

**IDENTITAS PERUSAHAAN KOPERASI :
STUDI DESKRIPTIF ANALITIK PADA KOPERASI PRIMER
DI KOTA BANDUNG**

Sam'un Jaja Raharja
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjadjaran
Jatinangor, Bandung 40600

ABSTRAK

Identitas Perusahaan Koperasi: Studi Deskriptif Analitik pada Koperasi Primer di Kota Bandung merupakan studi untuk mendeskripsikan dan menganalisis dimensi dan faktor-faktor pembentuk identitas perusahaan koperasi pada koperasi primer didasarkan atas asumsi adanya aneka jenis nomenklatur koperasi yang tidak jelas identitasnya. Ada tiga permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian ini, yaitu latar belakang pembentukan koperasi, keterkaitan usaha koperasi dengan anggotanya dan keeratatan hubungan (kohesivitas) koalisi anggota-koperasi. Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui wawancara, angket dan studi pustaka/dokumentasi. Sampel penelitian diambil dari 13 (tiga belas) koperasi, terdiri satu orang pengelola dan lima orang anggota. Hasil penelitian menunjukkan pembentukan koperasi tidak didasarkan atas "logika bisnis" dan kepentingan anggota, kegiatan usaha koperasi tidak terkait dengan usaha bisnis anggota. *Entry barrier* dan *exit barrier* yang rendah, inisiasi yang tidak ketat serta tidak adanya transaksi spesifik, mengakibatkan koalisi antara anggota dengan koperasinya longgar (tidak kohesif). Atas dasar itu dapat disimpulkan bahwa identitas perusahaan koperasi pada koperasi primer tersebut belum mewujud. Oleh karena itu, perlu dilakukan peninjauan kembali jenis koperasi meliputi nomenklatur dan syarat-syarat keanggotaan (*entry point*) untuk setiap koperasi, khususnya syarat keanggotaan sebagai pelaku bisnis serta adanya kebijaksanaan pemerintah yang menetapkan dan menegaskan jenis dan syarat-syarat keanggotaan koperasi.

Kata kunci : Identitas, kohesivitas, inisiasi, entry barrier, exit barrier, transaksi spesifik, nomenklatur

**CORPORATE - COOPERATIVE IDENTITY : A DESCRIPTIVE ANALYTICAL
STUDY OF PRIMARY COOPERATIVE IN BANDUNG MUNICIPAL**

ABSTRACT

"Corporate-Cooperative Identity: A Descriptive Analytical Study of Primary Cooperative in Municipality of Bandung" is a study about analytical description on dimension and forming factors of corporate-cooperative identity of primary cooperative in Municipal, based on assumption that there are various kinds of cooperative nomenclature so that cooperative identity is not clear. There are three problems are identified by this research : i.e background of cooperative ,

integration business between cooperative and its members and coalition between members and cooperative. The data are collected through interviews, questionnaires and literary studies and documentations. Research samples from 13 (thirteen) cooperatives, one manager and five members. Output of research indicated that cooperative is not formed based on reason of "business logic" and members-business interest, business-cooperative activity is not integrated with members business, members of cooperative is not businessmen. Entry barrier and exit barrier are low, coalition is not severe and there are not specific transaction, resulted coalition between members and cooperative are weak. Based on research findings, it is that cooperative identity at primary cooperative has not been formed. Based on of research conclusion, it suggests that re-evaluation the kind of cooperative, nomenclature and criteria of membership as entry point for each cooperative, especially criteria as businessman, and there are public policy that determine and clarifies the kind and criteria of cooperative membership.

Keywords : identity, cohesivity, initiation, entry barrier, exit barrier, transaction specific, nomenclatur

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Fokus kajian tentang koperasi selama ini berkisar pada kecilnya kontribusi terhadap perekonomian nasional. Tulisan Roepke (1992) menyebutkan kontribusi koperasi dalam pembentukan Produk Domestik Bruto baru 4-5%.

Kajian tentang identitas koperasi muncul tahun 1992, saat pemerintah memberlakukan Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian. Arief (1992) memberikan pengertian identitas koperasi sebagai perusahaan yang memiliki ciri khas yaitu pemilik dan pelanggannya adalah orang yang sama. Alfred Hanel (dalam Soewardi, 1993) mengemukakan dalam koperasi terdapat "identitas ganda" dimana anggota koperasi berperan ganda, sebagai pemilik dan pelanggan. Pendapat tersebut sejalan dengan bunyi pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 dimana "Anggota Koperasi adalah pemilik sekaligus pengguna jasa koperasi."

Sementara itu Hardjosoekarto (1994; 1995) menyatakan identitas koperasi mengandung dimensi; jenis koperasi, kultur dan nilai yang melekat pada koperasi. Menurut pengertian ini, identitas koperasi (*cooperative identity*) berarti kultur koperasi (*cooperative culture*) dan nilai bersama (*share value*) yang tumbuh dalam koperasi.

Identitas koperasi dalam arti jenis koperasi berpijak pada pasal 16 Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 (Anonymous, 1992); "Jenis koperasi didasarkan pada kesamaan kegiatan dan kepentingan ekonomi anggotanya." Makna pernyataan ini, kesamaan kegiatan dan kepentingan ekonomi akan memunculkan kultur dan nilai-nilai bersama dalam koperasi.

Namun demikian, pasal ini tidak menjelaskan perbedaan antara kesamaan kegiatan dan kepentingan ekonomi. Koperasi Pegawai Negeri misalnya, yang

anggotanya adalah pegawai negeri, sebagai birokrat jelas tidak mengandung kesamaan kegiatan ekonomi. Pasal ini juga tidak menggariskan syarat keanggotaan (calon) anggota suatu koperasi.

