

SURAT TUGAS

Nomor: 298. b/ST//LPPM-Ikopin.Univ/XI/2022

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Koperasi Indonesia (LPPM-Universitas Koperasi Indonesia) menugaskan kepada:

No	Nama	Jabatan
1.	Dr. H. Sugiyanto, SE., M.Sc.	<ul style="list-style-type: none">• Kepala Pusat Study Koperasi• Narasumber/Tenaga Ahli LPPM, Dosen Ikopin University

Untuk melaksanakan tugas menulis karya ilmiah dengan judul **“Penilaian Keberhasilan Koperasi dalam Perspektif Keuangan Sesuai Dengan Karakteristik Dan Tujuan”**. Pada Book Chapter – Pengembangan Kinerja Manajemen, Keuangan dan Usaha Koperasi dan UKM.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.



Jatinangor, 09 November 2022
Ketua LPPM – Ikopin University

Dr. H. Dandan Irawan, SE., M.Sc.

Tembusan:

1. Yth. Wakil Rektor III
2. Yth. Ka. Bag. Kepegawaian
3. Arsip

PENILAIAN KEBERHASILAN KOPERASI DALAM PERSPEKTIF KEUANGAN SESUAI DENGAN KARAKTERISTIK DAN TUJUAN

Sugiyanto, Sugiyanto (2022) *PENILAIAN KEBERHASILAN KOPERASI DALAM PERSPEKTIF KEUANGAN SESUAI DENGAN KARAKTERISTIK DAN TUJUAN*. In: BOOK CHAPTER PEMIKIRAN UNTUK KOPERASI DAN UMKM BERKINERJA. Universitas Koperasi Indonesia, Jatinangor, pp. 87-96.



Text

8 EDITED Sugiyanto - Penilaian Keberhasilan Koperasi Dalam Perspektif Keuangan Sesuai Dengan Karakteristik Dan Tujuan.pdf

[Download \(442kB\)](#)

Item Type: Book Section

Subjects: [BOOK CHAPTER](#)

Divisions: [DOKUMEN IKOPIN](#)

Depositing User: Ikopin Teknologi Informasi

Date Deposited: 03 Apr 2023 02:37

Last Modified: 03 Apr 2023 02:37

URI: <http://repository.ikopin.ac.id/eprint/2120>

Actions (login required)



[View Item](#)

URL

<http://repository.ikopin.ac.id/2120/>



Sugiyanto

Penilaian Keberhasilan Koperasi dalam Perspektif Keuangan Sesuai dengan Karakteristik dan Tujuan [PDF] from ikopin.ac.id

Authors Sugiyanto Sugiyanto

Publication date 2022/12/12

Pages 87-96

Publisher Universitas Koperasi Indonesia

Description Penilaian keberhasilan koperasi perlu dijelaskan sesuai dengan karakteristik dan tujuan pendirian koperasi dalam perspektif keuangan sebagai suatu upaya untuk memberikan pemahaman khusus berkaitan dengan penilaian keberhasilan yang lebih mendalam dan tepat untuk organisasi koperasi sehingga menjadi jelas perbedaannya dengan penilaian keberhasilan pada badan usaha lain. Koperasi sebagai organisasi ekonomi dan sekaligus sebagai organisasi sosial yang dikembangkan berdasarkan pada jatidiri koperasi yang telah menjadi kesepakatan internasional, Jatidiri koperasi dideklarasikan oleh International Cooperative Alliance (ICA)(1995). Jatidiri koperasi meliputi definisi, nilai, dan prinsip-prinsip koperasi.

Pemahaman koperasi oleh para ahli menggunakan tiga (3) pendekatan yaitu pendekatan essentialist, institusional, dan nominalis (Hanel, A: 1985). Pendekatan essentialist, memandang koperasi atas dasar prinsip-prinsip yang membedakan koperasi dengan perusahaan lain. Prinsip-prinsip ini memuat sejumlah nilai, norma, serta tujuan yang dapat dicapai oleh koperasi walaupun tidak harus sama ditemukan pada setiap koperasi. Dalam pendekatan essentialist, pengertian koperasi seperti yang disepakati dalam kongres ICA tahun 1995. Pada tahun 2002 definisi koperasi yang lebih detail dan berdampak internasional diadopsi oleh International Labour Organization (ILO)(Kementerian Koperasi dan UKM, 2022) sebagai berikut: "Cooperative defined as an

Scholar articles [Penilaian Keberhasilan Koperasi dalam Perspektif Keuangan Sesuai dengan Karakteristik dan Tujuan](#)
S Sugiyanto - 2022
[Related articles](#)

URL INDEX

https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=Hc1ihBYAAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=Hc1ihBYAAAAJ:bEWYMUwI8FkC

Book Chapter



PEMIKIRAN

UNTUK KOPERASI DAN UMKM
BERKINERJA

UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
2022

PEMIKIRAN

UNTUK KOPERASI DAN UMKM BERKINERJA

- Iwan Mulyana
- Yuanita Indriani
- Dindin Burhanudin
- Gijanto Purbo Suseno
- Ami Purnamawati
- Dandan Irawan
- Nanik Risnawati
- Sugiyanto
- Nurhayat Indra
- Endang Wahyuningsih
- Rima Elya Dasuki
- Sukmahadi
- Wahyudin
- Lely Savitri Dewi
- Deddy Supriyadi
- Sir Khalifatullah Ermaya
- Rosti Setiawati
- Indra Fahmi

PENERBIT:



Universitas Koperasi Indonesia (IKOPIN UNIVERSITY)

Graha Bustanil Ariffin Jl. Raya Bandung - Sumedang KM 20,5 Jatinangor Sumedang

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

E-mail: likopinlppm@gmail.com Website: www.ikopin.ac.id

Book Chapter

Pemikiran Untuk Koperasi dan UMKM Berkinerja.

Manajer Penerbitan dan Produksi : H. Nurhayat Indra, Ir., M.Sc.
Supervisor Editor : Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si.
Dr. Hj. Yuanita Indriani, Ir., M.Si.
Dr. H. Ery Supriyadi R., Ir., MT.
Copy Editor : Hj. Rosti Setiawati, SE., M.Si.
Tata Letak @ Desain Sampul : Adang Cahya, Risvan Santoso, Ricky Purnama

Hak Cipta @2022 Penerbit Ikopin University
Kawasan Pendidikan Tinggi Jatinangor, Jl. Jatinangor KM. 20, 5, Cibeusi, Sumedang,
Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363
Telp: (022) 7794444
Fax: (022) 7796033
E-mail: sekrek@ikopin.ac.id
Website: www.ikopin.ac.id

Hak cipta dilindungi oleh Undang-undang. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronis maupun mekanis, termasuk tidak terbatas pada mem-fotocopy, merekam, atau dengan menggunakan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penerbit.

UNDANG-UNDANG NOMOR 28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

KATA PENGANTAR

Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (KUMKM) menghadapi situasi dan kondisi yang dinamis dalam menjalankan aktivitas organisasi maupun usahanya. Pemikiran-pemikiran di dalam *Book Chapter* edisi ini yang berkaitan dengan koperasi merupakan suatu upaya dalam bidang sumber daya manusia koperasi, pendidikan koperasi, keuangan dan pengembangan bisnisnya. Sementara itu untuk pengembangan usaha mikro kecil dan menengah, gagasan-gagasannya menitikberatkan pada pengendalian mutu (*quality control*) dan digitalisasi usaha dengan aplikasi-aplikasi media sosial.

Sumber daya manusia koperasi baik pengurus, pengawas, manajer maupun anggota merupakan modal utama bagi koperasi. Pengawas koperasi mendapatkan porsi pembahasan dalam edisi kali ini; begitu pula dengan manajer koperasi simpan pinjam yang keberhasilannya ditentukan oleh indikator-indikator berdasarkan dimensi-dimensinya.

Sesuai dengan salah satu prinsip koperasi yaitu pendidikan, pelatihan dan informasi maka seluruh SDM koperasi harus terus mengembangkan dan dikembangkan kapasitasnya untuk pengelolaan organisasi dan usaha koperasi. Peningkatan kemampuan SDM koperasi untuk menjalankan peran dan tugas pokok serta fungsinya (tupoksi) merupakan keniscayaan apalagi untuk meningkatkan kesadaran anggota yang merupakan agen utama dalam dinamika atau maju mundurnya koperasi. Efektivitas pendidikan dan pelatihan mensyaratkan metode yang tepat, dan tiga tulisan berkaitan dengan diklat dalam *Book Chapter* ini memberikan gagasan-gagasan yang diperlukan tersebut.

Aspek keuangan koperasi adalah aspek yang juga memerlukan pemikiran komprehensif dan spesifik didasarkan pada karakteristik koperasi yang juga bertujuan memberikan manfaat ekonomi baik manfaat ekonomi langsung (MEL) maupun manfaat ekonomi tidak langsung (MELT). Ukuran koperasi yang memiliki kinerja keuangan yang ideal ditentukan oleh indikator-indikator yang dibahas oleh para penulis aspek keuangan. Pembahasan aspek keuangan juga dideskripsikan secara teknis.

Baik koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah menuntut kualitas dari produk dan layanannya agar memiliki daya saing. Metode dan teknik untuk menjalankan usaha tersebut menjadi kajian oleh lima penulis dengan pendekatan pada strategi pengembangan keunggulan bersaing, teknik kendali mutu statistik dan komunikasi digital dengan media sosial.

