

Modul 1: Mengapa Berkoperasi

Sejarah, Jati Diri, Nilai-nilai, dan Peran Ideal Koperasi dalam Pembangunan Ekonomi

Deputi Bidang Pengembangan Talenta dan Daya Saing Koperasi
Kementerian Koperasi Republik Indonesia TA 2025



Tujuan Pembelajaran

1. Peserta mengetahui sejarah dan contoh kasus korporasi koperasi di dunia

2. Peserta memahami alasan dan tujuan berkoperasi

3. Peserta mengetahui definisi identitas, jati diri, dan tujuan koperasi sebagai Badan Usaha (organisasi bisnis atau perusahaan) yang berwatak sosial

4. Peserta mengetahui sejarah dan contoh kasus koperasi di Indonesia

5. Peserta memahami ideologi ekonomi, nilai-nilai, dan prinsip tata kelola koperasi.

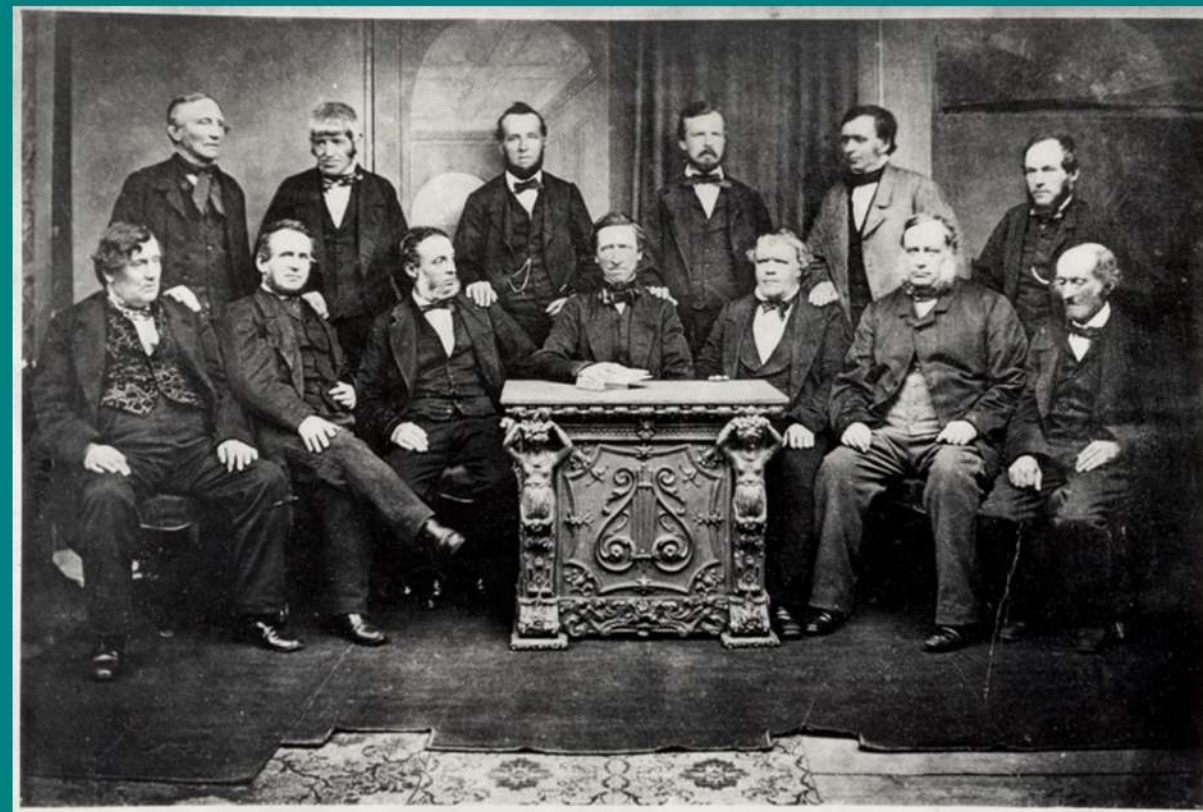
6. Peserta memahami peran koperasi sebagai pengembang dan pengelola ekosistem rantai pasok ekonomi di wilayah operasionalnya.

Daftar Isi

1. Sejarah Perkembangan Koperasi Dunia	4
1.1 Mengenal Koperasi Konsumen Pertama di Dunia:Koperasi Rochdale Society of Equitable Pioneers	5
1.2 Mengenal Koperasi Kredit Pedesaan Pertama Dunia: Raiffeisen Cooperative Bank (Jerman)	11
1.3 Mengenal Konglomerasi Koperasi Pertanian terbesar dunia: Zen-Noh (Jepang) dan Nonghyup (Korea Selatan)	15
1.4 Mengenal Konglomerasi Koperasi Pekerja terbesar dunia: Mondragon Cooperative Group	20
2. Alasan dan Tujuan Berkoperasi	25
2.1 Mengapa Dunia Berkoperasi?	26
2.2 Tujuan Berkoperasi	36
3. Identitas dan Jati Diri Koperasi	37
3.1 Identitas dan Jati Diri Koperasi	38
3.2 Jati Diri Koperasi	42
4. Ideologi Ekonomi Pancasila dan Manifestasinya pada Nilai-Nilai Koperasi	45
4.1 Mengenal Konsep Ideologi Ekonomi Pancasila	46
4.2 Manifestasi Ekonomi Pancasila pada Nilai-nilai Koperasi	50
4.3 Checklist penerapan Nilai-Nilai Koperasi	53
5. Perkembangan Koperasi di Indonesia: Tantangan dan Peluang	54
5.1 Sejarah Perkembangan Koperasi di Indonesia	55
5.2 Tantangan dan Peluang Koperasi di Indonesia	58
6. Koperasi sebagai Agregator dan Konsolidator Ekonomi Lokal	63
6.1 Memahami Konsep Perusahaan Agregator dan Konsolidator	64
6.2 Success Story Koperasi Indonesia (Kospin Jasa, Keling Kumang, Kisel, KPBS, dan Kopontren Al Ittifaq)	71

1. Sejarah Perkembangan Koperasi Dunia

1.1 Mengenal Koperasi Konsumen Pertama di Dunia: Koperasi *Rochdale Society of Equitable Pioneers*



PHOTOGRAPH OF THIRTEEN OF THE ORIGINAL MEMBERS
OF THE
ROCHDALE EQUITABLE PIONEERS' SOCIETY.

1. JAMES STANDRING. 2. JOHN BENT. 3. JAMES SMITHIES. 4. CHARLES HOWARTH. 5. DAVID BROOKS. 6. BENJ. RUDMAN. 7. JOHN SCOBROFT.
8. JAMES MANOOK. 9. JOHN COLLIER. 10. SAMUEL ASHWORTH. 11. WILLIAM COOPER. 12. JAMES TWEEDALE. 13. JOSEPH SMITH.

Koperasi pertama di dunia didirikan pada era Revolusi Industri, tepatnya tahun 1844 di Rochdale, Inggris, oleh 28 orang buruh Pabrik Katun yang ingin memperbaiki kondisi hidup mereka namun masih merasa tereksplorasi, akibat:

1. Rendahnya posisi tawar kaum buruh yang saat itu mulai tergantikan oleh teknologi mesin uap (awal revolusi industri).
2. Buruh tidak mungkin menuntut kenaikan upah.
3. Harga kebutuhan pokok semakin mahal, kualitas produk rendah. Kaum feodal pemilik toko-toko saat itu kerap mengoplos susu dengan air, ada pula yang sudah hampir busuk atau kadaluarsa.
4. Kualitas hidup kaum buruh sangat terpuruk.

Malam demi malam mereka lalui dengan berdiskusi dan merumuskan cara untuk mencari jawaban atas sebuah pertanyaan:

Bagaimana cara memperbaiki kesejahteraan hidup mereka?

Pemikiran Robert Owen (1771 - 1858) - yang sering disebut sebagai Bapak Sosialisme Inggris karena menganggap eksploitasi terhadap kaum buruh oleh kaum kapitalis sebagai tindakan tak bermoral dan aktif memperjuangkan perbaikan kondisi kehidupan kaum buruh - adalah inspirasi yang mendorong terjadinya rangkaian diskusi mereka, sampai akhirnya gagasan mendirikan Rochdale Society of Equitable Pioneers lahir.

1.1 Mengenal Koperasi Konsumen Pertama di Dunia: Koperasi Rochdale Society of Equitable Pioneers



Robert Owen (1771 - 1858), seorang wirausaha industrialis (tekstil) yang sukses di sistem kapitalisme, menyadari kelemahan moralitas sistem tersebut, dan akhirnya menjadi reformis sosial, inspirator gerakan koperasi, dan pendiri New Lanark (sekarang menjadi situs World Heritage oleh UNESCO)

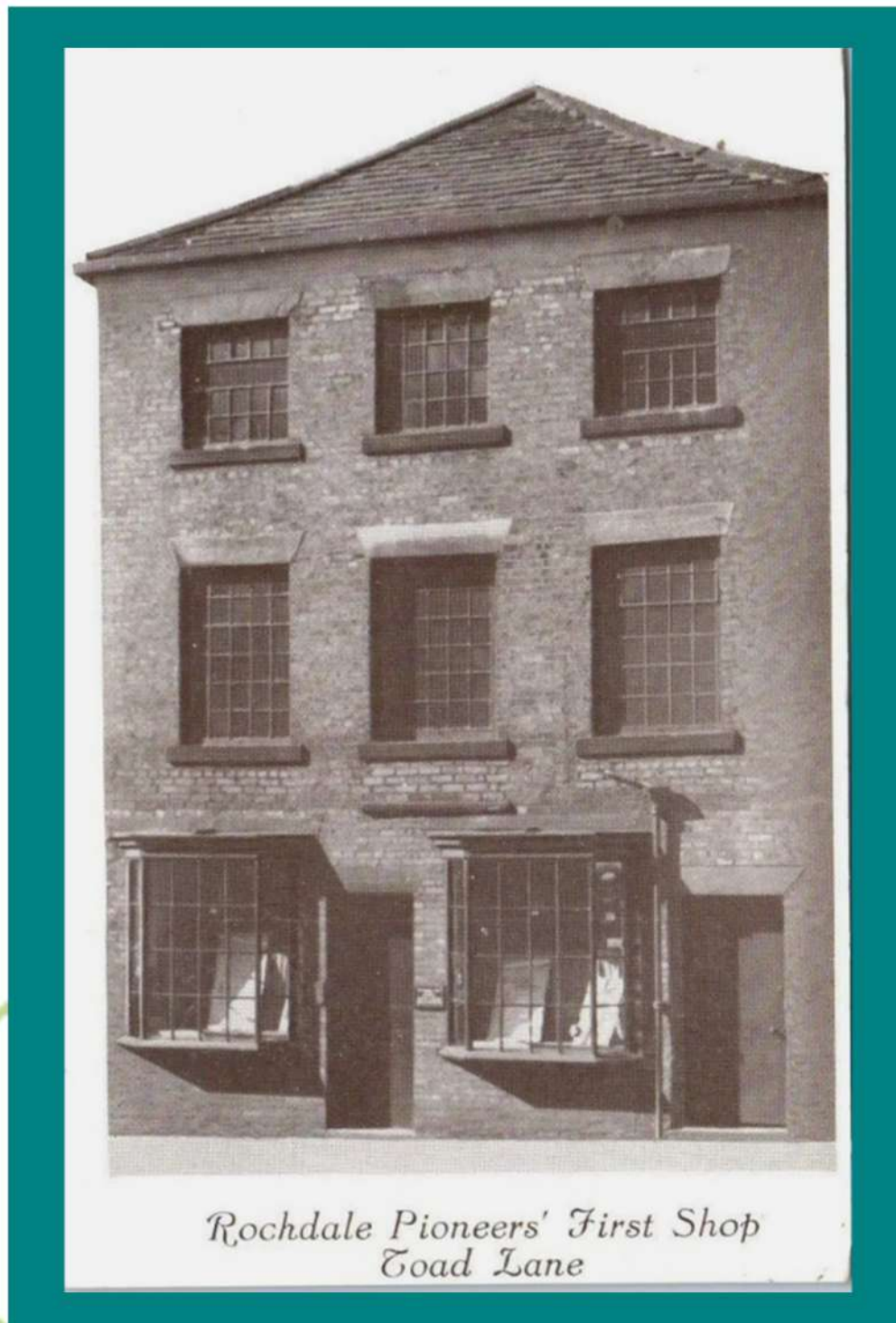
Pemikiran Robert Owen (1771 - 1858) - yang sering disebut sebagai Bapak Sosialisme Inggris - adalah inspirasi yang mendorong rangkaian diskusi pada kelompok pionir Rochdale, sampai akhirnya lahir gagasan Koperasi mereka.