Berdasarkan uraian tersebut studi ini menarik dilakukan, dengan alasan;

Pertama, secara teoritis, berdasarkan kesamaan kegiatan dan kepentingan ekonomi, identitas koperasi dalam pengertian kultur dan nilai mempunyai arti penting bagi koperasi, karena berfungsi sebagai norma perilaku anggota. **Kedua**, setidaknya sampai saat ini, belum ada penelitian lapangan tentang identitas perusahaan koperasi. **Ketiga**, sampai saat ini tidak ada peraturan pemerintah yang khusus mengarahkan pembentukan jenis koperasi berdasarkan kesamaan kegiatan dan kepentingan ekonomi.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, untuk mendeskripsikan dan menganalisis identitas perusahaan koperasi ada tiga hal penting yang berpengaruh sekaligus menjadi dasar pembentukan identitas koperasi, yaitu berkaitan dengan mengapa koperasi dibentuk dan mengapa jenis tertentu yang dipilih serta jenis koperasi yang dipilih berkaitan dengan usaha anggota atau tidak. Ketiga, berdasarkan kedua hal tersebut di atas, sejauhmana kekuatan atau kohesifitas "koalisi" antara anggota dan koperasinya. Secara ringkas, penelitian ini mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut;

Pertama, apa latarbelakang pembentukan dan pemilihan jenis koperasi?

Kedua, bagaimana keterkaitan usaha yang dilakukan oleh koperasi dengan usaha anggota?

Ketiga, bagaimana "hubungan/koalisi" anggota dengan koperasinya?

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kata identitas diartikan sebagai ciri khas yang melekat pada seseorang (Anonymous, 1996). Identitas perusahaan berarti ciri khas yang melekat pada perusahaan. Identitas koperasi berarti ciri khas yang melekat pada koperasi. Identitas perusahaan mencakup empat area (Ollins, 1989): (a) produk atau jasa; (b) lingkungan; (c) informasi, (d) perilaku.

Sebagai perusahaan, koperasi minimal harus mencakup dua area, yaitu produksi atau jasa dan informasi. Keduanya mengarah kepada pembentukan kompetensi karya yang ditunjukkan kepada pihak eksternal.

Kultur (budaya) yang melekat pada perusahaan terbentuk oleh lima unsur (Deal and Kennedy, 1992) yaitu (1) lingkungan usaha, (2) nilai-nilai, (3) pahlawan (4) ritual (5) jaringan komunikasi informal. Di antara kelima unsur tersebut, nilai-nilai dan jaringan komunikasi informal merupakan unsur yang sangat penting. Nilai-nilai menjadi pedoman tingkah laku sehari-hari, sedangkan komunikasi mengembangkan rasa kebersamaan.

Berkaitan dengan nilai dan jaringan komunikasi informal, Bonus (1986) menyatakan bahwa apabila satu sama lain saling mengetahui tabiat dan

kebiasaan masing-masing (*intimate personal knowledge (individual and family history)*), saling memahami harapan satu sama lain (*they knew what to expect from each other*) serta adanya pertemuan secara berkala (*they would meet frequently*) akan mempermudah kontrol satu sama lain.

Nilai dan jaringan komunikasi yang diperkuat dengan semangat berkoperasi (*cooperative spirit*) dan kepercayaan (*trust*) merupakan perangkat peraturan internal (*set inner rules*) yang mengatur perilaku individu dan kelompok.

Koperasi sebagai Organisasi Bisnis

Pengertian koperasi dapat merujuk kepada Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian pasal 1 ayat (1) sebagai berikut;

Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.

Pasal ini secara implisit mengidentikkan badan usaha dengan perusahaan. Pengertian koperasi sebagai organisasi perusahaan (bisnis) dikemukakan oleh Dimiyati (1989) yang mengutip definisi ILO sebagai berikut; *Cooperative is an association of persons, usually of limited means, who have voluntarily joined together to achieve a common economic end through the formation of democratically controlled business organizations, making equitable contribution to the capital required and accepting a fair share of the risks and benefits of the undertaking.*

Berdasarkan definisi tersebut, Dimiyati menjelaskan lebih lanjut unsur-unsur yang terkandung dalam koperasi, sebagai berikut;

- a. Merupakan perkumpulan orang (*association of persons*)
- b. Bergabung secara sukarela (*have voluntarily joined together*)
- c. Untuk mencapai tujuan ekonomi bersama (*to achieve a common economic end*)
- d. Organisasi perusahaan yang dikendalikan secara demokratis (*a democratically controlled business organization*)
- e. Kontribusi yang adil terhadap modal yang diperlukan (*equitable contribution to the capital required*)
- f. Menanggung risiko dan menerima bagian keuntungan secara adil (*a fair share of the risk and benefits of the undertaking*).

Sebagai organisasi bisnis, dalam koperasi terdapat dua gaya/kekuatan (*forces*), yang menjadi ciri khasnya, yaitu *centripetal forces* dan *centrifugal forces* (Bonus, 1986).