Kehadiran *Book Chapter* edisi ini diharapkan sama seperti edisi-edisi sebelumnya akan menjadi referensi yang dapat diaplikasikan (*applicable*) atau menjadi sumber untuk pemikiran yang lebih mendalam. Masih luas bidang pemikiran bagi pengembangan koperasi dan UMKM agar koperasi dan UMKM berkinerja, tulisan-tulisan ini baru sebagian, dan diharapkan akan menjadi lebih berkembang lagi pada edisi-edisi berikutnya.

Jatinangor, 12 Desember 2022

Tim Editor

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
PERKOPERASIAN	
Sumber Daya Manusia.....	1-2
1. FUNGSI PENGAWASAN DALAM MENCAPAI TUJUAN KOPERASI Iwan Mulyana.....	3-12
2. INDIKATOR DAN PENGUKURAN KINERJA MANAJER KOPERASI PENYELENGGARA KEGIATAN USAHA SIMPAN PINJAM Yuanita Indriani.....	13-24
Pendidikan Koperasi.....	25-26
3. PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN SEBAGAI INVESTASI BIDANG SUMBER DAYA MANUSIA Dindin Burhanudin.....	27-36
4. PENDIDIKAN DAN PELATIHAN KOPERASI SEBAGAI SARANA PENINGKATAN KINERJA KOPERASI Gijanto Purbo Suseno.....	37-46
5. FUNGSI KOMUNIKASI DALAM EFEKTIVITAS PENDIDIKAN DAN PELATIHAN PERKOPERASIAN Ami Purnamawati.....	47-58
Pengembangan Keragaan dan Usaha Koperasi.....	59-60
6. PENGEMBANGAN KOPERASI KOTA: KAJIAN EMPIRIK KOPERASI KOTA BANDUNG Dandan Irawan.....	61-74
7. MENGEMBANGKAN STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING PADA BISNIS KOPERASI Nanik Risnawati.....	75-84
KEUANGAN.....	85-86
8. PENILAIAN KEBERHASILAN KOPERASI DALAM PERSPEKTIF KEUANGAN SESUAI DENGAN KARAKTERISTIK DAN TUJUAN Sugiyanto.....	87-96
9. KEBIJAKAN HARGA KOPERASI DAN DAMPAKNYA BAGI KESEJAHTERAAN ANGGOTA Nurhayat Indra	97-108

10.	ALOKASI DAN PEMBAGIAN SISA HASIL USAHA KEPADA ANGGOTA SESUAI DENGAN PRINSIP-PRINSIP KOPERASI Endang Wahyuningsih	109-118
11.	KINERJA KEUANGAN KOPERASI: PENDEKATAN SUMBER DAN PENGGUNAAN DANA Rima Elya Dasuki	119-128
12.	PERLAKUAN PERMODALAN PADA BADAN USAHA KOPEASI Sukmahadi	129-138
13.	PENDEKATAN PERHITUNGAN <i>COST OF CAPITAL</i> DALAM PERUSAHAAN KOPERASI Wahyudin	139-148
14.	PENETAPAN BUNGA PINJAMAN MELALUI METODE BIAYA RATA-RATA TERTIMBANG PADA USAHA SIMPAN PINJAM BERDASARKAN ACUAN BI <i>7 DAY REPO RATE</i> DAN <i>CASH RESERVE</i> Lely Savitri Dewi	149-158
	UMKM	159-160
15.	PENETAPAN PENGENDALIAN MUTU STATISTIK PADA UKM Deddy Supriyadi	161-170
16.	STRATEGI PEMASARAN UMKM INDUSTRI KULINER BERBASIS DIGITAL Sir Khalifatullah Ermaya	171-180
17.	PERANAN <i>SOCIAL MEDIA</i> DALAM MENINGKATKAN BELI KONSUMEN Rosti Setiawati	181-190
18.	STRATEGI PEMASARAN PERGURUAN TINGGI SWASTA Indra Fahmi	191-200

Penilaian Keberhasilan Koperasi dalam Perspektif Keuangan Sesuai dengan Karakteristik dan Tujuan

Sugiyanto

Pendahuluan

Penilaian keberhasilan koperasi perlu dijelaskan sesuai dengan karakteristik dan tujuan pendirian koperasi dalam perspektif keuangan sebagai suatu upaya untuk memberikan pemahaman khusus berkaitan dengan penilaian keberhasilan yang lebih mendalam dan tepat untuk organisasi koperasi sehingga menjadi jelas perbedaannya dengan penilaian keberhasilan pada badan usaha lain. Koperasi sebagai organisasi ekonomi dan sekaligus sebagai organisasi sosial yang dikembangkan berdasarkan pada jatidiri koperasi yang telah menjadi kesepakatan internasional. Jatidiri koperasi dideklarasikan oleh *International Cooperative Alliance* (ICA) (1995). Jatidiri koperasi meliputi definisi, nilai, dan prinsip-prinsip koperasi.

Pemahaman koperasi oleh para ahli menggunakan tiga (3) pendekatan yaitu pendekatan *essentialist*, *institusional*, dan *nominalis* (Hanel, A: 1985). Pendekatan *essentialist*, memandang koperasi atas dasar prinsip-prinsip yang membedakan koperasi dengan perusahaan lain. Prinsip-prinsip ini memuat sejumlah nilai, norma, serta tujuan yang dapat dicapai oleh koperasi walaupun tidak harus sama ditemukan pada setiap koperasi. Dalam pendekatan *essentialist*, pengertian koperasi seperti yang disepakati dalam kongres ICA tahun 1995. Pada tahun 2002 definisi koperasi yang lebih detail dan berdampak internasional diadopsi oleh *International Labour Organization* (ILO) (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022) sebagai berikut: “*Cooperative defined as an association of persons usually of limited means, who have voluntarily joined together to achieve a common economic end through the formation of a democratically controlled business organization, making equitable contribution to the capital required and accepting a fair share of risk and benefits of undertaking*”. ILO mensyaratkan enam (6) unsur sebagai koperasi, yaitu: Koperasi adalah perkumpulan orang-orang; penggabungan orang-orang berdasarkan kesukarelaan, terdapat tujuan ekonomi yang ingin dicapai; koperasi berbentuk organisasi bisnis yang diawasi dan dikendalikan secara demokratis oleh Anggota; Anggota memberikan kontribusi yang adil terhadap modal yang dibutuhkan; dan Anggota koperasi menerima risiko dan manfaat secara seimbang.

Pendekatan *institusional*, mendefinisikan koperasi dilihat dari kriteria legal, yaitu undang-undang yang berlaku di suatu negara. Menurut pendekatan ini semua organisasi disebut koperasi jika secara hukum dinyatakan sebagai koperasi, jika dapat diawasi secara teratur dan jika dapat mengikuti prinsip-prinsip koperasi (Munkner: 1985). Di Indonesia pengertian koperasi sesuai dengan yang tercantum dalam Undang-undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992, Tentang Perkoperasian.

Berbeda dengan kedua pendekatan tersebut, pendekatan *nominalis* merumuskan pengertian koperasi atas dasar sifat khusus dari struktur dasar tipe sosio ekonominya. Menurut pendekatan *nominalis*, koperasi sebagai suatu organisasi memiliki empat unsur utama (Hanel, A: 1985), yaitu:

Pertama, Kelompok Koperasi, anggota bergabung dalam organisasi koperasi sekurang-kurangnya harus satu kepentingan ekonomi yang sama. Anggota (perseorangan) yang memiliki kesamaan dalam bidang usaha membentuk kelompok koperasi, untuk mengembangkan dan mempertahankan usahanya, dengan prinsip bermitra jauh lebih baik dari pada bersaing.

Kedua, Motivasi Swadaya, kelompok koperasi bertekad melakukan usaha bersama dan saling membantu untuk perbaikan kondisi usaha dan kehidupan sosial melalui usaha bersama. Dorongan (motivasi) untuk mengorganisasikan diri di dalam kelompok untuk memenuhi kebutuhan ekonomi melalui usaha bersama atas dasar swadaya dan saling tolong menolong.

