**A. PARTISIPASI ANGGOTA PADA KOPERASI**

1. **PENGERTIAN PARTISIPASI**

Secara harfiah partisipasi diambil dari bahasa asing *participation,* yang artinya mengikutsertakan pihak lain dalam mencapai tujuan. Seorang pimpinan akan berhasil dalam melaksanakan tugasnya bilamana pimpinan tersebut mampu meningkatkan partisipasi semua komponen atau unsur yang ada. Oleh karena itu seorang pimpinan dalam bidang apapun, mulai dari tingkat paling atas sampai tingkat paling bawah harus mampu meningkatkan partisipasi semua komponen atau unsur yang ada.

Partisipasi bisa dipandang dari sifatnya, bentuknya, pelaksanaanya dan peran serta perorangan/sekelompok orang. Dimensi-dimensi partisipasi dijelaskan sebagai berikut:

1. **Dimensi partisipasi dipandang dari sifatnya**

Dipandang dari sifatnya, partisipasi dapat berupa, partisipasi yang dipaksakan *(forced)* dan partisipasi sukarela *(foluntary).* Pada beberapa negara banyak pekerja dipaksa oleh undang-undang atau keputusan pemerintah untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan pekerjaan, misalnya oleh negara komunis (ketika masih berkuasa) seperti Rusia, Kuba, Cina, dan lain-lain. Partisipasi sukarela terjadi bila manajemen memulai gagasan tertentu dan para bawahan menyetujui untuk berpartisipasi dan mendukung gagasan tersebut.

Jika tidak dipaksa oleh situasi dan kondisi, partisipasi yang dipaksakan *(forced)* tidak sesuai dengan prinsip koperasi keanggotaan terbuka dan sukarela serta manajemen yang demokratis. Partisipasi yang sesuai pada koperasi adalah partisipasi yang bersifat sukarela. Sifat kesukarelaan ini menuntut kemampuan manajemen koperasi dalam merangsang aktivitas partisipasi anggota. Tanpa rangsangan partisipasi yang efektif, partisipasi dalam koperasi tidak akan berjalan.

1. **Dimensi partisipasi dipandang dari bentuknya**

Dipandang dari sifat keformalannya, partisipasi dapat bersifat formal *(formal participation)* dan dapat pula bersifat informal *(informal participation)*. Pada partisipasi yang bersifat formal biasanya telah tercipta suatu mekanisme formal dalam pengambilan keputusan dan dalam pelaksanaan setiap kegiatan (misalnya serikat pekerja, dewan pengurus). Pada partisipasi yang bersifat informal biasanya hanya terdapat persetujuan lisan antara atasan dan bawahan dalam bidang-bidang partisipasi.

Pada koperasi kedua bentuk partisipasi ini bisa dilaksanakan secara bersama-sama. Manajemen koperasi bisa merangsang partisipasi anggota secara formal maupun informal, tergantung situasi dan kondisi serta aturan partisipasi yang diberlakukan.

1. **Partisipasi dipandang dari pelaksanaannya**

Dipandang dari pelaksanaannya, partisipasi dapat dilaksanakan secara langsung maupun secara tidak langsung. Partisipasi langsung terjadi apabila setiap orang dapat mengajukan pandangan, membahas pokok persoalan, mengajukan keberatan secara langsung terhadap keinganan orang lain atau terhadap ucapannya. Seorang dapat secara langsung menyampaikan ide-ide, informasi, keinginan, harapan, saran dan lain-lain kepada pihak yang menjadi pimpinannya tanpa harus melalui dewan perwakilan. Sedangkan partisipasi tidak langsung terjadi apabila ada wakil yang membawa aspirasi orang lain, misalnya karyawan atau anggota dengan kelompok yang lebih tinggi tingkatannya (manajer atau pengurus).

1. **Dimensi partisipasi dipandang dari segi kepentingannya**

Dari segi kepentingannya partisipasi dalam koperasi dapat berupa partisipasi kontributif *(contributif participation)* dan partisipasi insetif *(incetif participation)*. Kedua jenis partisipasi ini timbul sebagai akibat peran ganda anggota sebagai pemilik dan sekaligus sebagai pelanggan.

Dalam kedudukannya sebagai pemilik, (1) para anggota memberikan kontribusinya terhadap pembentukan dan pertumbuhan perusahaan koperasi dalam bentuk kontribusi keuangan (penyerahan simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan sukarela, atau dana-dana pribadi yang diinvestasikan pada koperasi), dan (2) mengambil bagian dalam penetapan tujuan, pembuatan keputusan dan proses pengawasan terhadap jalannya perusahaan koperasi. Partisipasi semacam ini disebut *partisipasi kontributif.*

Dalam kedudukannya sebagai pelanggan/pemakai, para anggota memanfaatkan berbagai potensi pelayanan yang disediakan oleh perusahaan koperasi dalam menunjang kepentingannya. Partisipasi semacam ini disebut *partisipasi insentif.*

1. **ARTI PENTINGNYA PARTISIPASI**

Partisipasi merupakan faktor yang paling penting dalam mendukung keberhasilan atau perkembangan suatu organisasi. Melalui partisipasi segala aspek yang berhubungan dengan pelaksanaan kegiatan pencapaian tujuan direalisasikan. Semua program yang harus dilaksanakan oleh manajemen perlu memperoleh dukungan dari semua unsur atau komponen yang ada dalam organisasi. Tanpa dukungan semua unsur atau komponen, pelaksanaan program-program manajemen tidak akan berhasil dengan baik.

Dalam koperasi, semua program manajemen harus memperoleh dukungan dari anggota. Untuk keperluan itu pihak manajemen memerlukan berbagai informasi yang berasal dari anggota, khususnya informasi tentang kebutuhan dan kepentingan anggota.

*Pada koperasi, anggota inilah yang menjadi titik awal yang menentukan proses partisipasi berlangsung. Sebagai pemilik anggota koperasi menginginkan koperasi menjadi sumber yang mampu meningkatkan usaha individunya. Sebagai pemilik anggota juga menginginkan koperasi mempunyai kemampuan dalam melayani kepentingannya melalui usaha-usaha yang efisien dan efektif. Untuk menunjang harapan tersebut anggota memberikan informasi, kontribusi permodalan, menentukan program-program yang harus dilaksanakan pihak manajemen dan mengawasi jalannya koperasi. Bila pihak manajemen koperasi (pengurus atau pengelola) tidak mampu menjalankan program-program yang di tentukan oleh anggota,anggota berhak untuk memberhentikan dan mengganti atau memilih pengurus atau pengelola yang baru.*

1. **RANGSANGAN PARTISIPASI**

Menurut Hanel (1989) intensif dan kontribusi anggota perseorangan terhadap koperasinya dapat dijelaskan secara singkat sebagai berikut:

1. Peningkatan pelayanan yang efesien melalui penyediaan barang dan jasa oleh perusahaan koperasi akan menjadi akan menjadi perangsang penting bagi anggota untuk turut memberikan kontribusinya bagi pembentukan dan pertumbuhan koperasi. Dalam hal ini intensitas perangsang yang dikehendaki para anggota itu, sangat berkaitan erat dengan seberapa jauh barang dan jasa tersebut:
2. Memenuhi kebutuhan yang secara subyektif dirasakan oleh masing-masing anggota, sehingga dapat meningkatkan kepentingan rumah tangga, usaha tani, atau unit usahanya.
3. Sama sekali tidak tersedia di pasar atau tidak disediakan oleh lembaga-lembaga pemerintah.
4. Disediakan dengan harga dan kualitas atau kondisi yang lebih menguntungkan dibanding dengan barang/jasa yang ditawarkan di pasar atau badan-badan pemerintah

Barang dan jasa yang disediakan oleh suatu perusahaan koperasi yang tidak memenuhi kebutuhan para anggotanya atau yang disediakan dengan harga lebih tinggi atau dengan kondisi yang lebih jelek daripada yang ditawarkan di pasar tentu saja bukan merupakan perangsang bagi anggota untuk berpartisipasi terhadap koperasi.

1. Kontribusi para anggota dalam pembentukan dan pertumbuhan perusahaan koperasi dalam bentuk sarana keuangan akan dinilai oleh mereka atas dasar biaya oportunitas (opportunity cost) yang mungkin akan mahal bagi para anggota yang miskin, terutama yang menyangkut sarana keuangan.
2. Partisipasi anggota dalam pengambilan keputusan seperti dalam penetapan tujuan dan dalam pengawasan tata kehidupan koperasinya (ditinjau dari sudut anggota) dapat merupakan suatu perangsang:
3. Apabila anggota dapat memasukan tujuan-tujuannya ke dalam koperasi menjadi tujuan kelompok koperasi dan organisasi koperasi yang bersangkutan, maka mereka mungkin akan mengganggap kesempatan partisipasi itu sebagai perangsang.
4. Jika partisipasi dalam rapat-rapat dan diskusi-diskusi kelompok memakan waktu dan akhirnya menimbulkan pula sejumlah beban biaya perjalanan dan sebagainya, maka anggota akan mempertimbangkan pula biaya opportunitas yang berkaitan dengan itu.