Gaya pertama yang disebut *centripetal forces* atau *benefit of collective organizations* (keuntungan usaha secara kolektif). Kekuatan ini muncul apabila anggota koperasi mengorganisasikan kegiatan bisnisnya secara bersama-sama, karena lebih menguntungkan dibanding sendiri-sendiri. Dengan berkoperasi, biaya, ongkos produksi maupun transaksi dapat ditekan (efisien). Tetapi dengan

berkoperasi, artinya juga berinvestasi dalam koperasi, yang transaksinya bersifat spesifik (*transaction-specific*), yaitu transaksi yang tak dapat dialihkan, kecuali akan menimbulkan kerugian bagi salah satu atau kedua belah pihak

Gaya kedua disebut *centrifugal forces* atau *benefits of independent operations* (keuntungan operasi secara independen). Hal ini muncul apabila anggota koperasi melakukan bisnisnya secara mandiri, tidak meleburkan semua kegiatan bisnisnya ke dalam koperasi. Ini terjadi karena anggota memiliki pengetahuan atau pengalaman pribadi (*ideocyncratic knowledge*)¹ sebagai input dalam mengambil dan menjalankan keputusan bisnisnya. Anggota yang bersangkutan merasa lebih optimal dengan melakukan usaha sendiri dibandingkan bergabung secara penuh dengan koperasi.

Hubungan Anggota dengan Koperasi sebagai "Koalisi"

Tarik menarik antara dua kekuatan tersebut harus diupayakan dalam posisi seimbang dengan ilustrasi sebagai berikut; Dengan keuntungan kolektif, koperasi tetap memberikan keleluasaan kepada anggota untuk berusaha secara mandiri. Sementara apabila potensi keuntungan secara independen meningkat, anggota tidak mengeksploitasinya untuk kepentingan pribadinya (tidak oportunistik).

Dalam praktek, keseimbangan dimaksud sulit dicapai, karena pelaku bisnis umumnya oportunistik, termasuk anggota koperasi (Hardjosoekarto, 1993). Oleh karena itu Bonus (1986) menyarankan agar hubungan antara anggota dan koperasinya bersifat koalisi. Dalam koalisi ada kesepakatan untuk mengontrol tindakan masing-masing, sehingga menghasilkan *return* yang lebih tinggi dibanding dengan usaha sendiri-sendiri.

Dalam koperasi, keadaan demikian dapat dihindarkan dengan kesepakatan bersama untuk tidak berperilaku oportunistik dan eksploitatif dengan cara koalisi (Bonus, 1986). Koalisi terwujud apabila anggota saling kenal satu sama lain, yaitu tersedianya informasi berbiaya yang rendah (*low cost information*) tentang kondisi dan perilaku ekonomi setiap anggota (*intimate knowledge of those around them*), adanya semangat berkoperasi (*cooperative spirit*) dan saling percaya (*trust*). Ketiga hal tersebut merupakan norma sosial yang berfungsi sebagai *non-economic productive resources*. Faktor-faktor inilah yang dikenal sebagai "*dual nature of cooperative association*" Draheim's, yaitu "*cooperative as a social group and as business enterprises at the same time*" (Bonus, 1986).

Untuk menganalisis lebih jauh koalisi anggota dengan koperasi, Hirschman (1970) memformulasikan hubungan perusahaan dengan pelanggan dalam formulasi *Exit, Voice and Loyalty*. Hubungan antara koperasi dengan anggota pada hakekatnya merupakan hubungan perusahaan dengan pelanggannya.

¹ *Ideocyncratic knowledge* adalah pengetahuan intuitif yang didasarkan atas pengalaman, suatu bentuk pengetahuan/ketrampilan yang diperoleh melalui praktek (Bonus, 1986). Istilah lain *ideocyncratic knowledge* adalah *tacit knowledge* (Nonaka dan Takeuchi, 1995)

Exit dan *Voice* merupakan reaksi yang diberikan oleh pelanggan terhadap perusahaan, karena menurunnya kemampuan suatu perusahaan dalam menjual produk atau jasa yang berkualitas atau terjadinya kemunduran kinerja.

Exit adalah sikap dan perilaku anggota dalam bentuk ancaman untuk beralih atau keluar baik sebagai pelanggan atau anggota koperasi. Sedangkan *voice* adalah sikap anggota dalam bentuk "unjuk rasa" atau sikap lain dalam rangka perbaikan organisasi.

Disamping *voice* dan *exit*, bentuk reaksi lainnya adalah *loyalty* (loyalitas), yaitu sikap pelanggan yang menerima kondisi kinerja organisasi dengan berbagai pertimbangan yang bersifat ekonomi maupun sosial.

Mengacu kepada uraian di atas, tulisan ini akan menganalisis proses pembentukan identitas koperasi dengan 4 variabel, yaitu;

- a. Latar belakang pembentukan koperasi
- b. Partisipasi anggota
- c. Keterkaitan usaha yang dilakukan oleh koperasi dengan anggota
- d. Koalisi anggota-koperasi

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitik sebagaimana dikemukakan oleh Nawawi (1995) sebagai berikut;

"Pada tahap permulaan tertuju pada usaha mengemukakan gejala-gejala secara bertahap di dalam aspek yang diteliti agar jelas keadaan/kondisinya. Pada tahap berikutnya, metode ini berkembang dengan memberikan penafsiran yang cukup terhadap fakta-fakta yang ditemukan. Dengan kata lain, metode ini tidak terbatas sampai dengan mengumpulkan dan menyusun data, tetapi meliputi analisis dan interpretasi tentang arti data tersebut."

