan ideologi politik mereka yang berbeda untuk bekerjasama. Dalam pengertian seperti itu upaya ini mencoba untuk membuat koperasi berada di atas pandangan ideologi tradisional yang ada yang telah menciptakan demikian banyak ketegangan, keresahan, dan permusuhan

dalam abad ke sembilan belas dan ke dua puluh yang lalu. Sesungguhnya, kapasitas koperasi untuk mengajak beragam kelompok orang berhimpun guna tujuan-tujuan bersama adalah janji-janji besar yang dapat ditawarkan oleh gerakan koperasi bagi abad ke dua puluh satu.

- 10) Hampir semua koperasi menerima keanggotaan lepas dari kepercayaan-kepercayaan agama. Ada sementara koperasi, umumnya dibidang keuangan, yang diorganisasi oleh gereja dan komunitas keagamaan. Organisasi-organisasi tersebut tidak dianggap menolak prinsip-prinsip koperasi sepanjang mereka tidak mengganggu organisasi sejenis koperasi diantara kelompok-kelompok keagamaan lain; sepanjang tidak mengeksploitasi bukan-anggota dalam komunitas mereka, sepanjang mereka bekerjasama dengan koperasi-koperasi lain dengan semua cara yang memungkinkan; dan sepanjang menerima tanggung jawab mereka untuk ikut menumbuhkembangkan gerakan koperasi umum di daerah mereka.
- 11) Prinsip keanggotaan mempunyai kaitan erat dengan Prinsip Pendidikan dan Prinsip Pengendalian Demokratis oleh anggota. Keanggotaan hanya dapat memainkan perannya, bilamana memperoleh informasi dan bilamana ada komunikasi efektif diantara anggota-anggota, pimpinan-pimpinan yang dipilih, manajer-manajer, dan (bilamana dapat diterapkan) para karyawan.

Lebih dari itu, keanggotaan hanya dapat merasakan dilibatkan bilamana diajak berkonsultasi dan bilamana akan didengarkan. Dalam pengertian seperti itu, sedangkan ada kebutuhan yang sangat akan adanya pimpinan yang dipilih, manajer dan staf yang memiliki kemampuan, mereka harus juga sanggup memahami sepenuhnya anggota koperasi, terlepas dari kepercayaan keagamaan dan politik, perbedaan jender atau jenis, budaya atau latar belakang sosial.

- 12) "Keanggotaan" adalah prinsip yang paling kuat, meskipun diperdebatkan akan tetapi sering kurang dihargai diantara semua Prinsip yang ada. Pada intinya, hal ini berarti bahwa harus ada hubungan khusus antara koperasi dengan orang-orang yang secara esensial harus dilayani. Hubungan tersebut harus mendefinisikan kegiatan usaha yang dijalankan oleh koperasi, menunjukkan pengaruhnya terhadap cara-cara menjalankan kegiatan usaha, dan membentuk perencanaannya untuk masa depan. Selanjutnya, pengakuan terhadap kedudukan sentral dari "keanggotaan" harus memberikan arti bahwa koperasi perlu mempunyai komitmen terhadap pelayanan dengan tingkat kejelasan yang tinggi kepada anggota-anggota, yang merupakan alasan mengapa koperasi diadakan.

**b. Prinsip 2. "Pengendalian oleh Anggota-anggota secara Demokratis"**

Pengendalian oleh Anggota-anggota secara Demokratis. "Koperasi adalah perkumpulan demokratis dikendalikan oleh para anggota yang secara aktif berpartisipasi dalam penetapan kebijakan perkumpulan dan pengambilan keputusan-keputusan, laki-laki dan perempuan mengabdikan sebagai wakil-wakil yang dipilih, bertanggung jawab kepada para anggota. Dalam koperasi primer anggota-anggota mempunyai hak suara yang sama (satu anggota satu suara), dan koperasi-koperasi pada tingkat lain juga diatur secara demokratis.

- 1) "Demokrasi" adalah sebuah kata yang rumit. Ia dapat dianggap berguna sebagai suatu daftar dari hak; sesungguhnya, perjuangan untuk hak-hak demokrasi pada tataran politik merupakan tema umum dalam sejarah selama dua abad terakhir. Dalam koperasi, "demokrasi" mencakup pertimbangan akan hak; sebenarnya, hak dan tanggung jawab. Akan tetapi juga berarti menumbuhkembangkan semangat demokrasi dalam koperasi, suatu tugas yang tidak pernah berakhir, sukar, berharga dan malahan esensial.
- 2) Kalimat pertama dari Prinsip ini dalam Pernyataan 1995 berbunyi: "Koperasi adalah perkumpulan demokratis dikendalikan oleh anggota-anggotanya, yang secara aktif berpartisipasi dalam penetapan kebijakan dan pengambilan keputusan". Kalimat ini menekankan bahwa anggota-anggotalah yang akhirnya mengendalikan koperasi mereka; juga menekankan

bahwa hal itu dilakukan dengan cara demokratis. Selanjutnya, ditegaskan bahwa hak anggota untuk secara aktif dilibatkan dalam penetapan kebijakan dan dalam pengambilan keputusan.

Dalam banyak koperasi, keterlibatan secara aktif ini terjadi dalam rapat anggota dimana masalah kebijakan dibahas, keputusan penting diambil, dan kegiatan penting disetujui. Dalam jenis koperasi lain, seperti koperasi pekerja, pemasaran, atau koperasi perumahan, anggota lebih dilibatkan secara rutin dalam kegiatan operasional sehari-hari.

- 3) Di semua koperasi "laki-laki dan perempuan" mengabdikan sebagai wakil-wakil yang dipilih, bertanggung jawab kepada para anggota. Kalimat ini mengingatkan para wakil terpilih bahwa mereka menduduki jabatan mereka sebagai kepercayaan untuk memberikan kemanfaatan segera dan jangka panjang kepada anggota-anggota. Koperasi bukan "milik" dari pejabat yang dipilih dan juga bukan "milik" para karyawan yang harus melapor kepada pejabat-pejabat tersebut. Koperasi adalah milik anggota-anggota, dan semua pejabat yang dipilih bertanggung jawab, pada waktu pemilihan dan sepanjang pelaksanaan mandat mereka, akan kegiatan. Kalimat ketiga dari prinsip ini berbunyi: "Dalam koperasi primer, anggota mempunyai hak suara yang sama (satu anggota satu suara) dan koperasi pada tingkatan lain juga diatur secara demokratis".