Oleh karena itu ditinjau dari sudut pandang para anggota perseorangan yang menilai keinginannya, maka dimensi partisipasi akan saling berkaitan satu dengan lain dan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. **Para anggota perseorangan akan berpartisipasi dalam kegiatan pelayanan perusahaan koperasi:**
2. Jika kegiatan tersebut sesuai dengan kebutuhannya,
3. Jika pelayanan itu ditawarkan dengan harga, mutu atau syarat-syarat yang lebih menguntungkan daripada yang diperolehnya dari pihak-pihak lain diluar koperasi.
4. Untuk maksud tersebut, para anggota harus menyetujui dan harus digerakkan melalui ketentuan-ketentuan organisasi untuk berperan serta dalam membiayai perusahaan koperasi, yang harus berusaha secara efisien, memiliki kapasitas yang cukup dan struktur organisasi yang sesuai serta manajemen yang profesional.
5. Hal itu berarti bahwa para anggota harus memiliki hak dan kesempatan serta termotivasi dan sanggup berpartisipasi dalam mengambil keputusan mengenai tujuan yang hendak dicapai dan dalam mengendalikan/mengawasi prestasi organisasi koperasi dan perusahaan koperasinya.
6. **CARA MENINGKATKAN PARTISIPASI**

langkah pertama adalah perlunya manajemen koperasi meningkatkan rangsangan-rangsangan insentif kepada anggota melalui peningkatan manfaat keanggotaan. Peningkatan manfaat keanggotaan secara operasional dapat dilakukan dengan berbagai macam cara tergantung dari situasi kondisi serta kemampuan koperasi. Namun beberapa kegiatan yang dapat dilakukan adalah :

1. Menyediakan barang-barang atau jasa-jasa yang dibutuhkan oleh anggota yang relatif lebih baik dari para pesaingnya di pasar.
2. Meningkatkan harga pelayanan kepada anggota, misalnya :
* Menetapkan harga jual yang relatif lebih murah dari harga umum,
* Harga beli yang relatif lebih tinggi dari harga umum,
* Pemberian bunga kredit yang lebih rendah dari harga umum,
* Pemberian bunga tabungan minimal sama dengan tingkat bunga umum disertai pelayanan yang lebih baik,
* Pemberian diskon atau potongan harga untuk anggota,
* Menurunkan biaya yang harus dibayar anggota pada saat pembelian barang atau penjualan bahan melalui pelaksanaan pembelian atau penjualan di tempat pelayanan anggota yang mendekati tempat tinggal anggota.
1. Menyediakan barang-barang yang tidak tersedia di pasar bebas wilayah koperasi atau tidak disediakan oleh pemerintah.
2. Berusaha memberikan deviden per anggota (SHU per anggota) yang meningkat dari waktu ke waktu.
3. Memperbesar alokasi dana dari aktivitas bisnis koperasi dengan nonanggota melalui pemberian kredit dengan bunga yang relatif lebih murah dan jangka waktu pengembalian relatif lama.
4. Menyediakan berbagai tunjangan (bila mampu) keanggotaan, seperti tunjangan hari raya, tunjangan kesehatan, dan lain-lain.
5. **BIAYA PARTISIPASI**

Biaya partisipasi adalah biaya yang timbul sebagai dampak keikutsertaan anggota dalam pengelolaan koperasi. Biaya ini tidak saja termasuk biaya penyelenggaraan rapat dan biaya perjalanan dalam rangka partisipasi. Biaya oportunitas yang dimaksud adalah kesempatan melaksanakan proses produksi yang hilang karena adanya proses partisipasi.

Efektivitas dan efesiensi pada koperasi pada dasarnya sangat ditentukan oleh ukuran koperasi, struktur keanggotaan, dan fungsi koperasi. Semakin besar ukuran koperasi, partisipasi akan semakin tidak efektif dan efesien, hal ini disebabkan:

1. Semakin besar ukuran koperasi akan semakin banyak anggotanya. Biaya partisipasi akan semakin besar karena efektivitas rapat akan semakin rendah. Misalnya biaya rapat untuk 20 anggota akan jauh lebih rendah daripada 3000 anggota. Demikian pula ide-ide yang datang dari 20 anggota akan lebih mampu direalisasikan dalam program kerja koperasi daripada ide yang datang dari 3000 anggota.
2. Ukuran koperasi yang besar memungkinkan anggota tersebar dimana-mana. Semakin besar koperasi, masalah ruang lingkup koperasi makin luas sehingga jarak menjadi masalah dan membawa dampak kepada waktu, energi, dan sumber-sumber. Bagi anggota yang jauh dari pusat koperasi akan dibebani oleh biaya partisipasi yang lebih besar daripada anggota yang dekat dengan pusat koperasi. Semakin jauh anggota dari pusat koperasi akan semakin banyak biaya transportasi yang dikeluarkan dalam rangka partisipasi. Itu berarti biaya partisipasi akan semakin besar. Bila ini terjadi, saran, pendapat, dan ide-ide dari anggota tidak akan efektif, sehingga biaya partisipasi anggota akan semakin besar.
3. Semakin besar ukuran koperasi, akan semakin kompleks permasalahan dalam koperasi itu. Untuk mengatasi itu, diperlukan manajemen yang profesional di bidang koperasi. Akibatnya hubungan anggota dengan pihak manajemen akan semakin renggang. Pola pengambilan keputusan yang semula mengikutsertakan anggota, sedikit demi sedikit terkurangi sampai akhirnya manajemen semakin berparan dalam pengambilan keputusan.
4. Semakin besar ukuran koperasi, semakin banyak anggota yang menjadi anggota tidak aktif. Mereka akan menjadi pembonceng atau “free riders” yakni berusaha memperoleh manfaat dengan mengurangi partisipasi.

*Faktor lain yang mempengaruhi efesiensi dan efektivitas partisipasi adalah fungsi koperasi. Fungsi koperasi dalam hal ini diartikan sebagai kegiatan yang dilaksanakan oleh koperasi itu sendiri seperti penyediaan saranan produksi, kredit, pelayanan jasa kelistrikan, pertokoan dan lain-lain. Semakin banyak fungsi koperasi akan semakin tidak efektif partisipasi itu karena akan bertambah banyak konflik dalam koperasi. Oleh karena itu koperasi multipurpose biasanya lebih mengundang konflik daripada koperasi yang single purpose. Dalam multipurpose ada kemungkinan anggota harus mengikuti kegiatan yang tidak diperlukan sehingga biaya partisipasi semakin besar.*

1. **MODEL KESESUAIAN DALAM PARTISIPASI**

Menurut Ropke (1985) pada dasarnya kualitas partisipasi tergantung pada interaksi 3 variabel, yaitu :

1. Para anggota,
2. Manajemen koperasi, dan
3. Program

Terakhir harus ada kesesuaian antara progaram manajemen, di mana tugas dari program harus sesuai dengan kemampuan manajemen untuk melaksanakan dan menyelesaikannya. Jadi efektivitas partisipasi merupakan fungsi dari tingkat kesesuaian antara anggota, manajemen dan program, atau:

P= f (a., m, p)

Dimana : P = Partisipasi

 a = Anggota

 m = Manjaemen

 p = Program

Bila digambarkan dalam sebuah diagram maka model kesesuaian tersbut sebagai berikut:

Program

Keberhasilan

Partsipasi

Manajemen Koperasi

Para Anggota

Voice

Vote

Exit

Alat-alat Partisipasi

Gambar 5.4

Model Kesesuaian (fit) Partisipasi

Ada tiga alat utama di mana anggota koperasi dapat mengusahakan agar di dalam keputusan yang diambil manajemen tercermin keinginan dan permintaan anggota. Ketiga alat tersebut “voice, vote, dan exit” atau hak mengeluarkan pendapat, hak suara dalam pemilihan, dan hak keluar. Dengan voice, anggota koperasi dapat mempengaruhi manajemen dengan mengemukakan pertanyaan atau usul, memberikan informasi atau kritik-kritik. Dengan vote, anggota dapat mempengaruhi siapa yang akan dipilih sebagai pengurus atau manajer, badan pemeriksa atau panitia-panitia lain dalam koperasi. Dengan exit, anggota dapat mempengaruhi manajemen dengan cara menginggalkan (keluar) sebagai anggota atau dengan membeli lebih sedikit kepada koperasi dan lebih banyak kepada pedagang saingannya atau dengan mengancam tidak melakukan atau mengurangi aktivitas-aktivitas dengan koperasi (menjadi anggota pasif)

Dengan demikian, partisipasi akan efektif bila:

1. Manajemen mampu melaksanakan tugas dari program yang ditetapkan.
2. Keputusan program manajemen mencerminkan hasrat permintaan anggota, dan
3. Hasrat permintaan anggota akan tercermin dalam keputusan program manajemen.

Kesesuaian antara program, manajemen dan kebutuhan anggota akan terjadi apabila mekanisme pengendalian (partisipasi) voice, vote, dan exit dapat berjalan. Disamping itu mekanisme partisipasi akan berfungsi apabila pengaruh lingkungan yaitu peranan pemerintah dan tekanan persaingan pasar dapat berjalan sesuai dengan penerapan yang konsisten dari prinsip keanggotaan terbuka dan sukarela serta prinsip manajemen demokrasi.

**B. JARINGAN USAHA KOPERASI**

Latar belakang Jaringan Usaha KOperasi (JUK) adalah Gerakan Koperasi Indonesia memiliki potensi yang besar dilihat dari segi kuantitas, dimana terdapat 100 ribu koperasi dan kurang lebih  27 juta anggota perorangan. Namun potensi ini belum dapat dimanfaatkan secara optimal.

Keberadaan  JUK (Jaringan Usaha Koperasi) sangat penting dan strategis untuk mengoptimalkan potensi-potensi tersebut.

Agar  JUK dapat bekerja dan beroperasi secara efektif, serta manfaatnya dapat dirasakan oleh gerakan koperasi, ***maka JUK memiliki tujuan penting yang ingin diraih, yaitu:***

     1.  Penguatan kelembagaan  JUK yang dimulai dari  JUK  Nasional hingga  JUK Daerah, yang berkaitan dengan SDM, Fasilitasi, dan  sistem yang solid.

   2.  Fasilitasi pengembangan program kerja yang langsung berkaitan dengan kepentingan gerakan koperasi.

Mengantisipasi persaingan pasar bebas clan dalam upaya menghadapi era globalisasi ekonomi, maka Pengusaha Menengah, Kecil clan Koperasi dituntut untuk clapat memiliki kapasilis clan days saing usaha yang lebih balk melalui pembaharuan pada sistem perencanaan clan manajemennya.

Jaringan Usaha Koperasi merupakan kerjasama bisnis dari paling sedikit tiga Koperasi/usaha untuk meraih peluang bisnis terutama secara lebih kompetitif, tanpa melepaskan identitas dan independensi dari masing-masing usaha yang terkait. Jaringan Usaha Koperasi merupakan wujud keinginan dari masing-masing anggota dalam upaya menjawab tantangan clan peluang usaha. Melalui kerjasama ini masing-masing Koperasi clapat berbagi risiko, mengurangi biaya, meningkatkan labs dan meningkatkan kemampuan terutama dalam mengatasi masalah klasik seperti kekurangan modal, kelangkaan tehnologi dan kelemahan pemasaran.