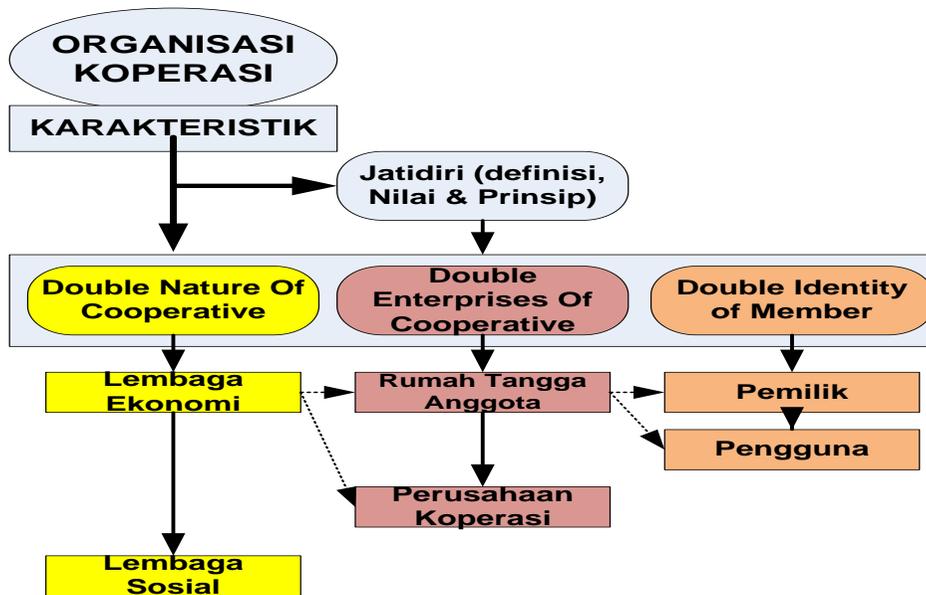
Ketiga, Perusahaan Koperasi, diperlukan sarana untuk membangun kepentingan usaha maka didirikan perusahaan koperasi. Perusahaan didirikan secara permanen dimiliki dan dibina secara bersama dengan menggunakan prinsip manfaat bersama, melalui penerapan kaidah dan norma usaha yang sewajarnya, maka koperasi selain kewajibannya menjalin akses usaha dengan usaha anggota, koperasi pun memiliki kewenangan untuk membuka layanan usaha dengan pihak di luar anggota. Usaha dengan pihak di luar anggota filosofi dan prinsipnya mengikuti dengan aturan main yang berlaku di pasar dan meningkatkan kemanfaatan bagi anggota.

Keempat, Promosi Ekonomi Anggota, aktivitas usaha dikelola berdasarkan hubungan kepemilikan antara kelompok koperasi, yang pada dasarnya diperuntukkan bagi kelangsungan dan pengembangan usaha anggota (*member promotion*). Melalui penciptaan hubungan usaha yang saling menguntungkan antara kegiatan ekonomi anggota secara individu dengan perusahaan koperasi, dan adanya pembagian hasil usaha bagian anggota.

Tugas utama koperasi adalah mempromosikan ekonomi anggota melalui pengadaan pelayanan yang diselenggarakan oleh perusahaan koperasi. Ciri-ciri organisasi koperasi secara sosio-ekonomi membentuk struktur organisasi koperasi yang unik dan menggambarkan suatu sistem sosio-ekonomi yang melibatkan anggota, perusahaan koperasi, dan pasar sedemikian rupa dan membentuk *sistem koperasi*. Keunikan itu terletak pada posisi anggotanya yaitu sebagai *pemilik* perusahaan koperasi dan sekaligus sebagai *pengguna/pelanggan* bagi koperasinya.

Sifat Ganda Organisasi Koperasi yang Membedakan dengan Badan Usaha Lainnya

Pemahaman koperasi selain dapat dijelaskan melalui jatidiri dan pendekatan sosio ekonomi, pemahaman koperasi juga dapat didekati melalui beberapa pendekatan yang menjadi karakteristik khusus organisasi koperasi. Pendekatan tersebut dapat dijelaskan melalui pendekatan *double nature of cooperative*, *double enterprise of cooperative* dan *double identity of cooperative member* (Dulfer: 1994). Pendekatan ini diperlukan untuk lebih memperjelas perbedaan organisasi koperasi dengan badan usaha lainnya. Secara ringkas pendekatan tersebut dapat dijelaskan melalui gambar sebagai berikut:



Gambar 1.
Sifat Ganda Koperasi

1. *Double Nature of Cooperative*

Double or dual nature of cooperative, koperasi sebagai suatu institusi ekonomi dan sosial. Sebagai lembaga ekonomi menjalankan prinsip koperasi dan mengedepankan prinsip efisiensi sebagaimana badan usaha lainnya, namun koperasi juga harus mampu menjalankan fungsi sosialnya. Dengan demikian koperasi harus mampu memainkan perannya sebagai lembaga ekonomi sekaligus sebagai lembaga sosial baik di lingkungan organisasinya maupun terhadap lingkungan masyarakat sekitar. Pengelola koperasi harus menjadikan koperasi sebagai lembaga yang mempunyai peran multi fungsi pelayanan dalam rangka peningkatan kesejahteraan para anggotanya serta turut membangun tatanan perekonomian nasional.

2. *Double Enterprises of Cooperative*

Sebagai lembaga ekonomi, dalam koperasi terdapat dua rumah tangga yaitu rumah tangga perusahaan koperasi anggota baik sebagai konsumen atau sebagai produsen (pengusaha). Perusahaan koperasi berfungsi menjalankan aktivitas bisnis dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggota, dalam bentuk pemberian pelayanan sesuai dengan kebutuhan anggota. Misalnya penyediaan barang konsumsi bila anggotanya sebagai konsumen, penyedia input atau pemasaran output bila anggota sebagai produsen. Rumah tangga anggota baik sebagai konsumen maupun produsen menjalankan fungsinya sebagai pihak yang memanfaatkan pelayanan koperasi.

3. *Double Identity of Member*

Keistimewaan organisasi koperasi terletak pada anggotanya, anggota memiliki identitas ganda (*double identity of member*) sebagai pemilik dan pengguna atas

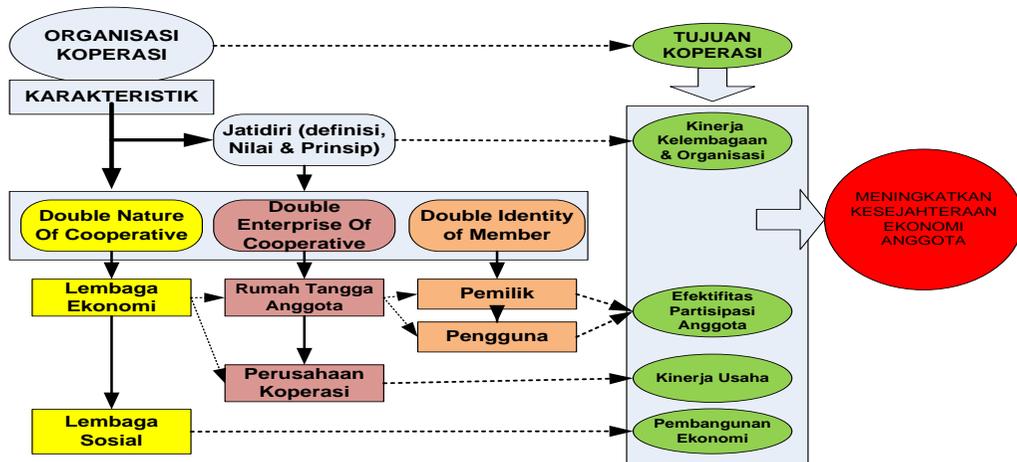
pelayanan-pelayanan yang diberikan oleh koperasi. Hal ini yang membedakan antara organisasi koperasi dengan badan usaha lainnya. Pada badan usaha lain pemilik tidak harus menjadi pengguna jasa/pelayanan koperasi. Anggota selain sebagai pemilik yang berkewajiban untuk kontribusi modal, juga harus aktif dalam pengambilan keputusan dan pengendalian koperasinya, terutama melalui Rapat Anggota. Pelayanan koperasi harus dimanfaatkan oleh anggota, bila terjadi kelebihan kapasitas koperasi boleh bertransaksi dengan non anggota. Fungsi anggota sebagai pengguna menjadi penentu keberhasilan koperasi, sebagai pengguna, anggota akan berperan sebagai pasar utama koperasi.

Tujuan Koperasi

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Pasal 3, koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Pihak-pihak yang memperoleh manfaat dari terealisasinya tujuan koperasi adalah (1) anggota harus dipromosikan kesejahteraannya, terutama kesejahteraan ekonomi yang dapat diperoleh melalui perannya sebagai pemilik dan pengguna jasa, (2) masyarakat pada umumnya juga harus memperoleh dampak positif dari keberadaan koperasi tersebut, dan (3) tatanan perekonomian nasional juga akan memperoleh dampak lanjutan dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur. Terimplementasikannya nilai-nilai dan prinsip-prinsip koperasi akan mewarnai sistem perekonomian yang berlaku. Secara sederhana, bila anggota dapat ditingkatkan kesejahteraan ekonominya, di mana anggota juga sebagai anggota masyarakat pada umumnya, bila kesejahteraan anggota meningkat maka kesejahteraan masyarakat juga akan meningkat.

Lebih lanjut para ahli juga memiliki kesamaan pandangan tentang tujuan organisasi koperasi, menurut Hanel, A (1985) tujuan utama didirikannya organisasi koperasi adalah mempromosikan para anggotanya melalui pemberian pelayanan barang atau jasa yang menguntungkan.

Keterkaitan tujuan koperasi dengan karakteristik koperasi dapat dijelaskan melalui gambar berikut:



Gambar 2.
Karakteristik dan Tujuan Organisasi Koperasi

Keberhasilan koperasi dalam mengimplementasikan jatidiri koperasi, mulai dari definisi, nilai-nilai dan prinsip koperasi harus tercermin pada kinerja kelembagaan dan organisasi koperasi. Kinerja Kelembagaan Koperasi berkaitan dengan konsistensi pelaksanaan nilai dan prinsip koperasi, organisasi-manajemen, dan manajemen keanggotaan. Pelaksanaan prinsip koperasi meliputi prinsip-prinsip koperasi yang berlaku di Indonesia sesuai dengan prinsip koperasi yang tercantum dalam Undang-Undang yang berlaku tentang Perkoperasian. Organisasi dan manajemen meliputi indikator yang berkaitan dengan legalitas kelembagaan koperasi, legalitas usaha koperasi, akuntabilitas organisasi, akuntabilitas manajemen pelayanan dan bisnis, akuntabilitas keuangan dan akuntabilitas manfaat dan dampak. Sedangkan manajemen keanggotaan meliputi indikator sistem perekrutan anggota dan sistem pembinaan anggota.