Kalimat ini menjelaskan aturan yang umum berlaku bagi pemungutan suara dalam koperasi. Aturan dalam

koperasi primer adalah sangat jelas. Aturan untuk pemungutan suara pada tingkatan lain dari koperasi primer adalah masih terbuka dengan kepercayaan bahwa gerakan koperasi sendiri cukup memiliki kesanggupan untuk memberikan definisi apa yang dimaksud sebagai demokratis itu dalam keadaan tertentu. Dalam banyak koperasi sekunder dan tersier, sistem pemungutan suara proposional telah diterima yang mencerminkan adanya kepentingan-kepentingan yang beragam, besarnya jumlah anggota dalam koperasi yang tergabung dan komitmen diantara koperasi-koperasi yang bersangkutan. Kesepakatan seperti itu seharusnya dikaji ulang secara periodik; karena hal ini umumnya menumbuhkan rasa ketidakpuasan, bilamana koperasi yang terkecil dalam kesepakatan tersebut memiliki pengaruh begitu kecilnya, hingga mereka secara esensial merasa kehilangan hak mereka untuk memperoleh pelayanan yang dianggap layak.

### **c. Prinsip 3. Partisipasi Ekonomi Anggota.**

Anggota menyumbang secara adil bagi dan mengendalikan secara demokratis, modal dari koperasi mereka. Sekurang-kurangnya sebagian dari modal tersebut biasanya merupakan milik bersama dari koperasi. Anggota biasanya menerima kompensasi yang terbatas, bilamana ada, terhadap modal. Anggota membagi surplus untuk sesuatu atau tujuan sebagai berikut: pengembangan koperasi mereka, kemungkinan membentuk cadangan sekurang-kurangnya sebagian dari padanya tidak dapat dibagi-bagi; pemberian manfaat kepada anggota sebanding dengan transaksi mereka dengan koperasi; dan mendukung kegiatan yang disetujui oleh anggota.

- 1) Prinsip ini berbunyi: "Anggota menyumbang secara adil bagi dan mengendalikan secara demokratis modal dari koperasi mereka. Sekurang-kurangnya sebagian dari modal tersebut biasanya merupakan milik bersama dari koperasi. Anggota biasanya menerima kompensasi yang terbatas, bilamana ada, terhadap modal. Anggota membagi surplus untuk sesuatu atau tujuan sebagai berikut: pengembangan Koperasi mereka kemungkinan membentuk cadangan, sekurang-kurangnya sebagian dari padanya tidak dapat dibagi-bagi; pemberian manfaat kepada anggota sebanding dengan transaksi mereka dengan koperasi; dan mendukung kegiatan yang disetujui oleh para anggota".
- 2) Koperasi beroperasi sedemikian macam hingga modal adalah abadinya, bukan majikan dari perkumpulan. Koperasi ada untuk memenuhi kebutuhan orang-orang,

dan Prinsip ini menjelaskan bagaimana anggota menanam modal dalam koperasi mereka dan juga menentukan bagaimana surplus dialokasikan.

- 3) "Anggota secara-adil menyumbang bagi dan mengendalikan secara demokratis modal dari koperasi mereka". Pernyataan ini menekankan keharusan anggota untuk memberikan sumbangan modal kepada koperasi mereka dan juga bagi mereka untuk melakukan hal tersebut dengan cara yang adil. Pada intinya mereka dapat menyumbangkan modal melalui empat cara.

*Pertama*, pada kebanyakan koperasi, anggota diminta untuk menanamkan modalnya dalam bentuk saham atau saham-saham keanggotaan untuk menjadi anggota dan memperoleh manfaat dari menjadi anggota. Hanya sangat jarang bahwa "saham atau saham-saham" keanggotaan seperti itu diberikan bunga.

*Kedua*, bilamana koperasi menjadi besar, koperasi dapat membentuk cadangan yang diperoleh melalui pendapatan yang ditahan dari kegiatan usaha perkumpulan. Normalnya semua atau bagian besar dalam jumlah yang berarti dari pendapatan ini dimiliki secara kolektif, sebagai representasi adanya pencapaian kolektif oleh anggota dalam mendukung koperasi mereka. Dalam banyak wilayah hukum (jurisdiksi) "modal" kolektif ini malahan tidak dibagi di antara anggota bilamana koperasi bubar; dan malahan dibagikan kepada usaha lain yang tujuannya serupa .



*Ketiga*, koperasi mungkin membutuhkan modal jauh lebih besar dari apa yang mereka dapat sisihkan dari kegiatan ekonomi koperasi. Banyak koperasi mengharapkan bahwa anggota bersedia secara teratur menyumbangkan sebagian dari dividen mereka atas dasar rotasi (giliran) atau sampai berhenti sebagai anggota; dalam kasus dimana koperasi tidak akan membayar bunga, anggota tetap memperoleh kemanfaatan dengan adanya partisipasi yang terus menerus dan dividen pada tahun-tahun mendatang.

*Keempat*, koperasi dapat membuat seruan khusus kepada anggota untuk mendorong mereka berinvestasi; dan sesungguhnya lebih banyak diantara mereka yang kemungkinannya akan memenuhinya. Dalam keadaan seperti itu, adalah sudah sesuai kalau terhadap investasi oleh anggota tersebut dibayarkan tingkat bunga yang "layak". Tingkat bunga yang dibayarkan sebaiknya didasarkan pada harga yang bersaing dan bukan harga spekulasi, misalnya tingkat bunga yang normal dari bank atau pemerintah.

- 4) Anggota juga mengendalikan modal koperasi mereka. Ada dua cara kunci untuk itu yang mereka lakukan. *Pertama*, terlepas dari bagaimana koperasi meningkatkan modal bagi kegiatan-kegiatannya, kewenangan akhir untuk pengambilan seluruh keputusan harus tetap ada pada keanggotaan. *Kedua*, anggota-anggota harus mempunyai hak untuk memiliki sekurang-kurangnya sebagian dari modal secara kolektif, sebuah refleksi dari apa yang mereka telah capai sebagai suatu kolektivitas.