Populasi dalam penelitian ini adalah koperasi primer yang berada di Kota Bandung dengan jumlah 884 koperasi. Kantor Departemen Koperasi/PKM membagi 30 koperasi primer ke dalam 2 klasifikasi. Klasifikasi pertama berdasarkan produksi, jenis kegiatan produktif dan dominasi kegiatan anggota ("Koperasi Jenis I"). Klasifikasi kedua yaitu koperasi lainnya ("Koperasi Jenis II"). Atas dasar klasifikasi ini, terdapat 14 koperasi, seperti pada Tabel 1. berikut;

Tabel 1. Jenis-Jenis dan Jumlah Koperasi Primer di Kota Bandung

| No | Jenis Koperasi | Jumlah Koperasi |
|------------------------------|---------------------------------|-----------------|
| A. Koperasi Jenis I : | | |
| 1. | Koperasi Simpan Pinjam | 61 |
| 2. | Koperasi Angkutan | 3 |
| 3. | Koperasi Perumahan | 1 |
| 4. | Koperasi BPR | 1 |
| 5. | Koperasi Pedagang Pasar | 35 |
| 6. | Koperasi Industri dan Kerajinan | 33 |

B. Koperasi Jenis II :

| | |
|---|-----|
| 1. Koperasi Karyawan (BUMN/S/D) | 252 |
| 2. Koperasi Fungsional (PNS +ABRI) | 258 |
| 3. Koperasi Unit Desa | 2 |
| 4. Koperasi Serba Usaha | 71 |
| 5. Koperasi Wanita | 30 |
| 6. Koperasi Veteran/Purn ABRI/Pensiunan | 45 |
| 7. Koperasi Mahasiswa/KOPONTREN/KOPSIS | 54 |
| 8. Koperasi Lain-Lain | 38 |

TOTAL

884

Sumber: Klasifikasi Koperasi Primer dan Pusat, Kandepkop dan PKM Kotamadya Bandung, 1998

Sedangkan sebagai sampel masing-masing 1 (satu) koperasi sebagai sampel penelitian, kecuali koperasi lain-lain, sehingga yang diteliti adalah 13. Pengambilan sampel sebanyak 1 (satu) koperasi dari tiap-tiap jenis dengan asumsi koperasi dengan jenis yang sama dianggap homogen.

Dalam penentuan pemilihan koperasi yang dijadikan sampel di lapangan yang menjadi wakil dari 13 jenis tersebut, ditentukan kriteria : *koperasi tersebut memiliki klasifikasi "A", jika tidak ada, klasifikasi paling tinggi dari koperasi sejenis atau merupakan koperasi teladan/terbaik*. Data tentang kriteria ini bersumber dari Kantor Departemen Koperasi dan PKM Kota Bandung.

Unit atau satuan analisis dalam penelitian ini adalah organisasi, yaitu organisasi koperasi. Organisasi adalah kerjasama terpolo dan sistematis sejumlah individu untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan organisasi sebagai unit analisis, maka individu yang berada dalam organisasi merupakan sumber data.

Pembentukan identitas perusahaan koperasi melibatkan individu dalam koperasi, yaitu pengelola dan anggota. Keduanya adalah sumber data.

Setiap koperasi ditetapkan enam orang, satu orang pengelola dan lima orang **anggota aktif** yang diambil secara *snow ball*.

Penentuan personalia pengelola koperasi yang ditunjuk didasarkan atas kesepakatan pengurus koperasi yang bersangkutan atau ditunjuk oleh ketua koperasi. Sedangkan penentuan jumlah anggota sebanyak lima orang didasarkan atas asumsi bahwa anggota aktif memiliki karakteristik yang sama (homogen), yaitu secara teratur membayar simpanan wajib, mempunyai simpanan sukarela, aktif melakukan transaksi dengan koperasi dan kewajiban lainnya, yang data-data ada pada catatan-catatan koperasi. Dengan demikian, penentuan jumlah sebanyak lima orang secara metodologis dapat dipertanggungjawabkan. Secara ringkas dapat dilihat pada tabel berikut;

Tabel 2. Jenis dan Nama Koperasi Terpilih Sebagai Sampel Penelitian

| No | Jenis Koperasi | Nama Koperasi Terpilih | Jumlah Sampel | |
|---------------|---------------------------------|------------------------|---------------|-----------|
| | | | Pengelola | Anggota |
| 1 | Koperasi Simpan Pinjam | KSP Rukun Ichtiar | 1 | 5 |
| 2 | Koperasi Serba Usaha | KSU Budidaya | 1 | 5 |
| 3 | Koperasi Angkutan | KOBANTER Baru | 1 | 5 |
| 4 | KBPR ² | KBPR Sinarjaya | 1 | - |
| 5 | Koperasi Pedagang Pasar | KOHIPCI | 1 | 5 |
| 6 | KOPINKRA | KOPINKRA Sugih Mukti | 1 | 5 |
| 7 | Koperasi Karyawan | KOPKAR PT INTI | 1 | 5 |
| 8 | Koperasi Fungsional | KPKB Kodya Bandung | 1 | 5 |
| 9 | Koperasi Unit Desa | KUD Sinar Jaya | 1 | 5 |
| 10 | Koperasi Wanita | Koperasi Rukun Wanita | 1 | 5 |
| 11 | Koperasi Pensiunan | Koperasi IPPK Bandung | 1 | 5 |
| 12 | Koperasi Mahasiswa | KOPMA UNPAD | 1 | 5 |
| 13 | Koperasi Perumahan ³ | Koperasi Bina Karya | - | - |
| JUMLAH | | | 12 | 55 |

Sumber : Hasil pengolahan penelitian, 1999

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara, angket dan studi pustaka/dokumentasi. Wawancara untuk pengelola koperasi, angket disebarakan kepada anggota. Studi pustaka/dokumentasi untuk memperoleh data sekunder dari berbagai publikasi, laporan tahunan dan sumber lainnya.