Efektivitas partisipasi anggota, yang ditandai dengan partisipasi aktif dari anggota juga merupakan unsur penting keberhasilan koperasi baik sebagai pemilik dalam memodali pengambilan keputusan, pengawasan dan pengendalian koperasinya maupun sebagai pengguna jasa pelayanan koperasi. Partisipasi anggota akan sangat menentukan keberhasilan koperasi, efektivitas partisipasi menggambarkan peran serta anggota terhadap koperasinya, koperasi didirikan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggotanya, hal ini akan terjadi bila anggota berpartisipasi terhadap koperasi. Efektivitas partisipasi anggota dan kinerja perusahaan koperasi sebagai dampak dari pengelolaan manajemen yang profesional akan menjadi kombinasi keberhasilan koperasi. Kinerja Perusahaan koperasi, sebagai indikasi keberhasilan perusahaan koperasi dalam menjalankan usahanya, yang dinilai dari dimensi fungsi usaha koperasi dalam menjalankan usaha seperti penyediaan barang pokok, dan input lainnya, pemasaran produk anggota, penyediaan jasa produksi dan lainnya.

Realisasi tujuan koperasi untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggota diukur dari aspek kinerja rumah tangga atau perusahaan anggota, penting sebagai salah satu aspek penilaian keberhasilan koperasi, misalnya anggota koperasi produsen adalah para pengusaha, koperasi berhasil bila mampu mendorong terjadinya pertumbuhan usaha anggota baik dari sisi pertumbuhan omzet, aset, laba dan klasifikasi usahanya. Jokisch J (1994), menyatakan bahwa keberhasilan koperasi merupakan kombinasi dari

keberhasilannya menghadapi pasar dan sekaligus mempromosikan ekonomi anggota. Selain itu koperasi sebagai lembaga sosial diharapkan dapat berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat dan pembangunan ekonomi di wilayah kerjanya.

Tujuan Koperasi: Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Anggota

Berulang kali disebutkan bahwa tujuan utama didirikannya organisasi koperasi adalah mempromosikan ekonomi para anggotanya melalui pemberian pelayanan barang atau jasa yang menguntungkan. Tujuan didirikannya koperasi sama dengan tujuan didirikannya sebuah perusahaan, yaitu untuk memaksimalkan kemakmuran pemiliknya, pemilik koperasi adalah anggota sedangkan pada perusahaan lain misalnya PT, pemilik merupakan pemegang saham. Memaksimalkan kemakmuran pemilik tidak hanya identik dengan memaksimalkan laba, memaksimalkan kemakmuran pemilik dalam PT diperoleh melalui maksimisasi nilai perusahaan (*firm Value*). Nilai perusahaan itu sendiri dapat diartikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh (calon) pembeli apabila perusahaan tersebut akan dijual. Bagi PT yang telah *Go Public*, nilai perusahaan dapat digambarkan dengan harga pasar saham.

Sedangkan pada perusahaan koperasi memaksimalkan kemakmuran pemiliknya ditempuh dengan cara yang berbeda yaitu koperasi memberikan pelayanan yang lebih baik, misalnya harga yang lebih menguntungkan dibandingkan dengan harga pesaing (selisih harga). Harga yang menguntungkan akan diterima anggota pada saat memanfaatkan pelayanan koperasi. Pada koperasi konsumsi, anggota akan memperoleh harga yang menguntungkan bila harga jual koperasi (H_{jk}) lebih murah dibandingkan dengan harga jual pesaing koperasi (H_{jp}) atau $H_{jk} < H_{jp}$.

Pada koperasi produsen yang melakukan kegiatan pengadaan input untuk anggotanya (koperasi pengadaan), anggota akan memperoleh harga yang menguntungkan bila harga jual koperasi (H_{jk}) lebih murah dibandingkan dengan harga jual pesaing koperasi (H_{jp}) atau $H_{jk} < H_{jp}$. Pada koperasi produsen yang melakukan kegiatan pemasaran *output* hasil produksi anggotanya (koperasi pemasaran), anggota akan memperoleh harga yang menguntungkan bila harga beli koperasi (H_{bk}) lebih tinggi dibandingkan dengan harga beli pesaing koperasi (H_{bp}) atau $H_{bk} > H_{bp}$. Pada koperasi yang memiliki usaha simpan pinjam, anggota yang meminjam, akan membayar bunga pinjaman yang menguntungkan bila bunga pinjaman koperasi (B_{pk}) lebih murah dibandingkan dengan bunga pinjaman pesaing koperasi (B_{pp}) atau $B_{pk} < B_{pp}$, demikian dengan biaya pinjaman yang sering dikenakan terhadap calon peminjam. Bagi anggota yang menyimpan, akan menerima bunga simpanan yang menguntungkan bila bunga simpanan koperasi (B_{sk}) lebih tinggi dibandingkan dengan bunga simpanan pesaing koperasi (B_{sp}) atau $B_{sk} > B_{sp}$.

Hasil usaha bukan tujuan utama koperasi. Tujuan utama koperasi adalah mempromosikan ekonomi anggota melalui pelayanan yang dapat disediakan oleh koperasinya, orientasi koperasi *service oriented* tidak sekedar *profit oriented*, yang harus memperoleh keuntungan adalah anggotanya melalui pelayanan koperasi.

Koperasi adalah lembaga ekonomi yang berorientasi pada pemberian pelayanan kepada anggota (*service oriented Firm*), karena itu agar anggota selalu termotivasi untuk memanfaatkan pelayanan koperasi maka setiap bentuk layanan yang diberikan hendaknya memberi manfaat ekonomi yang optimal. Hal ini sejalan dengan pendapat Boediono

(Ramudi Ariffin: 2001), yang menyatakan bahwa apabila sekelompok produsen kecil dan menengah melakukan kerjasama melalui koperasi maka akan dapat diperoleh manfaat kolektif dalam:

- 1) Harga jual produk yang lebih tinggi, dalam hal ini merupakan hal yang paling penting dari adanya kerjasama antar usaha kecil dan menengah. Kenaikan harga jual dapat diperoleh produsen karena koperasi bertindak sebagai *front* di pasar. Tindakan bersama akan meningkatkan kekuatan di pasar sehingga masing-masing produsen dapat bermain di pasar secara lebih baik.
- 2) *Members' economies of scale* yaitu bertindak secara bersama-sama dapat menghemat biaya tertentu atau meningkatkan efisiensi dari suatu proses kerja tertentu.
- 3) Memperoleh *external economies* yaitu meningkatnya produktivitas karena produsen mendekati kepada informasi pasar dan teknologi yang berkembang.
- 4) Memperoleh manfaat-manfaat non-ekonomi karena adanya penyatuan individu ke dalam kelompok.

Berkoperasi berarti menyelenggarakan kegiatan ekonomi secara kolektif (*joint actions*) di antaranya untuk meningkatkan efisiensi. Peluang-peluang untuk meningkatkan efisiensi melalui koperasi dapat diciptakan secara bersama-sama untuk membangun skala ekonomi, penetapan strategi bisnis, perbaikan manajemen, keuangan dan posisi tawar. Melakukan bisnis secara bersama-sama dapat menghemat biaya tertentu atau meningkatkan efisiensi dari suatu proses kerja tertentu, sehingga secara organisasi, koperasi juga diharapkan dapat menghasilkan surplus yang dapat dikembalikan kepada anggotanya, sebagai pembagian hasil usaha.

Dalam konteks badan usaha, seperti yang telah disebutkan sebelumnya, koperasi mempunyai tujuan yang sama dengan badan usaha lainnya yakni meningkatkan kesejahteraan para pemiliknya, akan tetapi arah dari tujuan tersebut jelas berbeda di mana tujuan koperasi lebih ke arah "*service oriented*" sedangkan badan usaha lain lebih ke "*profit oriented*". Letak perbedaan dimulai dari pemahaman peran anggota dalam koperasi yaitu sebagai pemilik dan pengguna jasa (*dual identity of member*) yang sekaligus melekat pada diri seorang anggota koperasi. Pada badan usaha lain, pemegang saham hanya berperan sebagai pemilik tidak harus berperan sebagai pengguna dari produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaannya. Di mana letak perbedaannya? Perbedaannya terletak pada bagaimana organisasi koperasi dan badan usaha lainnya merealisasikan peningkatan kesejahteraan ekonomi bagi para pemiliknya. Perhatikan tabel berikut:

Tabel 1.
Perbedaan Realisasi Tujuan Organisasi Koperasi Dengan Badan Usaha Lainnya

No	Tujuan,	Perbedaan Tujuan		Keterangan
		Organisasi Koperasi	Badan usaha lain	
	Tujuan Dalam Perspektif Manajemen Keuangan	Meningkatkan kesejahteraan Anggota (Pemilik)	Meningkatkan kemakmuran Pemegang Saham (pemilik)	Sama