- 5) Bilamana kegiatan koperasi menciptakan surplus, anggota memiliki hak dan kewajiban untuk menentukan bagaimana surplus tersebut harus dialokasikan. Mereka mengalokasikan surplus seperti itu untuk salah satu atau seluruh tujuan sebagai berikut:
- a) Mereka dapat memilih untuk mengembangkan koperasi, "kemungkinan dengan membentuk cadangan, sekurang-kurangnya sebagian daripadanya tidak dapat dibagi-bagi". Pendekatan ini, yang dalam banyak koperasi seharusnya merupakan cara yang normal untuk mengalokasikan surplus yang tidak dikembalikan kepada para anggota, adalah sangat penting untuk mengamankan ketahanan hidup jangka panjang koperasi.
  - b) Mereka dapat memilih untuk membayar pengembalian kepada anggota, biasanya dinyatakan sebagai "dividen" berdasarkan partisipasi anggota dalam koperasi. Inilah cara tradisional untuk memberikan imbalan kepada anggota bagi dukungan mereka terhadap koperasi.
  - c) Mereka dapat mendukung kegiatan lain yang disetujui para anggota. Salah satu kegiatan yang paling penting yang mereka dapat dan seharusnya pilih untuk didukung adalah mendorong pengembangan gerakan koperasi, secara lokal, nasional, regional, dan internasional.

#### **d. Prinsip 4. Otonomi dan Kebebasan**

"Koperasi bersifat otonom, merupakan perkumpulan yang menolong diri sendiri dan dikendalikan oleh anggotanya. Koperasi bila mengadakan kesepakatan dengan perkumpulan lain, hal itu dilakukan dengan persyaratan yang menjamin adanya pengendalian oleh para anggota serta dipertahankannya otonomi koperasi.

- 1) Koperasi di semua bagian dari dunia akan sangat terpengaruh oleh hubungan mereka dengan negara. Pemerintah menentukan kerangka kerja hukum dimana koperasi berfungsi di dalamnya. Dalam kebijakan perpajakan, ekonomi dan sosial, pemerintah dapat sangat membantu atau merusak, tergantung bagaimana hubungannya dengan koperasi. Karena alasan tersebut, semua koperasi harus waspada dalam mengembangkan hubungan yang terbuka dan jelas dengan pemerintah.

Bersamaan dengan itu, Prinsip Otonomi ditujukan kepada kebutuhan esensial koperasi untuk tetap otonom, dengan cara sebagaimana perusahaan-perusahaan yang dikendalikan modal untuk tetap otonom dalam hubungannya dengan pemerintah.

- 2) Prinsip ini berbunyi: "Koperasi bersifat otonom, merupakan perkumpulan yang menolong diri sendiri dan dikendalikan oleh para anggotanya. Koperasi bila mengadakan kesepakatan dengan perkumpulan lain termasuk pemerintah, atau memperoleh modal dari sumber-sumber lain, hal ini dilakukan dengan persyaratan yang menjamin pengendalian oleh anggota

serta dipertahankannya otonomi.

- 3) Dengan menunjuk kepada "perkumpulan lain", Prinsip ini mengakui adanya fakta bahwa, diseluruh dunia, makin banyak koperasi yang memasuki proyek patungan dengan perusahaan sektor swasta, dan tidak ada alasan untuk dipercaya bahwa kecenderungan ini akan berbalik. Prinsip ini justru menekankan, bagaimanapun juga, betapa pentingnya koperasi untuk mempertahankan kebebasannya supaya akhirnya dapat mengendalikan nasibnya sendiri, bilaman memasuki kesepakatan seperti itu.

#### **e. Prinsip 5. Pendidikan, Pelatihan dan Informasi**

Koperasi menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan bagi para anggotanya, para wakil yang dipilih, manajer dan karyawan, sehingga mereka dapat memberikan sumbangan yang efektif bagi perkembangan koperasi mereka. Koperasi memberikan informasi kepada masyarakat umum, khususnya orang muda, dan pemimpin opini masyarakat mengenai sifat dan kemanfaatan kerjasama.

Prinsip ini menekankan pada sangat pentingnya peran pendidikan dan pelatihan dalam koperasi. Pendidikan mempunyai arti lebih dari sekedar mendistribusikan informasi atau menggalakkan peran anggota sebagai pelanggan; pendidikan berarti memperkuat pemikiran para anggota, pemimpin yang dipilih, manajer dan karyawan meresapi sepenuhnya kompleksitas dan kekayaan dari pemikiran dan kegiatan koperasi. Pelatihan berarti memberikan kepastian bahwa mereka yang terkait dengan koperasi memiliki

keterampilan yang dipersyaratkan supaya mereka dapat melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif.

1) Gerakan koperasi memiliki komitmen kuat sejak lama dan terhormat terhadap pendidikan. Prinsip 1995 berbunyi: "Koperasi menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan bagi para anggotanya, para wakil yang dipilih, manajer dan karyawan, sehingga mereka dapat memberikan sumbangan yang efektif bagi perkembangan koperasi mereka. Koperasi memberikan informasi kepada masyarakat umum, khususnya orang muda dan pemimpin opini masyarakat mengenai sifat dan kemanfaatan-kemanfaatan kerjasama".

2) Prinsip ini menekankan pada sangat pentingnya peran pendidikan dan pelatihan dalam koperasi. Pendidikan mempunyai arti lebih dari sekedar mendistribusikan informasi atau menggalakkan peran anggota sebagai pelanggan; pendidikan berarti memperkuat pemikiran para anggota, pemimpin yang dipilih, manajer dan karyawan meresapi sepenuhnya kompleksitas dan kekayaan dari pemikiran dan kegiatan koperasi. Pelatihan berarti memberikan kepastian bahwa mereka yang terkait dengan koperasi memiliki keterampilan yang dipersyaratkan supaya mereka dapat melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif.

Pendidikan dan pelatihan adalah penting pula karena memberikan kesempatan yang baik sekali bagi pemimpin koperasi untuk dapat memahami kebutuhan para anggota. Pendidikan dan pelatihan harus dilaksanakan sedemikian macam hingga dapat terus

menerus menilai kegiatan koperasi dan menyarankan cara untuk meningkatkan kegiatan koperasi atau menyediakan jasa-jasa baru. Koperasi yang menggalakkan komunikasi dua-arah yang efektif antara anggota dan pemimpinnya sambil beroperasi secara efektif, sulit untuk jatuh.