Jaringan Usaha Koperasi bukan merupakan konsep barn, akan tetapi telah sejak lama dilaksanakan :

Pada usaha bangunan, *joint-venture* antara arsitek, insinyur, clan pekerja bangunan merupakan suatu bentuk kerjasama.

Pada usaha pariwisata, kerjasama untuk pemasaran daerah tujuan wisata secara bersama adalah hal biasa.

Tidak seperti bentuk kerjasama pada umumnya, Jaringan Usaha Koperasi dibentuk lebih fieksibel dan tidak birokratis. Dalam hal ini masing-masing peserta dapat sating terbuka dalam pembuatan keputusan, perencanaan dan pelaksanaan strategi. Jaringan Usaha Koperasi dapat mengembangkan tujuannya secara lebih lugs, sesuai dengan kebutuhan masing-mashg pesertanya. Struktur Organisasi clapat berupa formal ataupun informal.

**1. MANFAAT PROGRAM JARINGAN USAHA KOPERASI**

Ada beberapa manfaat dari Jaringan Usaha Koperasi yang antara lain adalah sebagai beikut:

1. Masing-masing Koperasi dapat saling belajar satu dengan lainnya.
2. Koperasi peserta program semakin mempererat kerjasarna dengan pars penyalur, sehingga akan meningkatkan kemampuan Koperasi dalam pengadaan barang secara repot den tepat sesuai dengan permintaan pelanggan.
3. Koperasi dapat mewujudkan skala ekonomis produksi, pengembangan produk dan pemasaran.

d. Koperasi dapat menciptakan peluang pasar terhadap produk dan pelayanan

e. Memperkuat daya tawar menawar dalam pembelian barang

f. Meningkatkan persaingan, balk dalam pasar dalam negeri maupun luar negeri

**2. JENIS KERJASAMA DALAM JARINGAN USAHA KOPERASI**

Proyek yang biasanya dijalankan dengan Jaringan Usaha Koperasi biasanya dibentuk menjadi tiga kategori dan beberapa kemungkinan Jenis kerjasama antara lain adalah sebagai berikut:

**Jenis Kerjasama Masukan**

* Gabungan pembelian
* Pelatihan tenaga kerja
* Gabungan bidang keuangan
* Penelitian dan pengembangan
* Keterbukaan sumber daya, keterampilan dan informasi
* Indentifikasi peluang pasar
* Keterkaitan sub kontraktor dan penyalur

**Jenis Kerjasama Operasional**

* Gabungan pengelalaan
* Industri gabungan
* Peralihan teknologi dan penyebarannya
* Standar kualitas global (TQM / ISO 1400)
* Proyek pengurangan biaya
* Peningkatan produktivitas
* *Bencmarking* tingkat internasional

**Jenis Kerjasama Keluar**

* Pembaruan dan perencanaan
* Mengomersialkan produk dan pelayanan baru
* Pergantian impor
* Pemasaran
* Ekspor
* Pemecahan masalah

**3. STRUKTUR JARINGAN USAHA KOPERASI**

**a. Secara Organisasi**

a). Dalam struktur Jaringan Usaha Koperasi secara organisasi maka dalan kerjasama ini antar koperasi tidak atau tanpa melakukan pembentukan organisasi baru. Dalam menjalankan kegiatan atau fungsi khusus, dilaksanakan secara bersama melalui persetujuan Koperasi peserta Jaringan.

**KOPERASI 1**

**KOPERASI 1**

**KOPERASI 1**

**KOPERASI 1**

b).Dalam Jaringan Usaha Koperasi ini kerjasama antar Koperasi dilakukan melalui pembentukan organisasi baru. Dalam menjalankan kegiatan atau fungsi khusus, dilaksanakan oleh organisasi baru di mans anggota dapat mengawasinya secara langsung.

**KOPERASI 1**

**K**

**O**

**P**

**E**

**R**

**A**

**S**

**I**

**2**

**K**

**O**

**P**

**E**

**R**

**A**

**S**

**I**

**4**

**ORGANISASI**

**GABUNGAN**

**KOPERASI 3**

**b. Secara Fungsional**

**a). Jaringan Kerja Produksi**

Secara fungsional jaringan kerja produksi ini Koperasi-Koperasi ini bekerjasama dalam bidang produksi dengan mengupayakan kombinasi dari sumber daya dan ketrampilan, temasuk pads personiinya, kemampuan produksi, tehnologi dan informasi. Dimungkinkan oleh koperasi-koperasi tersebut untuk rnampu mencapai tahapan produksi yang dibutuhkan untuk meraih pangsa pasar baru, balk di dalam maupun di luar negeri.

**b). Jaringan Kerja Pelayanan**

Secara fungsional jaringan kerja pelayanan ini Koperasi-Koperasi mengupayakan kombinasi melalui penggabungan berbagai sumber daya untuk memberikan pelayanan pads masing-masing anggota. Dalam hal ini, masing-masing anggota dapat bekerjasama dalam bidang pembelian, administrasi atau pelayanan pemasaran.

**c). Jaringan Kerja Terpimpin**

Secara Jungsional dalam Jaringan kerja terpimpin biasanya diawali oleh Koperasi besar sebagai pemimpin untuk meyakinkan bahwa para penyalur dapat menyesuaikan dalam segi kualitas, kuantilas dan jadwal kerja koperasi tersebut. Keuntungan bagi pemimpin tersebut adalah sebagai sumber penyalur yang lebih percaya. Keuntungan bagi para penyalur adalah memperoleh pemasaran yang jelas, dan biasanya meningkatkan teknik manajemen dan produksi.

**C. Secara Struktural**

Dalam Jaringan Usaha Koperasi secara struktural berlandaskan pads hubungan kerjasama antara anggota, di analisis menurut posisinya masing-masing dalam rangkaian rantai penyalur. Dalam hal ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

**a). Vertikal**

Dalam kerjasama ini antara Koperasi-Koperasi primer dan Koperasi-Koperasi skunder yang sejenis. Dalam hal ini posisi masing-masing tidak sejajar untuk sating mendukung dalam upaya pencapaian tujuan yang sama

**OUTPUT**

**OUTPUT**

**KOPERASI 1**

**KOPERASI 2**

**KOPERASI 3**

**b). Horizontal**

Dalam kerjasama ini antara Koperasi primer dengan Koperasi primer, atau Koperasi sekunder dengan koperasi sekunder lainnya. Dalam hal ini, posisi masing-masing sama atau sejajar dalam upaya pencapaian tujuan yang sama.

**OUTPUT**

**KOPERASI**

**4**

**KOPERASI**

**3**

**KOPERASI**

**2**

**KOPERASI**

**1**

**c). Campuran**

Dalam kerjasama ini merupakan campuran antara hubungan kerjasama vertikal clan horizontal dalam upaya pencapaian tujuan yang sama.

**OUPUT**

**KOPERASI**

**1**

**KOPERASI**

**2**

**KOPERASI**

**5**

**KOPERASI**

**3**

**KOPERASI**

**4**

**4. TAHAPAN PROGRAM JARINGAN USAHA KOPERASI**

**a. Tahap Kelayakan Usaha**

Dalam tahap ini studi kelayakan disusun oleh konsultan berdasarkan masukan dari peserta jaringan kerja. Laporan kelayakan berisi antara lain Tujuan Usaha, Kegiatan yang akan dilakukan, Kontribusi masing-masing peserta, Analisis Pasar, Analisis Keuangan, Analisis Produksi clan berbagai analisis lainnya yang dibutuhkan di dalam studi kelayakan usaha.

**b. Tahap Rencana Usaha**

Dalam tahap rencana usaha ini masih dibantu oleh konsultan lapangan, clan pada tahap ini Jaringan Usaha Koperasi membuat Rencana Usaha yang didalamnya berisi antara lain : Kegiatan Usaha yang terinci, Proyeksi Keuangan, Rencana Produksi, Rencana Pemasaran, clan Struktur Organisasi usaha beserta uraian tugas clan personil yang dibutuhkan.

**c. Tahap Pelaksanaan Usaha**

Dalam tahap pelaksanaan usaha ini dilakukan dengan atau tanpa bantuan konsultan. Pada tahap ini Jaringan Usaha Koperasi mulai berfungsi menjalankan rencana usahanya. Pada tahap ini jaringan kerja membutuhkan pengelola usaha yang profesional. Konsultan lapangan adalah tenaga profesional yang direkrut program untuk memfasilitasi pembentukan clan penyusunan kegiatan jaringan kerja pada tahap kelayakan clan tahap rencana usaha. Konsultan harus memiliki latar belakang bisnis yang memadai. Kinerja konsultan diukur dari keluaran yang dihasilkan, yaitu dari L aporan Studi Kelayakan Usaha dalam tahap pertama clan Rencana Usaha dalam tahap kedua.

**C. ORGANISASI KOPERASI SEBAGAI SARANA KEBIJAKAN PEMBANGUNAN NASIONAL**

 Perbedaan penting mengenai koperasi sebagai sarana pemerintah, sebagai sarana swadaya yang otonom dari para anggota, dan koperasi yang diawasi Negara.

