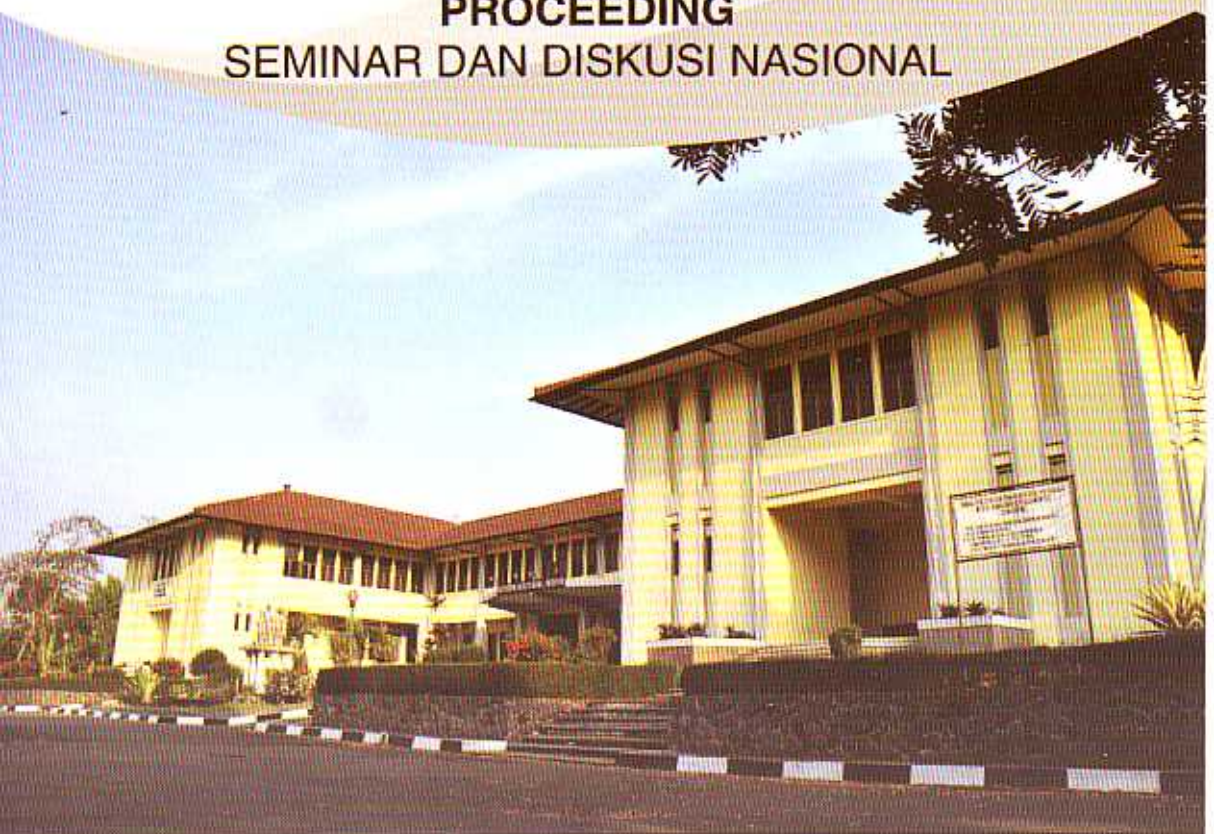
JATI DIRI DAN REPOSISI

KOPERASI INDONESIA

PROCEEDING

SEMINAR DAN DISKUSI NASIONAL



DALAM RANGKA

30 TAHUN INSTITUT KOPERASI INDONESIA

KOPERASI INDONESIA MENUJU ORGANISASI MODERN:
Pencitraan dan Pengembangan Koperasi

Oleh Ery Supriyadi R.

Abstrak

KEBERADAAN *koperasi dan perkembangannya sangat erat berkait dengan citra yang muncul di benak masyarakat dan anggota koperasi. Citra positif yang terbangun koperasi sebagai lembaga ideal yang mampu mengembangkan ekonomi rakyat maupun citra kurang mendukung keberadaan koperasi merupakan dimensi penting dalam informasi pembangunan koperasi. Tulisan ini mencoba menelusuri mengapa terdapat ungkapan koperasi dianggap koperasi jaman dulu atau organisasi kuno, mengapa koperasi dianggap jadul. Sementara pemerintah maupun gerakan koperasi menyatakan bahwa mulai tahun 2010 merupakan tahun kiprahnya ekonomi kerakyatan dan bangkitnya koperasi. Tulisan ini melihat bahwa terdapat persoalan besar dan sangat mendasar adalah bagaimana mengubah citra koperasi menjadi organisasi dan badan usaha modern, regenerasi koperasi dalam jangka panjang, dan menyikapi masa depan koperasi.*