- 3) Prinsip ini berakhir dengan pernyataan, bahwa koperasi mempunyai tanggung jawab khusus untuk memberikan informasi kepada orang-orang muda, pemimpin opini (misalnya: politisi, pegawai pemerintah, wakil-wakil media dan para pendidik) mengenai "sifat dan kemanfaatan" kerjasama. Dalam dasawarsa sekarang ini, terlalu banyak koperasi di banyak negara mengabaikan tanggung jawab ini. Bilamana koperasi harus memainkan perannya dengan kemampuan yang diperlukan di kemudian hari, maka tanggung jawab seperti itulah yang seharusnya dipenuhi. Orang-orang tidak akan menghargai dan tidak akan mendukung apa yang mereka tidak pahami.

Dalam koperasi primer, anggota-anggota mempunyai hak suara yang sama (satu anggota satu suara) dan koperasi pada tingkatan-tingkatan lain juga diatur secara demokratis.

Keanggotaan hanya dapat memainkan perannya, bilamana memperoleh informasi dan bilamana ada komunikasi efektif diantara para anggota, pimpinan yang dipilih, manajer, dan (bilamana dapat diterapkan) para karyawan. Lebih dari itu, keanggotaan hanya dapat merasakan dilibatkan bilamana diajak berkonsultasi dan bilamana akan didengarkan. Dalam pengertian seperti itu, sedangkan ada kebutuhan yang sangat

akan adanya pimpinan yang dipilih, manajer dan staf yang memiliki kemampuan, mereka harus juga sanggup memahami sepenuhnya para anggota koperasi, terlepas dari kepercayaan keagamaan dan politik, perbedaan jender atau jenis, budaya atau latar belakang sosial.

#### **f. Prinsip 6. "Kerjasama Diantara Koperasi-koperasi"**

Prinsip ini berbunyi: "Koperasi akan dapat memberikan pelayanan yang paling efektif kepada para anggota dan memperkuat gerakan koperasi dengan cara bekerjasama melalui struktur lokal, nasional, regional dan internasional". Koperasi akan dapat memberikan pelayanan yang paling efektif kepada para anggota dan memperkuat gerakan koperasi dengan cara bekerjasama melalui struktur lokal, nasional, regional dan internasional.

1) Prinsip ini, yang untuk pertama kali diangkat secara jelas dalam pernyataan ulang prinsip-prinsip tahun 1966, telah dianut sampai tingkat tertentu sejak tahun 1850-an. Prinsip ini belum pernah lebih penting sebagai prinsip daripada dalam tahun 1990-an. Koperasi harus bebas, terutama dari campur tangan pemerintah, bilamana mereka mengatur persekutuan, penggabungan dan usaha patungan diantara mereka sendiri, pada waktu mereka berupaya untuk mencapai potensi penuh mereka.

Sesungguhnya, koperasi-koperasi hanya akan dapat memaksimalkan dampak mereka melalui kerjasama praktis, erat dan kokoh satu dengan yang lain. Mereka akan dapat mencapai banyak pada tingkat lokal, akan tetapi mereka harus berusaha keras secara terus menerus untuk mencapai kemanfaatan organisasi ukuran besar, sambil memelihara keunggulan-keunggulan dari keterlibatan dan kepemilikan lokal. Adalah tidak mudah untuk menjaga keseimbangan kepentingan yang ada; suatu tantangan terus menerus



bagi semua struktur koperasi dan suatu ujian bagi ketangkasan berpikir koperasi.

Koperasi di seluruh dunia harus lebih sering melihat kemungkinan yang lebih banyak untuk melakukan kegiatan usaha secara patungan. Mereka harus memasukinya secara praktis, secara hati-hati melindungi kepentingan para anggota juga pada waktu melakukan upaya untuk meningkatkan kepentingan tersebut. Mereka harus mempertimbangkan, jauh lebih sering daripada apa yang pernah dilakukan sebelumnya, kemungkinan melakukan kegiatan bersama secara internasional. Pada kenyataannya, pada saat negara bangsa kehilangan kapasitasnya untuk mengendalikan ekonomi internasional, justru koperasi mempunyai kesempatan yang khas untuk melindungi dan memperluas kepentingan-kepentingan langsung dari rakyat.

- 2) Koperasi harus juga menyadari lebih dari pada waktu yang lalu, adanya keharusan untuk memperkuat organisasi dan kegiatan para pendukung mereka. Adalah relatif mudah untuk menyibukkan diri dengan memikirkan kepentingan tertentu atau jenis koperasi tertentu. Akan tetapi adalah tidak selalu mudah untuk melihat bahwa ada kepentingan umum dari koperasi atas dasar nilai solidaritas dan prinsip kerjasama diantara koperasi. Itulah sebabnya mengapa adanya organisasi pendukung koperasi yang sifatnya umum, diperlukan; itulah sebabnya mengapa menjadi sangat penting bagi berbagai jenis koperasi untuk bergabung bersama pada waktu berhadapan dengan pemerintah

atau menawarkan "jalan koperasi " kepada umum.

**g. Prinsip 7. Kepedulian Terhadap Komunitas.**

Koperasi bekerja bagi pembangunan yang berkesinambungan dari komunitas mereka melalui kebijakan yang disetujui para anggotanya.

Koperasi adalah organisasi yang diadakan pertama-tama bagi kepentingan anggotanya. Karena ikatan yang begitu kuat dengan anggotanya, seringkali dalam ruang geografi yang spesifik, koperasi juga mempunyai ikatan yang erat dengan komunitasnya. Koperasi memiliki tanggung jawab khusus untuk menjamin bahwa pembangunan dari komunitasnya dalam arti ekonomi, sosial dan budaya - berkesinambungan. Koperasi mempunyai tanggung jawab untuk bekerja secara meyakinkan bagi perlindungan lingkungan dari komunitas yang bersangkutan. Terserah kepada para anggota koperasi untuk memutuskan seberapa jauh dan dengan cara spesifik apa koperasi harus memberikan sumbangannya kepada komunitas mereka. Bagaimanapun juga, ini bukan tanggung jawab yang anggotanya boleh menghindarinya.