1. Koperasi sebagai sarana pemerintah, dimana pemerintah mempengaruhi atau mengawasi organisasi ini secara langsung dan secara administrasi untuk melaksanakan tugas-tugas khusus dan kegiatan-kegiatan tertentu dalam rangka menerapkan kebijakan dan program pembangunan.
2. Koperasi dipertimbangkan pemerintah sebagai alat swadaya para anggotanya, dan mencoba mempengaruhi secara tidak langsung agar menunjang kepentingan para anggotanya dan untuk meransang timbulnya dampak-dampak yang berkaitan dengan pembangunan. Dengan demikian, pemerintah memerhatikan otonomi dari organisasi ini dalam rangka menetapkan tujuan –tujuannya dan dalam melakukan mengenai kebijakan-kebijakan bisnis usahanya.
3. Koperasi diawasi Negara, dimana pengaruh administrasi pemerintah secara langsung terhadap penetapan tujuan dan pengambilan keputusan usaha pada organisasi-organisasi koperasi sering diterapkan. Khususnya di sector pertanian oleh organisasi-organisasi koperasi sering diterapkan. Khususnya di sektor pertanian oleh negara-negara yang sedang berkembang yang mengikuti konsepsi pembangunan atas dasar sistem perekonomian pasar atau perekonomian campuran. Pemerintah-pemerintah tersebut sering mencampurkan tindakan-tindakan administrasi langsung dan tidak langsung dalam membimbing dan mengawasi pembentukan dan kegiatan koperasi pedesaan, yang diarahkan untuk melaksanakan fungsi-fungsi sebagai alat pelaksana berbagai kebijakan dan program pembangunan pertanian

Koperasi-koperasi tersebut “diawasi negara” sampai pada suatu tingkatan di mana tujuan-tujuan operasional dan kegiatan-kegiatannya secara resmi ditetapkan oleh berbagai kebijakan dan program pembangunan pemerintah (yang sering direncanakan dari pusat dan dilaksanakan secara adminstratif) atau secara tidak resmi, tetapi secara langsung dipengaruhi oleh administrasi pembangunan pemerintah atau semi pemerintah yang bertanggung jawab atas pelaksanaan kebijakan dan program yang bersangkutan, dan yang cenderung menggunakan koperasi sebagai agennya yang bekerja pada tingkat local.

Sesuai dengan structural pengambilan keputusan, komninasi, dan motivasi yang secara nyata disusun, koperasi “yang diawasi Negara” itu kelihatannya sering lebih menyerupai “organisasi-organisasi pembangunan pemerintah dan semi pemerintah”. Organisasi ini beroperasi sebagai alat pemerintah dan karenanya tidak bebas dalam memutuskan tujuan-tujuannya secara otonom, melainkan memperoleh tanggung jawab untuk melaksanakan tugas-tugas khusus yang ditetapkan dan diawasi oleh para pejabat atau lembaga pemerintah, yang berwenang melakukan pengawasan itu.

**KONSEPSI Pembangunan Organisasi koperasi**

Suatu konsepsi pemerintah yang konsisten dan bersifat umum mengenai usaha yang mendorong secra tidak langsung pertumbuhan secara bertahapdan pengembangan sendiri dari organisasi-organisasi koperasi terdiri atas.

1. Penggabungan-penggabungan secara sistematis dari berbagai kebijakan untuk menciptakan kondisi-kondisi pokok, yang disesuaikan dengan situasi social ekonomi dan budaya Negara-negara yang bersangkutan
2. Menunjang pertumbuhan secara bertahap organisasi swadaya dan gerakan koperasi.

Kebijakan-kebijakan pokok pemerintah, yang bersifat instrumental bagi penciptaan berbagai kondisi pokok yang sesuai bagi pertumbuhan bertahap organisasi-organisasi swadaya koperasi secra singkat diuraikan sebagai berikut.

1. Peraturan-peraturan resmi dan ketentuan-ketentuan perundang-undangan yang memadai bagi perintisan dan pengembangan sendiri organisasi swadaya koperasi dan gerakan koperasi.
2. Fasilitas-fasilitas berupa informasi, pendidikan dan latihan bagi (calon) anggota, pengurus, manajemen organisasi-organisasi swadaya koperasi, juga untuk orang-orang yang bertindak sebagai promotor-promotor usaha swadaya, yang dipekerjakan pada berbagai lembaga pengembangan usaha swadaya.
3. Fasilitas menyangkut pelayanan *auditing* dan konsultasi maupun bantuan manajemen, yang mungkin diperlukan secara khusus dalam proses pembentukan organisasi.
4. Perlakuan yang sama atau yang bersifat preferensi, jika organisasi-organisasi pemerintah atau semi pemerintah mebeli atau memasarkan barang dan jasa
5. Keringanan pembebasan pajak
6. Bantuan-bantuan keuangan dalam bentuk kredit, subsidi, dan donasi untuk kasus-kasus tertentu.
7. Peraturan-peraturan *antitrust* dan ketentuan-ketentuan yang mencegah perusahaan-perusahaan Negara dan swasta menyalahgunakan kekuatan pasarnya yang bersifat perusahaan-perusahaan koperasi yang baru tumbuh.
8. Struktur-struktur lembaga-lembaga pengembangan swadaya yang melaksanakan secara efisien tugas-tugas yang mendukung dan melindungi pembentukan organisasi-organisasi swadaya yang beroperasi secara efisien, otonom, dan berorientasi pada anggota.

**Sebab-sebab Kegagalan Organisasi Koperasi**

Sebab utama dari kegagalan usaha pengembangan koperasi yang disponsori pemerintah adalah adanya kenyataan bahwa banyak proyek dilaksanakan tanpa memperhatikan apakah persyaratan-persyaratan minimum bagi peertumbuhan koperasi tersebut sudah dipenuhi atau belum. Kebijaksanaan itu didasarkan pada anggapan, bahwa jika persyaratan-persyaratan minimum itu tidak dapat dipenuhi, maka kekurangan itu selama jangka waktu tertentu dapat diganti dengan bantuan-bantuan pemerintah sebagai berikut.

* Prakarsa untuk membentuk koperasi diganti dengan aktivitas-aktivitas dari pegawai dinas pengembangan koperasi.
* Kemampuan untuk memberikan kontribusi terhadap modal koperasi diganti dengan donasi-donasi pemerintah atau pinjaman-pinjaman lunak.
* Keterampilan manajemen untuk menjalankan perusahaan koperasi diganti oleh pegawai-pegawai pemerintah
* Efisiensi ekonomis perusahaan koperasi dalam hubungan dengan dan untuk kepentingan anggota diciptakan secara semu melalui pemberian hak-hak istimewa, seperti pengecualian pajak, monopoli untuk mengusahakan produk-produk tertentu, audit tanpa pembayaran imbalan jasa dan sebagainya
* Setelah jangka waktu tertentu, diharapkan bahwa koperasi-koperasi yang didukung dengan bantuan pemerintah itu dapat mengubah dirinya sendiri melalui suatu proses yang berlangsung secara otomatis menjadi organisasi-organisasi yang benar-benar dapat berdiri sendiri

Namun, pengalaman menunjukan bahwa proses perubahan itu tidak terjadi, kecuali jika bantuan pemerintah itu diberikan secara sistematis mencipatakan persyaratan-persyaratan yang diperlukan bagi pertumbuhan koperasi, yaitu:

* Hanya menunjang kegiatan-kegiatan koperasi yang berkaitan langsung dengan kepentingan-kepentingan para anggota
* Mendorong para anggota untuk berperan serta dalam pemilihan pengurus, pengawas, dan dalam pengambilan putusan.
* Membiarkan suatu tingkat otonomi tertentu kepada koperasi-koperasi itu dalam perencanaan dan pengambilan keputusan, sehingga kegiatan-kegiatan ekonominya selalu dapat disesuaikan dengan kepentingan-kepentingan ekonomi para anggotanya.

**Persyaratan-persyaratan bagi terbentuknya dan pertumbuhan koperasi:**

1. Terdapat sejumlah (calon) anggota yang cukup dan tidak puas dengan keadaan ekonomi dan sosial yang ada dan bertujuan secara aktif memperbaikinya.
2. Mereka memiliki gagasan-gagasan konkret mengenai koperasi sebagai suatu sarana yang sesuai untu mewujudkan kepentingan-kepentingan bersama.
3. Terdapat keuntungan-keuntungan dari kerja sama yang potensial, yang dapat diwujudkan bagi kemanfaatan mereka.
4. Mereka menganggap pembentukan koperasi adalah alternatif terbaik untuk mencapai tujuan-tujuannya.
5. Mereka bersedia untuk bekerja sama dan membentuk satu kelompok koperasi.
6. Mereka cukup termotivasi dan mampu untuk berpartisipasi dalam pebentukan suatu perusahaan koperasi dan untuk memberikan terlebih dahulu kontribusinya yang bersifat pribadi dan keuangan yang dibutuhkan untuk maksud tersebut
7. Tidak ada kaidah tradisional maupun ketentuan dan peraturan hukum yang menghalangi suatu organisasi swadaya koperasi yang baru, yang dapat dikatakan sebagai suatu inovasi terhadap lingkungan setempat.

Melalui kebijaksanaan semacam ini prioritas dapat diberikan kepada tindakan-tindakan yang mengurangi kesenjangan yang ada dalam bidang sosial dan ekonomi. Usaha usaha secara langsung untuk membantu pengembangan koperasi dari bawah harus dilakukan dengan menyediakan landasan perundang-undangan dan mekanisme administrasi yang sesuai dengan usaha untuk menunjang perkembangan prakoperasi. Ini dapat dilaksanakan dengan mendirikan pusat-pusat pengembangan koperasi, dengan menyelenggarakan pendidikan dan program latihan secara intensif dan dengan membiayai lembaga-lembaga pendidikan, latihan, dan penelitian koperasi.

Suatu dengan kebijakan ini, sebaliknya pemerintah memusatkan perhatiannya pada usaha-usaha yang membantu mempersiapkan landasan bagi pengembangan koperasi dan menciptakan suatu iklim di mana kopersi dapat tumbuh atas kekuatan sendirinya.

**Sikap Pemerintah terhadap Gerakan Koperasi**

 Koperasi pada umumnya diberikan status badan hokum sesuai dengan Undang-Undang yang ada atau sesuai dengan system yang sudah ada dan sudah mantap digunakan di Negara yang bersangkutan sebelum adanya perkumpulan koperasi. Tetapi dengan adanya koperasi dan perkembangan yang cepat, serta memiliki sifat yang khusus yang tidak dimiliki oleh usaha lain, maka dalam perkembangannya dikeluarkanlah peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang perkoperasian oleh pemerintah. Perundang-undangan ini ada yang berdiri sendiri dan langsung mengatur koperasi di Negara yang bersangkutan, tetapi ada yang hanya dititipkan permasalahan koperasi ke dalam perundang-undangan yang lain.