No	Tujuan,	Perbedaan Tujuan		Keterangan
		Organisasi Koperasi	Badan usaha lain	
A	Bentuk Kesejahteraan	Sebagai Pemilik dan Pengguna	Sebagai Pemilik	
1	Sebagai Pemilik	Memperoleh Pembagian Hasil Usaha atas Dasar Modal Disetor	1) Memperoleh pembagian dividen 2) Meningkatnya nilai perusahaan: harga saham/harga jual/kekayaan bersih	Sama, dan berbeda
2	Sebagai Pengguna Jasa	1) Memperoleh pembagian hasil usaha atas dasar pemanfaatan pelayanan dan 2) Manfaat ekonomi berupa selisih harga atau bunga yang menguntungkan	-	Berbeda
B	Tujuan Sosial	Meningkatkan perekonomian anggota dan non anggota, pembangunan lingkungan	Meningkatkan perekonomian masyarakat dan pembangunan lingkungan	Sama

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

- 1) Dalam perspektif manajemen keuangan, tujuan organisasi koperasi dan badan usaha lainnya adalah sama, yaitu meningkatkan kesejahteraan/kemakmuran pemiliknya,
- 2) Bagi organisasi koperasi, untuk mewujudkan tujuan tersebut dilakukan dengan pendekatan yang berbeda, anggota berperan sebagai pemilik dan pengguna jasa, sebagai pemilik anggota berkewajiban untuk memberikan kontribusi modal, pengawasan dan pengambilan keputusan pada koperasinya, konsekuensi dari partisipasi tersebut anggota akan memperoleh pengembalian (*return*) sebagai konsekuensi dari investasinya, berupa pembagian hasil usaha yang didasarkan pada jumlah modal yang disetor, walaupun jumlahnya tidak sepadan dengan *opportunity cost* dari modal yang disetorkan. Sebagai pengguna jasa, anggota akan memperoleh hasil usaha bagian anggota atas dasar pemanfaatan pelayanan jasa koperasi dan manfaat ekonomi berupa selisih harga yang menguntungkan bila anggota memanfaatkan pelayanan koperasi, besaran dari manfaat ekonomi sangat tergantung pada volume pelayanan yang dimanfaatkan anggota dari koperasinya. Dengan

demikian, peningkatan kesejahteraan ekonomi anggota sebagian besar akan diperoleh dari manfaat ekonomi yang berasal dari selisih harga ditambah hasil usaha bagian anggota atas dasar pelayanan.

- 3) Bagi perusahaan non koperasi, peningkatan kemakmuran pemiliknya diperoleh dari peran sebagai pemegang saham atau pemilik. Sebagai pemilik, pemegang saham mengharapkan akan memperoleh pengembalian dari pembagian *dividen* dan peningkatan nilai perusahaan yang diperoleh dengan semakin meningkatnya harga saham yang diterbitkan, atau prediksi nilai yang harus dibayar oleh calon investor bila perusahaan dijual, atau semakin meningkatnya kekayaan bersih perusahaan.

Peningkatan nilai perusahaan, sementara ini tidak dikenal/atau mungkin tidak *familiar* pada perusahaan koperasi, baik yang diperoleh dari semakin meningkatnya harga pasar saham yang diterbitkan, karena koperasi tidak menerbitkan saham, atau prediksi nilai yang harus dibayar oleh calon investor bila perusahaan koperasi dijual, selama ini tidak ada koperasi yang dijual atau tidak memungkinkan dijual kepada pihak lain. Atau semakin meningkatnya kekayaan bersih perusahaan koperasi, kenaikan kekayaan bersih berupa cadangan tidak untuk dibagikan kepada anggota sebagai pemilik. Simpanan pokok dan simpanan wajib dikembalikan kepada anggota pada saat anggota keluar dari koperasi hanya sebesar simpanan yang disetor, tidak ada tambahan.

Penutup

Pemahaman secara spesifik terhadap karakteristik koperasi diperlukan apabila ingin mengkaji lebih mendalam mengenai manajemen keuangan koperasi terutama untuk menilai keberhasilan koperasi. Nilai-nilai dan prinsip koperasi harus dijadikan acuan pembeda antara koperasi dengan badan usaha lainnya sehingga penilaian keberhasilan koperasi dapat diimplementasikan dengan benar dan mampu menunjukkan perbedaan dengan jelas.

Pengkajian manajemen keuangan pada koperasi perlu terus dilakukan untuk menemukan model yang tepat dan aplikatif. Perwujudan dari tujuan koperasi adalah *service oriented* bukan sekedar *profit oriented* dan karakteristik koperasi yang berbeda dengan badan usaha lain harus menjadi acuan pembahasan manajemen keuangan koperasi.

Bibliografi

- Dulfer E, 1994. *Managerial of Economics of Cooperative*, International Handbook of Cooperative Organization p.587-592.
- Hanel Alfred, 1985. *Basic Aspects of Cooperative Organization, Policies for Their Promotion in Developing Countries*, Fakultas Ekonomi-Unpad.
- ICA, 2001. *Jatidiri Koperasi* (Prinsip-prinsip Koperasi untuk Abad ke-21), LSP2I, Jakarta.
- Jokisch J, 1994. *Assessment of Success and The Distribution of Benefits and Surplus in Cooperatives*, International Handbook of Cooperative Organization p.587-592
- Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2001. *Undang-undang Republik Indonesia No.25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian*.

Book Chapter

Kementerian Koperasi dan UKM RI. 2022. Naskah Akademik RUU Perkoperasian Tahun 2022.

Ramudi Ariffin. 2001, *Pengaruh Skala Ekonomi dan Biaya Organisasi terhadap Dampak Koperasi*, Disertasi UNPAD, Bandung.

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

_____. 2004.

PAPER NAME

2022 Book Chapter Penilaian Keberhasilan Koperasi dalam Perspektif keuangan-Nov.pdf

AUTHOR

Sugiyanto

WORD COUNT

3094 Words

CHARACTER COUNT

21792 Characters

PAGE COUNT

10 Pages

FILE SIZE

437.6KB

SUBMISSION DATE

Feb 27, 2024 8:12 PM GMT+7

REPORT DATE

Feb 27, 2024 8:12 PM GMT+7

● 23% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 23% Internet database
- 7% Submitted Works database
- 0% Publications database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Manually excluded sources
- Small Matches (Less than 11 words)
- Manually excluded text blocks

Penilaian Keberhasilan Koperasi dalam Perspektif Keuangan Sesuai dengan Karakteristik dan Tujuan

Sugiyanto

Pendahuluan

Penilaian keberhasilan koperasi perlu dijelaskan sesuai dengan karakteristik dan tujuan pendirian koperasi dalam perspektif keuangan sebagai suatu upaya untuk memberikan pemahaman khusus berkaitan dengan penilaian keberhasilan yang lebih mendalam dan tepat untuk organisasi koperasi sehingga menjadi jelas perbedaannya dengan penilaian keberhasilan pada badan usaha lain. Koperasi sebagai organisasi ekonomi dan sekaligus sebagai organisasi sosial yang dikembangkan berdasarkan pada jatidiri koperasi yang telah menjadi kesepakatan internasional. Jatidiri koperasi dideklarasikan oleh *International Cooperative Alliance* (ICA) (1995). Jatidiri koperasi meliputi definisi, nilai, dan prinsip-prinsip koperasi.

Pemahaman koperasi oleh para ahli menggunakan tiga (3) pendekatan yaitu pendekatan *essentialist*, *institusional*, dan *nominalis* (Hanel, A: 1985). Pendekatan *essentialist*, memandang koperasi atas dasar prinsip-prinsip yang membedakan koperasi dengan perusahaan lain. Prinsip-prinsip ini memuat sejumlah nilai, norma, serta tujuan yang dapat dicapai oleh koperasi walaupun tidak harus sama ditemukan pada setiap koperasi. Dalam pendekatan *essentialist*, pengertian koperasi seperti yang disepakati dalam kongres ICA tahun 1995. Pada tahun 2002 definisi koperasi yang lebih detail dan berdampak internasional diadopsi oleh *International Labour Organization* (ILO) (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022) sebagai berikut: “*Cooperative defined as an association of persons usually of limited means, who have voluntarily joined together to achieve a common economic end through the formation of a democratically controlled business organization, making equitable contribution to the capital required and accepting a fair share of risk and benefits of undertaking*”. ILO mensyaratkan enam (6) unsur sebagai koperasi, yaitu: Koperasi adalah perkumpulan orang-orang; penggabungan orang-orang berdasarkan kesukarelaan, terdapat tujuan ekonomi yang ingin dicapai; koperasi berbentuk organisasi bisnis yang diawasi dan dikendalikan secara demokratis oleh Anggota; Anggota memberikan kontribusi yang adil terhadap modal yang dibutuhkan; dan Anggota koperasi menerima risiko dan manfaat secara seimbang.

Pendekatan *institusional*, mendefinisikan koperasi dilihat dari kriteria legal, yaitu undang-undang yang berlaku di suatu negara. Menurut pendekatan ini semua organisasi disebut koperasi jika secara hukum dinyatakan sebagai koperasi, jika dapat diawasi secara teratur dan jika dapat mengikuti prinsip-prinsip koperasi (Munkner: 1985). Di Indonesia pengertian koperasi sesuai dengan yang tercantum dalam Undang-undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992, Tentang Perkoperasian.