Berdasarkan uraian mengenai jati diri koperasi sebagaimana dipaparkan terdahulu, maka dapat disimpulkan bahwa prinsip-prinsip koperasi secara kumulatif adalah darah kehidupan gerakan koperasi. Diperoleh dari nilai-nilai yang mengisi gerakan koperasi sejak semula, prinsip-prinsip ini membentuk struktur dan menentukan sikap hidup yang memberikan perspektif yang khas pada gerakan koperasi. Prinsip ini merupakan garis penuntun bagi para koperasiwan untuk berusaha dan

bekerja keras untuk mengembangkan organisasi koperasi mereka. Prinsip-prinsip ini dilihat dari kandungannya merupakan prinsip yang praktis, memperoleh banyak pembaharuan menurut tuntutan jaman sebanyak yang dibangkitkembangkan oleh pengalaman dan pemikiran falsafah. Sebagai konsekuensinya, prinsip-prinsip ini menjadi kenyal, dapat diterapkan dengan tingkat-tingkat detail yang berbeda bagi jenis koperasi yang berbeda dalam situasi yang berbeda pula. Lebih dari itu, prinsip-prinsip ini menghendaki koperasiwan-koperasiwan untuk mengambil keputusan: misalnya mengenai sifat demokrasi dari lembaga- lembaga mereka, peran berbagai pihak yang berkepentingan (stakeholder), dan alokasi surplus yang tercipta. Prinsip-prinsip ini adalah kualitas yang esensial yang membuat koperasiwan berperan efektif, koperasi-koperasi menjadi berbeda, dan membuat gerakan koperasi menjadi berharga.

## **B. Model Regulasi Organisasi Koperasi Konsumen.**

### **1. Rapat Anggota.**

#### a. Umum

- 1) Rapat Anggota merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam koperasi
- 2) Rapat Anggota dihadiri oleh anggota, pengurus, pengawas (bila ada), pengelola, penasehat (bila ada) dan tata cara pelaksanaannya diatur dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Koperasi.
- 3) Rapat Anggota wajib dilaksanakan koperasi sekurang-kurangnya 1 (satu) kali dalam satu tahun buku.
- 4) Dalam Rapat Anggota untuk koperasi primer setiap anggota mempunyai satu hak suara dan tidak dapat diwakilkan.
- 5) Rapat Anggota dapat pula dilaksanakan dengan menggunakan sistem kelompok yang ketentuannya diatur dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga.
- 6) Rapat Anggota dan hak suara dalam koperasi sekunder diatur dalam Anggaran Dasar.
- 7) Untuk melindungi kepentingan koperasi, anggota, dan pihak ketiga, maka terhadap kelalaian pelaksanaan Rapat Anggota yang dilakukan oleh pengurus dapat dikenakan tindakan berupa:
  - a) teguran dan peringatan tertulis baik dari anggota maupun pejabat pembina, dan atau
  - b) ditariknya bantuan dan fasilitas oleh Pemerintah.

## b. Tata Cara Rapat Anggota

Berdasarkan sifatnya Rapat Anggota terdiri dari : Rapat Anggota; Rapat Anggota Luar Biasa.

- 1) Rapat Anggota Biasa membahas antara lain pertanggungjawaban pengurus, penyusunan rencana kerja dan rencana anggaran pendapatan dan belanja koperasi, perubahan anggaran dasar, penggabungan, peleburan, pembagian dan pembubaran koperasi serta pemilihan pengurus dan pengawas.
- 2) Rapat Anggota yang diadakan dalam rangka pertanggungjawaban pengurus, biasa disebut Rapat Anggota Tahunan diadakan sekurang- kurangnya 1 (satu) kali setiap tahun dan diselenggarakan:
  - a) untuk koperasi primer selambat- lambatnya 3 (tiga) bulan setelah tutup tahun buku koperasi yang bersangkutan
  - b) untuk koperasi sekunder selambat- lambatnya 6 (enam) bulan setelah tutup tahun buku koperasi yang bersangkutan.
- 3) Dalam Rapat Anggota Tahunan sekurang- kurangnya harus membahas:
  - a) Laporan tahunan Pengurus dan Pengawas, mengenai jalannya organisasi dan usaha koperasi selama satu tahun buku yang lampau;
  - b) Neraca dan perhitungan laba rugi dari tahun yang lalu yang harus dimintakan persetujuan Rapat;
  - c) Pembagian SHU Koperasi;

- d) Penetapan kebijaksanaan umum organisasi manajemen dan usaha koperasi.
  - e) Masalah lain yang diajukan oleh pengurus, pengawas atau para anggota.
- 4) Penundaan terhadap pelaksanaan RAT oleh koperasi harus diberitahukan pada anggota dan pejabat pemberdayaan dengan alasan yang tepat.
  - 5) Dalam hal RAT tidak menerima laporan pertanggungjawaban pengurus, baik sebagian atau seluruhnya, maka Rapat Anggota dapat membentuk tim verifikasi dan melaporkan hasilnya kepada Rapat Anggota tahun berikutnya.
  - 6) Rapat Anggota yang membahas penyusunan Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja Koperasi dapat dilaksanakan sebelum Rapat Anggota Tahunan.
  - 7) Pemilihan pengurus dan pengawas koperasi dapat dilaksanakan dalam Rapat Anggota Tahunan.
  - 8) Rapat Anggota yang khusus membicarakan perubahan Anggaran Dasar, penggabungan, pembagian, peleburan atau pembubaran koperasi dapat diselenggarakan secara tersendiri sesuai dengan keperluan koperasi.
  - 9) Koperasi dapat pula menyelenggarakan Rapat Anggota Luar Biasa, untuk membahas hal-hal yang harus segera diputuskan oleh Rapat Anggota tanpa harus menunggu diselenggarakannya Rapat Anggota tahunan.
  - 10) Tata cara Rapat Anggota Luar Biasa:

- a) jika ada hal yang sangat penting dan mendesak baik dalam bidang organisasi maupun usaha;
  - b) untuk koperasi primer Rapat Anggota Luar Biasa dilaksanakan atas permintaan oleh sebagian besar pengurus atau atas permintaan sekurang-kurangnya 10% dari jumlah anggota koperasi;
  - c) Untuk koperasi sekunder, sekurang- kurangnya atas permintaan 50 % dari anggota koperasi sekunder;
  - d) Permintaan penyelenggaraan Rapat Anggota dimaksud disampaikan secara tertulis kepada pengurus dengan tembusan kepada Pejabat. Permintaan dimaksud dapat disampaikan secara sendiri-sendiri atau dengan cara menunjuk salah seorang wakil anggota;
  - e) Jika dalam waktu 1 (satu) bulan setelah pengurus menerima permintaan Rapat Anggota Luar Biasa ternyata pengurus tidak melaksanakan rapat tanpa alasan yang dapat diterima, maka anggota dan Pengurus yang meminta rapat dapat membentuk panitia untuk menyelenggarakan Rapat tersendiri atas biaya koperasi;
- 11) Masalah yang dapat dibahas dalam Rapat Anggota Luar Biasa antara lain:keperluan yang berkaitan dengan peningkatan usaha koperasi;
- a) penetapan pinjaman atau kredit baru dengan jumlah tertentu;
  - b) penyelesaian masalah yang berhubungan dengan terjadinya kasus hukum yang harus segera diselesaikan;

- c) penetapan peraturan pelaksanaan yang harus dilakukan segera dan belum diputus oleh Rapat Anggota sebelumnya.
- 12) Dalam Anggaran Rumah Tangga Koperasi dapat diatur ketentuan mengenai tempat dan cara melakukan panggilan kepada anggota untuk hadir dalam Rapat Anggota, jangka waktu panggilan, acara rapat pimpinan rapat, notulen rapat dan sahnyanya berita acara rapat.
- 13) Quorum sahnyanya Rapat Anggota dan sahnyanya keputusan Rapat Anggota diatur dalam Anggaran Dasar Koperasi/ Anggaran Rumah Tangga masing-masing.
- 14) Untuk memperlancar pelaksanaan Rapat Anggota, pengurus dapat melaksanakan pra rapat anggota di setiap kelompok anggota.
- 15) Dalam penyelenggaraan Rapat Anggota koperasi sekunder harus diperhatikan hal-hal sebagai berikut: Rapat Anggota koperasi sekunder harus dihadiri oleh wakil yang telah mendapat mandat dari Koperasi yang menjadi anggotanya; Rapat Anggota Koperasi Sekunder dapat diselenggarakan tanpa menunggu pelaksanaan Rapat Anggota Koperasi yang menjadi anggotanya.
- 16) Bagi anggota koperasi sekunder yang menghadiri rapat anggota tetapi belum melakukan Rapat Anggota di koperasinya sendiri, tidak diberikan hak suara hanya diberikan hak bicara.



## **2. Pengurus, Pengelola Usaha dan Pengawas.**

### **a. Umum**

- 1) Pengawas koperasi dipilih dari dan oleh anggota dalam Rapat Anggota. Sedangkan Pengurus koperasi diusulkan oleh Pengawas untuk ditetapkan oleh Rapat Anggota.
- 2) Pemilihan pengurus dan pengawas koperasi dapat dilaksanakan secara langsung atau tidak langsung (sistem formatur).
- 3) Formatur ditunjuk dan ditetapkan oleh Rapat Anggota yang pengaturannya dicantumkan dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Koperasi.
- 4) Pengucapan dan penandatanganan berita acara pengambilan sumpah atau janji pengurus dan pengawas, dilaksanakan didepan Rapat Anggota dan diketahui oleh saksi.
- 5) Pemberian fasilitas kepada pengurus dan pengawas diatur dalam Anggaran Anggaran Rumah Tangga atau peraturan khusus koperasi.

### **b. Pengurus Koperasi**

- 1) Persyaratan untuk dapat dipilih dan diangkat menjadi anggota pengurus ditetapkan dalam Anggaran Dasar, dengan ketentuan antara lain:
  - a) berasal dari anggota dan non anggota;
  - b) mempunyai sifat jujur dan taqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa;

- c) mempunyai kemampuan dan ketrampilan untuk menguasai koperasi;
  - d) tidak mempunyai hubungan keluarga sedarah dan semenda sampai derajat ketiga dengan pengurus lain dan pengawas;
  - e) tidak terlibat atau menjadi anggota organisasi terlarang;
  - f) paling sedikit telah menjadi anggota koperasi yang bersangkutan selama 1 (satu) tahun secara berturut-turut kecuali memang sangat diperlukan untuk kemajuan koperasi dan disetujui anggota;
  - g) untuk pengurus koperasi sekunder ditambah dengan syarat bahwa pengurus koperasi sekunder berasal dari pengurus koperasi primer.
- 2) Jumlah dan susunan Pengurus (1) Jumlah pengurus asal.
  - 3) Susunan dan jumlah pengurus sesuai dengan keperluan dan tingkat pertumbuhan organisasi dan kegiatan usaha koperasi.
  - 4) Masa bakti Pengurus ditentukan dalam Anggaran Dasar selama-lamanya lima tahun.
  - 5) Periode masa bakti Pengurus diatur dalam Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga Koperasi.
  - 6) Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab Pengurus
    - a) Pengurus bertugas:
      - ❖ memimpin organisasi koperasi;

- ❖ mengajukan rancangan rencana kerja, rancangan anggaran pendapatan serta belanja koperasi melalui Rapat Anggota;
- ❖ menyelenggarakan Rapat Anggota;
- ❖ mengajukan laporan keuangan dan pertanggungjawaban pelaksanaan tugas melalui Rapat Anggota;
- ❖ menyelenggarakan pembukuan keuangan dan inventaris secara tertib dan benar;
- ❖ menyelenggarakan dan memelihara buku-buku daftar anggota, daftar pengurus, dan buku-buku administrasi organisasi yang diperlukan secara tertib dan benar;
- ❖ secara periodik, menyelenggarakan rapat-rapat pengurus dan mengundang pengelola untuk membahas perkembangan organisasi dan usaha koperasi;
- ❖ melakukan pengawasan atas tugas pengelola;
- ❖ meningkatkan kemampuan manajerial dan kemampuan teknis pengelola, terutama dibidang kewirausahaan.

b) Pengurus berwenang;

- ❖ mewakili koperasi didalam dan diluar pengadilan;
- ❖ memutuskan penerimaan dan penolakan anggota baru serta pemberhentian anggota sesuai dengan ketentuan dalam anggaran dasar;

- ❖ melakukan tindakan dan upaya bagi kepentingan dan kemanfaatan koperasi sesuai dengan tanggung-jawab dan keputusan rapat anggota;
- ❖ "mendelegasikan pengelolaan usaha koperasi kepada pengelola usaha;
- ❖ mengangkat dan memberhentikan pengelola usaha koperasi;
- ❖ mengeluarkan keputusan tentang pembentukan kelompok anggota, Tempat Pelayanan Koperasi (TPK) dan Unit Usaha Otonom (UUO).(3) Tanggung jawab Pengurus

7) Pengurus bertanggung jawab atas kegiatan pengelolaan kelembagaan dan usaha koperasi kepada anggota melalui Rapat Anggota atau Rapat Anggota Luar Biasa.