 Dalam perkembangannya meskipun pemerintah di masing-masing Negara telah membuat undang-undang tentang perkoperasian, dalam praktiknya terdapat perbedaan dalam sikap pemerintah terhadap gerakan koperasi di masing-masing Negara. Sikap pemerintah dalam gerakan koperasi menurut hendrojogi (2000;289) dapat di kelompokkan dalam 4 macam, antaralain:

1. Sikap pemrintah yang netral;
2. Sikap yang menghambat atau menghalang-halangi;
3. Sikap pemerintah yang membantu dan mendorong pertumbuhan dan perkembangan gerakan koperasi;
4. Sikap pemerintah yang ingin menjadikan koperasi sebagai alat untuk melaksanakan kebijakan nasional nya.
5. **Sikap Pemerintah yang Netral**

 Dengan sikap yang netral ini artinya pemerintah tidak memberikan perhatian dan pengakuan yang khusus kepada koperasi dan umumnya mereka juga tidak mengeluarkan perundang-undangan khusus tentang perkoperasian di negaranya. Disini koperasi diperlakukan sama dengan usaha-usaha lain yang mencari keuntungan atau bisa sebagai zedelijklichaam, tergantung pada system yang bisa diikuti Negara yang bersangkutan.

1. **Sikap Pemerintah yang Menghambat dan/atau Melarang Pertumbuhan dan perkembangan gerakan koperasi**

Sikap pemerintah yang menghambat dan melarang pertumbuhan dan perkembangan koperasi, umumnya diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu:

1. Sikap pemerintah yang menghambat yaitu dengan tidak memberikan kemudahan-kemudahan bagi pertumbuhan dan perkembangan kopersai, seperti yang dialami oleh gerkan kopersai di Indonesia pada jaman penjajahan Belanda
2. Sikapa pemerintah yang melarang, yang diwujudkan dalam bentuk kebijakan pemerintah yang menyatakan jelas-jelas melarang adanya perkumpulan kopersai, seperti yang dialami Indonesia pada waktu penjajahan Jepang
3. **Sikap Pemerintah yang Membantu Gerakan Koperasi**

Pada umumnya Negara-negara maju mempunyai sikap yang positif terhadap gerakan koperasi, dalam arti pemerintah mendukung pertumbuhan dan perkembangan koperasi diserati dengan pemberian bantuan. Pada umumnya bantuan-bantuan yang diberikan kepada koperasi bai di Negara-negara maju maupau yang sedang berkembang diwujudkan dalam bentuk sekedar memberikan landasan bagi kedudukan hokum kepada koperasi, memberikan petunjuk-petunjuk opersaional, memberikan fasilitas-fasilitas, sampai dengan memanjakan koperasi.

Mekipun perundang-undanga tentang perkoperasian di Negara-negara bagian tersebut tedapat perbedaan, namun pada umumnya undang-undang di Negara-negara bagian tersebut mempunyai persamaan hal penanganan non stock cooperatives yang diorganisisr berdasarkan saling memberikan keuntungan kepada anggota dan sifat non-profit.

1. **Sikap pemerintah yang ingin menjadikan koperasi sebagai alat untuk melaksanakan kebijakan nasional nya**

 Pada umumnya di Negara - Negara yang sedang berkembang, seperti Negara - Negara di Afrika dan Negara - Negara di Asia, undang - undang atau peraturan tentang perkoperasian yang di ciptakan oleh pemerintah bersifat sangat mendetail. Sikap yang demikian ini mungkin bisa di berikan jika di dalam Negara yang bersangkutan , jumlah warga yang terdidik atau tenaga pemimpin adalah langka dan sebagian besar rakyatnya masih buta huruf .Hubungan pemerintah dengan gerakan koperasi di Negara - Negara tersebut umumnya sangat formal. Selanjutnya, dalam perkembangannya pejabat - pejabat pemerintah mulai mengawasi kegiatan koperasi ,termasuk di dalamnya penempatan pegawai/personalia dalam koperasi atau setidak - tidaknya memberikan persetujuan dalam pengangkatan pegawai/personalia dalam organisasi koperasi. Undang -undang atau Peraturan yang dibuat terlalu mendetail ,menjadikan campur tangan pemerintah dalam kehidupan koperasi makin mendalam dan akhirnya koperasi dijadikan alat dari pemerintah untuk mencapai tujuan dari kebijakannya.

 Bagi gerakan koperasi kondisi yang demikian ini akan menciptakan dualisme dalam usaha pembangunan /pengembangan koperasi . Kondisi yang demikian ini banyak di alami oleh koperasi - koperasi pertanian di Negara - Negara Afrika. Koperasi - koperasi pertanian di Negara - Negara tersebut sedikit banyak merupakan subyek dari program *comprehensive* pemerintah yang di kaitkan dengan kebijakan pembangunan ekonomi dan sosialnya.

 Dalam keadaan demikian masyarakat koperasi di satu pihak pemerintah yang bertanggung jawab terhadap kebijakan pembangunan ekonomi sosialnya.Masing - masing pihak mempunyai harapan dan keinginan sendiri - sendiri yang ingin di capainya . Koperasi yang berasaskan sukarela ingin mengembangkan dan membangun organisasi dan usahanya seperti yang di amanatkan oleh Rapat anggota, di samping ada tujuan lain yang ingin di capainya, dimana pengurus akan menentukan dan merumuskan kebijakannya,dengan berlandaskan pada asas - asas koperasi dan merujuk pada anggaran dasar organisasi . Kebijakan tersebut disebut sebagai kebijakan mikro dari rencana pembangunan koperasi (*micropolic* *of cooperative development*). Di lain pihak pemerintah dalam rangka pembanguanan ekonominya,yang umumnya mencakup pembangunan sektor pertanian (*agricultural development*),juga menggariskan kebijakan untuk mengembangkan koperasi - koperasi pertanian ,kebijakan ini disebut sebagai *macropolicy of cooperative development.*

 Permasalahan yang timbul adalah,,dapatkah kebijakan mikro dari rencana pengembangan koperasi tersebut dipertemukan dengan kebijakan makro dari rencana pengembangan koperasi? Atau bisakah kebijakan mikro dari rencana pengembangan koperasi tersebut sejalan dengan kebijakan dari pemerintah ? Kedua - duanya baik pemerintah maupun gerakan koperasi tentunya mempunyai tujuan yang baik . hanya sasarannya yang mungkin berbeda. Dalam hal keduanya mempunyai sasaran yang sama , maka akan lebih mudah bagi pemerintah untuk menggunakan koperasi sebagai alat untuk melaksanakan kebijakan nasionalnya.

 Keadaan demikian pernah di alami oleh gerakan koperasi Indonesia, khususnya denagn koperasi Unit Desa (KUD) meskipun penggunaan koperasi sebagai alat dari pemerintah untuk mencapai tujuan hanya bersifat parsial, yaitu ketika pemerintah menggunakan KUD sebagai alat untuk mendistribusikan pupuk kepada petani,dengan harga bersaing . Bahakan untk melaksanakannya KUD pada lini ke-4 (di tingkat desa) diberikan kedudukan monopoli untuk menyalurkan pupuk kepada para petani. Dalam hal campur tangan pemerintah telah memberikan hasil yang positif,kedua belah pihak tidak dirugikan, bahkan mereka mendapatkan keuntungan dan hikmahnya . Tetapi tidak jarang bahwa sasaran kebijakan micro dari rencana pengembangan koperasi tersebut tidak sejalan dengan kebijakan makro dari rencana pengembangan sektor pertanian dari pemerintah . Misalnya kebijakan makro dari rencana pembangunan sektor pertanian, pemerintah menjadikan perbaikan dari koperasi - koperasi pertanian adalah perbaikan pemasarannya. Hal ini tentunya akan menjadi permasalahan bagi koperasi - koperasi yang bersangkutan, karena ini menyangkut masalah efisiensi koperasi.

**D. Fungsi Koperasi dalam Ekonomi Pasar**

Dalam konteks ekonomi pasar koperasi sebagai asosiasi perorangan harus dilihat sebagai organisasi atau metode menjalankan usaha untuk melakukan kerjasam pasar dan anggotanya sebagai pelaku ekonomi. Pelaku pasar adalah para produsen atau konsumen selain pemerintah yang disemua Negara berperan melalui pelaku ekonomi, melalui aktivitas produksi dan konsumsinya.

1. **Koperasi dalam Pasar Persaingan Sempurna**

Bila koperasi memasuki pasar persaingan sempurna maka koperasi akan bersaing secara sempurna dengan para pesaing di pasar. Artinya secara umum koperasi tidak dapat menentukan harga untuk produk yang dijualnya. Alasannya adalah, jika koperasi menetapkan lebih tinggi dari pada harga pasar maka banyak pelangan yang akan beralih kepenjual lain. Sebaliknya jika koperasi menetapkan harga dibawah harga pasar yang berlaku, maka sebenarnya koperasi dapat menderita kerugian, karena pada harga pasar yang berlakupun semua barang dapat terjual.

Pada pasar persaingan sempurna, persaingan harga tidak akan cocok untuk masing-masing penjual (termasuk koperasi), yang memungkinkan adalah bersainggan dalam biaya. Semakin efisien seorang penjual akan semakin tinggi tingkat kemampuan penjual tersebut dalam bersaing.

* Perusahaan adalah pengambil harga

Pengambil harga atau price taker berarti suatu perusahan yang ada di dalam pasar tidak dapat menentukan atau mengubah harga pasar. Apa pun tindakan perusahaan dalam pasar, ia tidak akan menimbulkan perubahan ke atas harga pasar yang berlaku. Harga barang di pasar ditentukan oleh interaksi diantara keseluruhan produsen dan keseluruhan pembeli. Seorang produsen terlalu kecil peranannya didalam pasar sehingga tidak dapat mempengaruhi penentuan harga atau tingkat produksi dipasar. Peranannya sangat kecil tersebut disebabkan karena jumlah produksi yang diciptakan produsen merupakan sebagian kecil saja dari keseluruhan jumlah barang yang dihasilkan dan diperjual-belikan.