Pendahuluan

Dalam suatu kesempatan *diskusi* anak muda ada tanggapan menggelitik yang menyatakan bahwa sebagian besar kawula muda kurang mengenal apa itu koperasi sebenarnya. Mereka sebatas tahu mengenai nama koperasi yang terpampang di sekolah/kampusnya (kopsis, kopma) atau di pasar tradisional (Koppas), atau di kendaraan ekspedisi atau di angkutan umum (Kosti, Komilet, Kobutri, Kobanter). Mereka membaca label koperasi tanpa tahu apa wujud sebenarnya koperasi. Padahal mereka adalah bagian dari masyarakat yang belajar Undang-Undang Dasar 1945 yang di dalamnya terdapat koperasi. Dalam diskusi tersebut juga terdapat ungkapan dari sebagian pemuda yang menyatakan bahwa koperasi dimaknai sebagai usaha yang berisi orang-orang tua dan jadul alias jaman dulu atau kuno. Pernyataan dan kenyataan ini mendorong

penulis untuk menelusuri lebih lanjut, mengapa terdapat ungkapan seperti itu, mengapa koperasi dianggap jadul oleh sekelompok kawula muda seperti itu? dan apakah koperasi termasuk organisasi jadul?

Anak muda menyebut jadul terhadap sesuatu yang dianggapnya sudah *out of date*, kuno, ketinggalan jaman yang tidak sesuai dengan perkembangan jaman atau tidak sesuai dengan kebutuhan terkini. Kata jadul ini mudah dan sering diucapkan dalam berbagai perbincangan untuk menyatakan ketidaksepakatan terhadap suatu kondisi yang tidak sesuai dengan kekinian. Jadul diinversikan dengan modern. Modern diartikan sesuai jaman, kekinian, memberi manfaat, memberi keuntungan, dan menyenangkan kehidupan.

Relevansi dan Aksentuasi Koperasi

Pernyataan koperasi jadul sepertinya sederhana, tetapi dibalik pernyataan ini justru perlu dibicarakan dan dikritisi. Hal ini menjadi tugas dan pekerjaan besar bagi penggerak dan pemerhati perkoperasian. Salah satunya adalah bahwa jika kenyataan sebagian kalangan kawula muda memaknai koperasi adalah lembaga jadul, maka persoalan besar dan sangat mendasar adalah bagaimana mengubah citra koperasi menjadi organisasi dan badan usaha modern, regenerasi koperasi dalam jangka panjang, dan menyikapi masa depan koperasi. Sementara pemerintah (presiden dan Menteri Koperasi dan UKM) maupun gerakan koperasi (Ketua Dekopin) menyatakan bahwa mulai tahun 2010 merupakan tahun kiprahnya ekonomi kerakyatan dan bangkitnya koperasi.

Jika anak muda tidak paham mengenai koperasi, maka lambat laun tapi pasti kemungkinan besar nomenklatur koperasi akan hilang dari peredaran ekonomi negeri Indonesia. Kondisi ini sangat mengkhawatirkan bagi masa depan koperasi. Jika koperasi sebagai buah bibir pun tidak dibicarakan, apalagi dipikirkan dan diperjuangkan. Meskipun pandangan ini terkesan agitatif, tetapi pada dasarnya kita mengajak penggerak koperasi untuk memahami perlunya langkah taktis operasional dan strategis implementatif untuk bertindak proaktif menghadapi dan mengantisipasi tantangan ini.

Koperasi saat ini seakan berada dalam kondisi gamang, koperasi ingin mengejar kemajuan tinggi sejajar dengan BUMN atau BUMS, namun dengan pijakan tidak kokoh, Ketidakkokohan pengembangan koperasi yang semakin timpang dengan BUMN dan BUMS terindikasi sejajar dengan pembangunan. Pendekatan pembangunan yang seharusnya dengan pola AIS (***A**griculture, **I**ndustry, **S**ervice*) malah loncat menjadi SIA, terlebih-lebih lagi tanpa keterikatan yang kuat antar sektor dan wilayah menjadikan langkah *gambling terhadap pengembangan koperasi*, yang berujung pada koperasi terperosok kepada lubang kecerobohannya sendiri. Koperasi juga terindikasi terjebak sebagai alat kekuasaan dan sekedar alat program pembangunan yang tidak berkelanjutan. Salah satu diantaranya terkait dengan kasus Kredit Usaha Tani (KUT), yang berkontribusi ikut menenggelamkan citra koperasi di mata masyarakat perdesaan.