#### c. Pengelola Usaha Koperasi

##### 1) Pengangkatan Pengelola Usaha.

- a) pengurus koperasi dapat mengangkat pengelola usaha yang diberi wewenang dan kuasa untuk mengelola usaha koperasi
- b) pengelola usaha koperasi tersebut dapat disebut Manager atau Direksi, atau Kepala Unit Usaha.
- c) rencana pengangkatan pengelola tersebut harus terlebih dahulu mendapat persetujuan Rapat Anggota.
- d) hubungan kerja antara pengelola usaha dengan pengurus koperasi dilaksanakan atas dasar perikatan

atau perjanjian yang memuat sekurang-kurangnya:

- ❖ Lamanya perjanjian kerja
- ❖ hak dan kewajiban masing-masing pihak
- ❖ penyelesaian perselisihan.

e) Dalam mengangkat pengelola, pengurus perlu memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- ❖ memiliki sifat jujur, taqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, cermat dan memiliki kemampuan untuk berwirausaha;
- ❖ sehat jasmani dan rohani;
- ❖ mampu untuk melakukan tindakan hukum;
- ❖ tidak terlibat atau menjadi anggota organisasi terlarang;
- ❖ menyetujui isi dan menandatangani surat perjanjian kerja;
- ❖ tidak mempunyai hubungan keluarga semenda sampai derajat ketiga dengan pengurus dan pengawas koperasi;
- ❖ bersedia untuk bekerja secara penuh di koperasi;
- ❖ memiliki kemampuan untuk bekerjasama dan memiliki sifat kepemimpinan;
- ❖ diutamakan bagi yang bersedia menyediakan jaminan;

❖ tidak pernah cacat hukum.

2) Tugas pokok Pengelola mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

a) Mengelola dan mengembangkan kegiatan usaha yang ditetapkan oleh pengurus

b) secara optimal;

c) mengusulkan pengangkatan dan pemberhentian karyawan kepada pengurus;

d) membantu pengurus koperasi menyusun program kerja, anggaran pendapatan dan biaya koperasi;

e) mengadakan kerjasama atau koordinasi

f) dengan koperasi atau pelaku ekonomi lainnya dengan prinsip saling menguntungkan;

g) mempertanggungjawabkan mengenai pelaksanaan tugasnya kepada pengurus.

3) Dalam hal pengurus mengangkat pengelola dan koperasi tidak membentuk pengawas, maka fungsi pengawasan dilakukan oleh pengurus.

#### d. Pengawas Koperasi

1) Persyaratan untuk dapat dipilih dan diangkat menjadi pengawas ditetapkan dalam Anggaran Dasar dengan ketentuan antara lain:

a) berasal dari anggota;

- b) mempunyai sifat jujur dan taqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa;
  - c) diutamakan yang mempunyai pengalaman, keterampilan atau pengetahuan untuk melaksanakan tugas pengawasan;
  - d) tidak mempunyai hubungan keluarga sedarah dan semenda sampai derajat ketiga dengan pengawas lain dan pengurus;
  - e) tidak terlibat atau menjadi anggota organisasi terlarang;
  - f) paling sedikit telah menjadi anggota koperasi yang bersangkutan selama 1 (satu) tahun;
  - g) tidak pernah cacat hukum.
- 2) Jumlah dan susunan Pengawas
- a) Jumlah pengawas koperasi harus gasal.
  - b) Susunan dan masa bakti Pengawas ditentukan dalam Anggaran Dasar/ Anggaran Rumah Tangga Koperasi.
- 3) Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab Pengawas
- a) Pengawas bertugas:
    - ❖ melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijaksanaan dan pengelolaan koperasi;
    - ❖ membuat laporan tertulis kepada Rapat Anggota tentang hasil pengawasannya
  - b) Pengawas berwenang:

- ❖ meneliti catatan yang berkaitan dengan organisasi, usaha dan keuangan koperasi.
- ❖ mendapatkan segala keterangan yang diperlukan.
- ❖ Pengawas berkewajiban untuk merahasiakan hasil pengawasannya terhadap pihak ketiga.
- ❖ Dalam menjalankan tugasnya, Pengawas dapat meminta bantuan jasa KJA atau Akuntan Publik.
- ❖ hasil pemeriksaan pengawas disampaikan kepada pengurus untuk ditindaklanjuti.

### **C. Manajemen Koperasi**

#### **1. Pengembangan Sistem Manajemen Koperasi**

Pengembangan sistem manajemen koperasi dilakukan dengan pendekatan pemberdayaan melalui pengembangan model sistem perencanaan dan pengendalian manajemen yang dapat mendorong terwujudnya proses pengambilan keputusan berdasar prinsip-prinsip koperasi. Untuk pengelolaan masing-masing komoditi harus tersedia sistem manajemen komoditi program kegiatan yang sesuai, baik untuk perencanaan, produksi serta permodalan, pemasaran dan pembiayaan secara terpadu.

#### **2. Administrasi Koperasi**

a. Administrasi koperasi terdiri dari:

- 1) Administrasi Organisasi;
- 2) Administrasi Usaha.



- b. Penyelenggara administrasi organisasi antara lain meliputi buku daftar anggota, buku daftar pengurus dan pengawas, buku simpanan anggota dan kartu anggota, buku notulen rapat-rapat Pengurus dan Rapat Anggota.
- c. Buku daftar anggota memuat nomor urut anggota, nama lengkap, umur, jenis kelamin, mata pencaharian, tempat tinggal, tanggal masuk menjadi anggota, cap ibu jari tangan atau tanda tangan anggota.
- d. Buku Daftar Anggota ditandatangani ketua dan tanggal berhentinya anggota dan memuat catatan tentang penyebab berhenti anggota.
- e. Dalam mengelola administrasi usaha koperasi, Pengurus menyelenggarakan pembukuan sesuai standar akuntansi keuangan yang berlaku.
- f. Setiap koperasi harus mempunyai kantor dengan perlengkapannya, dengan nama dan alamat lengkap koperasi serta memasang papan nama koperasi sesuai ketentuan yang berlaku.