Owen menyuarakan pemikiran yang menganggap eksploitasi terhadap kaum buruh oleh kaum kapitalis sebagai tindakan tak bermoral, dan aktif memperjuangkan perbaikan kondisi kehidupan kaum buruh. Salah satunya dengan mendirikan **Desa Industri New Lanark di Skotlandia**, yang menjadi contoh awal Kapitalisme Manusiawi, dimana buruh memiliki jam kerja yang sesuai, diberi perumahan dan fasilitas edukasi anak.



Gambar Komplek New Lanark yang kini menjadi World Heritage UNESCO

1.1 Mengenal Koperasi Konsumen Pertama di Dunia: Koperasi *Rochdale Society of Equitable Pioneers*, Inggris



Akhirnya mereka menemukan gagasan **patungan** untuk membuat toko sembako untuk memenuhi kebutuhan diri mereka sendiri. **Bagaimana langkah aksi yang mereka lakukan untuk mewujudkannya?**

1. Semua buruh yang berdiskusi berkenan patungan 1 poundsterling per orang, terkumpul modal 28 pound.
2. Mereka mencari ruang bangunan yang bisa disewa dengan modal tersebut, dibayar per bulan.
3. Mereka belanja ke Pasar Induk di kota dalam jumlah besar sesuai kebutuhan seluruh anggota, sehingga bisa mendapatkan harga yang lebih murah.
4. Mereka menjual barang dagangan ke anggota dengan harga yang lebih rendah daripada harga toko-toko yang dimiliki kaum feodal, dengan kualitas yang lebih baik pula.
5. Dari 28 orang pertama, anggota terus bertambah dan akhirnya berkembang menjadi Koperasi Konsumen pertama yang menginspirasi perkembangan koperasi di dunia.

1.1 Mengenal Koperasi Konsumen Pertama di Dunia: Koperasi *Rochdale Society of Equitable Pioneers*, Inggris

The following Tables show the progress of the Store from 1844 to 1857—a period of thirteen years.

Year.	No. of Mem- bers.	Amount of Capital.	Amount of Cash Sales in Store. Annual.	Receipts per Week in December Quar.	Amount of Profit. Annual.
		£ s. d.	£ s. d.	£ s. d.	£ s. d.
1844	28	23 0 0			
1845	74	181 12 5	710 6 5	30 0 0	32 17 6
1846	80	252 7 1½	1,146 17 7	34 0 0	80 16 3½
1847	110	286 5 3½	1,924 13 10	36 0 0	72 2 10
1848	140	397 0 0	2,276 6 5½	80 0 0	117 16 10½
1849	200	1,193 19 1	6,611 18 0	179 0 0	561 3 9
1850	600	2,299 10 5	13,179 17 0	338 0 0	889 12 5
1851	630	2,785 0 1½	17,638 4 0	368 0 0	990 19 8½
1852	680	3,471 0 6	16,352 5 0	371 0 0	1,206 15 2½
1853	720	5,848 3 11	22,760 0 0	524 0 0	1,674 18 11½
1854	900	7,172 15 7	33,364 0 0	661 0 0	1,763 11 2½
1855	1400	11,032 12 10½	41,902 12 0	1,204 0 0	3,106 8 4½
1856	1600	12,920 13 1½	63,197 10 0	1,353 0 0	3,921 13 1½
1857	1850	15,142 1 2	79,788 0 0	1,491 0 0	5,470 6 8½

Total sales in thirteen years, £303,852. Total profits, £19,888 16s. 11½d.

The Capitals of Three Departments. 1856-7.

Store.	Corn Mill.	Manufacturers.	Total of Capitals.
1856—£12,920	£8,450	£4,000	£25,370
1857— 15,142	8,450	5,500	29,092
Weekly Receipts of the same, 1856-7.			Total Annual Returns.
1856—£1,353	£850	£360	£133,276
1857— 1,491	1,184	300	153,088

These Returns will be much higher for 1858, as the Balance Sheet for the first quarter shows an increase of more than £10,000 for the year, for the Store alone.

Sumber: The History of Rochdale Pioneers, 1900

Akibat manfaat nyata yang dihadirkan oleh Koperasi kepada anggotanya, dalam 13 tahun perkembangannya, Koperasi Rochdale mengalami:

1. Pertumbuhan anggota sekitar 66 kali lipat, dari 28 orang (tahun 1844), menjadi 1850 orang pada (tahun 1857).
2. Pertumbuhan modal sekitar 540 kali lipat, dari 28 pound sterling (1844) menjadi 15.412 poundsterling (1857)

Rochdale Society of Equitable Pioneers sangat rapi mencatat dan menulis untuk mendokumentasikan aktivitas dan manajemen bisnis koperasi yang didirikannya.

Hal inilah yang membuat berita dan ilmu seputar koperasi - sebagai alternatif usaha kolektif yang berbeda dengan praktik umum bisnis ala kapitalisme feodal saat itu - menjadi lebih mudah tersebar dan disebar, dan akhirnya menjadi inspirasi dunia hingga saat ini.

1.1 Mengenal Koperasi Konsumen Pertama di Dunia: Koperasi *Rochdale Society of Equitable Pioneers*, Inggris



This Co-operative store was opened in Newmarket in March 1899. Photograph: Co-operative Group

Sumber: <https://www.theguardian.com>

Skema umum struktur kekuasaan dan pembagian dividen pada perusahaan berbasis persekutuan modal ala kapitalisme disusun berdasarkan besar kecilnya proporsi saham.

Rochdale Pioneers mengembangkan koperasi sebagai jenis perusahaan alternatif yang:

1. Menyusun struktur kekuasaan yang lebih setara kepada para anggota atau pemiliknya, dengan sistem demokratis, *one member one vote* (makanya disebut *equitable society*).
2. Membagi surplus atau profit usaha berdasarkan partisipasi transaksi anggota. Anggota yang lebih banyak berbelanja, akan mendapat lebih banyak dividen. Ini adalah pionir sistem cash back yang sampai saat ini masih banyak digunakan oleh banyak perusahaan untuk merawat kesetiaan konsumennya (*customer loyalty program*).

1.1 Mengenal Koperasi Konsumen Pertama di Dunia: Koperasi *Rochdale Society of Equitable Pioneers*, Inggris



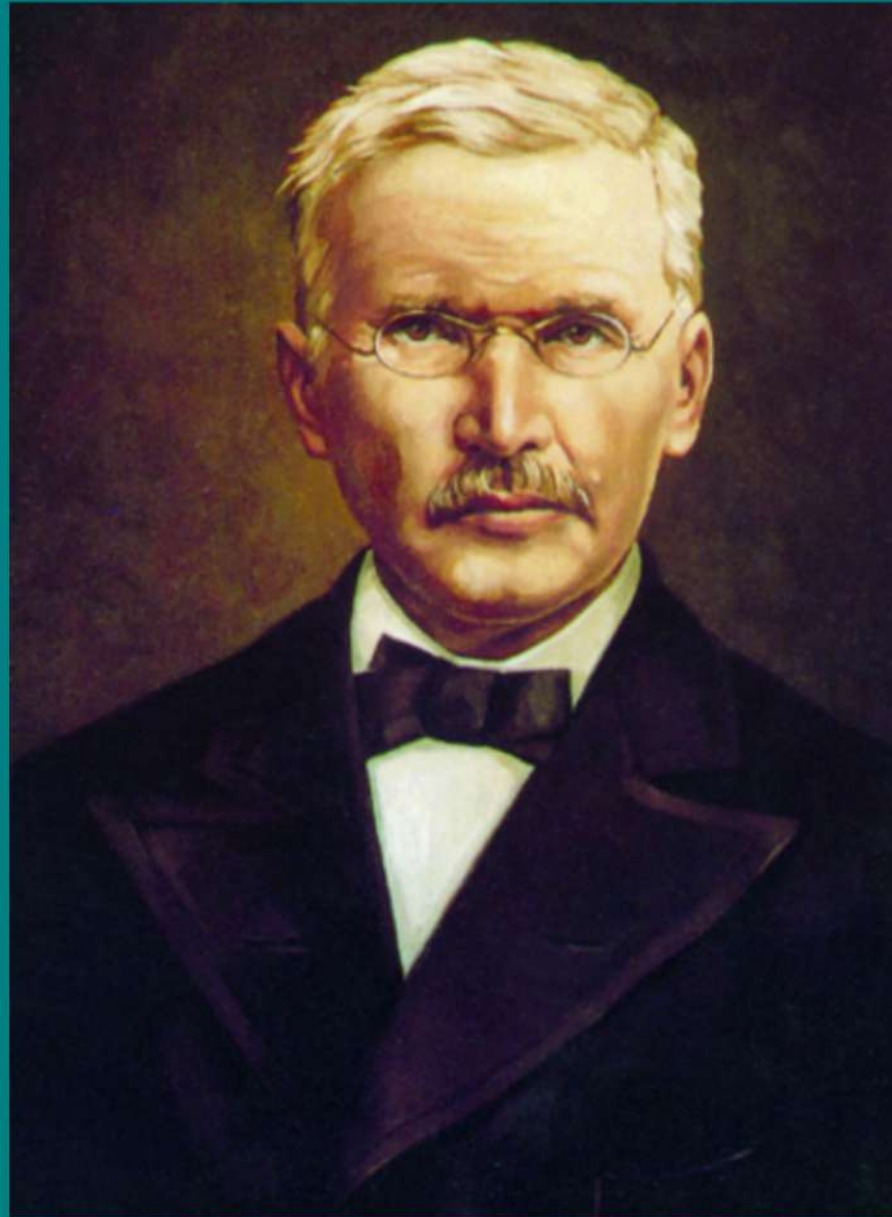
Kala itu belum ada teknologi digital yang canggih, sehingga untuk mencatat hak dividen, digunakan stamp atau semacam perangko kecil yang diberikan kepada member sesuai dengan nilai belanjanya.



Dengan perjalanan evolusi dan transformatif yang panjang, spirit dari Rochdale Society terus hadir di tengah masyarakat Inggris The Cooperative Group - sebagai grup Koperasi Konsumen terbesar di Inggris, dengan lebih dari **5 juta orang anggota**, dan penjualan **£11.3 miliar (Rp232 triliun)** per tahun 2023. Sampai saat ini, mereka masih mempertahankan model kepemilikan anggota dengan harga saham anggota tetap 1 poundsterling (member subscription share).

Laporan kinerja 2023 lengkap (266 halaman) dapat diunduh [disini](#).

1.2 Mengenal Koperasi Kredit Pedesaan Pertama Dunia: Koperasi *Raiffeisen*, Jerman



Friedrich Wilhelm Raiffeisen

(1818 - 1888)

Sumber foto: wikipedia.org

Sedikit berbeda dengan cerita Koperasi Konsumen dari Inggris yang merupakan inisiatif *bottom up* murni dari komunitas buruh, sejarah berdirinya Koperasi *Raiffeisen* di Jerman diinisiasi oleh seorang Walikota yang peduli dengan keterpurukan kondisi kehidupan petani yang miskin dan kerap terjatuh hutang ke rentenir.

Friedrich Wilhelm Raiffeisen, lahir pada 30 Maret 1818 di Hamm, Provinsi Westerwald, Jerman. Di usia muda, 27 tahun, ia menjadi walikota di Weyerbusch di tahun 1845, lalu di Flammersfeld di tahun 1848, dan di Heddesdorf pada 1852 sampai 1865. Semuanya di Provinsi Westerwald.

Ia mengawali petualangannya mencari solusi pengentasan kemiskinan dan ketergantungan rentenir dengan pendekatan donasi atau filantropis yang terus gagal karena tidak berkelanjutan, dan tetap memunculkan ketergantungan.

Beberapa model filantropi yang dilakukan *Raiffeisen* melalui penggalangan donasi dari orang-orang kaya di wilayahnya, antara lain:

1. Pada 1846, mendirikan "*Bread Society*" di Flammersfeld, membantu masyarakat miskin mendapatkan roti murah. Gagal karena masyarakatnya tidak menjadi lebih mandiri, terus bergantung pada bantuan.
2. Pada 1849, membentuk "*Charitable Society*" di Heddesdorf, memberikan pinjaman tanpa bunga untuk petani dan usaha kecil. Gagal karena banyak dana tidak kembali.