Data hasil penelitian berbentuk kualitatif dan kuantitatif dengan analisa kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggolongan Koperasi

Penggolongan koperasi di Kota Bandung selama ini tidak didasarkan atas dasar kegiatan usaha anggota atau jenis usaha, tetapi berdasarkan (a) asal usul lembaga induk dimana koperasi tersebut berada (b) komoditi yang ditransaksikan oleh koperasi tersebut dan (c) koperasi jenis lain-lain. Semua koperasi, kecuali Koperasi Simpan Pinjam pada dasarnya adalah Koperasi Serba Usaha yang bergerak dalam berbagai bidang usaha yang tidak berhubungan satu sama lain. Penggolongan koperasi seperti ini secara teoritis tidak akan menumbuhkan identitas perusahaan koperasi, karena tidak mendorong tumbuhnya pengalaman atau pengetahuan anggota, karena tidak ada keterkaitan atau hubungan dengan profesi usaha anggota atau kegiatan usaha yang dilakukan anggota.

² Pada saat penelitian, koperasi dalam proses likuidasi

³ Pada saat penelitian, koperasi pindah lokasi ke luar wilayah Kota Bandung

Latar Belakang Pembentukan Koperasi

Pembentukan koperasi harus memenuhi "logika bisnis", dirasakan perlu dan merupakan pilihan rasional. Hasil penelitian menunjukkan keragaman latar belakang, tidak memenuhi logika bisnis serta bukan pilihan rasional

Tabel 3. Ringkasan Latar Belakang Pembentukan Koperasi

| No | Jenis Koperasi | Latar Belakang Pembentukan |
|-----------|-----------------------|---|
| 1 | Kop. Simpan Pinjam | Filantropis (alasan yang bersifat sosial dan karitatif) |
| 2 | Kop Serba Usaha | Memenuhi kebutuhan konsumsi (bukan pilihan rasional) |
| 3 | Koperasi Angkutan | Keamanan lingkungan |
| 4 | KBPR | Instruksi Pembina (merugikan parent company) |
| 5 | Kop. Pedagang Pasar | Koperasi Kontraktor (bukan Koperasi Pedagang) |
| 6 | KOPINKRA | Organisasi pembelian bahan baku |
| 7 | Koperasi Karyawan | Kesejahteraan Karyawan (pinjaman konsumtif) |
| 8 | Koperasi Fungsional | Pemenuhan konsumsi (bukan pengembangan bisnis) |
| 9 | Koperasi Unit Desa | Pembukaan lapangan kerja |
| 10 | Koperasi Wanita | Filantropis, gotong royong dan pengajian |
| 11 | Koperasi Pensiunan | Silaturahmi dan forum komunikasi pensiunan |
| 12 | Koperasi Mahasiswa | Memenuhi kebutuhan warga unpad dan masyarakat |
| 13 | Koperasi Perumahan | - |

Sumber : Hasil pengolahan penelitian, 1999

Tabel 3 di atas memperlihatkan KOPINKRA dan KSU dapat dikatakan memenuhi "logika bisnis" pembentukan organisasi koperasi. KOPINKRA didirikan untuk menghindari persaingan yang merugikan. Namun pada KSU, koperasi bukan pilihan paling rasional.

Seperti dikemukakan di atas, pembentukan bidang usaha koperasi akan memenuhi asas identitas apabila terkait dengan kegiatan usaha anggota, sesuai dengan ide dasarnya yaitu kepentingan ekonomi. Oleh karenanya, pembentukan bidang usaha harus berdasarkan survey kebutuhan anggota.

Temuan penelitian, kecuali pada KOPINKRA, menunjukan bidang usaha dibentuk atas dasar "asumsi peluang", peluang yang ditawarkan pemerintah, preferensi pengelola, bukan hasil survey kebutuhan anggota. Anggota cenderung tidak menolak pembentukan usaha baru atas dasar hal tersebut, ketika diminta persetujuannya dalam RAT.

Uraian di atas menunjukkan pembentukan bidang usaha koperasi tidak mengikuti kepentingan ekonomi anggota. Koperasi yang pembentukannya tidak mengikuti kepentingan anggota, tidak akan berkembang, karena tidak akan terjadi transaksi yang spesifik antara anggota dengan koperasinya.

Partisipasi Anggota

Keterlibatan anggota dalam pembentukan koperasi merupakan faktor penting dalam proses pembentukan identitas koperasi. Pembentukannya harus memenuhi logika organisasi koperasi merupakan pilihan paling rasional. Temuan

penelitian, mayoritas anggota (78%) tidak terlibat dalam pembentukan koperasi, yang berarti menjadi anggota setelah koperasi terbentuk.

Mengetahui dan memahami latarbelakang pembentukan koperasi merupakan bagian dari proses tumbuhnya semangat berkoperasi (*cooperative spirit*) dan saling percaya (*trust*). Kepercayaan sulit dibangun dan semangat berkoperasi dapat tumbuh, jika seseorang tidak mengetahui dan memahami latar belakang pembentukannya. Oleh karena itu, anggota koperasi harus mengetahui dan memahami latar belakang pembentukan dan nilai-nilai yang menyertainya. Temuan penelitian 51% memang mengetahui, tetapi tidak memahami latar belakang pembentukannya.