Terlebih-lebih lagi dalam era millenimum, koperasi saat ini dihadapkan pada ancaman globalisasi yang dapat melindas habis perekonomian rakyat, meskipun terdapat kesempatan pula bagi koperasi untuk meraih kiprah sukses di alam globalisasi. Persoalannya adalah seberapa besar peluang yang terbuka dan dapat diraih koperasi,

serta berapa besar kemampuan koperasi untuk dapat menggapai kesempatan itu. Masalah mendasar koperasi dalam iklim global adalah tindakan proaktif, tidak menunggu, atau tidak hanya menggantungkan diri pada kebaikan pemerintah atau bergantung pada karitas keuangan negara semata.

Dengan memperhatikan kondisi dan tantangan di atas, maka para perencana pembangunan negeri harus menyadari bahwa perilaku dan pendekatan pembangunan yang dilakukan oleh mereka ikut andil dalam menenggelamkan gerakan koperasi, jika kebangkitan koperasi yang dicanangkan hanya sebatas di bibir dan wacana belaka saja. Sebaliknya, justru kita menginginkan koperasi bangkit agar mampu menjadi lembaga yang dapat menolong diri koperasi, mampu meraih kesempatan global, memberikan manfaat bagi masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan anggotanya, dan ini bukan utopia tapi nyata.

Pencitraan Koperasi

Koperasi saat di Indonesia dianggap lembaga jaman dulu (jadul) atau kuno. Citra ini muncul karena cukup banyak orang yang beranggapan bahwa koperasi identik dengan tempat berhutang paling aman dan nyaman, warung kecil di ruang sisa pojok gedung kantor, atau warung di belakang sekolah. Juga terdapat kesan bahwa koperasi sebagai tempat aktivitas ekonomi marjinal yang tak mau dan tak mungkin bisa maju. Terlebih lagi adanya kesan inferioritas diri, yaitu koperasi disalahtafsirkan sebagai organisasi khas Indonesia yang bernilai perdesaan ('kampungan'), naif untuk berkolektif dan berkekeluargaan. Citra koperasi seringkali kalah pamor dan kurang keren dibanding perseroan terbatas, CV, atau usaha lainnya dengan segala aksesoris dan kecanggihannya. Kesan jadul dan inferior koperasi ini menunjukkan rendahnya wawasan perkoperasian, atau penyakit rabun dalam melihat kondisi nyata perkoperasian di kalangan masyarakat Indonesia itu sendiri. Padahal pada kenyataannya, tidak sedikit koperasi yang maju dan berhasil menapaki usaha dan organisasinya secara optimal.

Citra koperasi di mata masyrakat juga dibentuk oleh proses belajar mengenai perkoperasian. Pendidikan koperasi diberikan dalam pelajaran ideologi dan ekonomi berbasis koperasi yang masuk dalam kurikulum serta menempatkan koperasi sebagai bagian penting bahan ajar. Sejak tingkat sekolah dan menengah (SMP dan SMU) pelajaran ekonomi koperasi diperkenalkan. Meski begitu, pendidikan koperasi terkesan hanya menjadi bahan hafalan belaka (*hafal cangkem*), kurang terbenam dalam ranag kognisi, afeksi, atau konasi para siswa, dan berakhir dengan ketidakmengertian. Bahkan inisiasi koperasi siswa, koperasi mahasiswa, koperasi pemuda sekalipun belum dapat mengungkit sendi-sendi kehidupan berkoperasi. Label kerakyatan pada koperasi yang ditanamkan pada diri murid dan siswa, belum mampu membenamkan kooperativisme. Pendidikan dari gerakan koperasi juga belum mampu membuktikan idealisme koperasi yang diklaim sebagai sokoguru perekonomian, sarana perjuangan ekonomi rakyat yang handal dan andalan ternyata terasa hambar ketika eksistensi koperasi dan perkembangannya dalam posisi terpinggirkan. Sebenarnya di banyak negara kapitalis sekalipun, ternyata keberadaan koperasi mampu menjadi solusi permasalahan ekonomi yang dihadapi bagi kesejahteraan anggota dan masyarakatnya.