1.2 Mengenal Koperasi Kredit Pedesaan Pertama Dunia: Koperasi *Raiffeisen*, Jerman



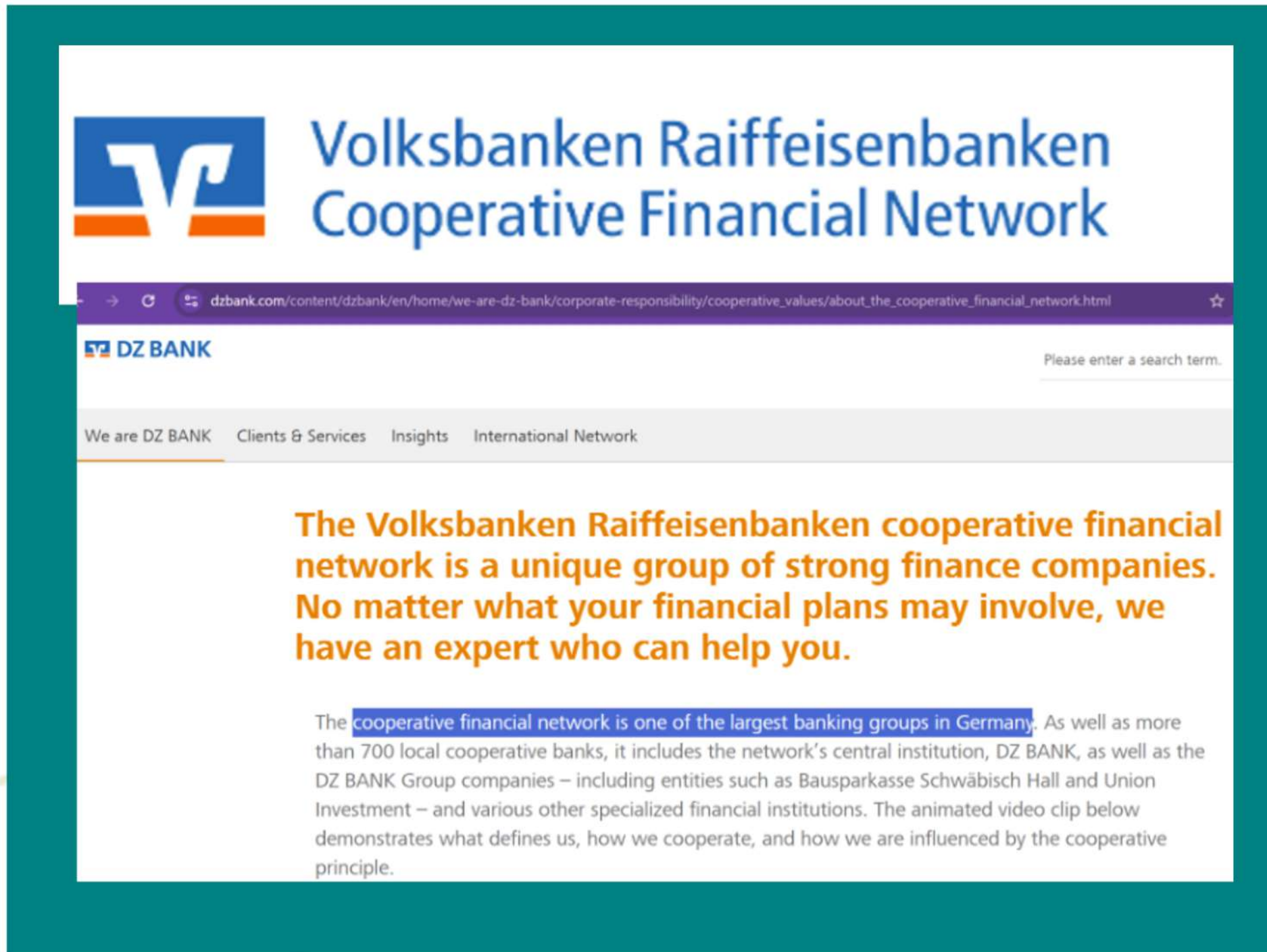
Kegagalan model filantropi membuat Raiffeisen berpikir dan mendapat pembelajaran penting, yaitu:

Rasa tanggung jawab masyarakat sulit ditumbuhkan jika mereka tidak ikut berkontribusi dalam menyediakan bantuan.

Akhirnya Raiffeisen mengubah modelnya dengan membangun **prinsip 3S**, yaitu:

1. *Self-help*, masyarakat yang ingin mengakses program kredit harus ikut menyettor modal.
2. *Self-governance*, program harus dikelola sendiri oleh masyarakat peserta program secara demokratis.
3. *Self-responsibility*, kesuksesan atau kegagalan program kredit adalah tanggungjawab peserta program sendiri, bukan Pemerintah Kota.

1.2 Mengenal Koperasi Kredit Pedesaan Pertama Dunia: Koperasi *Raiffeisen*, Jerman



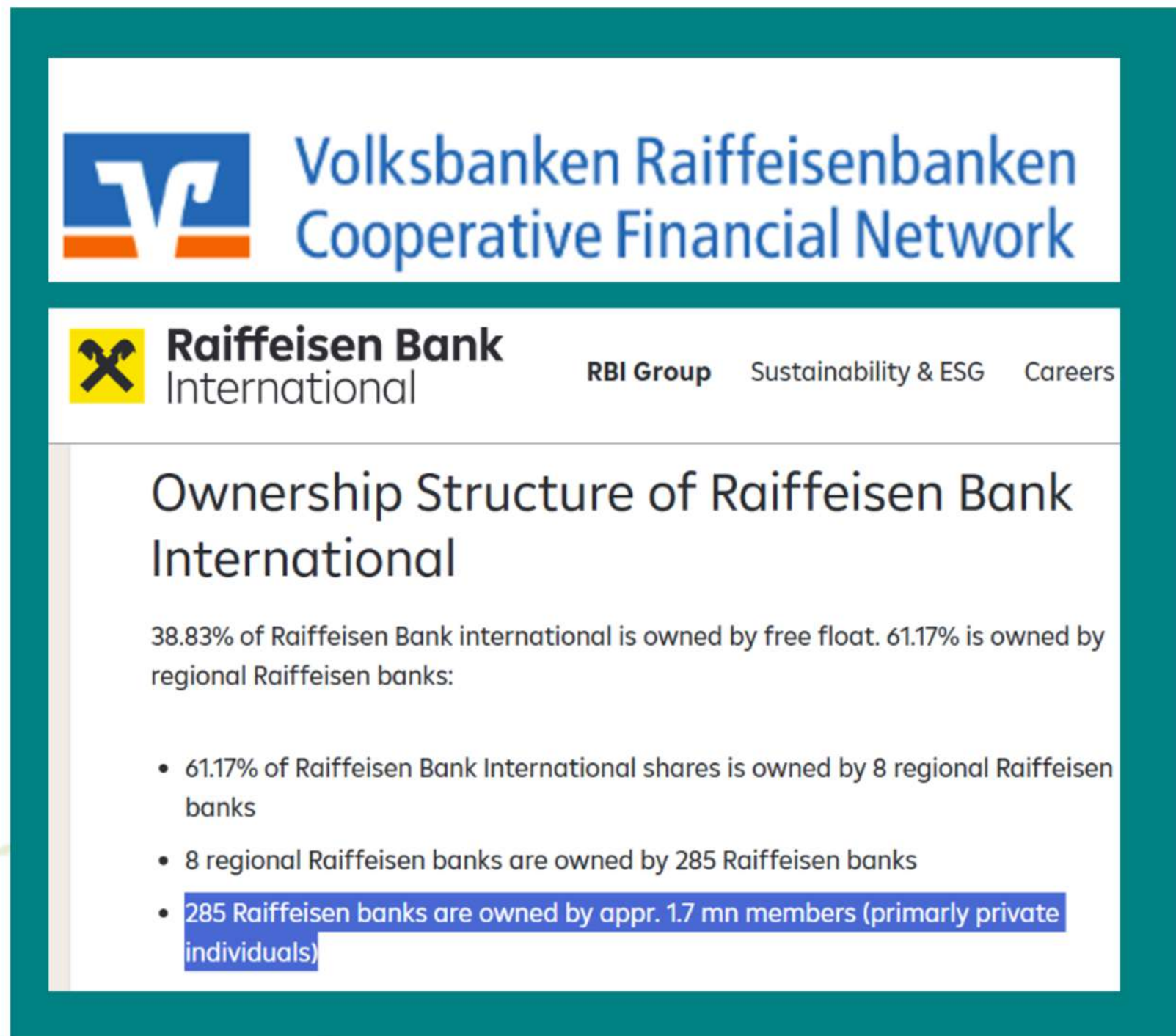
The screenshot shows the website for the Volksbanken Raiffeisenbanken Cooperative Financial Network. The header features the logo and the text "Volksbanken Raiffeisenbanken Cooperative Financial Network". Below the header, there is a navigation menu with "We are DZ BANK", "Clients & Services", "Insights", and "International Network". The main content area contains a bold statement: "The Volksbanken Raiffeisenbanken cooperative financial network is a unique group of strong finance companies. No matter what your financial plans may involve, we have an expert who can help you." Below this, there is a paragraph of text: "The cooperative financial network is one of the largest banking groups in Germany. As well as more than 700 local cooperative banks, it includes the network's central institution, DZ BANK, as well as the DZ BANK Group companies – including entities such as Bausparkasse Schwäbisch Hall and Union Investment – and various other specialized financial institutions. The animated video clip below demonstrates what defines us, how we cooperate, and how we are influenced by the cooperative principle."

Prinsip 3S *Raiffeisen* berhasil, dimana tingkat pengembalian pinjaman dan martabat petani di kala itu justru mengalami perbaikan kinerja ketika peserta program tidak diposisikan sebagai “penerima bantuan” dari “donasi orang kaya”,

Melainkan,

diposisikan sebagai manusia bermartabat yang mampu membantu dirinya sendiri.

1.2 Mengenal Koperasi Kredit Pedesaan Pertama Dunia: Koperasi *Raiffeisen*, Jerman



The screenshot displays the Raiffeisen Bank International website. At the top, the logo for 'Volksbanken Raiffeisenbanken Cooperative Financial Network' is visible. Below it, the Raiffeisen Bank International logo and navigation links for 'RBI Group', 'Sustainability & ESG', and 'Careers' are shown. The main heading is 'Ownership Structure of Raiffeisen Bank International'. The text states: '38.83% of Raiffeisen Bank international is owned by free float. 61.17% is owned by regional Raiffeisen banks:'. A bulleted list follows: '61.17% of Raiffeisen Bank International shares is owned by 8 regional Raiffeisen banks', '8 regional Raiffeisen banks are owned by 285 Raiffeisen banks', and '285 Raiffeisen banks are owned by appr. 1.7 mn members (primarily private individuals)'. The last item is highlighted with a blue background.

Model Koperasi Jasa Keuangan yang diinisiasi Raiffeisen terus langgeng beroperasi hingga saat ini, menginspirasi gerakan lembaga keuangan non-bank Credit Union dan Bank berbasis koperasi seperti:

- **Volksbanken Raiffeisenbanken Cooperative Financial Network** di Jerman yang terdiri **672 bank lokal berbasis koperasi**, dengan **total anggota 17,6 juta orang**, dengan total nilai aset kelolaan **EUR 1.2 triliun**.
- **RaiffeisenBank International**, sebuah jaringan perbankan yang beranggotakan Koperasi Jasa Keuangan (disana disebut cooperative banks, atau Raiffeisen Banks) di 23 negara Eropa, berpusat di Austria, dengan total anggota 1,7 juta orang.

1.3 Mengenal Konglomerasi Koperasi Pertanian terbesar dunia: Zen-Noh (Jepang) dan Nonghyup (Korea Selatan)



Koperasi Zen-Noh Jepang



Koperas Nonghyup Korea Selatan

Kalimat Visi (tujuan lahir)

Menjalankan peran sebagai organisasi pertanian berbasis komunitas secara tulus, dengan melaksanakan inisiatif:

1. Mengembangkan industri pertanian di daerah-daerah untuk melindungi pangan, alam, dan air negara kita (Jepang).
2. Membangun komunitas lokal di mana orang dapat menjalani kehidupan yang aman dan berlimpah dengan memberikan kontribusi pada lingkungan, budaya, dan kesejahteraan.
3. Mencapai hasil koperasi melalui partisipasi aktif dan solidaritas dengan JA (*Japan Agricultural Cooperatives*).
4. Memastikan pengelolaan JA yang sehat dan memperkuat kepercayaan pada JA sesuai dengan prinsip-prinsip kemandirian, swadaya, dan pengelolaan demokratis.
5. Mengejar pencapaian kehidupan yang bermakna bersama melalui pembelajaran semangat kerja sama dan pelaksanaan kegiatan koperasi.