Berbeda dengan kedua pendekatan tersebut, pendekatan *nominalis* merumuskan pengertian koperasi atas dasar sifat khusus dari struktur dasar tipe sosio ekonominya. Menurut pendekatan *nominalis*, koperasi sebagai suatu organisasi memiliki empat unsur utama (Hanel, A: 1985), yaitu:

Pertama, Kelompok Koperasi, anggota bergabung dalam organisasi koperasi sekurang-kurangnya harus satu kepentingan ekonomi yang sama. Anggota (perseorangan) yang memiliki kesamaan dalam bidang usaha membentuk kelompok koperasi, untuk mengembangkan dan mempertahankan usahanya, dengan prinsip bermitra jauh lebih baik dari pada bersaing.

Kedua, Motivasi Swadaya, kelompok koperasi bertekad melakukan usaha bersama dan saling membantu untuk perbaikan kondisi usaha dan kehidupan sosial melalui usaha bersama. Dorongan (motivasi) untuk mengorganisasikan diri di dalam kelompok untuk memenuhi kebutuhan ekonomi melalui usaha bersama atas dasar swadaya dan saling tolong menolong.

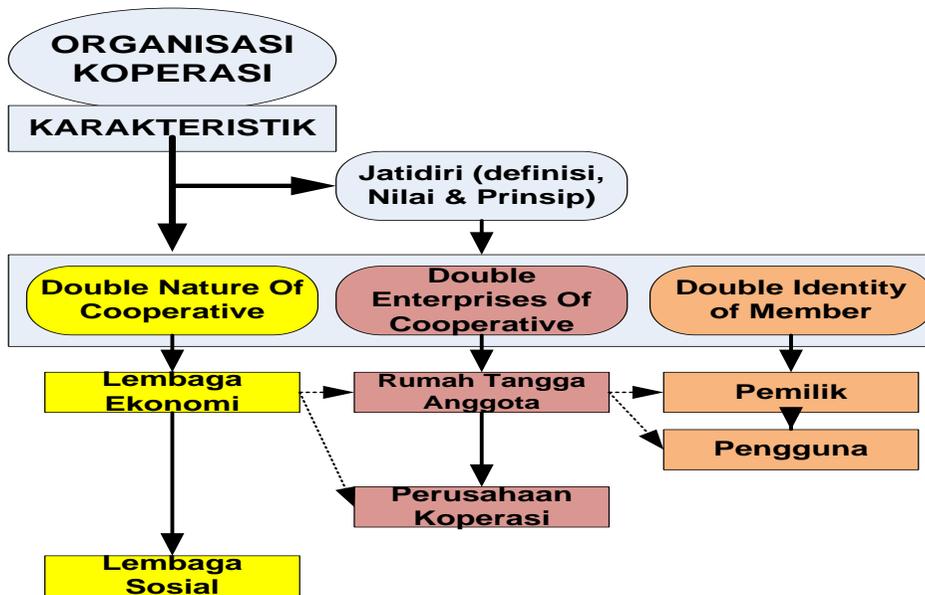
Ketiga, Perusahaan Koperasi, diperlukan sarana untuk membangun kepentingan usaha maka didirikan perusahaan koperasi. Perusahaan didirikan secara permanen dimiliki dan dibina secara bersama dengan menggunakan prinsip manfaat bersama, melalui penerapan kaidah dan norma usaha yang sewajarnya, maka koperasi selain kewajibannya menjalin akses usaha dengan usaha anggota, koperasi pun memiliki kewenangan untuk membuka layanan usaha dengan pihak di luar anggota. Usaha dengan pihak di luar anggota filosofi dan prinsipnya mengikuti dengan aturan main yang berlaku di pasar dan meningkatkan kemanfaatan bagi anggota.

Keempat, Promosi Ekonomi Anggota, aktivitas usaha dikelola berdasarkan hubungan kepemilikan antara kelompok koperasi, yang pada dasarnya diperuntukkan bagi kelangsungan dan pengembangan usaha anggota (*member promotion*). Melalui penciptaan hubungan usaha yang saling menguntungkan antara kegiatan ekonomi anggota secara individu dengan perusahaan koperasi, dan adanya pembagian hasil usaha bagian anggota.

Tugas utama koperasi adalah mempromosikan ekonomi anggota melalui pengadaan pelayanan yang diselenggarakan oleh perusahaan koperasi. Ciri-ciri organisasi koperasi secara sosio-ekonomi membentuk struktur organisasi koperasi yang unik dan menggambarkan suatu sistem sosio-ekonomi yang melibatkan anggota, perusahaan koperasi, dan pasar sedemikian rupa dan membentuk *sistem koperasi*. Keunikan itu terletak pada posisi anggotanya yaitu sebagai *pemilik* perusahaan koperasi dan sekaligus sebagai *pengguna/pelanggan* bagi koperasinya.

Sifat Ganda Organisasi Koperasi yang Membedakan dengan Badan Usaha Lainnya

Pemahaman koperasi selain dapat dijelaskan melalui jatidiri dan pendekatan sosio ekonomi, pemahaman koperasi juga dapat didekati melalui beberapa pendekatan yang menjadi karakteristik khusus organisasi koperasi. Pendekatan tersebut dapat dijelaskan melalui pendekatan *double nature of cooperative*, *double enterprise of cooperative* dan *double identity of cooperative member* (Dulfer: 1994). Pendekatan ini diperlukan untuk lebih memperjelas perbedaan organisasi koperasi dengan badan usaha lainnya. Secara ringkas pendekatan tersebut dapat dijelaskan melalui gambar sebagai berikut:



Gambar 1.
Sifat Ganda Koperasi

1. *Double Nature of Cooperative*

Double or dual nature of cooperative, koperasi sebagai suatu institusi ekonomi dan sosial. Sebagai lembaga ekonomi menjalankan prinsip koperasi dan mengedepankan prinsip efisiensi sebagaimana badan usaha lainnya, namun koperasi juga harus mampu menjalankan fungsi sosialnya. Dengan demikian koperasi harus mampu memainkan perannya sebagai lembaga ekonomi sekaligus sebagai lembaga sosial baik di lingkungan organisasinya maupun terhadap lingkungan masyarakat sekitar. Pengelola koperasi harus menjadikan koperasi sebagai lembaga yang mempunyai peran multi fungsi pelayanan dalam rangka peningkatan kesejahteraan para anggotanya serta turut membangun tatanan perekonomian nasional.

2. *Double Enterprises of Cooperative*

Sebagai lembaga ekonomi, dalam koperasi terdapat dua rumah tangga yaitu rumah tangga perusahaan koperasi anggota baik sebagai konsumen atau sebagai produsen (pengusaha). Perusahaan koperasi berfungsi menjalankan aktivitas bisnis dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggota, dalam bentuk pemberian pelayanan sesuai dengan kebutuhan anggota. Misalnya penyediaan barang konsumsi bila anggotanya sebagai konsumen, penyedia input atau pemasaran output bila anggota sebagai produsen. Rumah tangga anggota baik sebagai konsumen maupun produsen menjalankan fungsinya sebagai pihak yang memanfaatkan pelayanan koperasi.

3. *Double Identity of Member*

Keistimewaan organisasi koperasi terletak pada anggotanya, anggota memiliki identitas ganda (*double identity of member*) sebagai pemilik dan pengguna atas

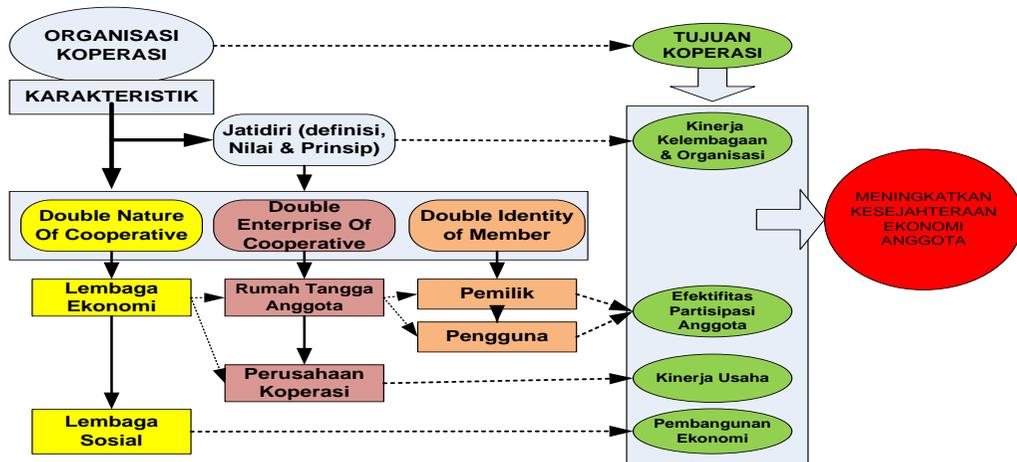
pelayanan-pelayanan yang diberikan oleh koperasi. Hal ini yang membedakan antara organisasi koperasi dengan badan usaha lainnya. Pada badan usaha lain pemilik tidak harus menjadi pengguna jasa/pelayanan koperasi. Anggota selain sebagai pemilik yang berkewajiban untuk kontribusi modal, juga harus aktif dalam pengambilan keputusan dan pengendalian koperasinya, terutama melalui Rapat Anggota. Pelayanan koperasi harus dimanfaatkan oleh anggota, bila terjadi kelebihan kapasitas koperasi boleh bertransaksi dengan non anggota. Fungsi anggota sebagai pengguna menjadi penentu keberhasilan koperasi, sebagai pengguna, anggota akan berperan sebagai pasar utama koperasi.