Penjabaran persamaan kepentingan dalam koperasi adalah pembentukan unit usaha koperasi untuk memenuhi kepentingan anggota. Oleh karena itu pembentukan dan keberadaan unit usaha koperasi senantiasa harus memperhatikan aspirasi anggotanya. Hasil penelitian menunjukkan sedikit anggota ikut serta urun rembug dalam pembentukan unit usaha koperasi. Pembentukan unit usaha koperasi kebanyakan berdasarkan preferensi pengelola saja, bukan berdasarkan survey kebutuhan anggota. Akibatnya seperti yang ditunjukkan uraian sebelumnya, banyak unit usaha koperasi tidak dimanfaatkan anggota karena tidak membutuhkannya.

Permodalan Koperasi

Koperasi membutuhkan modal untuk memenuhi kebutuhan usaha secara layak dengan sumber Simpanan Pokok dan Simpanan Wajib (sesuai asas self help dan self reliance). Simpanan Pokok berkisar antara Rp 1.000,- sampai Rp 5.000,-, kecuali KSU yang mengenakan Simpanan Pokok sebesar Rp 100.000,-. Sedangkan Simpanan Wajib mulai Rp 2.000,- sampai Rp 5.000,-/bulan. Melihat nilainya, besaran simpanan tersebut tidak memenuhi kalkulasi kebutuhan modal usaha, tidak mempunyai dasar ekonomi.⁴ Untuk membiayai suatu usaha yang layak, dibutuhkan anggota dalam jumlah besar, jangka waktu yang lama dan dibayar sekaligus.

Keterkaitan Bidang Usaha Koperasi dengan Usaha Anggota

Asas persamaan kepentingan ekonomi anggota dalam pembentukan koperasi dijabarkan lebih jauh dalam bentuk keterkaitan usaha koperasi dengan usaha anggota. Maksudnya keterkaitan usaha koperasi dengan bisnis anggotanya adalah keterkaitan bidang usaha koperasi dengan kegiatan produktif anggotanya yang terintegrasi.

Unit Usaha Produksi dikatakan terkait apabila ada integrasi sebagai pemasok, penyedia bahan baku, atau sub kontraktor (mengerjakan sebagian pekerjaan koperasi). Pada unit konsumsi menjadi pemasok komoditi, pada unit simpan pinjam sebagai sumber permodalan bisnis dan pada usaha jasa sebagai

⁴ Suryanegara (1996) menyebutkan permodalan koperasi selama ini disusun atas dasar kesanggupan anggota/ calon anggota bukan atas kebutuhan riil ekonomi modal usaha.

bagian dari penyelenggara kegiatan jasa tersebut. Temuan penelitian menunjukkan tidak semua koperasi mengintegrasikan usahanya dengan anggota dan sebaliknya. Artinya, kegiatan koperasi tidak terkait dengan kegiatan usaha anggota.

Kegiatan usaha konsumsi, simpan pinjam dan jasa pada umumnya usaha yang tidak ada kaitannya kegiatan usaha anggota. Kegiatan yang terkait dengan kegiatan usaha hanya ditemukan pada KOPINKRA yang mengintegrasikan kegiatan perolehan bahan baku dan pemasaran. Sebaliknya apabila koperasi mendapatkan order, disebarkan kepada anggota sesuai spesifikasi keahliannya.

Kegiatan usaha sebagai pemasok antara anggota dengan koperasi ada dalam bentuk konsinyasi. Namun kegiatan ini bukan model keterkaitan usaha karena; (a) sifat kegiatan tidak permanen dan tidak terikat kontrak untuk jangka waktu tertentu; (b) kegiatan tersebut dapat dilakukan siapa saja, termasuk non-anggota dengan perlakuan yang sama; (c) koperasi hanya menerima komisi penjualan (d) kegiatan tidak termasuk strategi jangka panjang usaha koperasi.

Pemanfaatan Unit Usaha Koperasi

Pemanfaatan unit usaha koperasi merupakan salah satu bentuk dari integrasi usaha koperasi dengan anggotanya. Integrasi ini merupakan petunjuk adanya persamaan kepentingan ekonomi dan salah satu bagian dalam pembentukan identitas koperasi.

Temuan penelitian menunjukkan tidak semua anggota memanfaatkannya. Ini berarti tidak semua anggota mempunyai kepentingan yang sama terhadap koperasinya. Dengan kata lain, pembentukan unit usaha koperasi tidak selalu berdasarkan kepentingan anggota koperasi.

Hanya sedikit anggota yang memanfaatkan unit usaha koperasi lebih dari satu. Pilihan utama anggota adalah unit simpan pinjam. Kenyataan ini memperlihatkan bahwa koperasi-koperasi primer di Kota Bandung pada dasarnya Koperasi Simpan Pinjam, walaupun nomenklatur yang bermacam-macam. Kegiatan usaha simpan pinjam diselenggarakan seluruh koperasi. Keberadaan unit ini semestinya menjadi sumber permodalan usaha anggota. Temuan penelitian hanya 42% yang memanfaatkan unit usaha ini sebagai sumber modal, selebihnya konsumtif. Ini berarti, keberadaannya kurang berkaitan dengan kebutuhan usaha anggotanya, karena umumnya bukan untuk memenuhi kebutuhan modal usaha.

Pada Kegiatan Unit Usaha Konsumsi temuan penelitian menunjukkan hanya yang 4% menyatakan kegiatan usaha konsumsi koperasi berkaitan dengan kegiatan usahanya. Hal ini menunjukkan bahwa unit usaha konsumsi bukan kegiatan usaha yang mengkoordinasikan kegiatan usaha anggota koperasinya. Pada kegiatan Usaha Jasa, temuan penelitian menunjukkan 11% menyatakan kegiatan usaha jasa berkaitan dengan kegiatan bisnisnya. Angka ini menunjukkan bahwa keberadaan unit jasa pada koperasi tersebut kurang berkaitan dengan kegiatan bisnis anggotanya. Bahkan setelah diteliti lebih jauh, koperasi maupun

anggotanya adalah konsumen dari jasa-jasa yang disediakan oleh koperasi tersebut, sebab pengelolaannya dikontrakan kepada pihak ketiga.