Komponen komunikasi pembangunan koperasi yang juga adalah media, baik media cetak maupun elektronik. Terdapat sejumlah media juga memberi porsi pemberitaan yang menyudutkan (*fear arousing*) berlatarbelakang bad news is good news lebih besar mengenai koperasi, atau kurang mendukung berkembangnya koperasi. Sementara porsi berita pencerahan (*pay off*) mengenai keberhasilan koperasi relatif sangat terbatas. Beberapa berita tentang koperasi didominasi oleh berita mengenai hanya seputar kredit program, kucuran bantuan pemerintah, bantuan sosial, kredit usaha kecil, CSR, kemitraan yang cenderung lebih tepat disebut sebagai karitas atau kemanjaan, atau berita berkisar mengenai konflik perebutan kekuasaan antar pengurus atau praktek pelepas uang dengan menunggangi nama koperasi. Pemberitaan koperasi dipelintirkan menjadi 'kuperasi' dan KUD sering disalahartikan atau diplesetkan menjadi '**K**etua **U**ntung **D**uluan'. Koperasi juga berada dalam subordinat dari BUMS/BUMN melalui CSR walaup dengan embel-embl kemitraan. Keadaan ini ikut menenggelamkan peran dan citra koperasi sebagai alat perjuangan mengungkit pertumbuhan ekonomi di kawasan perdesaan maupun perkotaan.

Belajar dari sejarah pada jaman imperialisme yang lalu, bahan produksi dan sumberdaya alam negeri Indonesia yang berlimpah diangkut ke luar oleh penjajah (Belanda) untuk memperkaya negeri penjajah. Misalnya rempah-rempah, hasil bumi (kopi, kopra, teh, kina), lada, pala, dan komoditas lainnya bernilai investasi bukan bagi Indonesia tetapi bagi penjajah. Pada jaman itu, Belanda takut dengan munculnya koperasi sebagai sel-sel politik yang bisa menghancurkan politik dan sekaligus ekonomi kolonialnya. Ketika koperasi mulai tumbuh dari inisiatif rakyat dan muncul sebagai gerakan perjuangan rakyat, maka penjajah menghambatnya dengan berbagai undang-undang dan peraturan untuk mencegah berdirinya koperasi-koperasi. Padahal aktivitas koperasi sangat signifikan membantu dan menggerakkan ekonomi perdesaan pada saat jaman penjajahan Belanda, yaitu mendirikan bank simpan/pinjam, lumbung desa, pembagian bibit, persediaan untuk paceklik, membantu kewajiban pajak para petani, toko, penggilingan padi, pengumpulan dan pembelian padi, *funds social* (dana untuk kematian dan pendidikan –menyekolahkan anggotanya untuk menjadi guru dan pendirian sekolah).

Sejarah menunjukkan bahwa Indonesia didirikan atas idealisme kesejahteraan ekonomi dan prinsip kolektivitas sejati serta kooperativisme. Nilai-nilai ini telah mengakar kuat dalam budaya suku-suku bangsa Indonesia yang ada di nusantara, jauh sebelum ide tentang negara dan bangsa Indonesia dicetuskan. Praktek ekonomi kroni, kolusi, dan nepotisme selama puluhan tahun pada jaman orde baru telah terindikasi menggeser sendi perekonomian secara drastis yang menihilkan visi ideal koperasi menuju kenyataan, hingga saat ini masih tersisa dan dirasakan akibatnya pada tanah air Indonesia. Kesenjangan antar wilayah, kerentanan sosial ekonomi, kerawanan pangan, kesejahteraan yang terdistribusi tidak merata, kolusi, kejahatan ekonomi, hingga perdagangan manusia merupakan efek ikutan dari ketimpangan pembangunan yang selama ini terjadi. Agregasi kondisi ini mempengaruhi pula keberadaan koperasi dan terindikasi memperlemah peran lembaga koperasi terutama di perdesaan, sehingga berujung pada menempatkan koperasi sebagai lembaga inferior atau dianggap jadul.

Pengalaman dan Pembelajaran Koperasi Modern

Nilai dan prinsip koperasi yang dibenamkan terus menerus melalui pendidikan perkoperasian yang sistematis akan membuka mata masyarakat dan generasi muda memahami perkoperasian secara tepat dan benar, termasuk fenomena globalisasi. Kita dapat belajar dari pengalaman negara lain. Mengapa demikian? Mari kita coba pahami peran koperasi di negara lain dan kiprahnya bagi perekonomian negerinya masing-masing maupun globalisasi.