Membangun komunitas pertanian dan rural yang penuh harapan dan berbahagia, dengan nilai-nilai inti (*core values*) sebagai berikut:

1. Menjadi NACF (NongHyup) yang dicintai oleh masyarakat, melalui pengembangan potensi komunitas lokal dan mendukung perekonomian nasional.
2. Menjadi NACF yang dapat diandalkan petani, khususnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi, sosial, dan kedudukannya secara budaya.
3. Mengkonsolidasikan kolaborasi dan kerjasama saling menguntungkan antar koperasi pertanian dan peternakan di Korea Selatan.
4. Menjamin keberlanjutan pertumbuhan dengan mengembangkan NongHyup yang memiliki daya saing global, bukan hanya mengandalkan potensi pasar domestik.

1.3 Mengenal Konglomerasi Koperasi Pertanian terbesar dunia: Zen-Noh (Jepang) dan Nonghyup (Korea Selatan)



Koperasi Zen-Noh Jepang



Koperas Nonghyup Korea Selatan

Koperasi Pertanian Terbesar Dunia Berdasarkan Jumlah Anggota

Koperasi Pertanian Terbesar Dunia Berdasarkan Jumlah Anggota

Nama lengkap	National Federation of Japan Agricultural Cooperative Associations (JA Group)	The National Agricultural Cooperative Federation (NACF) - Nonghyup
Asal negara/ Kebijakan Pendukung	Jepang / UU Koperasi Pertanian tahun 1947	Korea Selatan / UU Koperasi Pertanian 1957
Tahun berdiri	1972, oleh gerakan petani yang mengkonsolidasikan diri.	1961, oleh gerakan petani yang juga mengkonsolidasikan diri.
Jumlah Member Koperasi	945	1111
Jumlah member individu	10,36 juta orang	2,1 juta orang

1.3 Mengenal Konglomerasi Koperasi Pertanian terbesar dunia: Zen-Noh (Jepang) dan Nonghyup (Korea Selatan)



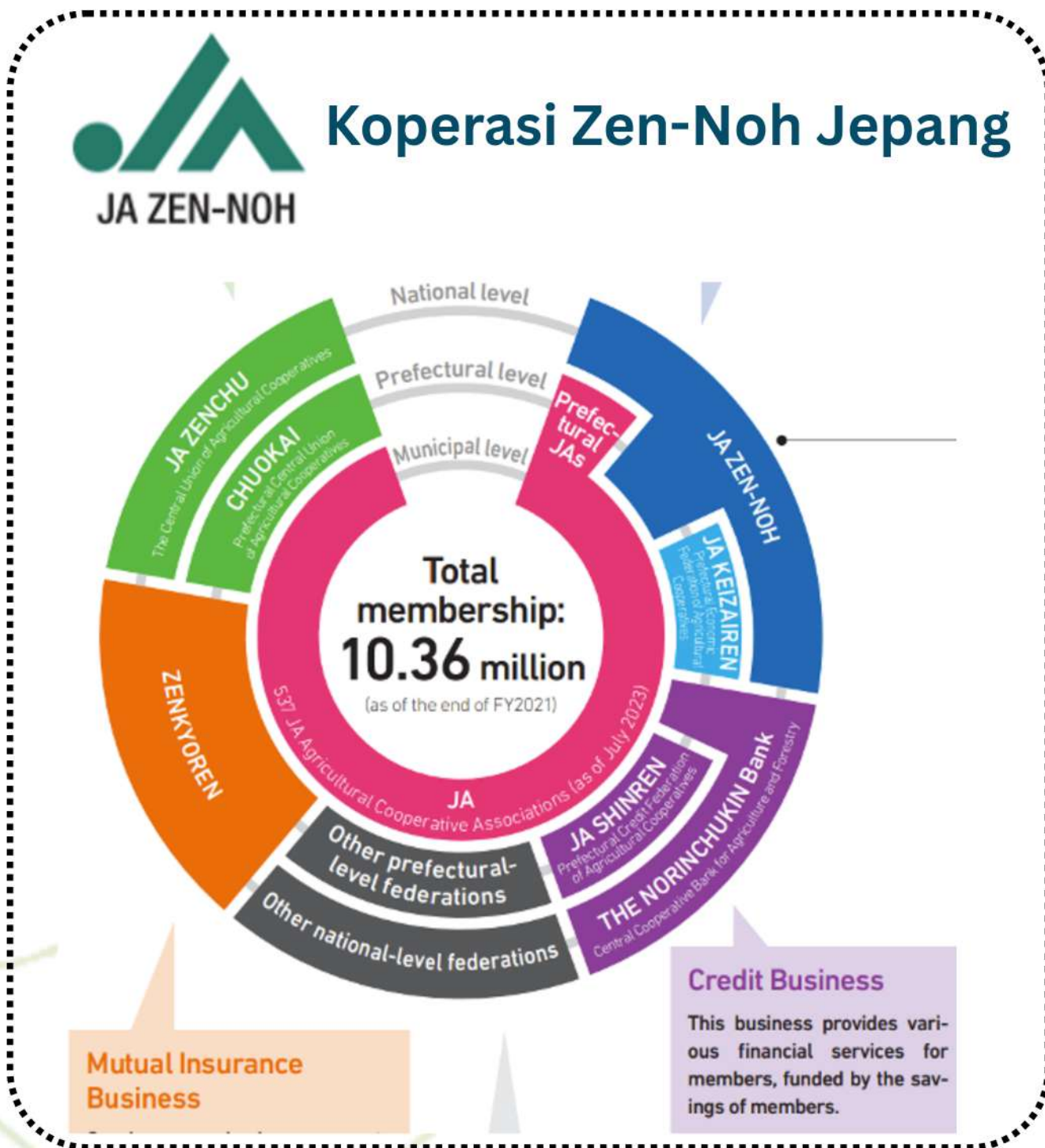
Koperasi Zen-Noh Jepang



Koperas Nonghyup Korea Selatan

Total Aset	JPY 1,4 triliun atau USD9,36 miliar (2023)	KRW166,3 triliun atau USD113.5 miliar (2023)
Total Pendapatan (turnover)	USD38,9 miliar (2021)	USD61 miliar (2021)
Jumlah karyawan	7674 orang	30.000 orang
Struktur konglomerasi sosial (koperasi)	<p>Terdiri dari 5 pilar:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Agregasi Supply dan Marketing produk Agrikultur dan Peternakan - JA Zennoh 2. Konsultasi & Kebijakan Publik - JA Zenchu 3. Asuransi (Mutual Insurance) - JA Zenkyoren 4. Perbankan (savings and loans) - Norinchukin Bank 5. Media, events, dan pariwisata 	<p>Terdiri dari 3 pilar bisnis:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pendukung: 4 anak perusahaan 2. Jasa Keuangan: 11 anak perusahaan 3. Bisnis Pertanian: 16 anak perusahaan
Sumber informasi	Laporan tahun 2023 JA Group, Zen-noh	Laporan tahun 2023 Nonghyup

1.3 Mengenal Konglomerasi Koperasi Pertanian terbesar dunia: Zen-Noh (Jepang) dan Nonghyup (Korea Selatan)



“ Jaringan Koperasi dapat membangun suatu **Konglomerasi Sosial** - yang kepemilikan dan pembagiannya keuntungannya tidak terkonsentrasi ke 1-2 keluarga saja.

”



1.3 Mengenal Konglomerasi Koperasi Pertanian terbesar dunia: Zen-Noh (Jepang) dan Nonghyup (Korea Selatan)



Koperasi Zen-Noh Jepang

JA ZEN-NOH Beberapa contoh produk atau unit bisnis:

JA Farmers Market

ZEN-NOH and A-Coop consider A-Coop supermarkets to be not just key facilities for its members, but also as places that sell domestically-produced agricultural and livestock products. In cooperation with local JAs, ZEN-NOH is opening a number of "farmers' stores" with farm stands inside A-Coop supermarkets. There are now 44 such stores across the country. (As of the end of March 2023)



Farm stand inside an A-Coop supermarket



JA Town "Japanese Wagyu" (limited offer)



Butter kit



Koperas Nonghyup Korea Selatan

Beberapa contoh produk atau unit bisnis:



Sumber gambar: [JA Group Zen Noh Report, 2023](#)

Sumber gambar: [Nonghyup Report 2023](#)

1.4 Mengenal Konglomerasi Koperasi Pekerja terbesar dunia: Mondragon Cooperative Group



José María Arizmendiarieta
Pendiri Mondragon

Participatory Humanism: Working together, without exclusion for the common good of the human race

"Humanisme Partisipatif: Bekerja bersama, tanpa pengecualian untuk kebaikan bersama umat manusia"

Pada tahun 1941, ada seorang pastor katolik bernama Jose Maria Arizmendiarieta tinggal di kota kecil bernama Mondragon, yang saat itu hanya terdiri dari sekitar 7000 penduduk yang masih dilanda masalah kelaparan dan kemiskinan, akibat Perang Sipil Spanyol.

Dengan keyakinan bahwa skill yang bermanfaat dapat memampukan seseorang menjadi warga produktif yang aktif bekerja, dalam pengabdianya bagi kemanusiaan, Jose Maria memfokuskan kerjanya untuk mengembangkan gerakan humanisme berbasis pengembangan keterampilan, partisipasi kerja, dan rasa solidaritas.

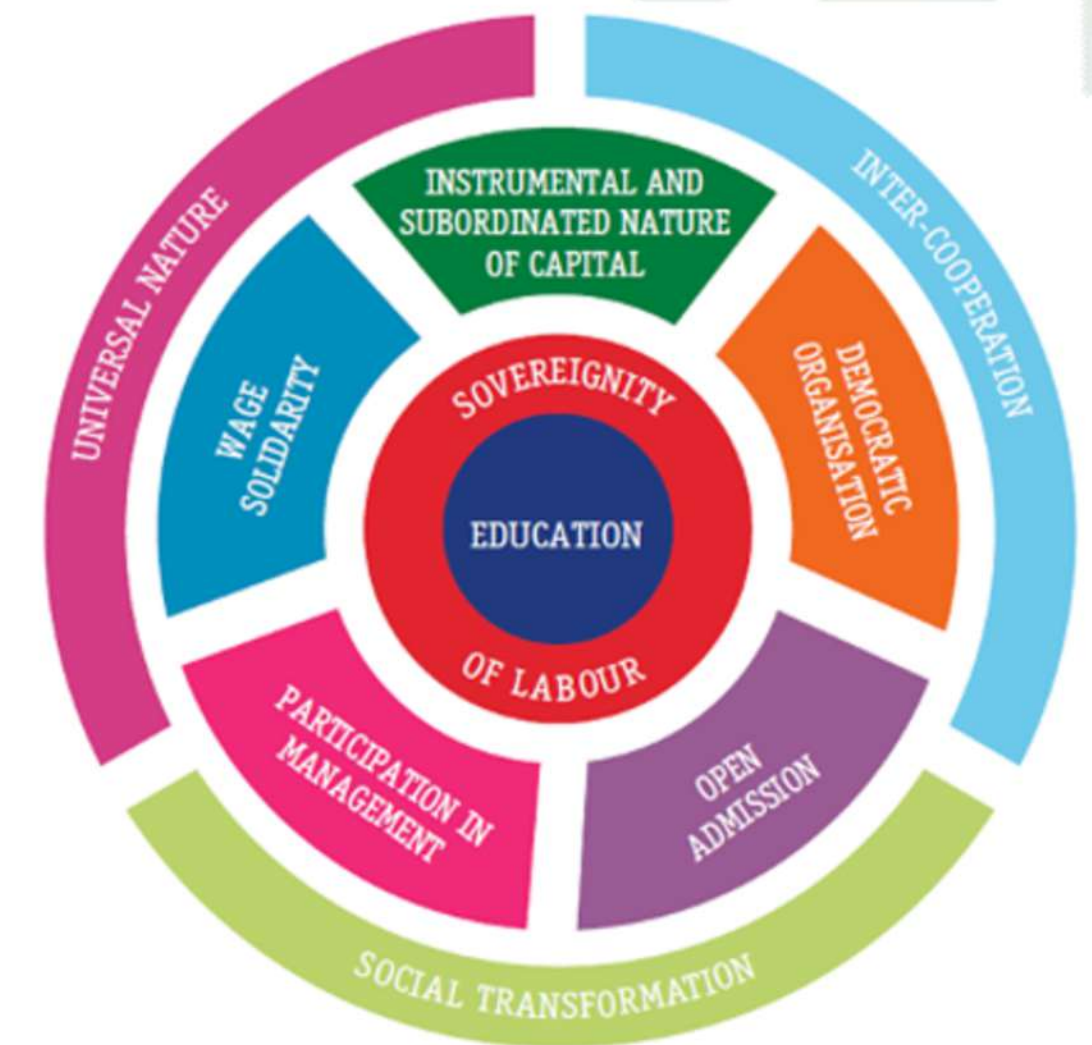


1.4 Mengenal Konglomerasi Koperasi Pekerja terbesar dunia: Mondragon Cooperative Group

Visi Mondragon- Sebuah proyek sosial-ekonomi berbasis koperasi, yang dijalankan oleh orang-orang berdedikasi dalam perusahaan global yang menguntungkan, kompetitif, dan inovatif. MONDRAGON dikenal karena nilai-nilai kemanusiaannya, dampak sosialnya, serta daya saingnya.