Analisis Koalisi Anggota – Koperasi

Analisis koalisi anggota – koperasi meliputi biaya inisiasi (dalam bentuk simpanan pokok dan simpanan wajib dan ketentuan lainnya), analisis Exit, Voice and Loyalty behavior serta transaksi spesifik. Inisiasi untuk menjadi anggota koperasi meliputi Simpanan Pokok dan Simpanan Wajib yang dibayar tiap bulan. Hanya Koperasi Simpan Pinjam yang menerapkan proses inisiasi lain yang harus ditempuh sebelum memanfaatkan fasilitas koperasi serta ada sangsi yang dapat menghilangkan kesempatan memperoleh fasilitas. Bentuk inisiasi lain dari Koperasi Simpan Pinjam tersebut yaitu; anggota berhak memperoleh pinjaman setelah 6 bulan menjadi anggota, tertib membayar simpanan wajib setiap bulan. Permohonan pinjaman ditangguhkan selama 1 bulan, jika simpanan wajib tidak dibayar 3 bulan berturut-turut, kendati dibayar sekaligus saat mengajukan pinjaman. Jika simpanan wajib diambil, permohonan ditangguhkan selama 1 tahun. Anggota dikeluarkan jika simpanan wajib tidak dibayar 6 bulan berturut-turut

Biaya inisiasi pada koperasi simpan pinjam ini sangat kecil nilai rupiahnya. Tetapi "proses inisiasi" lain harus ditaati secara ketat (*severe initiation*). Anggota yang tidak mentaati proses tersebut, akan kehilangan fasilitas yang dapat dinikmatinya atau dikeluarkan. Hal ini memperlihatkan bahwa eksistensi koperasi tersebut dibentuk oleh semangat berkoperasi (*cooperative spirit*) para anggotanya yang menimbulkan loyalitas. Hal ini dibuktikan dengan jumlah anggota yang tetap tinggi dan minat masyarakat untuk menjadi anggota juga tinggi. Menurut Hirschman inisiasi yang ketat (*severe initiation*) sebagai fungsi dari *loyalty behavior* akan diikuti oleh voice yang terpola. Hal ini diperlihatkan oleh koperasi ini dimana kehadiran anggota dalam RAT cukup besar, perdebatan yang panas dan meriah namun tetap demokratis. Pada koperasi lain, selain biaya inisiasi awal yang rendah, juga ditemukan semangat kepercayaan berlebihan, tanpa norma dan sangsi. Karena kepercayaan tidak diikuti norma dan sangsi, muncul perilaku oportunistik. Ini terjadi pada KSU, seorang anggota yang menunggak pinjaman jutaan rupiah, koperasi dan anggota lainnya tidak bisa berbuat apa-apa, kecuali menunggu kesadaran yang bersangkutan.

Paparan di atas menunjukkan bahwa tanpa proses inisiasi, seorang anggota koperasi bebas masuk dan keluar seketika dia kehendaki tanpa finalti dan denda. Tambahan lagi tidak adanya ketergantungan perolehan komoditi dari kepada koperasi membuat tidak adanya transaksi spesifik. Dengan demikian koalisi pada koperasi ini sangat longgar, *exit* sebagai lawan *voice* sangat mudah dan tidak berbiaya. Menurut formulasi Hirschman, kondisi koperasi ini berada *low cost entry* dan *low cost exit* sehingga loyalitas anggota rendah.

Pada Koperasi Pasar, dimana sifat keanggotaan sukarela dan tidak adanya "biaya masuk" untuk memperoleh tempat berdagang, maka kohesifitasnya rendah karena keberadaan koperasi tidak significant bagi bisnis anggotanya.

Transaksi spesifik ditemukan pada Koperasi Unit Desa, yaitu antara koperasi dengan anggota koperasi yang berprofesi sebagai peternak sapi perah, karena ada saling ketergantungan. Dengan adanya transaksi spesifik, maka koalisi antara anggota dan koperasi menjadi kuat (kohesif). Demikian juga pilihan exit menjadi mahal (*high cost for exit barrier*), karena jika anggota keluar, akan menemui kesulitan dalam mendapatkan bahan pakan dan menjual produk susu. Transaksi spesifik ini mengimbangi pada perlakuan maupun partisipasi. Anggota peternak sapi perah menunjukkan tingkat partisipasi tinggi dalam memenuhi kewajiban dan pemanfaatan unit usaha koperasi (loyalitas) dan aspirasi (voice) berjalan dengan adanya pertemuan dwi-mingguan. Koalisi antara peternak sapi perah dengan koperasi cukup erat, karena adanya transaksi spesifik. Bagi peternak, KUD menjadi jaminan produksinya akan diterima. Bagi KUD, peternak adalah sumber pasokan susu yang ditransfer ke GKSI Jawa Barat. Dengan demikian, exit barrier bagi anggota peternak sapi perah tinggi, yang berarti kohesifitas antara anggota dengan koperasi tinggi pula. Namun, peternak sapi perah hanya 8% dari seluruh anggota KUD.