Peran serta koperasi dalam iklim global oleh ICA dibukukan dalam Global 300 yang memuat ratusan nama koperasi tingkat dunia yang patut diteladani. Dalam pergaulan ekonomi global, tercatat beberapa pelaku ekonomi dari gerakan koperasi, di antaranya Rabobank (Belanda), *Credit Agricole Group* dan *Groupe Caisse D'Epargne* (Prancis), *Mondragon Corporacion Cooperativa* (MCC), *Community Credit Cooperative* (Korea), *National Trade Union Congress* Singapura. Publikasi mengenai perkembangan koperasi relatif kurang banyak diketahui, misalnya sejarah Rabobank bertransformasi dari Koperasi Simpan Pinjam menjadi salah satu bank tersukses di Belanda; *Mondragon Corporacion Cooperativa* di Spanyol berubah menjadi raksasa industri yang semula sekedar koperasi kecil yang didirikan seorang pendeta Jose Maria Arizmendiarrieta. MCC memiliki omzet 14,155 milyar dollar Amerika dan ternyata saat ini MCC memiliki universitas dengan tiga ribuan mahasiswa yang dididik menjadi *co-operator* tangguh. Demikian pula keberhasilan dari NTUC (*National Trade Union Congress*) menjadi raja sektor retail yang mendominasi di negeri Singapura. Koperasi-koperasi tersebut berkontribusi besar dalam perekonomian negerinya dan mampu mengangkat kesejahteraan dan derajat sosial ekonomi anggotanya.

Kita dapat menarik pelajaran dari pengembangan koperasi pertanian di Amerika yang mampu meraih kesuksesan dan memberikan nilai tambah bagi anggota dan masyarakat pertaniannya, tentunya hal ini sangat berbeda dengan keadaan KUD saat ini. Gerakan koperasi di Amerika kokoh dalam pengembangan ekonomi pertaniannya, mengingat mereka menyadari bahwa dominasi sistem ekonomi persaingan brutal akan memakan banyak korban. Untuk menghindari kebrutalan dan korban sistem ekonominya, para petani dan peternak mendirikan dan memiliki koperasi. Koperasi di Amerika bergerak melakukan antisipasi keadaan, khususnya bidang pertanian dan peternakan.

Pada beberapa tulisan menyebutkan bahwa Benjamin Franklin telah lebih dahulu mendirikan sejenis koperasi asuransi sebagai antisipasi seringnya terjadi kebakaran di New Jersey, meski pada saat itu kata *co-operative* sekalipun belum dikenal luas, sebelum adanya Koperasi Rochdale (Inggris). Tercatat beberapa koperasi besar di Amerika, di antaranya National Grape Cooperative Association, Dairy Farmers of America, Ag First Farm Credit Bank, California Dairies Inc, National Cable Television Cooperative, Inc., Sunkist Growers, American Crystal Sugar Co, Wakefern Food Corp , Growmark Inc, Associated Wholesale Grocers, Basin Electric Power Cooperative, East Kentucky Power Cooperative Inc. (EKPC), Great River Energy, Associated Grocers, Inc., dan koperasi pedesaan Ace Hardware (penguasa alat-alat pertukangan).

Selanjutnya pengalaman negeri Sakura, Jepang menunjukkan perkembangan dan peran koperasi sangat besar dan luar biasa terhadap perekonomian negerinya. Koperasi Zen Noh sebagai koperasi pangan dan pertanian merupakan koperasi terbesar di

Jepang dan di dunia, tahun 2007 omzetnya mencapai 53,898 miliar dollar Amerika, atau Zenkyoren sebagai koperasi asuransi terbesar di dunia dengan omzet 46,680 miliar dollar Amerika. Ekonomi berbasis ramah lingkungan dikembangkan oleh Koperasi Zen Noh melalui pengembangan teknologi, pemupukan cerdas berbasis teknologi informasi, penjaminan mutu produk, sehingga budaya inovasi semakin berkembang dan kecintaan terhadap lingkungan tetap terjaga meskipun kehebatan ekonomi koperasi secara jelas nyata-nyata telah dapat diperolehnya. Koperasi pertanian di Jepang juga mendapat perlindungan dari pemerintahnya, namun anggota dan perusahaan koperasi ini bertindak proaktif dan antisipatif yang bermanfaat bagi koperasi, anggota, maupun wilayahnya.