10 Prinsip MONDRAGON

1. **Keanggotaan Terbuka** : MONDRAGON terbuka bagi siapa saja yang menerima prinsip-prinsip kami.
2. **Organisasi Demokratis**: Sistem satu orang, satu suara digunakan dalam pemilihan badan pengelola koperasi serta dalam pengambilan keputusan penting.
3. **Kedaulatan Tenaga Kerja**: Keuntungan dibagikan berdasarkan kontribusi kerja masing-masing anggota dalam mencapainya.
4. **Peran Kapital yang Terbatas dan Bersifat Instrumen**: Modal adalah sumber daya yang diperlukan, tetapi tidak memberikan hak suara dan pembagiannya atas keuntungan dibatasi serta tunduk pada kepentingan tenaga kerja.
5. **Partisipasi dalam Manajemen**: Keterlibatan aktif dan bertanggung jawab setiap anggota dalam pengelolaan bisnis.
6. **Solidaritas Upah**: Upah ditetapkan sesuai dengan kemampuan koperasi, dengan prinsip keadilan baik di tingkat internal maupun eksternal dalam ekosistem MONDRAGON.
7. **Inter-Koperasi**: Mekanisme solidaritas antara koperasi untuk meningkatkan efisiensi bisnis.
8. **Transformasi Sosial**: Berkomitmen terhadap pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan bagi komunitas lokal.
9. **Universalitas**: Berkontribusi dalam memperjuangkan demokrasi ekonomi dalam konteks Ekonomi Sosial serta mendukung gerakan koperasi internasional.
10. **Pendidikan**: Mengembangkan individu dan budaya koperasi dengan mengalokasikan sumber daya manusia dan finansial untuk pendidikan koperasi serta pengembangan profesional bagi anggota dan generasi muda.



Sumber gambar:
[Kelly, Georgia, The Ethics and Values of Cooperative Culture in the Basque Region of Spain, Garrison Institute \(2023\)](#)

1.4 Mengenal Konglomerasi Koperasi Pekerja terbesar dunia: Mondragon Cooperative Group

Karakteristik	Mondragon Cooperative Corporation	US Multinational Corporations
Pemilik Modal atau Pemilik Saham	Pemilik modal haruslah pekerja dan/atau konsumen. Organisasi pendukung mungkin memiliki suara dalam koperasi 'sekunder'. Sistem keanggotaan terbuka (tidak dibatasi oleh kemampuan membayar karena kontribusi dikaitkan dengan gaji awal, dan 'unit bank' Mondragon dapat menyediakan pinjaman untuk pekerja, sehingga bisa mencicil partisipasi modal).	Pemilik modal biasanya adalah direksi dan/atau investor institusional (dibatasi berdasarkan kemampuan membayar setoran modal). Pengaturan khusus untuk kepemilikan saham blok (dengan hak suara terbatas) mungkin ada melalui rencana kepemilikan saham karyawan (ESOP).
Kepemimpinan	Presiden atau Ketua Dewan Pengurus dipilih oleh anggota untuk masa jabatan empat tahun (maksimum dua periode). Dewan pengelola terdiri dari 7, 9, atau 12 pekerja/konsumen. Dewan sosial dipilih dari setiap departemen, dan anggota dapat mewakili kepentingan serikat pekerja.	CEO dipilih oleh Dewan Komisaris dan/atau Dewan Direksi, anggota Dewan Komisaris atau Direksi dipilih oleh pemilik saham. Jarang sekali Perusahaan yang melibatkan perwakilan konsumen atau serikat pekerja dalam proses penentuan CEO atau Direktur Utama.
Rasio Gaji Tertinggi terhadap Gaji Terendah	Dulu 3 : 1 , sekarang, maksimum 9 : 1 - rasio ini stabil sejak 1980s (rasio anggota pekerja dengan gaji tertinggi dibagi dengan pekerja dengan gaji terendah). Sumber: Mondragon, Wage Regulation, wikipedia.org/wiki/Mondragon_Corporation	Dapat mencapai 419 : 1 , sejak 1990 ada di sekitar 85:1 (pekerja dengan gaji tertinggi umumnya adalah CEO atau Direktur Utama, dibandingkan dengan rata-rata gaji karyawan fungsional). Source: Aslam (1999), US Labor Statistics.

Sumber: Ridley-Duff, R. J. and Bull, M. (2011) Understanding Social Enterprise: Theory and Practice, London: Sage Publications, diterjemahkan oleh Dewi Meisari

1.4 Mengenal Konglomerasi Koperasi Pekerja terbesar dunia: Mondragon Cooperative Group



Sumber gambar: <https://www.mondragon-assembly.com/our-locations-2/>

Sebagai sebuah Koperasi Pekerja dimana pemiliknya adalah orang-orang yang bekerja pada perusahaan Koperasi tersebut, maka kisah Mondragon memiliki keunikan tersendiri dalam mengelola kebijakan manajemen karyawan di masa krisis.

Pada sistem kapitalisme murni, umumnya perusahaan memiliki struktur kepemilikannya oleh beberapa orang investor saja. Sehingga, pada saat krisis, reaksi intuitif yang mengisi nalar berpikir para pemilik perusahaan umumnya adalah dengan melakukan pengurangan karyawan atau PHK (*Pemutusan Hubungan Kerja*).

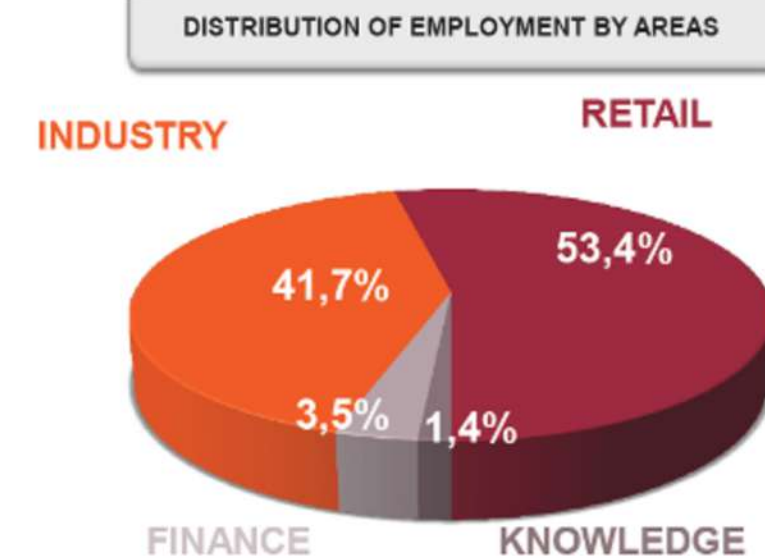
Mondragon, dengan struktur kepemilikan oleh karyawan, memiliki nalar berpikir yang berbeda dalam menghadapi krisis, karena adanya nilai-nilai solidaritas dalam cara berpikir mereka. Berikut contoh keputusan Mondragon (*Bretos Ignatio & Duff, 2024**):

- Tahun 2009 anggota memutuskan memotong gaji sebesar 6.3%, agar bisa bertahan hadapi dampak krisis global 2008
- Tahun 2010 anggota memutuskan membekukan gaji beberapa tahun (tanpa kenaikan)
- Tahun 2013 anggota memutuskan menaikkan gaji 4.25%, setelah kondisi membaik.

Mondragon juga memiliki Program **Employment aid fund**, yaitu penyisihan dana khusus untuk membantu karyawan apabila mondragon tidak mampu lagi mempekerjakan mereka. Dana bantuan itu untuk membantu mencarikan pekerjaan ditempat lain, dan memberikan gaji selama maks.2 tahun masa tunggu untuk mendapatkan pekerjaan baru.

*) Bretos, I., Ridley-Duff, R., & Wren, D. (2024). *Crafting alternative work organisations: Paradoxes of workplace democracy and emancipation in worker-buyout cooperatives. Economic and Industrial Democracy*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/0143831X241273044>

1.4 Mengenal Konglomerasi Koperasi Pekerja terbesar dunia: Mondragon Cooperative Group



- **74.117** Karyawan-Pemilik
- Tersebar di **5 Benua & 150 Negara**
- Record Profit **EUR 593 Juta Euro** (2023)
- Berkontribusi sebesar **10,6 PDB** Basque Country (2009)
- Menjadi Konglomerasi Sosial, berupa Grup yang terdiri dari **81 Koperasi** dengan **260 lini Bisnis**

Bidang Usaha:

- **Industri:** Meliputi manufaktur, teknologi, dan rekayasa teknik. Karyawan-Pemilik: 27.576 Total Penjualan 5035 Juta Euro
- **Keuangan:** Mencakup perbankan (Laboral Kutxa) dan asuransi (Seguros Lagun Aro). Karyawan-Pemilik : 2259 orang | 29.205 Juta Euro Sumberdaya yang dikelola
- **Ritel:** Termasuk jaringan supermarket besar dan berbagai bisnis ritel lainnya. Total Penjualan : 6021Juta Euro | 38.916 Karyawan-Pemilik
- **Pengetahuan:** Mencakup pusat pendidikan, universitas, dan pusat teknologi. 2008 orang berdedikasi pada RnD | 387 Paten

Sumber gambar dan informasi: [Mondragon Model](#) dan [Mondragon Report 2023](#)

2. Alasan dan Tujuan Berkoperasi

2.1 Mengapa Dunia Berkoperasi?

Berdasarkan sejarah dan perkembangan penyebaran gagasannya, dapat disimpulkan bahwa inisiatif pendirian Koperasi selalu didorong oleh **motivasi untuk memperbaiki kondisi sosial ekonomi anggota yang saat itu sedang berada dalam posisi tereksplorasi, atau, terpinggungi.**

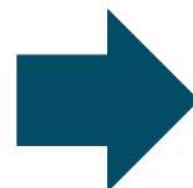
Namun, motivasi tersebut tidak selalu diawali oleh semangat dari akar rumput atau bottom up murni seperti kisah **Rochdale Pioneers Society di Inggris**, yang digagas oleh komunitas buruh yang memiliki tingkat kesadaran atau literasi tinggi, karena terinspirasi oleh pemikiran ideologis Robert Owen yang menyuarakan kesetaraan hak hidup layak bagi semua kalangan, bukan hanya kaum feodal saja.

Jerman



Pengembangan Koperasi Kredit lahir dari motivasi seorang tokoh pemerintah, yaitu seorang Walikota yang peduli dan sangat ingin memperbaiki kesejahteraan warganya, agar tidak lagi terjerat oleh eksploitasi rentenir.

Jepang & Korsel



Pengembangan Konglomerasi Koperasi Pertanian lahir dari motivasi masyarakat pertanian itu sendiri, yang didukung oleh kebijakan pemerintah untuk perlindungan hukum dan akselerasinya.

Basque, Spain

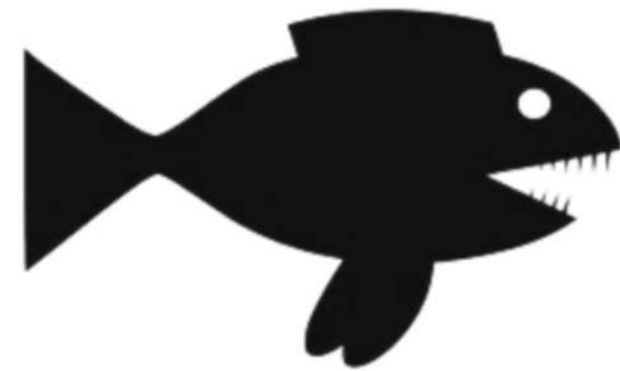


Pengembangan Konglomerasi Koperasi Pekerja lahir dari motivasi horizontal anggota masyarakat dari Tokoh Agama yang fokus membangun keterampilan kerja kepada jemaahnya.