* Setiap perusahaan mudah keluar atau masuk

Sekiranya perusahaan mengalami kerugian, dan ingin meninggalkan industri tersebut, langkah ini dapat dengan mudah dilakukan. Sebaliknya apabila ada produsen yang ingin melakukan kegiatan di industri tersebut, produsen tersebut dapat dengan mudah melakukan kegiatan yang diinginkannya tersebut. Sama sekali tidak terdapat hambatan-hambatan, baik secara legal maupun dalam bentuk lain secara keuangan atau secara kemampuan teknologi, misalnya kepada perusahaan-perusahaan untuk memasuki atau meninggalkan bidang usaha tersebut.

* Menghasilkan barang serupa

Barang yang dihasilkan berbagai perusahaan tidak mudah untuk dibeda-bedakan. Barang yang dihasilkan sangat sama atau serupa. Tidak terdapat perbedaan yang nyata diantara barang yang dihasilkan suatu perusahaan lainnya. Barang seperti itu dinamakan dengan istilah barang identical atau homogenous. Karena barang-barang tersebut adalah sangat serupa para pembeli tidak dapat membedakan yang mana dihasilkan produsen A atau B atau produsen yang lainnya. Barang yang dihasilkan seorang produsen merupakan pengganti sempurna kepda barang yang dihasilkan oleh produsen-produsen lain. Sebagai akibat dari efek ini, tidak ada gunanya kepada perusahaan-perusahaan untuk melakukan persaingan yang berbentuk persaingan bukan harga atau nonprice competition atau persaingan dengan misalnya melakukan iklan dan promosi penjualan. Cara ini tidak efektif untuk menaikkan penjualan karena pembeli mengetahui bahwa barang-barang yang dihasilkan berbagai produsen dalam industri tersebut tidak ada bedanya sama sekali.

* Terdapat banyak perusahaan di pasar

Sifat inilah yang menyebabkan perusahaan tidak mempunyai kekuasaan untuk mengubah harga. Sifat ini meliputi dua aspek, yaitu jumlah perusahaan sangat banyak dan masing-masing perusahaan adalah relative kecil kalau dibandingkan dengan keseluruhan jumlah perusahaan di dalam pasar. Sebagai akibatnya produksi setiap perusahaan adalah sangat sedikit kalau dibandingkan dengan jumlah produksi dalam industri tersebut,. Sifat ini menyebabkan apa pun yang dilakukan perusahaan, seperti menaikkan atau menurunkan harga dan menaikkan atau menurunkan produksi, sedikit pun ia tidak mempengaruhi harga yang berlaku dalam pasar/industri tersebut.

* Pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna mengenai pasar

Dalam pasar persaingan sempurna juga dimisalkan bahwa jumlah pembeli adalah sangat banyak. Namun demikian dimisalkan pula bahwa masing-masing pembeli tersebut mempunyai pengetahuan yang sempurna mengenai keadaan dipasar, yaitu mereka mengetahui tingkat harga yang berlaku dan perubahan-perubahan ke atas harga tersebut. Akibatnya para produsen tidak dapat menjual barangnya dengan harga yang lebih tinggi dari yang berlaku di pasar.

**b). Koperasi dalam Pasar Persaingan Monopolistik**

Agar koperasi yang beroperasi dipasar persaingan monopolistik mencapai kesuksesan, maka ia harus mampu memberikan tambahan pendapatan kepada anggotanya dan atau secara umum harus mampu memperbesar kemakmuran paraanggotanya. Pada pasar persaingan Monopolistik kemampuan tersebut masih terbuka, dengan demikian sampai batas tertentu koperasi masih mampu bersaing dalam menetapkan harga.

Asumsi yang mendasari model persaingan monopolistik secara mutlak sama seperti kompetisi sempurna. Pada pasar persaingan monopolistik para penjual bersaing dengan diferensiasi (pembedaan) produk dalam hal kualitas, iklan, lokasi, pengepakan, dan lain-lain.

**c).Koperasi dalam Pasar Persaingan Oligopoli**

Oligopoli adalah struktur pasar dimana hanya ada beberapa perusahaan (penjual) yang menguasai pasar, baik secara independen (sendiri-sendiri) maupun secara diam-diam bekerja sama. Oleh karena itu perusahaan dalam pasar hanya sedikit, maka akan selalu ada rintangan bagi perusahaan (penjual) baru untuk memasuki pasar. Disamping itu setiap harga yang diambil oleh suatu perusahaan (penjual) harus dipertimbangkan oleh perusahaan-perusahaan lain dalam pasar. Dengan kata lain, rekasi pesaing terhadap keputusan harga dan output adalah paling penting dalam model oligopoli.

Dengan demikian para pesaing oligopolistik akan memulai perang harga untuk menyingkirkan koperasi. Hal ini menurut Hendar dan Kusnadi (1999) akan sangat tergantung pada faktor-faktor:

1. Perbedaan keunggulan biaya (cost advantages) dari koperasi. Koperasi yang mempunyai rata-rata lebih rendah dari pada para pesaingnya akan susah untuk disingkirkan dari pesaingan dengan kebijakan harga yang lebih aktif. Sebaliknya koperasi yang mempunya biaya rata-rata lebih rendah dari pada pesaingnya akan mudah disingkirkan dengn kebijakan harga aktif.
2. Kebijakan likuiditas dari para pelakau kegiatan ekonomi. Untuk menyigkirkan koperasi diperlukan dana cair yang cukup besar guna membiayai kemungkinan kerugian yang diderita akibat penetapan harga yang lebih ekstrem (harga predator). Bila dana tersebut tidak mencukupi, maka para pelaku ekonomi tidak akan mudah untuk menyingkirkan koperasi.
3. Keinginan para anggota untuk membiayai kerugian yang meugkin timbul (tingkat loyalitas aggota). Sebagi dampak kebijakan harga aktif para pesaing koperasi adalah kerugian yang akan diderita koperasi. Bila anggota mampu membiayai berbagai kerugian yang ditimbulkan,akan susah bagi pesaing untuk menyingkirkan koperasi.

 Dari ketiga tersebut diatas yang paling penting adalah keunggulan atau kelemaha dalam hal biaya. Pada umumya disinilah kelemahan koperasi karena modalnya kecil, sehngga tidak mampu memproduksi secara masal. Karena tidak bias membuat produk masal, maka produknya menjadi produk biaya tinggi.

1. Koperasi dalam Pasar Persaingan Monopoli

Pasar persaingan monopoli adalah struktur pasar di mana hanya ada satu perusahaan (penjual) dipaar yang bersangkutan, sehingga tidak ada pihak lain yang menyainginya. Sebagai penjual tunggal monopolis lebih mempu mengendalikan harga dan output-nya dibandingkan dengan perusahaan pada pasar sempurna atau pasar persainggan monopolistik. Kasus dengan hanya satu penjual sehingga tidak ada pengganti yang siap bagi produk monopolis, sering disebut monopili murni.

Dalam kenyataan kasus monopoli murni dengan hanya satu penjual dipasar sagat sulit dicari karena ada beberapa faktor pembatas sebagai berikut:

1. Persaingan tidak langsung, sebagai contoh PT. Kereta Api Indonesia (KAI) mandapat persaingan tdak langsung dari perusahan bus dan perusahaan penerbangan.
2. Pesaing potensial yang memungkinkan adanya perusahaan baru masuk pasar sehingga menyebabkan prilaku monopilis tidak bebas lagi seperti pada monopolo murni. Masuknya perusahaan baru ke dalam pasar menyebabkan struktur pasar berubah menjadi oligopoli, yaitu struktur pasar dengan beberapa penjual.
3. Kemungkinan campur tangan pemerintah yang mengharuskan tidak boleh hanya ada satu perusahaan di pasar.

Jika koperasi mampu masuk pasar dan menyingkirkan monopoli dengan teknologi yang inovatif sehingga dapat menetapkan harga yang lebih rendah, maka koperasi dapat bertahan dalam jangka panjang, sepanjan:

1. Koperasi terus meningkatkan efisieni malalui peningkatan perkembangan teknologi yang inovatif yang lebih capat dari pada perkembangan teknoogi inovatif para pesaing potensial yang meungkin masuk
2. Koperasi harus memanfaatkan keunggulan biaya transaksi yang tidak dimiliki oleh perusahaan potensial yang dapat masuk
3. Memperkokoh kedudukan monopolis melalui jalur legal, seperti hak monopoli, hak paten, dan lain-lain.
4. Meningkatkan loyalitas anggota terutama kemauan dalam mambiayai kerugian yang mungkin timbul akibat munculnya pesaing baru yang dapat masuk
5. Mampu mempertahankan output tertentu yang dapat dijual baik kepada anggota maupun kepada non-anggota, sehingga koperasi tidak menderita kerugian.

Jika koperasi tidak mampu mempertahan kan output tertentu, tekanan pemerintah anggota akan semakin memperbanyak jumlah yang diproduksi dan dijual. Hal ini mengakibatkan harga semakin menurun dan koperasi akan bekerja dengan biaya rata-rata semakin besar.

**E. Kebijakan Pemerintah**

Adapun kebijakan permerintah dalam pembangunan koperasi pada Pelita VI yang lalu namun sampai saat ini masih cukup relevan untuk dilaksanankan adalah :

1. Pembangunan koperasi sebagai wadah kegiatan ekonomi rakyat diarahkan agar makin memiliki kemampuan menjadi badan usaha yang efisien dan menjadi gerakan ekonomi rakyat yang tangguh dan berakar dalam masyarakat;
2. Pelaksanaan fungsi dan peranan koperasi ditingkatkan memalui upaya peningkatan semangat kebersamaan dan manajemen yang lebih professional;
3. Peningkatan koperasi didukung melalui pemberian kesempatan berusaha ynag seluas-luasnya di segala sector kegitan ekonomi, baik didalam negeri maupun diluar negeri, dan menciptakan iklim usaha yang kondusif dan dukungan kemudahan untuk memperoleh permodalan;
4. Kerjasama antar koperasi, dan antar koperasi dengan BUMN dan usaha swasta lainnya sebagai mitra usaha dikembangkan secara lebih nyata untuk mewujudkan kehidupan perekonomian berdasarkan demokrasi ekonomi yang dijiwai semangat dan asas kekeluargaan, kebersamaan, kemitraan usaha, dan kesetiakawanan, serta saling mendukung dan saling menguntungkan.