Tujuan Koperasi

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Pasal 3, koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Pihak-pihak yang memperoleh manfaat dari terealisasinya tujuan koperasi adalah (1) anggota harus dipromosikan kesejahteraannya, terutama kesejahteraan ekonomi yang dapat diperoleh melalui perannya sebagai pemilik dan pengguna jasa, (2) masyarakat pada umumnya juga harus memperoleh dampak positif dari keberadaan koperasi tersebut, dan (3) tatanan perekonomian nasional juga akan memperoleh dampak lanjutan dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur. Terimplementasikannya nilai-nilai dan prinsip-prinsip koperasi akan mewarnai sistem perekonomian yang berlaku. Secara sederhana, bila anggota dapat ditingkatkan kesejahteraan ekonominya, di mana anggota juga sebagai anggota masyarakat pada umumnya, bila kesejahteraan anggota meningkat maka kesejahteraan masyarakat juga akan meningkat.

Lebih lanjut para ahli juga memiliki kesamaan pandangan tentang tujuan organisasi koperasi, menurut Hanel, A (1985) tujuan utama didirikannya organisasi koperasi adalah mempromosikan para anggotanya melalui pemberian pelayanan barang atau jasa yang menguntungkan.

Keterkaitan tujuan koperasi dengan karakteristik koperasi dapat dijelaskan melalui gambar berikut:



Gambar 2.
Karakteristik dan Tujuan Organisasi Koperasi

Keberhasilan koperasi dalam mengimplementasikan jatidiri koperasi, mulai dari definisi, nilai-nilai dan prinsip koperasi harus tercermin pada kinerja kelembagaan dan organisasi koperasi. Kinerja Kelembagaan Koperasi berkaitan dengan konsistensi pelaksanaan nilai dan prinsip koperasi, organisasi-manajemen, dan manajemen keanggotaan. Pelaksanaan prinsip koperasi meliputi prinsip-prinsip koperasi yang berlaku di Indonesia sesuai dengan prinsip koperasi yang tercantum dalam Undang-Undang yang berlaku tentang Perkoperasian. Organisasi dan manajemen meliputi indikator yang berkaitan dengan legalitas kelembagaan koperasi, legalitas usaha koperasi, akuntabilitas organisasi, akuntabilitas manajemen pelayanan dan bisnis, akuntabilitas keuangan dan akuntabilitas manfaat dan dampak. Sedangkan manajemen keanggotaan meliputi indikator sistem perekrutan anggota dan sistem pembinaan anggota.

Efektivitas partisipasi anggota, yang ditandai dengan partisipasi aktif dari anggota juga merupakan unsur penting keberhasilan koperasi baik sebagai pemilik dalam memodali pengambilan keputusan, pengawasan dan pengendalian koperasinya maupun sebagai pengguna jasa pelayanan koperasi. Partisipasi anggota akan sangat menentukan keberhasilan koperasi, efektivitas partisipasi menggambarkan peran serta anggota terhadap koperasinya, koperasi didirikan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggotanya, hal ini akan terjadi bila anggota berpartisipasi terhadap koperasi. Efektivitas partisipasi anggota dan kinerja perusahaan koperasi sebagai dampak dari pengelolaan manajemen yang profesional akan menjadi kombinasi keberhasilan koperasi. Kinerja Perusahaan koperasi, sebagai indikasi keberhasilan perusahaan koperasi dalam menjalankan usahanya, yang dinilai dari dimensi fungsi usaha koperasi dalam menjalankan usaha seperti penyediaan barang pokok, dan input lainnya, pemasaran produk anggota, penyediaan jasa produksi dan lainnya.

Realisasi tujuan koperasi untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggota diukur dari aspek kinerja rumah tangga atau perusahaan anggota, penting sebagai salah satu aspek penilaian keberhasilan koperasi, misalnya anggota koperasi produsen adalah para pengusaha, koperasi berhasil bila mampu mendorong terjadinya pertumbuhan usaha anggota baik dari sisi pertumbuhan omzet, aset, laba dan klasifikasi usahanya. Jokisch J (1994), menyatakan bahwa keberhasilan koperasi merupakan kombinasi dari

keberhasilannya menghadapi pasar dan sekaligus mempromosikan ekonomi anggota. Selain itu koperasi sebagai lembaga sosial diharapkan dapat berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat dan pembangunan ekonomi di wilayah kerjanya.

Tujuan Koperasi: Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Anggota

Berulang kali disebutkan bahwa tujuan utama didirikannya organisasi koperasi adalah mempromosikan ekonomi para anggotanya melalui pemberian pelayanan barang atau jasa yang menguntungkan. Tujuan didirikannya koperasi sama dengan tujuan didirikannya sebuah perusahaan, yaitu untuk memaksimalkan kemakmuran pemiliknya, pemilik koperasi adalah anggota sedangkan pada perusahaan lain misalnya PT, pemilik merupakan pemegang saham. Memaksimalkan kemakmuran pemilik tidak hanya identik dengan memaksimalkan laba, memaksimalkan kemakmuran pemilik dalam PT diperoleh melalui maksimisasi nilai perusahaan (*firm Value*). Nilai perusahaan itu sendiri dapat diartikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh (calon) pembeli apabila perusahaan tersebut akan dijual. Bagi PT yang telah *Go Public*, nilai perusahaan dapat digambarkan dengan harga pasar saham.

Sedangkan pada perusahaan koperasi memaksimalkan kemakmuran pemiliknya ditempuh dengan cara yang berbeda yaitu koperasi memberikan pelayanan yang lebih baik, misalnya harga yang lebih menguntungkan dibandingkan dengan harga pesaing (selisih harga). Harga yang menguntungkan akan diterima anggota pada saat memanfaatkan pelayanan koperasi. Pada koperasi konsumsi, anggota akan memperoleh harga yang menguntungkan bila harga jual koperasi (H_{jk}) lebih murah dibandingkan dengan harga jual pesaing koperasi (H_{jp}) atau $H_{jk} < H_{jp}$.

Pada koperasi produsen yang melakukan kegiatan pengadaan input untuk anggotanya (koperasi pengadaan), anggota akan memperoleh harga yang menguntungkan bila harga jual koperasi (H_{jk}) lebih murah dibandingkan dengan harga jual pesaing koperasi (H_{jp}) atau $H_{jk} < H_{jp}$. Pada koperasi produsen yang melakukan kegiatan pemasaran *output* hasil produksi anggotanya (koperasi pemasaran), anggota akan memperoleh harga yang menguntungkan bila harga beli koperasi (H_{bk}) lebih tinggi dibandingkan dengan harga beli pesaing koperasi (H_{bp}) atau $H_{bk} > H_{bp}$. Pada koperasi yang memiliki usaha simpan pinjam, anggota yang meminjam, akan membayar bunga pinjaman yang menguntungkan bila bunga pinjaman koperasi (B_{pk}) lebih murah dibandingkan dengan bunga pinjaman pesaing koperasi (B_{pp}) atau $B_{pk} < B_{pp}$, demikian dengan biaya pinjaman yang sering dikenakan terhadap calon peminjam. Bagi anggota yang menyimpan, akan menerima bunga simpanan yang menguntungkan bila bunga simpanan koperasi (B_{sk}) lebih tinggi dibandingkan dengan bunga simpanan pesaing koperasi (B_{sp}) atau $B_{sk} > B_{sp}$.

Hasil usaha bukan tujuan utama koperasi. Tujuan utama koperasi adalah mempromosikan ekonomi anggota melalui pelayanan yang dapat disediakan oleh koperasinya, orientasi koperasi *service oriented* tidak sekedar *profit oriented*, yang harus memperoleh keuntungan adalah anggotanya melalui pelayanan koperasi.

Koperasi adalah lembaga ekonomi yang berorientasi pada pemberian pelayanan kepada anggota (*service oriented Firm*), karena itu agar anggota selalu termotivasi untuk memanfaatkan pelayanan koperasi maka setiap bentuk layanan yang diberikan hendaknya memberi manfaat ekonomi yang optimal. Hal ini sejalan dengan pendapat Boediono

(Ramudi Ariffin: 2001), yang menyatakan bahwa apabila sekelompok produsen kecil dan menengah melakukan kerjasama melalui koperasi maka akan dapat diperoleh manfaat kolektif dalam:

- 1) Harga jual produk yang lebih tinggi, dalam hal ini merupakan hal yang paling penting dari adanya kerjasama antar usaha kecil dan menengah. Kenaikan harga jual dapat diperoleh produsen karena koperasi bertindak sebagai *front* di pasar. Tindakan bersama akan meningkatkan kekuatan di pasar sehingga masing-masing produsen dapat bermain di pasar secara lebih baik.
- 2) *Members' economies of scale* yaitu bertindak secara bersama-sama dapat menghemat biaya tertentu atau meningkatkan efisiensi dari suatu proses kerja tertentu.
- 3) Memperoleh *external economies* yaitu meningkatnya produktivitas karena produsen mendekati kepada informasi pasar dan teknologi yang berkembang.
- 4) Memperoleh manfaat-manfaat non-ekonomi karena adanya penyatuan individu ke dalam kelompok.