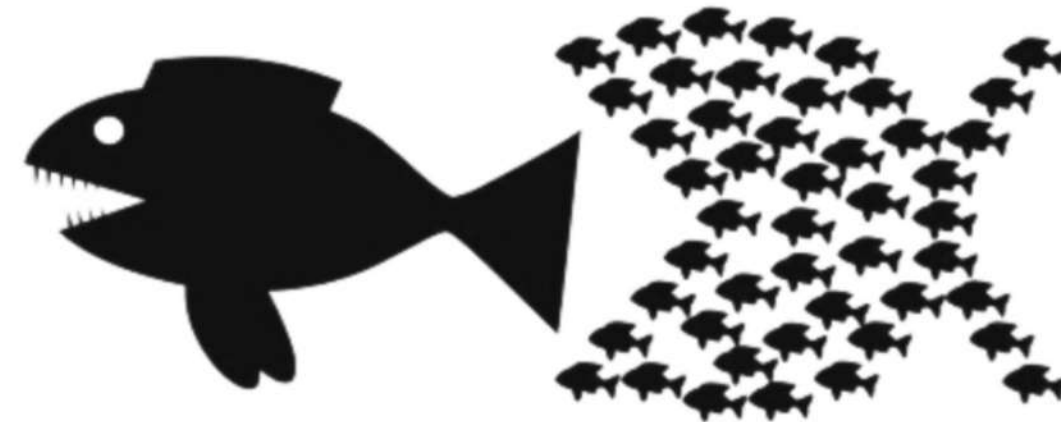
2.1 Mengapa Dunia Berkoperasi?

Menurut estimasi *International Cooperative Alliance (ICA)*, terdapat **sekitar 1,2 miliar orang di dunia adalah anggota Koperasi. Cukup banyak, kan? Mengapa mereka berkoperasi?**

Ilustrasi berikut mungkin bisa menjadi analogi yang cukup sesuai untuk gambarkan mengapa banyak orang berkoperasi. Khususnya jika dilihat dari konteks sejarahnya.



Don't panic,



ORGANISE!

Sumber gambar: <https://plan4holloway.org/get-involved/>

Karena melalui Koperasi, sekelompok orang kecil dapat mengkonsolidasi dan mengorganisir kekuatan, sehingga secara bersama-sama mereka menjadi mampu bertahan atau melawan tekanan eksploitasi dari “kaum elit” atau “orang besar” tertentu.

Semangat berkoperasi:
Collective Egoism atau
Egoisme Kolektif

2.1 Mengapa Dunia Berkoperasi?

Setelah memahami bagaimana pemikiran Koperasi lahir dan perkembangan praktik bisnis berbasis komunitas dewasa ini, dapat disimpulkan beberapa **tujuan masyarakat menyelenggarakan aktivitas ekonomi dengan berkoperasi:**

1. Menolong diri sendiri untuk memperbaiki kondisi ekonomi dan sosialnya

- **Koperasi konsumen** seperti Rochdale hadirkan kualitas produk yang lebih tinggi dengan harga yang lebih terjangkau bagi anggotanya
- **Koperasi Kredit** seperti Raiffeisen hadirkan layanan pinjaman yang lebih mudah diakses dan lebih murah biayanya (dibanding rentenir) bagi anggotanya.
- **Koperasi Pertanian** seperti Nonghyup dan JA Group meningkatkan akses input pertanian dengan harga yang lebih terjangkau, membeli produk/komoditas hasil panen anggotanya dengan harga yang lebih adil dan menguntungkan, karena koperasi mengkonsolidasikan pembelian input dan pemasaran produknya dengan lebih efisien dan produktif.
- **Koperasi Pekerja** seperti Mondragon meningkatkan partisipasi pekerja untuk secara demokratis ikut menentukan struktur gaji dan pembagian keuntungan (dividen) yang lebih adil bagi anggota yang seluruhnya merupakan pekerja di Grup Koperasi Mondragon.



Sources : Illustrated by ChatGPT



Sources : Illustrated by ChatGPT

2.1 Mengapa Dunia Berkoperasi?

2. Membangun kesetaraan kekuatan ekonomi komunitas melalui usaha bersama berasaskan pada semangat gotong royong dan solidaritas

Organisasi bisnis dengan model Koperasi tidak mungkin menawarkan harga beli maupun harga jual yang eksploitatif bagi anggotanya. Berbeda dengan perusahaan yang dimiliki oleh 1-2 orang investor, yang dalam proses negosiasinya ingin mendapatkan harga beli serendah-rendahnya dari petani, dan/atau menerapkan harga setinggi-tingginya ke konsumen, untuk memaksimalkan profit.

Koperasi tidak dikelola untuk memaksimalkan profit, melainkan untuk **memaksimalkan manfaat atau benefit bagi anggotanya**. Ada pula yang menyebut Koperasi sebagai perusahaan yang **surplus oriented (sisa hasil usaha)**, bukan *profit oriented*. Secara falsafah makna, **surplus dibutuhkan untuk menjamin keberlanjutan usaha semata**, sedang profit dibutuhkan agar bisa memberi dividen bagi pemilik usaha (investor).

Ilustrasi berikut dapat memperjelas perbedaan antara **Perusahaan Perdagangan biasa** yang memaksimalkan profit versus **Koperasi Konsumen** yang memaksimalkan **benefit ke anggota**.

2.1 Mengapa Dunia Berkoperasi?

2. Membangun kesetaraan kekuatan ekonomi komunitas melalui usaha bersama berasaskan pada semangat gotong royong dan solidaritas.

Perusahaan Perdagangan Biasa



Perusahaan Koperasi Konsumen



2.1 Mengapa Dunia Berkoperasi?

3. Mengurangi risiko ketimpangan ekonomi, akibat dampak negatif praktik kapitalisme murni yang rawan eksploitasi kepada masyarakat ekonomi lemah.

Sebagai sebuah **gerakan ekonomi rakyat**, pengembangan koperasi dunia umumnya disertai dengan misi perbaikan struktural pada sistem ekonomi tempat koperasi tersebut beroperasi.

Gagasan Koperasi lahir di **Era Revolusi Industri Pertama (1760 - 1840, era mesin uap)** yang dikala itu, terjadi eksploitasi struktural dari kaum feodal dan kapitalis, terhadap kaum pekerja.

Praktik ini terus berlanjut di **Era Revolusi Industri Kedua (1840 - 1914, era mesin atau generator listrik dan telegraf)**. Di era ini, perkembangan koperasi - yang utamanya terinspirasi oleh kisah Rochdale dan Raiffeisen semakin menyebar ke berbagai negara di dunia. Gagasan Perkoperasian menyebar seperti penyebaran gagasan agama atau ideologi, sampai akhirnya dunia mendirikan **International Cooperative Alliance (www.ica.coop)** pada **1895**, dan masih aktif sampai sekarang.

Berdasarkan sejarahnya, Koperasi lahir sebagai aksi ekonomi kolektif untuk melawan ketimpangan kekuatan dan kesejahteraan ekonomi akibat eksploitasi sistem kapitalisme kala itu. Saat ini, Koperasi terus berkembang sebagai kendaraan ekonomi **untuk mewujudkan keseimbangan 3 pilar keberlanjutan: *people, planet, profit***.

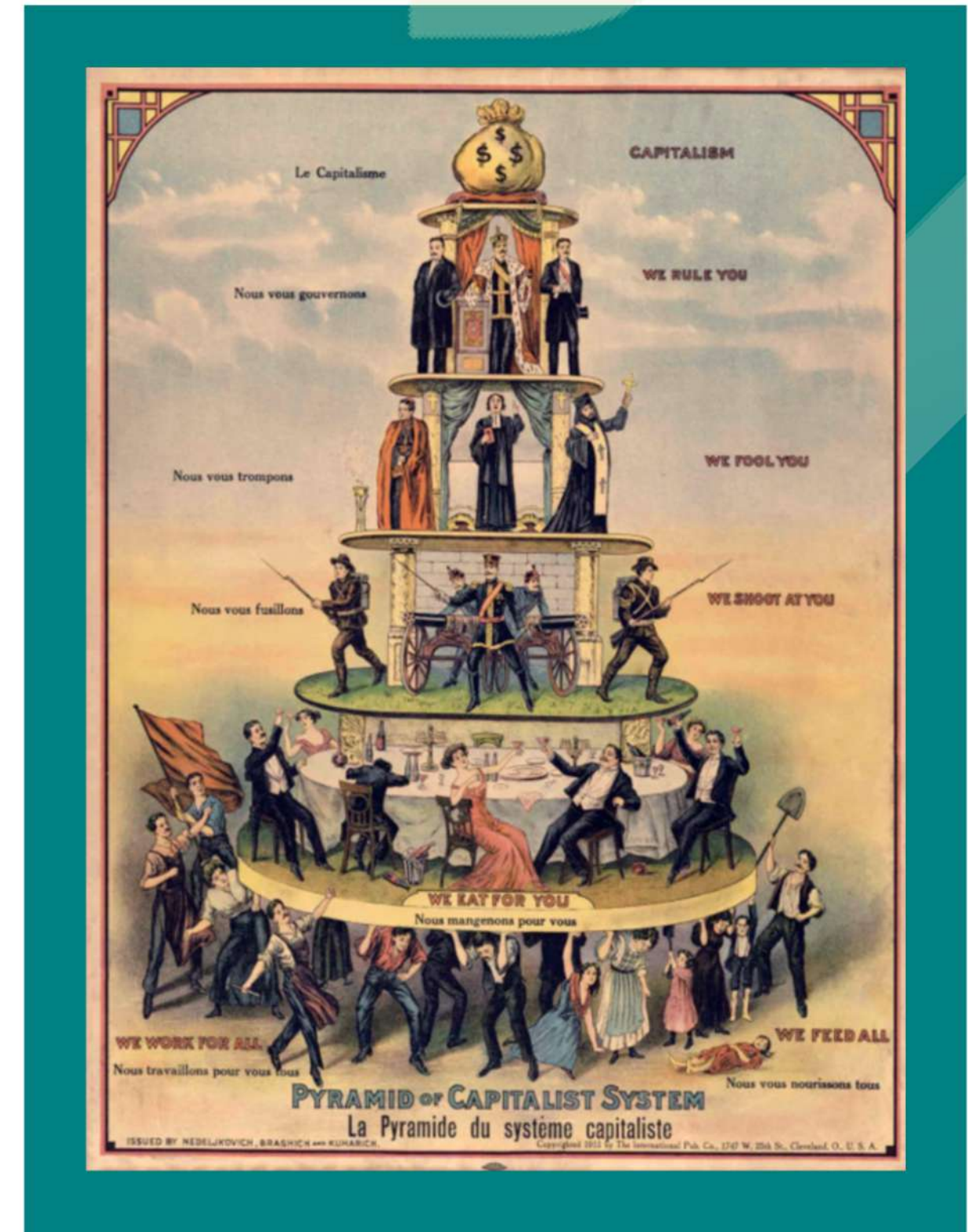


2.1 Mengapa Dunia Berkoperasi?

3. Mengurangi risiko ketimpangan ekonomi, akibat dampak negatif praktik kapitalisme murni yang rawan eksploitasi kepada masyarakat ekonomi lemah

Poster *Pyramid of the Capitalist System* yang dirilis pada tahun 1911 oleh International Workers of the World (IWW) - sebuah organisasi buruh di Amerika Serikat - mungkin dapat memberi gambaran betapa eksploitatifnya praktik kapitalisme di masa-masa itu.

Poster ini sangat “viral” pada masanya, karena mengandung satir yang cukup jitu menggambarkan ketimpangan kekuatan ekonomi saat itu. Pada poster ini, kaum kapitalis yang jumlahnya sedikit menduduki hirarki tertinggi yang membuat aturan main, sementara kaum buruh yang jumlahnya banyak justru menjadi kalangan yang menopang semua beban dan tertekan di level terbawah.



2.1 Mengapa Dunia Berkoperasi?

3. Mengurangi risiko ketimpangan ekonomi, akibat dampak negatif praktik kapitalisme murni yang rawan eksploitasi kepada masyarakat ekonomi lemah.

Perusahaan Koperasi dapat mengurangi ketimpangan karena sistem tata kelolanya sebagai perkumpulan orang (anggota), bukan perkumpulan modal, dapat mencegah proses transmisi **privatisasi profit (privatized profit)**, yaitu terjadinya pemusatan kesejahteraan ekonomi (uang) dari banyak orang ke sedikit orang. Berikut contoh ilustrasi proses transmisi *privatized profit* pada bisnis perdagangan ritel.



2.1 Mengapa Dunia Berkoperasi?

3. Mengurangi risiko ketimpangan ekonomi, akibat dampak negatif praktik kapitalisme murni yang rawan eksploitasi kepada masyarakat ekonomi lemah.

Perusahaan Koperasi memiliki prinsip pembagian dividen atau **Surplus Hasil Usaha (SHU)** berdasarkan partisipasi transaksi, bukan berdasarkan proporsi kepemilikan saham. Sehingga, sistem Koperasi justru mendorong terjadinya proses transmisi **sosialisasi profit (socialized profit)**, yaitu terjadinya penyebaran distribusi kesejahteraan ekonomi (uang) dari banyak orang ke banyak orang. Berikut ilustrasinya.