Perilaku oportunistik ditemukan pada koperasi mahasiswa dengan koalisi yang longgar/timpang. Koperasi tidak dapat menolak anggota yang menunjukkan status anggota aktif untuk mendapatkan fasilitas, namun sulit mengontrol degradasi anggota yang kembali pasif, dengan tetap menikmati fasilitas koperasi. Ketimpangan ini merugikan koperasi karena *exit barrier* yang rendah.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- Pembentukan koperasi tidak didasarkan atas alasan bisnis, tetapi alasan lain seperti penciptaan lapangan kerja, mendukung kebijaksanaan organisasi induk, kesejahteraan pegawai, silaturahmi, pengajian atau memenuhi instruksi pembina. Anggota pada umumnya tidak terlibat dalam pembentukan koperasi, sehingga pilihan jenis koperasi yang akan dibentuk tidak mengarah kepada jenis koperasi yang sesuai dengan alasan bisnis maupun atas keterkaitan bisnis dengan anggota/calon anggota koperasi.
- Secara umum anggota koperasi bukan pelaku bisnis, karena profesinya pegawai negeri, karyawan BUMN/swasta, pensiunan, ibu rumah tangga, mahasiswa dan lain-lain. Sementara itu syarat keanggotaan koperasi memperlihatkan *entry barrier* rendah dan inisiasi yang ringan, sehingga kohesifitas anggota dengan koperasinya longgar. *Barrier to exit* yang rendah dan tiadanya *finalty exit*, menyebabkan **loyalitas** tidak tumbuh. Ini berarti identitas dalam pengertian nilai-nilai bersama (*share value*) tidak tumbuh dan berkembang.
- Unit usaha yang dibentuk tidak mencerminkan kegiatan bisnis anggotanya, sehingga tidak ada transaksi spesifik, yang juga mempermudah anggota melakukan *exit*. Hal ini disebabkan tidak searahnya "jenis" koperasi yang dibentuk dengan kegiatan bisnis anggotanya.

Berdasarkan deskripsi, analisis dan rumusan kesimpulan hasil penelitian tersebut di atas, menunjukkan bahwa dimensi-dimensi dan faktor-faktor yang mendorong dan mengarah kepada tumbuhnya identitas perusahaan koperasi dalam pengertian jenis koperasi maupun kultur koperasi tidak ditemukan. Hal ini berarti koperasi-koperasi primer di Kota Bandung pada dasarnya tidak atau belum memiliki identitas perusahaan.

Saran-Saran

- Pembentukan koperasi harus berdasarkan kepentingan bisnis. Kesamaan kegiatan dan kepentingan ekonomi anggota, sebagaimana dimaksud pasal 16 Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 harus dipertegas dengan peraturan pemerintah dalam bentuk persyaratan keanggotaan sebagai pelaku bisnis
- Pemilihan koperasi sebagai organisasi bisnis harus berdasarkan pemikiran koperasi merupakan alternatif terbaik dibanding bentuk organisasi lainnya.
- Nomenklatur organisasi koperasi dikembangkan dalam tiga jalur utama yaitu Koperasi Produsen, Koperasi Konsumen dan Koperasi Jasa. Nomenklatur berdasarkan wilayah seperti KUD, instansi dan profesi lainnya seperti Koperasi Karyawan, Koperasi Pegawai, Koperasi Mahasiswa perlu ditinjau kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous, 1996. Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Kedua, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan-Balai Pustaka, Jakarta.
- ..., Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 tentang perkoperasian.
- ..., Inventarisasi Koperasi Primer di Kotamadya Bandung tahun 1998.
- Arief, Burhan, 1992. Koperasi Masa Lalu Masa Kini dan Prospeknya di Masa Datang, *dalam* Rusidi dan Maman Suparman (eds), Pokok-Pokok Pikiran Tentang Pembangunan Koperasi, IKOPIN.
- Bonus, Holgen, 1986. The Cooperative Association as a Business Enterprise: A Study in the Economics of Transaction, *Journal of Institutional and Theoretical Economics* 142, 310-339.
- Deal, Terrence and Kennedy, Allen, 1982. Corporate Culture: The Rites and Ritual of Corporate Life, Penguin Book, England.
- Hardjosoekarto, Sudarsono, 1993. Problem-Problem Kelembagaan Koperasi:Nokyo-KUD, *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* Nomor : 4/1993.
- ..., 1994 Corporate Identity Koperasi Indonesia Pembangunannya Belum Terarah, *Warta Koperasi* Nomor 60/XII/1994.
- ..., 1995 Koperasi Sokoguru Perekonomian dalam Bantarto Bandoro (eds), *Refleksi Setengah Abad Kemerdekaan Indonesia*, CSIS. hal 901-921
- ..., 1997 Koperasi Konsumen : Peluang dan Tantangan, Makalah Seminar.

Hirschman, Albert O., 1970. *Exit, Voice and Loyalty: Response To Decline in Firms, Organizations and States*, Harvard University Press Cambridge Massachussetts.

Nawawi, Hadari, 1995 *Metodologi Penelitian Sosial*, Gadjah Mada University Press
Nonaka, Ikujiro and Takeuchi, Hirotaka, 1995. *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Inovation*, Oxford University Press.

Ollins, Wally, 1989. *Corporate Identity: Making Business Strategy Visible Through Design*, Harvard Business School Press.

Roepke, Jochen, 1992. *The Economic of Industrial Vertical Integration in Indonesia*, dalam Rusidi dan Maman Suparman (eds.), *Pokok-Pokok Pemikiran Tentang Pembangunan Koperasi*, IKOPIN.

Suryanegara, M. Yahya, 1996. *Jaringan Usaha Koperasi*, Makalah, Bandung.

Suwardi, Herman, 1993. *Dasar-Dasar Sosiologi Koperasi*, IKOPIN.