Berkoperasi berarti menyelenggarakan kegiatan ekonomi secara kolektif (*joint actions*) di antaranya untuk meningkatkan efisiensi. Peluang-peluang untuk meningkatkan efisiensi melalui koperasi dapat diciptakan secara bersama-sama untuk membangun skala ekonomi, penetapan strategi bisnis, perbaikan manajemen, keuangan dan posisi tawar. Melakukan bisnis secara bersama-sama dapat menghemat biaya tertentu atau meningkatkan efisiensi dari suatu proses kerja tertentu, sehingga secara organisasi, koperasi juga diharapkan dapat menghasilkan surplus yang dapat dikembalikan kepada anggotanya, sebagai pembagian hasil usaha.

Dalam konteks badan usaha, seperti yang telah disebutkan sebelumnya, koperasi mempunyai tujuan yang sama dengan badan usaha lainnya yakni meningkatkan kesejahteraan para pemiliknya, akan tetapi arah dari tujuan tersebut jelas berbeda di mana tujuan koperasi lebih ke arah "*service oriented*" sedangkan badan usaha lain lebih ke "*profit oriented*". Letak perbedaan dimulai dari pemahaman peran anggota dalam koperasi yaitu sebagai pemilik dan pengguna jasa (*dual identity of member*) yang sekaligus melekat pada diri seorang anggota koperasi. Pada badan usaha lain, pemegang saham hanya berperan sebagai pemilik tidak harus berperan sebagai pengguna dari produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaannya. Di mana letak perbedaannya? Perbedaannya terletak pada bagaimana organisasi koperasi dan badan usaha lainnya merealisasikan peningkatan kesejahteraan ekonomi bagi para pemiliknya. Perhatikan tabel berikut:

Tabel 1.
Perbedaan Realisasi Tujuan Organisasi Koperasi Dengan Badan Usaha Lainnya

No	Tujuan,	Perbedaan Tujuan		Keterangan
		Organisasi Koperasi	Badan usaha lain	
	Tujuan Dalam Perspektif Manajemen Keuangan	Meningkatkan kesejahteraan Anggota (Pemilik)	Meningkatkan kemakmuran Pemegang Saham (pemilik)	Sama

No	Tujuan,	Perbedaan Tujuan		Keterangan
		Organisasi Koperasi	Badan usaha lain	
A	Bentuk Kesejahteraan	Sebagai Pemilik dan Pengguna	Sebagai Pemilik	
1	Sebagai Pemilik	Memperoleh Pembagian Hasil Usaha atas Dasar Modal Disetor	1) Memperoleh pembagian dividen 2) Meningkatnya nilai perusahaan: harga saham/harga jual/kekayaan bersih	Sama, dan berbeda
2	Sebagai Pengguna Jasa	1) Memperoleh pembagian hasil usaha atas dasar pemanfaatan pelayanan dan 2) Manfaat ekonomi berupa selisih harga atau bunga yang menguntungkan	-	Berbeda
B	Tujuan Sosial	Meningkatkan perekonomian anggota dan non anggota, pembangunan lingkungan	Meningkatkan perekonomian masyarakat dan pembangunan lingkungan	Sama

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

- 1) Dalam perspektif manajemen keuangan, tujuan organisasi koperasi dan badan usaha lainnya adalah sama, yaitu meningkatkan kesejahteraan/kemakmuran pemiliknya,
- 2) Bagi organisasi koperasi, untuk mewujudkan tujuan tersebut dilakukan dengan pendekatan yang berbeda, anggota berperan sebagai pemilik dan pengguna jasa, sebagai pemilik anggota berkewajiban untuk memberikan kontribusi modal, pengawasan dan pengambilan keputusan pada koperasinya, konsekuensi dari partisipasi tersebut anggota akan memperoleh pengembalian (*return*) sebagai konsekuensi dari investasinya, berupa pembagian hasil usaha yang didasarkan pada jumlah modal yang disetor, walaupun jumlahnya tidak sepadan dengan *opportunity cost* dari modal yang disetorkan. Sebagai pengguna jasa, anggota akan memperoleh hasil usaha bagian anggota atas dasar pemanfaatan pelayanan jasa koperasi dan manfaat ekonomi berupa selisih harga yang menguntungkan bila anggota memanfaatkan pelayanan koperasi, besaran dari manfaat ekonomi sangat tergantung pada volume pelayanan yang dimanfaatkan anggota dari koperasinya. Dengan

demikian, peningkatan kesejahteraan ekonomi anggota sebagian besar akan diperoleh dari manfaat ekonomi yang berasal dari selisih harga ditambah hasil usaha bagian anggota atas dasar pelayanan.

- 3) Bagi perusahaan non koperasi, peningkatan kemakmuran pemiliknya diperoleh dari peran sebagai pemegang saham atau pemilik. Sebagai pemilik, pemegang saham mengharapkan akan memperoleh pengembalian dari pembagian *dividen* dan peningkatan nilai perusahaan yang diperoleh dengan semakin meningkatnya harga saham yang diterbitkan, atau prediksi nilai yang harus dibayar oleh calon investor bila perusahaan dijual, atau semakin meningkatnya kekayaan bersih perusahaan.

Peningkatan nilai perusahaan, sementara ini tidak dikenal/atau mungkin tidak *familiar* pada perusahaan koperasi, baik yang diperoleh dari semakin meningkatnya harga pasar saham yang diterbitkan, karena koperasi tidak menerbitkan saham, atau prediksi nilai yang harus dibayar oleh calon investor bila perusahaan koperasi dijual, selama ini tidak ada koperasi yang dijual atau tidak memungkinkan dijual kepada pihak lain. Atau semakin meningkatnya kekayaan bersih perusahaan koperasi, kenaikan kekayaan bersih berupa cadangan tidak untuk dibagikan kepada anggota sebagai pemilik. Simpanan pokok dan simpanan wajib dikembalikan kepada anggota pada saat anggota keluar dari koperasi hanya sebesar simpanan yang disetor, tidak ada tambahan.

Penutup

Pemahaman secara spesifik terhadap karakteristik koperasi diperlukan apabila ingin mengkaji lebih mendalam mengenai manajemen keuangan koperasi terutama untuk menilai keberhasilan koperasi. Nilai-nilai dan prinsip koperasi harus dijadikan acuan pembeda antara koperasi dengan badan usaha lainnya sehingga penilaian keberhasilan koperasi dapat diimplementasikan dengan benar dan mampu menunjukkan perbedaan dengan jelas.

Pengkajian manajemen keuangan pada koperasi perlu terus dilakukan untuk menemukan model yang tepat dan aplikatif. Perwujudan dari tujuan koperasi adalah *service oriented* bukan sekedar *profit oriented* dan karakteristik koperasi yang berbeda dengan badan usaha lain harus menjadi acuan pembahasan manajemen keuangan koperasi.

Bibliografi

- Dulfer E, 1994. *Managerial of Economics of Cooperative*, International Handbook of Cooperative Organization p.587-592.
- Hanel Alfred, 1985. *Basic Aspects of Cooperative Organization, Policies for Their Promotion in Developing Countries*, Fakultas Ekonomi-Unpad.
- ICA, 2001. *Jatidiri Koperasi* (Prinsip-prinsip Koperasi untuk Abad ke-21), LSP2I, Jakarta.
- Jokisch J, 1994. *Assessment of Success and The Distribution of Benefits and Surplus in Cooperatives*, International Handbook of Cooperative Organization p.587-592
- Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2001. *Undang-undang Republik Indonesia No.25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian*.

Book Chapter

Kementerian Koperasi dan UKM RI. 2022. Naskah Akademik RUU Perkoperasian Tahun 2022.

Ramudi Ariffin. 2001, *Pengaruh Skala Ekonomi dan Biaya Organisasi terhadap Dampak Koperasi*, Disertasi UNPAD, Bandung.

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

_____. 2004.

● **23% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- 23% Internet database
- 7% Submitted Works database
- 0% Publications database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	portaljember.pikiran-rakyat.com Internet	6%
2	123dok.com Internet	4%
3	fiskal.kemenkeu.go.id Internet	3%
4	linaenggel.wordpress.com Internet	2%
5	id.123dok.com Internet	2%
6	Universitas Muria Kudus on 2017-02-18 Submitted works	1%
7	pustaka.unpad.ac.id Internet	<1%
8	fdocuments.net Internet	<1%
9	id.scribd.com Internet	<1%

10	armadilloaccounting.com Internet	<1%
11	journal.trunojoyo.ac.id Internet	<1%
12	putriaayu.wordpress.com Internet	<1%
13	lukmanarif.wordpress.com Internet	<1%

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Manually excluded sources
- Small Matches (Less than 11 words)
- Manually excluded text blocks

EXCLUDED SOURCES

repository.ikopin.ac.id

93%

Internet

journal.ikopin.ac.id

3%

Internet

EXCLUDED TEXT BLOCKS

Menurut pendekatan ini semua organisasidisebut koperasi jika secara hukum diny...

lukmanarif.wordpress.com

melalui pendekatan double nature of cooperative, double enterprise of cooperative...

portaljember.pikiran-rakyat.com

Book Chapter

v1.nitj.ac.in

definisi koperasi yang lebih

repository.uin-suska.ac.id

merumuskanpengertian koperasi atas dasar sifat khusus dari struktur dasar tipe

journal.ikopin.ac.id

sesuai dengan yang tercantum dalam Undang-undang RepublikIndonesia No. 25 T...

pt.scribd.com

Pendekatanessentialist

portaljember.pikiran-rakyat.com