2.2 Tujuan Berkoperasi

4. Mengarusutamakan Praktik Bisnis Berkelanjutan yang Menyeimbangkan Pilar *People, Planet, Profit*

Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) menyatakan bahwa Koperasi dapat menjadi kendaraan strategis untuk mewujudkan cita-cita ***Sustainable Development Goals***.

TUJUAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN



2.2 Tujuan Berkoperasi

4. Mengarusutamakan Praktik Bisnis Berkelanjutan yang Menyeimbangkan Pilar *People, Planet, Profit*

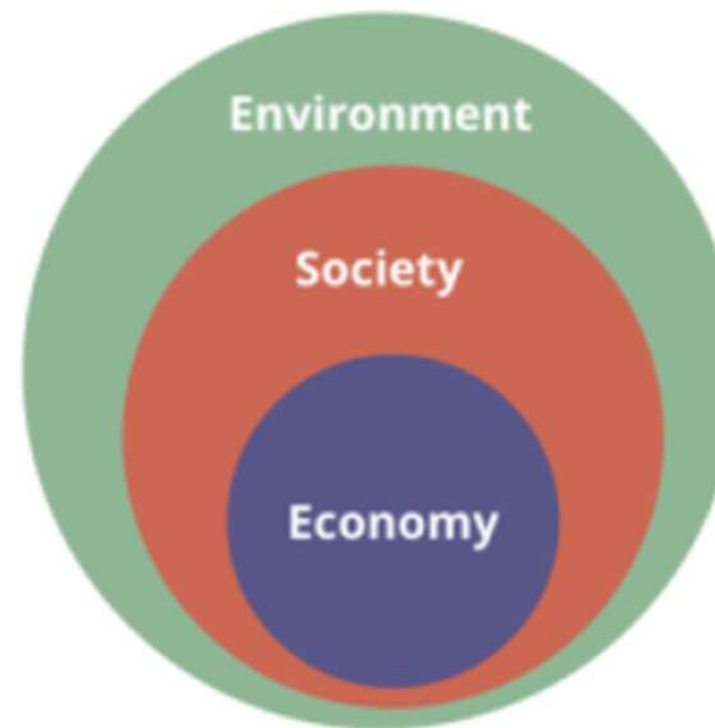
Perusahaan Koperasi dipandang sebagai model yang paling sesuai untuk menyelenggarakan kegiatan bisnis yang sejalan dengan **paradigma pembangunan berkelanjutan terkini**, yaitu, yang memposisikan komunitas **pelaku ekonomi (*profit*)** sebagai sub-unit dari **komunitas sosial masyarakat (*people*)**, dan komunitas sosial sebagai sub-unit dari **lingkungan hidup (*planet*)**.

Model Pembangunan Berkelanjutan (dulu)



Praktik berkelanjutan (sustainability) hanya sebagai irisan kegiatan oleh aktor ekonomi, aktor sosial, dan penggiat lingkungan.

Model Pembangunan Berkelanjutan (sekarang)



Praktik berkelanjutan (sustainability) dimaknai sebagai logika berpikir yang selalu memposisikan aktivitas ekonomi sebagai bagian dari aktivitas sosial masyarakat dan lingkungan. Sehingga, setiap keputusan ekonomi/bisnis, harus juga memperhatikan indikator dampak sosial dan lingkungan, bukan hanya indikator laba rugi bagi perusahaan saja.

Sumber gambar: Purvis et al. 2018. Three pillars of sustainability: in search of conceptual origins. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11625-018-0627-5>

3. Identitas dan Jati Diri Koperasi

3.1 Identitas dan Jati Diri Koperasi

Apa itu identitas? Apa itu jati diri?

Pertanyaan ini sederhana, namun banyak orang masih bingung bagaimana menjawabnya. Untuk analogi, mari kita amati komponen informasi yang umumnya ada di Kartu Identitas kita sebagai seorang warga negara.



Cukup banyak komponen informasi yang tertuang di 1 kartu ini, setidaknya ada **18 jenis informasi**, dari nama provinsi, kota/kabupaten, nomor NIK, Nama, Tempat Lahir, Tanggal lahir, Jenis Kelamin, pekerjaan, status pernikahan, agama, alamat, foto, t tanggal terbit kartu, sampai tanda tangan.

Mengapa dibutuhkan informasi sebanyak ini untuk membentuk identitas kita? Mengapa, tidak cukup hanya informasi **nama** saja, misalnya?

3.1 Identitas dan Jati Diri Koperasi

Apa Itu Identitas?

Dalam konteks identitas diri, dibutuhkan cukup banyak komponen informasi untuk **membedakan diri kita dengan orang lain**.

Bayangkan jika di Kartu Identitas hanya ada informasi nama, misalnya Gita Sujana. Bagaimana jika terdapat ratusan orang dengan nama **Gita Sujana** di Indonesia? Untuk itulah dibutuhkan komponen informasi lain, karena sejatinya, **identitas adalah suatu karakteristik membedakan sesuatu dengan sesuatu yang lain**. Identitas yang membuat tanaman sawit bukanlah pohon, dan pohon bukanlah bunga.

Lantas, apa itu Identitas Koperasi?

Apa yang membuat Koperasi sebagai suatu organisasi bisnis, atau perusahaan, yang berbeda dengan jenis perusahaan yang lain?





Sources : Illustrated by ChatGPT

3.1 Identitas dan Jati Diri Koperasi

Identitas Koperasi = organisasi bisnis berbasis kepemilikan anggota

Dalam konteks badan usaha, perusahaan, atau organisasi bisnis, Koperasi adalah satu-satunya jenis badan usaha yang berbasis anggota dengan identitas dasar peran anggota sebagai pemilik sekaligus pengguna layanan atau konsumennya.

Identitas Koperasi → Anggota = pemilik = konsumen/pengguna layanan

Karakteristik **peran anggota sebagai pemilik** adalah identitas yang membedakan koperasi dengan jenis badan usaha lainnya.

Sehingga, ada menyebut koperasi sebagai organisasi bisnis dengan **struktur kepemilikan berbasis anggota (membership based ownership structure)**, bukan berbasis saham atau kontribusi modal.

Peran member sebagai pemilik membuat member/anggota dapat ikut berpartisipasi (memiliki hak suara) untuk ikut memilih dan menentukan siapa saja orang-orang yang dapat menduduki posisi strategis yang akan mengelola Koperasi. Anda mungkin member/subscriber Netflix atau member Indomaret/Alfamart, tapi apakah Anda bisa ikut voting menentukan siapa Direktur Utama dan Komisaris dari perusahaan tersebut?

3.1 Identitas Koperasi

Bagaimana menjadi Anggota Koperasi berbeda dengan menjadi Anggota atau Member Jaringan Minimarket tertentu?

Kriteria	Anggota Koperasi*	Anggota atau Member Minimarket atau Club
Konsep keanggotaan	Pemilik dan Pengguna Layanan	Peserta program loyalitas konsumen (<i>customer loyalty</i>)
Konsep manfaat cashback	<i>Patronage refund</i> , atau <i>dividen</i> yang dibagi dari Surplus Hasil Usaha yang dibagi secara proporsional kepada anggota berdasarkan partisipasi transaksi belanjanya.	Poin belanja, umumnya sekitar 0,01% - 0,05% dari nilai transaksi belanja.
Manfaat Partisipasi Hak Suara	Setiap anggota adalah pemilik, sehingga bisa mendapat akses informasi perkembangan bisnis Koperasi dan mendapat Hak Suara - langsung/tidak langsung - untuk memilih Dewan Pengurus/Dewan Pengawas Koperasi, dengan mekanisme sesuai AD/ART masing-masing.	Tidak ada Hak Suara untuk member.

3.2 Jati Diri Koperasi

Bagaimana Dengan Jati Diri Koperasi?

Seperti yang berlaku pada konteks *jati diri* untuk individu (“*self identity*” atau “*self concept*”, jati diri koperasi adalah kesatuan identitas serta sistem nilai dan prinsip yang dianutnya, untuk menjawab pertanyaan “*siapa dan apa versi ideal dari diri saya*” (*who I am, dan what is my ideal self*).

Terkait jati diri Koperasi, **konsep ideal** mengenai siapa dan apa Koperasi disusun berdasarkan **definisi** dan **nilai-nilai dasar (values) Koperasi**, dan telah dibakukan oleh ICA (*International Cooperative Alliance*).

Definisi Koperasi

“

Cooperative is an autonomous association of persons united voluntarily to meet their common economic, social and cultural needs and aspirations through a jointly owned and democratically controlled enterprise.

Sumber: <https://ica.coop/en/cooperatives/what-is-a-cooperative>

”

Koperasi adalah organisasi otonom dari orang-orang yang berkumpul secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi ekonomi, sosial, dan budaya yang sama, melalui perusahaan yang dimiliki bersama dan dikendalikan bersama secara demokratis.

Sumber: <https://ica.coop/en/cooperatives/what-is-a-cooperative>, diterjemahkan

3.2 Jati Diri Koperasi

Berdasarkan identitas dan nilai-nilai yang dianut Koperasi, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Koperasi tidak mungkin mengeksploitasi pengguna atau konsumennya, karena pengguna atau konsumennya adalah pemiliknya sendiri.
2. Koperasi tidak akan dikelola untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan, karena praktik ini sama saja memanfaatkan pengguna atau anggota atau pemiliknya sendiri.
3. Koperasi akan selalu dikelola untuk memaksimalkan manfaat (benefit) untuk anggota atau pemiliknya, mencakup:
 - a) Manfaat harga jual yang lebih terjangkau (pada koperasi konsumen)
 - b) Manfaat harga beli yang lebih menguntungkan (pada koperasi pertanian atau koperasi produsen)
 - c) Manfaat hak suara pada penentuan pengurus dan arah strategis perusahaan
 - d) Manfaat edukasi untuk anggota meningkatkan kompetensi, dan
 - e) layanan solidaritas untuk mitigasi beberapa risiko kehidupan

“Maka dari itu, Koperasi juga memiliki jati diri sebagai badan usaha atau perusahaan yang berwatak sosial (punya jiwa sosial tinggi)”

Pembahasan mengenai jati diri/prinsip Koperasi tercantum pada UU No.25/1992 pada pasal 5.

3.2 Jati Diri Koperasi

Mengingat Kembali Pesan Bapak Koperasi Bangsa



“ Kooperasi, jika hendak maju, mestilah bersendi kepada dua tiang, yaitu **solidaritas**, setia bersekutu, dan **individualitas**, kesadaran akan harga diri sendiri. Apabila kurang salah satu, koperasi kurang bijak jalannya. Ia masih bisa berdiri dan bekerja, tetapi cita-citanya tidak sempurna.

Apabila sekutu koperasi tidak mempunyai individualitas, tidak ada semangatnya untuk membela keperluan hidupnya. Perasaan menyerah kuat menindas kemauannya. Niat berkooperasi pun hilang. Apabila sekutu tak mempunyai solidaritas, ia tak merasa kepentingan bersama. Kooperasi baginya tak lain dari pada jalan mencapai keperluannya sendiri. (Buku Ekonomi Perusahaan, 1981, Hal.111)

”

Dua tiang Jati Diri Koperasi:

1. Tiang Solidaritas

Koperasi adalah perusahaan yang berwatak sosial

2. Tiang Individualitas

Koperasi adalah suatu badan usaha bersama yang berdiri karena semangat collective egoism. Semua yang bergabung ke Koperasi perlu punya keinginan untuk meningkatkan kesejahteraan dirinya, sehingga akan menjadi anggota yang aktif partisipasi membeli/ menggunakan produk/ layanan Koperasi.

*Detail pembahasan tentang Jati Diri/Prinsip Koperasi tercantum pada UU No.25/1992 pada pasal 5

4. Ideologi Ekonomi Pancasila dan Manifestasinya pada Nilai-Nilai Koperasi

4.1 Mengenal Konsep Ideologi Ekonomi Pancasila



Sebagai sebuah negara, Indonesia memiliki konsep ideal mengenai bagaimana sistem ekonomi semestinya dijalankan, yang sering disebut dengan istilah **Ekonomi Pancasila**, yang karakteristiknya:

1. **Memaknai manusia bukan hanya sebagai *Rational Being*, tapi juga *Spiritual Being (berke-Tuhan-an)***, hal ini menjelaskan keputusan seseorang atau perusahaan untuk sedekah, memberi fasilitas umroh atau haji kepada karyawan, dsj.
2. **Memaknai profit hanya sebagai salah satu bentuk “manfaat” dan “tujuan antara” menuju ketentraman (*peace of mind*) yang menjadi tujuan akhirnya.** Apabila proses meraih profit bersifat eksploitatif dan merugikan banyak orang, maka sejatinya seseorang tidak akan berhasil meraih *peace of mind*. Mungkin dalam hidupnya jadi penuh gelisah akibat aksi protes, tekanan, dan lain sejenisnya.
3. **Merupakan suatu sistem perekonomian (yang sejatinya) dikelola untuk mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia**, mencakup *penyediaan pekerjaan dan hidup layak, sampai pemeliharaan fakir miskin dan anak terlantar*.
4. **Membangun susunan ekonomi sebagai usaha bersama yang berdasar pada asas kekeluargaan**, dimana rakyat dapat berpartisipasi aktif bukan hanya sebagai pekerja melainkan juga ikut memiliki badan-badan usaha yang dapat meningkatkan kesejahteraan ekonominya; khususnya dalam bangunan usaha **Koperasi**.