### 3. Penilaian Prestasi Koperasi

Setiap koperasi harus dinilai prestasinya (berdasarkan petunjuk yang ada) dengan orientasi kemampuan:

- a. Kemampuan memberikan manfaat atau nilai tambah kepada anggota dengan mendayagunakan secara optimal sumber daya yang tersedia dalam masing-masing koperasi (termasuk kelompok anggota produktif).
- b. Mampu memenuhi kebutuhan dalam arti luas secara optimal

khususnya anggota dan masyarakat pada umumnya.

- c. Mampu menciptakan jaringan usaha antar koperasi maupun bermitra dengan pelaku usaha lainnya.
- d. Mampu mewujudkan pola pengelolaan organisasi, manajemen dan usaha secara profesional.

#### **D. Pengembangan Koperasi Sekunder**

1. Pengembangannya diarahkan kepada usaha yang mempunyai keterkaitan langsung dengan komoditi andalan usaha anggotanya.
2. Pengembangannya diarahkan supaya mampu mempunyai posisi tawar dalam tingkatan segmen pasar Dalam Negeri dan Luar Negeri.
3. Pengembangannya diarahkan untuk dapat meningkatkan usaha yang berorientasi ekspor.
4. Meningkatkan pengembangan sumberdaya manusia anggotanya melalui pelatihan khususnya yang terkait dengan kegiatan yang dikelolanya.
5. Mampu mengupayakan pengembangan permodalan anggotanya.

#### **E. Keanggotaan**

1. Jenis Keanggotaan
  - a. Anggota
    - 1) Yang dapat menjadi anggota koperasi primer ialah setiap Warga Negara Indonesia yang mampu melakukan tindakan hukum dan memiliki kepentingan ekonomi yang sama

dengan sesama anggota lain. Sedangkan anggota koperasi sekunder ialah Koperasi yang sudah berbadan hukum koperasi dan memiliki kepentingan ekonomi yang sama.

- 2) Setiap anggota koperasi adalah sebagai pemilik dan sekaligus pengguna jasa koperasi.

#### b. Calon Anggota

- 1) Calon anggota adalah orang seorang atau koperasi yang telah melunasi pembayaran simpanan pokok tetapi secara formal belum sepenuhnya melengkapi persyaratan administratif.
- 2) Calon anggota memiliki hak bicara tetapi tidak memiliki hak memilih dan dipilih untuk menjadi pengurus maupun pengawas.
- 3) Calon anggota memperoleh pelayanan yang sama dengan anggota dari koperasinya.
- 4) Ketentuan mengenai calon anggota harus diatur dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Koperasi.

#### c. Anggota Luar Biasa

- 1) Dalam hal terdapat WNA yang ingin mendapat pelayanan dan menjadi anggota koperasi, namun tidak sepenuhnya dapat memenuhi persyaratan sebagaimana ditetapkan dalam Anggaran Dasar, mereka dapat diterima sebagai anggota luar biasa.
- 2) Anggota Luar Biasa mempunyai hak bicara tetapi tidak mempunyai hak memilih dan dipilih untuk menjadi pengurus dan pengawas.

- 3) Anggota Luar Biasa berhak atas SHU sesuai dengan keputusan Rapat Anggota.
- 4) Ketentuan mengenai Anggota Luar Biasa harus dicantumkan dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Koperasi.

## 2. Syarat Keanggotaan

Untuk dapat menjadi anggota sesuatu koperasi primer, seseorang harus memenuhi seseorang harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- a. Warga Negara Indonesia (WNI);
- b. mampu melakukan tindakan hukum;
- c. mempunyai kepentingan ekonomi yang sama dalam lingkup usaha koperasi;
- d. telah melunasi setoran pokok dan mengambil bagian atas sertifikat modal koperasi;
- e. menyetujui Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga Koperasi yang bersangkutan;

## **BAB VII**

### **PENUTUP**

Misi yang diemban Koperasi Konsumen untuk mewujudkan visi ke depan yaitu :

- a. Mengembangkan profesionalisme dari segi organisasi dan manajemen, khususnya dalam manajemen toko yang meliputi: variasi barang dagangan, layout dan display barang dagangan, pelayanan, penentuan harga dan sebagainya, agar memiliki daya tahan dalam menghadapi para pesaingnya, sehingga Koperasi Konsumen mampu menarik pelanggan sebanyak-banyaknya.
- b. Mengembangkan Sumber Daya Manusia pengelola atau manajemen Koperasi Konsumen perihal manajemen usaha, pengelolaan barang dan jaringan usaha
- c. Memperkuat struktur permodalan Koperasi dengan memanfaatkan fasilitasi permodalan
- d. yang diberikan pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha dan masyarakat
- e. Mengintensifkan kerjasama pengadaan atau pembelian barang/produk yang dihasilkan anggota, sehingga potensi produksi barang dari anggota memperoleh kepastian pasar dan dalam upaya Koperasi memperoleh dukungan dan kepercayaan anggota
- f. Membangun jaringan kerjasama atau kemitraan usaha secara lebih luas (lokal, domestik dan global) dalam hal pengembangan SDM, manajemen dan pengadaan atau pembelian barang/jasadengan dengan badan usaha lain demi kemanfaatan ekonomi, anggota atas dasar saling membutuhkan, saling menguntungkan dan saling membesarkan.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Kementerian Koperasi dan UKM RI (2010). Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992, tentang Perkoperasian
2. Kementerian Koperasi dan UKM RI (2013). Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2012 tentang Perkoperasian.
3. Kementerian Koperasi dan UKM RI (2013). Bahan Sosialisasi Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2012 tentang Perkoperasian.
4. Kementerian Koperasi dan UKM, 2013. Draft RPP tentang pengembangan Jenis Koperasi
5. Kementeraian Koperasi dan UKM, 2010. Grand Design Pengembangan Koperasi Indonesia.