Koperasi di Inggris yang tercatat dalam Global 300, diantaranya adalah *The Co-operative Group, First Milk, Midlands Co-operative Society, Chelsea Building Society , Wesleyan Assurance Society , Midcounties Co-operative, Dairy Farmers of Britain.* Sebagai koperasi konsumen yang beranggotakan sekitar empat jutaan orang, koperasi, *The Co-operative Group* mampu menghasilkan omzet mendekati 10 miliar euro (tahun 2008). Koperasi ini bergerak pada multi sektor mulai dari biro perjalanan, ritel, perbankan, hingga layanan jenazah. Koperasi yang berorientasi pada sustainabilitas ekonomi ini menerapkan sistem distribusi yang menguntungkan semua pihak secara adil, mensponsori gerakan pembangkit energi listrik yang bersumber dari sumber daya terbarukan, serta menginisiasi pemasaran produk berbasis etika..

Melalui "Developing 300", ICA menetapkan indeks terhadap koperasi tingkat dunia yang paling berperan pada ekonomi negara berkembang. Dalam indeks ini mengukur pada pentingnya peran koperasi dalam pengentasan kemiskinan, pembangunan ekonomi, promosi anggota, dan penyerapan tenaga kerja, sedangkan ukuran finansial bukanlah ukuran utama. Beberapa publikasi mencatat beberapa koperasi unggul, diantaranya SaludCoop Kolombia, Koperasi Kakitangan Petronas, Koperasi Kedia Buku Universiti dan Bank Kerjasama Rakyat (Malaysia), *Community Cooperative for Rural Development* (Kamboja), Saigon Co-op (Vietnam), *Chulalongkorn University Savings Coop* (Thailand), Co-operative Bank of Kenya, koperasi Paraguay, Meksiko, Honduras, Argentina, Panama, Bolivia, Kostarika, Ekuador, Cili, Madagaskar, Kemerun, Nigeria, Togo, Tanzania, Uganda, Ethiopia, Thailand, Filipina, Srilangka. Koperasi Indonesia belum ada satupun yang tercatat masuk dalam Developing 300 ataupun Global 300 .

Pembelajaran

Sungguh aneh tapi nyata bahkan ironis jadinya, ketika pendidikan ideologi dan ekonomi berbasis koperasi yang telah dilakukan dari tingkat sekolah dasar dan menengah, serta pilar ekonomi kerakyatan yang dipancangkan pada diri koperasi, ternyata Koperasi Indonesia masih belum menunjukkan citra dan cita koperasi sebagai lembaga ekonomi yang handal. Terlebih lagi Indonesia sempat/sering melatih tenaga koperasi negara ASEAN, ternyata negeri kita belum mampu menunjukkan bukti idealisme ekonomi kerakyatan, atau kinerja ekonomi koperasi yang diajarkannya.

Koperasi dianggap masih dianggap sebagai lembaga jadul, yang mana sedikitnya terdapat lima pandangan mengenai hal ini, yaitu (1) Koperasi tidak banyak dipopulerkan oleh media, media banyak didominasi korporasi global, yang berarti sindikasi informasi;

(2) Informasi kemajuan koperasi yang positif kurang banyak dieskpose oleh media massa. Kalaupun ada informasinya terbatas pada kelompok atau kader yang perhatian terhadap koperasi; (3) Informasi selentingan (*grapevine*) yang membuat bias informasi atau memunculkan dissonansi informasi mengenai koperasi, (4) Terdapat stereotipe dan efek halo terhadap koperasi kurang berkembang atau mengekspose koperasi yang kurang berkembang; (5) Belum terstrukturnya penyuluhan dan pendidikan perkoperasian antar pelaku dan antar lembaga serta belum terintegrasi dan sinergisnya antar program dan antar wilayah mengenai pola pengembangan koperasi. Untuk itu diperlukan upaya serius, kesadaran, motivasi, komitmen, dan keberpihakan berbagai pihak dalam memajukan dan mengembangkan koperasi sebagai organisasi modern, terutama para insan dan gerakan koperasi dalam lini pusat sampai daerah. Justru dari pengalaman dan sejarah perkembangan koperasi, sejatinya koperasi adalah organisasi mandiri, merdeka, dan modern yang sejak masa lalu konsisten menjadi penyeimbang, pembaharu dan pengoreksi terhadap format pengembangan ekonomi yang berdalih modern.

Pengalaman di negara Amerika Serikat dan Jepang memberikan pembelajaran berharga bagi Indonesia bahwa sejumlah koperasi besar yang bergerak di sektor pertanian dan peternakan memberi andil besar bagi perumbuhan ekonomi dan kohesi sosial dalam pembangunan. Sementara Indonesia yang berciri negara agraris mencoba loncatan melalui strategi *Service, Industry, Agriculture*, namun karena tidak memiliki pijakan yang kuat, sehingga tujuan pembangunan belum tercapai. Strategi ini disadari atau tidak telah menghantarkan pembangunan koperasi Indonesia berada pada posisi tinggal di landasan, bahkan masuk ke lubang jebakan ekonomi, atau koperasi terperosok ke dalam lubang akibat kecerobohan kebijakan pembangunannya sendiri.