**a. Peningkatan Kualitas Kelembagaan Koperasi**

Dalam menghadapi persaingan ekonomi global saat ini maka peningkatan kualitas kelembagaan dan organisasi koperasi agar koperasi mampu tumbuh dan berkembang secara sehat sesuai dengan jati dirinya menjadi wadah kepentingan bersama bagi anggotanya untuk memperoleh efisiensi kolektif, sehingga citra koperasi menjadi semakin baik. Dengan demikian diharapkan kelembagaan dan organisasi koperasi di tingkat primer dan sekunder akan tertata dan berfungsi dengan baik; infrastruktur pendukung pengembangan koperasi semakin legkap dan berkualitas; lembaga gerakan koperasi semakin berfungsi efektif dan mandiri; serta praktik koperasi yang baik *(best practices)* semakin berkembang dikalangan masyarakat luas. Untuk itu dalam rangka meningkatkan kualitas kelembagaan koperasi perlu dilakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

1. Penyempurnaan undangn-undangan tentang koperasi serta peraturan pelaksanaannya.
2. Peninjauan dan penyemournaan terhadap berbagai peraturan perundangan lainnya yang kurang kondusif bagi koperasi.
3. Koordinasi dan pemberian dukungan dalam rangka penyempurnaan kurikilum pendidikan perkoperasian di sekolah-sekolah.
4. Penyuluhan perkoperasian kepada masyarakat luas yang disertai dengan pemasyarakatan contok-contoh koperasi sukses yang dikelola sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip koperasi.
5. Peningkatan kualitas administrasi dan pengawasan pemberian badan hokum koperasi.
6. Pemberian dukungan untuk menbantu perkuatan dan kemadirian lembaga gerakan koperasi.
7. Pemberian dukungan dan kemudahan kepada gerakan koperasi untuk penataan dan perkuatan organisasi serta modernisasi manajemn koperasi promer dan sekunder untuk meningkatkan pelayanan anggota.
8. Pemberikan dukungan dan kemudahan untk pengembangan infrastruktur pendukung pengembangan koperasi di bidang pendidikan dan pelatihan, penyuluhan, penelitian dan pengembangan koperasi, keuangan dan pembiayaan, teknologi, informasi, promosi dan pemasaran.
9. Pengembangan system pendidikan, pelatihan dan penyuluhan perkoperasian bagi anggota dan pengelola koiperasi, calon anggota dan kader koperasi, terutama untuk menanamkan nilai-nilai dasar dan prinsip-prinsip koperasi dalam kehidupan koperasi, yang mengatur secara jelas adanya pembagian tugas dan yanggung jawab antar pemerintah dan gerakan koperasi.
10. Peyediaan intensif dan fasilitasi dalam rangka pengembangan jaringan kerjasama usaha antar koperasi.
11. Peningkatan kemampuan aparat di pusat dan di daerah dalam melakukan penilain dampak regulasi, kebijakan dan program pembanguan koperasi; dan
12. Pembangunan kulaitas penyelenggaraan koordinasi dalam perencanaan, pengendalian, monitoring dan evaluasi pelaksanaan kebijakan dan program pembangunan koperasi dengan partisipasi aktif para pelaku dan instansi terkait.

**b**. **Sasaran Pembangunan Koperasi**

Berdasarkan pokok-pokokkebijakan pembanguan koperasi tersebut ai atas, dan sasaran pembangunan koperasi dan UMKM tersebut di atas maka pelaksanaan pembangunan koperasi di masa mendatang lebih banyak diarahkan pada peningkatan produktivitas dan kreativitas sumber daya manusia koperasi di satu pihak, dan penciptaan iklim usaha yang sehat bagi pembangunan koperasi dipihak lain.

Sehubungan dengan hal tersebut, beberapa sasaran utama pembangunan dan pengembangan koperasi yang hendak dilakukan oleh pemerintah adalah :

1. Pembangunan dan Pengembangan Usaha

Pembanguna dan pengembangan usaha koperasi hendaknya lebih ditekankan pada upaya untuk meningkatkan kemampuan koperasi dalam menciptakan lapangan usaha dan pemanfaatan peluang-peluang usaha yang ada;

1. Pembangunan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia

Dalam mengantisipasi globalisasi ekonomi, maka pembangunan dan pengembangan sumber daya manusia koperasi diarahkan pada pola pendidikan dan pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan;

1. Peran Pemerintah itu Sendiri

Peran pemerintah diperlukan dalam pembangunan koperasi, sebagai bentuk pembinaan dalam rangka pengembangan prakarsa dan kreativitas masyarakat. Pemerintah melakukan pembinaan terhadap koperasi sesuai dengan tingkat kemajuan dan kemampuan koperasi yang diarahkan pada kemandirian koperasi. Dengan demikian yang dilakukan oleh pemerintah adalah bersifat kondisional dan situasional;

1. Kerjasama Internasional

Kerjasama Internasional di bidang perkoperasian perlu terus dilakukan dan ditingkatkan, misalnya dalam bentuk pertukaran tenaga ahli koperasi dengan Negara lain, kerjasama di bidang perkonsultasian mengenai usaha dan manjemen koperasi, serta dalam bidang pendidikan dan pelatihan perkoperasian.

**c.** **Pola Pembanguan Koperasi Di Indonesia**

Pola perkembangan koperasi pada saat sekarang tentunya berbeda dangan pola pembangunan koperasi sebelum terjadi globalisasi ekomoni. Pada masa lalu (PJP I) koperasi mempunyai tiga peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional yaitu:

1. Koperasi diharapkan mampu mengakomodasi dan menggerakan potensi masyarakat golongan ekonomi lemah;
2. Koperasi adalah lembaga ekonomi yang keberadaanya sangat diperlukan oleh sebagian besar bangsa Indonesia
3. Koperasi adalah lembaga ekonomi yang diharapkan dapat berperan utama sebagai agen pemerataan pembangunan ekonomi nasional.

Keberhasilan koperasi pada waktu itu diukur dengan satuan-satuan kuantitatif misalnya jumlah koperasi/KUD, jumlah anggota koperasi, pertumbuhan volume usaha, jumlah modal usaha, sisa hasil usaha dan lain sebagainya.

Pada saat ini pola pembangunan koperasi sangat dipengaruhi oleh perubahan lingkungan bisnis yang continue dan mangglobal. Sehubungan dengan hal tersebut koperasi untuk terus berkembang dan mampu bersaing dalam dunia bisnis secara optimal.

Pembangunan koperasi dimasa depan harus berorientasi pada bisnis murni agar mampu bersaing dalam tartan global, meskipun secara ideology koperasi harus tetap bertahan sebagai wadah perjuangan ekonomi rakyat (fungsi social). Pada tahun 1994

**F. USAHA KECIL DAN MENENGAH**

**a. Pengertian Usaha Kecil dan Menengah**

Pembahasan usaha kecil-menengah mengenai pengelompokan jenis usaha yang meliputi usaha industri dan usaha perdagangan. Pengertian tentang usaha kecil menengah (UKM) tidak selalu sama, tergantung konsep yang digunakan negara tersebut. Di Indonesia menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.”

*Kriteria Usaha Kecil Menurut Undang-Undang Nomor 9 tahun 1995 adalah sebagai berikut:*

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha),
2. Memiliki hasil penjualan paling banyak Rp 1 miliar/tahun,
3. Milik warga negara Indonesia,
4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar,
5. Berbentuk usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

*Untuk kriteria Usaha Menengah Menurut Undang-Undang Nomor 9 tahun 1995 adalah sebagai berikut:*

1. Untuk sektor industri, memiliki total asset paling banyak Rp 5 miliar,
2. Untuk sektor nonindustri: memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 600 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
3. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 3 miliar.

INPRES No. 10 Tahun 1999 mendefinisikan usaha menengah adalah unit kegiatan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200 juta sampai maksimal Rp 10 miliar (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha). Di Indonesia, jumlah UKM hingga 2005 mencapai 42,4 juta unit lebih. Pemerintah Indonesia membina UKM melalui Dinas Koperasi dan UKM, di masing-masing Provinsi atau Kabupaten/Kota.

Definisi atau kriteria yang digunakan untuk Usaha Mikro Kecil dan Usaha Menengah (UMKM) di Indonesia sampai saat ini dirasakan sudah tidak sesuai dengan kondisi dunia usaha. Akibatnya kurang dapat digunakan sebagai acuan oleh instansi atau institusi lain, sehingga masing-masing institusi menggunakan definisi yang berbeda. Institusi yang menggunakan kriteria berbeda antara lain, BPS, Departemen Perindustrian, dan Bank Indonesia. Untuk itu sedang dilakukan peninjauan ulang terhadap definisi UMKM yang dapat digunakan sebagai acuan utama. Selain dari itu, pada saat ini muncul pengelompokan usaha mikro yang definisinya adalah usaha keluarga yang mendekati miskin, yang dibantu oleh pemerintah dengan penyediaan kredit mikro.

*Kriteria umum UMKM dilihat dari ciri-cirinya pada dasarnya bisa dianggap sama, yaitu:*

* Struktur organisasi yang sangat sederhana,
* Tanpa staf yang berlebihan,
* Pembagian kerja yang “kendur”,
* Memiliki hierarki manajer kecil,
* Aktivitas sedikit yang formal dan sedikit menggunakan proses perencanaan,
* Kurang membedakan asset pribadi dari asset perusahaan.

UMKM menjadi pusat perhatian karena tingkat perekonomian dan pengetahuan yang “kurang maju” dalam berbisnis. UMKM menghadapi kendala–kendala dalam mempertahankan atau mengembangkan usaha (bisnis) antara lain:

a. Kurang pengetahuan pengelolaan usaha,

b. Kurang modal, dan

c. Lemah di bidang pemasaran.

Kondisi pasar yang dihadapi UMKM adalah persaingan monopolistik, di samping itu merupakan fakta yang perlu diperhatikan. Untuk mengatasinya UMKM harus merencanakan strategi bisnis yang tepat.

*Strategi bisnis yang perlu diambil antara lain sebagai berikut*.

1. Untuk dapat mengembangkan UMKM perlu dipelajari terlebih dahulu tentang ciri-ciri definisi/pengertian, kelemahan-kelemahan, serta potensi-potensi yang tersedia serta perundang-perundangan yang mengaturnya.
2. Di badan usaha tersebut diperlukan bantuan manajerial agar tumbuh inovasi-inovasi mengelola UMKM berdampingan dengan usaha-usaha besar.
3. Secara vertikal dalam sistem gugus usaha, usaha mikro kecil menengah (UMKM) bisa menjadikan diri komplemen-komplemen usaha bagi industri perusahaan produsen utama. Maka diperlukan suatu strategi UMKM menjalin kerja komplementer dengan usaha-usaha besar.
4. Kerja sama bisa berbentuk koperasi dan secara bersama-sama beroperasi masuk (entry) dalam usaha tertentu. Di Indonesia kemitraan usaha yang berbentuk koperasi merupakan strategi bisnis yang sangat penting, sehingga pemerintahnya menganggap perlu membentuk Departemen khusus untuk menangani UMKM dan koperasi.

**b. Ruang Lingkup UMKM**

Tujuan pengelompokan usaha/bisnis dapat disebutkan beragam dan pada intinya mencakup 4 macam tujuan, yaitu sebagai berikut.

1. Untuk keperluan analisis yang dikaitkan dengan ilmu pengetahuan (teoretis).
2. Untuk keperluan penentuan kebijakan-kebijakan pemerintah.
3. Untuk meyakinkan pemilik modal atau pengusaha tentang posisi perusahaan-nya.
4. Untuk pertimbangan badan tertentu berkaitan dengan antisipasi kinerja perusahaan.
* Untuk keperluan analisis yang dikaitkan dengan ilmu pengetahuan (teoretis).

 Beberapa keunggulan UMKM terhadap usaha besar antara lain adalah sebagai berikut.

1. Inovasi dalam teknologi yang telah dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
2. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil.
3. Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja.
4. Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan skala besar yang pada umumnya birokratis.
5. Terdapat dinamisme manajerial dan peranan kewirausahaan.

 Dari keunggulan-keunggulan tersebut yang menonjol adalah adanya kemampuan penyerapan tenaga kerja. Contohnya adalah di USA pada tahun 1981-1982 sebagai berikut resesi telah diputuskan hubungan kerjanya sebanyak 1.664.000 orang, pada saat yang bersamaan UKM yang per unitnya terdiri atas jumlah pekerja I sampai dengan 500 orang, telah menciptakan kesempatan kerja baru bagi 2.650.000 orang. UKM memang mempunyai fleksibilitas yang lebih besar daripada USB (unit skala besar), antara lain karena dalam USB pengambilan keputusan dan inovasi pada umumnya terhambat oleh birokrasi dan kaku. Bagi orang-orang yang kreatif dan inovatif, hal demikian kurang menarik dan terdapat kecenderungan mendirikan usaha sendiri; berwiraswasta biasanya dimulai dengan usaha-usaha skala kecil dan dapat berpotensi untuk berkembang.

 Peranan usaha mikro kecil-menengah (UMKM) sangat penting di semua negara, karena jumlah UMKM merupakan jumlah terbesar dari kegiatan usaha suatu negara. Tujuan ekonomi yang ingin dicapai adalah antara lain menciptakan kesempatan kerja, distribusi pendapatan yang merata, menciptakan efisiensi, memantapkan stabilitas harga, dan mendorong pertumbuhan ekonomi.

 Berdasarkan pengalaman, kegiatan saling membantu (gotong royong, solidaritas, dan perhitungan ekonomi) di antara individu dan usaha akan lebih berhasil mengatasi permasalahan, baik sosial maupun ekonomi. Apalagi dalam menghadapi ekonomi pasar, di mana persaingan pasar sangat ketat akan menyebabkan UMKM semakin tidak berdaya. Dalam ketidakberdayaan ekonomi seperti ini kekuatan-kekuatan ekonomi, seperti usaha besar akan menguasai UMKM, baik dalam pemasaran hasil produksi maupun dalam penyediaan sarana-sarana produksi.

 Hal ini menyebabkan usaha-usaha kecil dan menengah harus bergabung dalam suatu wadah (organisasi), dengan saling membantu dan bekerja sama tidak saja untuk menghadapi oligopolis dan monopolis, tetapi juga untuk meningkatkan kemampuan berproduksi dan memasarkan hasil produksinya. Organisasi tersebut dinamakan koperasi, merupakan wadah kegiatan usaha bersama bagi para produsen dan konsumen. Koperasi diharapkan berperan dalam meningkatkan posisi tawar dan efisiensi ekonomi rakyat, sekaligus turut memperbaiki kondisi persaingan usaha di pasar melalui dampak eksternalitas positif yang ditimbulkannya.

 Pemberdayaan UMKM dan koperasi dilaksanakan dengan arah kebijakan sebagai berikut.

1. Mengembangkan usaha kecil dan menengah (UKM) yang diarahkan untuk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan kesempatan kerja, dan peningkatan daya saing; sedangkan pengembangan usaha mikro lebih diarahkan untuk memberikan kontribusi dalam peningkatan pada kelompok masyarakat berpendapatan rendah.
2. Memperkuat kelembagaan dengan menerapkan prinsip-prinsip tata kepemerintahaan yang baik (*good governance*) untuk tiga hal di bawah ini.
* Memperluas akses kepada sumber permodalan, khususnya perbankan.
* Memperbaiki lingkungan usaha dan menyederhanakan prosedur perizinan.
* Memperluas dan meningkatkan kualitas lembaga pendukung yang menjalankan fungsi intermediasi sebagai penyedia jasa pengembangan usaha teknologi, manajemen, pemasaran, dan informasi.
1. Memperluas basis dan kesempatan usaha dan menumbuhkan wirausaha baru yang unggul untuk mendorong pertumbuhan, peningkatan ekspor, dan menciptakan kesempatan kerja, terutama dengan empat hal berikut.
* Meningkatkan perpaduan antara tenaga kerja terdidik dan terampil dengan adopsi teknologi.
* Mengembangkan UMKM melalui pendekatan kluster di sektor agribisnis dan agroindustri disertai pemberian kemudahan dalam pengelolaan usaha, termasuk dengan cara meningkatkan kualitas kelembagaan koperasi sebagai wadah organisasi kepentingan usaha bersama untuk memperoleh efisiensi kolektif.
* Mengembangkan UMKM untuk makin berperan dalam proses industrialisasi, memperkuat keterkaitan industri, mempercepat pengalihan teknologi, dan peningkatan kualitas SDM.
* Mengintegrasikan pengembangan usaha dalam konteks pengembangan regional, sesuai dengan karateristik pengusaha dan potensi usaha unggulan di setiap daerah.
1. Mengembangkan UMKM untuk makin berperan sebagai penyedia barang dan jasa pada pasar domestik dan unggul bersaing dengan produk impor, terutama untuk memenuhi kebutuhan masyarakat banyak.
2. Membangun koperasi yang diarahkan dan diutamakan pada usaha-usaha untuk tiga aktivitas berikut.
* Membenahi dan memperkuat tatanan kelembagaan dan organisasi tingkat makro dan mikro, untuk menciptakan iklim dan lingkungan usaha yang kondusif bagi kemajuan koperasi serta kepastian hukum yang menjamin perlindungan koperasi dan anggotanya dari praktik persaingan usaha yang tidak sehat.
* Meningkatkan pemahaman, kepedulian, dukungan pemangku kepentingan (*stakeholders*) pada koperasi.
* Meningkatkan kemandirian gerakan koperasi.

**c. Peluang Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Dalam Ekonomi Indonesia**

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) seyogyanya mampu menjadi motor pertumbuhan ekonomi. Di Indonesia ketika krisis multidimensi tahun 1997-1998 usaha kecil telah terbukti mampu mempertahankan kelangsungan usahanya, bahkan memainkan fungsi penyelamatan dibeberapa sub-sektor kegiatan. Fungsi penyelamatan ini segera terlihat pada sektor-sektor penyediaan kebutuhan pokok rakyat melalui produksi dan normalisasi distribusi. Bukti tersebut paling tidak telah menumbuhkan optimisme baru bagi sebagian besar orang yang menguasai sebagian kecil sumber daya akan kemampuannya untuk menjadi motor pertumbuhan bagi pemulihan ekonomi.

Perjalanan ekonomi Indonesia selama 4 tahun dilanda krisis 1997-2001 memberikan perkembangan yang menarik mengenai posisi usaha kecil yang secara relatif menjadi semakin besar sumbangannya terhadap pembentukan PDB. Hal ini seolah-olah mengesankan bahwa kedudukan usaha kecil di Indonesia semakin kokoh. Kompleksitas ini akan semakin terlihat lagi bila dikaitkan dengan konteks dukungan yang semakin kuat terhadap perlunya mempertahankan UKM (Usaha Kecil dan Usaha Menengah).

Proses transformasi struktural perekonomian kita memang telah berhasil menggeser dominasi sektor pertanian, sehingga sampai dengan menjelang krisis ekonomi (1997) sumbangan sektor pertanian tinggal 16 % saja, sementara sektor industri telah mencapai hampir 27 % dan menjadi penyumbang terbesar dari perekonomian kita. Ini artinya sektor industri telah mengalami pertumbuhan yang pesat selama tiga dasa warsa sebelum krisis semasa pemerintahan Orde Baru. Apabila hanya sepintas melihat perkembangan ini, dengan transformasi struktural dari pertanian ke industri, maka semua kelompok usaha akan ikut menikmati kemajuan yang sama. Sehingga kelompok industri manufaktur skala kecil juga mengalami kemajuan yang sama.