Peran lembaga koperasi pertanian, peternakan, perikanan bagi pembangunan perdesaan mengalami pasang surut yang kurang memberikan kontribusi (cooperattive share) bagi pertumbuhan ekonomi. Padahal subsektor tanaman pangan dan peternakan, perikanan memberikan sumbangan penting bagi ketahanan pangan negeri Indonesia. Berkaca dari pengalaman koperasi di berbagai negara, maka menjadi anggota koperasi adalah suatu pilihan bukan keharusan; koperasi harus bekerja konsisten untuk perbaikan rumah tangga anggota; koperasi bertujuan untuk memajukan usaha anggota dan koperasi secara simultan dan *bukan semata* memupuk SHU; dan koperasi menjadi besar karena berhasil menjalankan visinya meningkatkan kesejahteraan seluruh anggota, karena kemajuan itu sendiri adalah perubahan.

Produktivitas ekonomi per kapita para petani dan buruh tani pada tanaman pangan, peternakan, perkebunan dan hutan rakyat atau nelayan masih rendah dan mereka cenderung berada pada wilayah kantong-kantong kemiskinan. Gerakan koperasi Indonesia harus menyadari, berintrospeksi, dan berbenah diri. Kalau tidak ingin dikatakan jadul, maka gerakan koperasi harus berpikir keras, bersikap tegas, dan bertindak taktis dalam memperjuangkan kesejahteraan petani padi dan palawija, peternak, pekebun, atau petani hutan yang masih berada di bawah garis kemiskinan atu termarjinalkan. Bangkit koperasi bukan sekedar wacana tapi tindakan nyata.

Meskipun koperasi dinyatakan secara tegas dalam konstitusi negeri Indonesia sebagai sarana perjuangan ekonomi, tetapi kondisinya terpinggirkan; sementara di negara lain, menempatkan koperasi benar-benar mampu menjadi solusi permasalahan ekonomi rakyat.

Kebijakan pembangunan harus mendukung eksistensi, pengakuan, dan pertumbuhan koperasi agar koperasi tidak dijadikan alat pencapaian kepentingan sementara waktu atau ditujukan hanya untuk kepentingan golongan tertentu. Jika koperasi dalam kondisi terkooptasi, berarti koperasi tidak merdeka dan mati suri. Kemerdekaan koperasi semakin parah bila bisnis koperasi terkontaminasi akibat perilaku keculasan segelintir oknum. Dengan kondisi seperti ini gerakan koperasi perlu jeli dan jitu untuk merancangbangun kembali tindakan strategis dan kebijakan-kebijakan perkoperasian Indonesia ke arah yang lebih optimal, bangkit dari keterpurukan, menghindar dari keculasan, menjauhkan diri dari kerentanan sosial ekonomi yang berpotensi mengalienasi keberadaan koperasi. Salah satu di antaranya mendorong terbentuknya koperasi perdesaan berbasis *integrated farming system* yang handal dengan dukungan legalitas spesifik yang berpihak pada kelompok masyarakat pertanian dan melindungi keberadaan maupun pertumbuhan bisnis koperasi secara konsisten.

Perkembangan koperasi juga ternyata seiring sejalan dengan visi, sinergitik, dan transformasional dari kepemimpinan dalam suatu wilayah. Visi dan misi, serta persepsi seorang pemimpin wilayah/negara sangat kental mempengaruhi perkembangan dan citra gerakan koperasi. Fakta sejarah mencatat bahwa kerenggangan hubungan pemimpin akan mengikuti keberadaan dan kerenggangan koperasi dalam perekonomian, termasuk penghormatan terhadap koperasi, sebagaimana terjadi pada era Soekarno-Hatta. Pendekatan offisialisasi yang mengintervensi koperasi maupun persepsi negatif yang terbentuk akibat 'malpraktik' perkoperasian selama bertahun-tahun berujung pada fungsi koperasi menjadi tidak jelas atau bahkan terkooptasi. Sudah saatnya bagi setiap pemimpin wilayah untuk meninggalkan perilaku menang sendiri atau konflik internal bergaya barbarisme dalam pengembangan koperasi. Insan koperasi Indonesia harus memiliki motivasi optimal, berani, dan semangat juang untuk mengambil langkah tegas untuk berpartisipasi aktif dalam gerakan koperasi dunia dan berkontribusi positif terhadap perkembangan ekonomi masyarakat lokal maupun dunia.

Sadar sebagai bagian masyarakat global, sudah saatnya koperasi Indonesia memerdekakan diri dari kungkungan kepicikan politik ekonomi yang menjerat perekonomian negeri ke lembah penjajahan baru, serta harus keluar dari kondisi katak dalam tempurung disertai dengan keberanian membuka diri untuk maju bersama bagi kemashlahatan masyarakat seluruh dunia. Belajar dari strategi pembangunan benua Eropah, maka sedikitnya terdapat 6 (enam) hal yang perlu diidentifikasi menjadi penggerak menuju agenda peran koperasi pada masa yang akan datang, yaitu (1) pengembangan sumberdaya manusia, (2) penguatan komunikasi dan informasi, (3) pengembangan teknologi dan inovasi, (4) ketersediaan dan kememadaian jaringan kerjasama, (5) kemampuan pengelolaan/manajerial, (6) serta ketersediaan dan kecukupan modal. Tentunya hal ini perlu didukung pula dengan kebijakan sinergi ABGC (*Academicians, Business, Government, Community*). Mereka ini menjadi faktor pelancar guna menunjang pengembangan dan kemajuan koperasi dalam berbagai sektor pembangunan, sinergi gerakan koperasi, garda ekonomi kerakyatan. Koperasi, Merdeka dalam Keselamatan; Koperasi, Selamat dalam Kemerdekaan.

Daftar Pustaka

Amartya Sen. 2000. **Social Exclusion : Concept, Application, and Scrutiny**. Office of Environment and Social Development. Asian Development Bank . June 2000. Published by the Asian Development Bank, Manila, Philippines

Anggoro, Lingga.M. 2002. **Teori dan Profesi Kehumasan**. Jakarta. Bumi Aksara.

Anoraga, pandji dan Widiyanti, Ninik. 1998. **Dinamika Koperasi**. Jakarta: Rineka Cipta

Bambang Widjanarko, 2007. **Membangun Citra Koperasi : Menuju Badan Usaha yang Tangguh dan Mandiri.** http://jurnal.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/5307343351.pdf (Diakses tanggal 30 Juni 2010)

Dinas Koperasi Jawa Timur. 2009. **Membangun citra Koperasi lewat Etalase.** Tersedia di http:ensa.diskopjatim.go.id/.../245-membangun-**citra**-**koperasi**-lewat-etalase. 9 (Diakses tanggal 3 Oktober 2011)

Edilius dan Sudarsono. 1996. **Koperasi dalam Teori dan Praktik**. Jakarta: Rineka Cipta

Effendy, Onong Uchyana. 2007. **Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi**. PT Citra Aditya Bakti. Bandung

Irawan D, Handi. 2003. **Mengukur Citra Perusahaan**. Tersedia di http://www.frontfier.co.id. (Diakses tanggal 30 Juni 2010)

Joesron, Tati Suhartati. 2005. **Manajemen Strategis Koperasi.** Yogyakarta: Graha Ilmu

Kartasapoetra, G. 2003. **Praktek Pengelolaan Koperasi**. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Kofler, Philip. 2002. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta: Prenhallindo

Raman, N and Karan, K. 2006. **Cultural Influences on Public Relations Practices in Multicultural Societies: A Study of Multinational Organizations in Singapore.** China Media Research, 2(1), 2006, Tersedia di http://www.chinamediaresearch.net (Diakses tanggal 24 Desember 2009)

Rangkuti, Freddy. 2006. **Measuring Costomer Satisfaction (Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan).** Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Ropke, Jocken. 2003. **Ekonomi Koperasi dalam Teori dan Praktek**. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Schramm, W. (1973). **Men, messages and media: A look at human communication**. New York: Harper & Row.

Sharp, L. 2002. **Public Participation and Policy: unpacking connections in one UK Local Agenda 21.** *Local Environment, Vol. 7, No. 1, 7–22, 2002*

Walther, J. B., Gay, G., & Hancock, J. T. (2005). **How do communication and technology researchers study the Internet?**. *Journal of Communication, 55,* 632–657.

Wikipedia contributors. (2005). **Content management system**. In *Wikipedia, The Free Encyclopedia.* Retrieved June 7, 2009, from http://en.wikipedia.org/wiki/Content_management_system. (Diakses tanggal 24 Desember 2009)