4.1 Mengenal Konsep Ideologi Ekonomi Pancasila

Berdasarkan penjelasan pada Buku “Boediono.2010. *Ekonomi Indonesia, Mau ke Mana? Kumpulan Esai Ekonomi*”, berikut adalah perbedaan alur pemikiran pada ideologi sistem ekonomi pasar ala barat dengan ideologi Ekonomi Pancasila.

- **Rationalitas versi konsep Ekonomi Barat:**



- **Rationalitas versi Ekonomi Kerakyatan (Ekonomi Pancasila)**



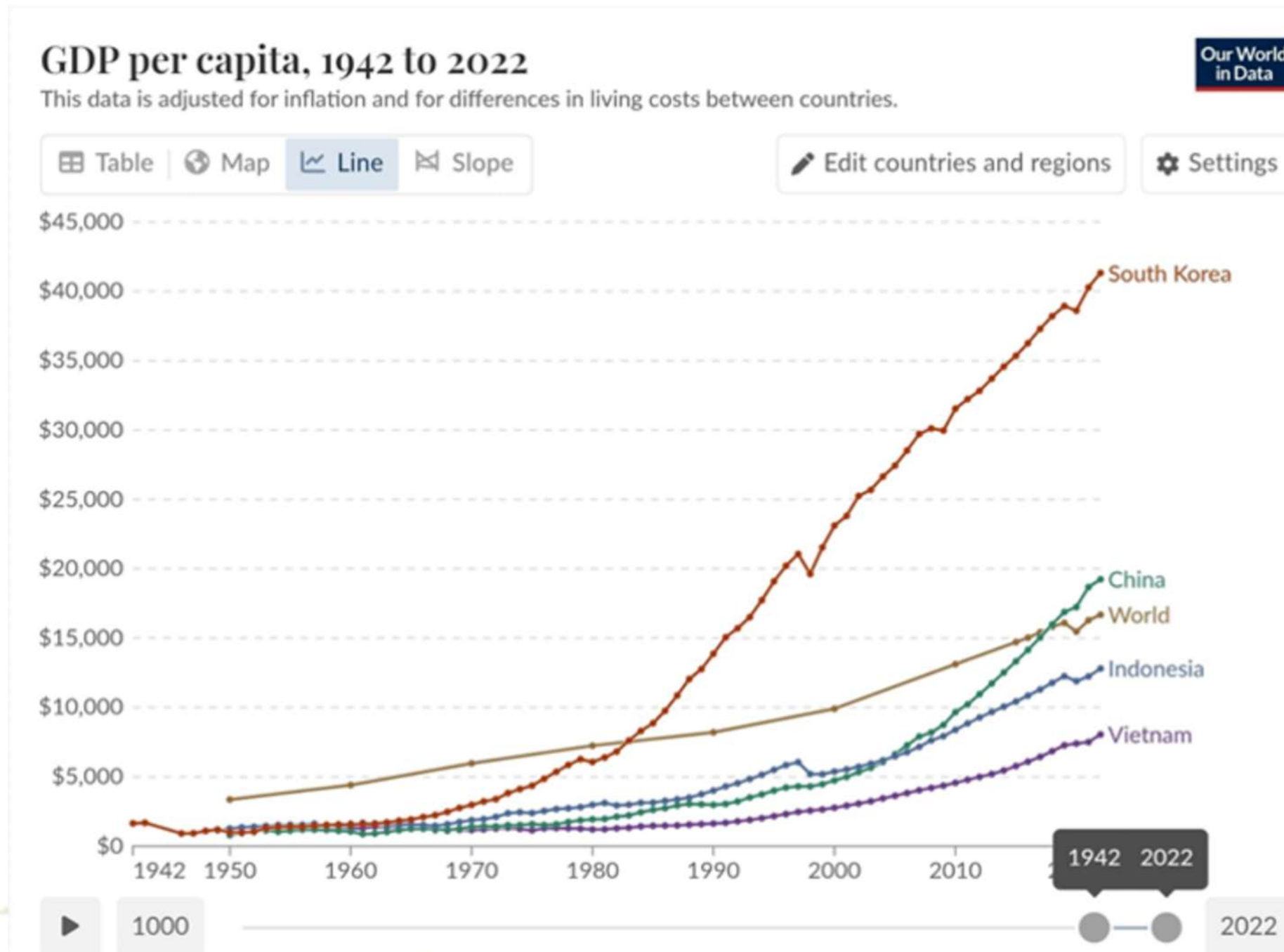
Pernah dengar ungkapan “**aku bahagia kalau keluarga senang?**”

Banyak orang merasakannya. Hal ini sebenarnya tidak bisa dijelaskan dengan nalar ekonomi barat, tapi bisa dijelaskan dengan nalar Ekonomi Pancasila.

Dalam ideologi **Ekonomi Pancasila**, manusia sejatinya berpikir dengan **rasionalitas kemanusiaan (*human rationality*)**, dimana dalam memutuskan sesuatu, sistem nalar yang dipakai bukan hanya **nalar ekonomi** yang ingin memaksimalkan profit,

melainkan juga memiliki **nalar emosional dan spiritual**, yang berpikir dengan empati, yaitu : mempertimbangkan perasaan dan aspirasi pihak lain yang mungkin terdampak oleh aksi kita); dan juga unsur ibadah/dosa dari suatu aksi tersebut → demi tercapainya **ketentraman hati (*peace of mind*)**.

4.1 Mengenal Konsep Ideologi Ekonomi Pancasila



Konsep Ekonomi Pancasila indah dibaca, apakah mudah diterapkan?

Indonesia adalah negara yang seumuran dengan Korea Selatan, dan sama-sama merdeka dari Jepang. Kita merdeka pada 17 Agustus 1945, Korea Selatan pada 14 Agustus 1945.

Berdasarkan Tingkat Pendapatan masyarakatnya (PDB per Kapita), dulu Korea Selatan lebih miskin daripada Indonesia. **Menurut Anda:**

- Mengapa perkembangan kita kalah jauh daripada Korea Selatan?
- Apakah perkembangan ekonomi kita saat ini sudah sesuai dengan sistem dan cita-cita Ekonomi Pancasila?

Sumber: ourworldindata.org

4.1 Mengenal Konsep Ideologi Ekonomi Pancasila

Ekonomi Pancasila tak lepas dari kritik, diantaranya, dianggap sebagai suatu konsep ideologis yang terlalu mengawang atau tidak membumi, sehingga sulit diterapkan.

Merespon kritik tersebut, cukup banyak ahli berpandangan bahwa **salah satu cara membumikan Ekonomi Pancasila adalah dengan meningkatkan dan mendalami peran Koperasi bagi perekonomian Indonesia.**

Hal ini karena **model kelembagaan perusahaan atau organisasi bisnis Koperasi dipandang sebagai model yang paling sejalan dengan ideologi Ekonomi Pancasila.**

Untuk itu, dalam rangka membumikan konsep Ekonomi Pancasila, langkah berikut perlu dilakukan:

1. Menyebarkan pengetahuan seputar jati diri, nilai-nilai, dan prinsip Koperasi yang benar, dan
2. Mendorong agar nilai-nilai, prinsip, serta tata kelola yang baik dapat dipraktekkan oleh sebanyak-banyaknya Koperasi di Indonesia.

Program Pengembangan Talenta Koperasi ini adalah langkah nyata Kementerian Koperasi RI untuk menyebarkan pengetahuan dan memperluas akses terhadap edukasi terstruktur bagi sebanyak-banyaknya talenta perkoperasian di tanah air.

4.2 Manifestasi Ekonomi Pancasila pada Nilai-nilai Koperasi

Manusia punya budaya dan nilai-nilai yang berkaitan dengan budaya tersebut. Begitu pula Koperasi, juga memiliki nilai-nilai yang dijunjung tinggi, yang sangat sejalan dengan nilai-nilai Ekonomi Pancasila. Berikut penjabarannya.

Nilai-nilai dasar	Deskripsi konteks implementasi di Koperasi	Checklist
1. Honesty (kejujuran)	Transparansi pengelolaan kegiatan dan keuangan koperasi kepada anggota. Anggota perlu diberi akses untuk melihat laporan keuangan, dan juga verifikasi detail transaksinya (agar mereka dapat verifikasi sendiri hak dividen atau SHU-nya masing-masing).	1. Memiliki papan informasi keuangan dasar di kantor koperasi - data diperbarui per bulan. 2. Memiliki buku kas per anggota atau catatan belanja anggota (dapat berupa kupon, atau kartu transaksi tertentu)
2. Openness (keterbukaan)	Sistem keanggotaan Koperasi harus terbuka, dan fokus pada kesamaan tujuan dan kesediaan untuk mengikuti AD/ART koperasi, tanpa melihat unsur selain dari itu, khususnya yang terkait dengan SARA	3. Memiliki AD/ART Koperasi, yang mempertegas kriteria dan syarat anggota. 4. Memiliki website/profil publik agar dapat diketahui masyarakat umum.
3. Self-help (menolong diri sendiri)	Anggota koperasi yang menjadi pengguna layanan, memiliki hak suara dalam proses demokrasi Koperasi, dan memiliki hak atas dividen atau SHU, harus ikut kontribusi modal pada koperasi.	5. Memiliki skema kontribusi modal anggota koperasi, misalnya Simpanan Pokok keanggotaan. 6. Mencatatkan Simpanan Pokok keanggotaan sebagai Modal (ekuitas) pada Neraca Koperasi.

4.2 Manifestasi Ekonomi Pancasila pada Nilai-nilai Koperasi

Nilai-nilai dasar	Deskripsi konteks implementasi di Koperasi	Checklist
4. Self-responsibility (tanggungjawab)	Anggota Koperasi ikut bertanggungjawab dalam menentukan sukses tidaknya bisnis Koperasi	7. Tingkat partisipasi transaksi anggota mendukung pendapatan Koperasi di atas 60%. <ul style="list-style-type: none">• Jika koperasi konsumen, maka minimal 60% anggota belanja rutin per bulan di toko Koperasi• Jika Koperasi Kredit, maka minimal 60% anggota meminjam dana - bukan hanya menabung - di Koperasi
5. Democracy (demokrasi)	Setiap anggota berhak untuk memilih dan dipilih menjadi pengurus atau pengawas Koperasi.	8. Koperasi memiliki mekanisme demokratis - pemilihan langsung atau dengan skema perwakilan - pada prosedur pemilihan dan pengangkatan pengurus dan pengawas koperasi pada AD/ARTnya.

4.2 Manifestasi Ekonomi Pancasila pada Nilai-nilai Koperasi

Nilai-nilai dasar	Deskripsi konteks implementasi di Koperasi	Checklist
6. Equality (kesetaraan kesempatan)	Koperasi memiliki standar operasional ataupun standar layanan yang berlaku sama bagi setiap anggotanya.	9. Koperasi memiliki standar hak dan kewajiban yang berlaku sama untuk anggotanya 10. Koperasi memiliki standar layanan yang berlaku sama untuk anggotanya, mencakup syarat dan ketentuan untuk masing-masing jenis layanannya.
7. Equity (keadilan)	Koperasi menyadari bahwa anggotanya memiliki latar belakang pendidikan dan kompetensi yang berbeda-beda, khususnya terkait kemampuan untuk meningkatkan kesejahteraan melalui berbagai layanan Koperasi.	11. Koperasi memiliki program edukasi terstruktur untuk membantu anggotanya meningkatkan pengetahuan dan kompetensi dirinya, agar lebih mampu meningkatkan partisipasi maupun meningkatkan keterlibatannya dalam manajemen Koperasi.
8. Solidarity (solidaritas)	Koperasi menyadari adanya risiko kehidupan yang akan dialami setiap anggota dan menyiapkan strategi mitigasi agar sesama anggota dapat saling membantu.	12. Koperasi memiliki program dana solidaritas, sebagai program asuransi internal, untuk membantu sesama anggota menghadapi beberapa resiko kehidupan seperti sakit hingga di rawat di Rumah Sakit, kecelakaan, atau meninggal dunia.

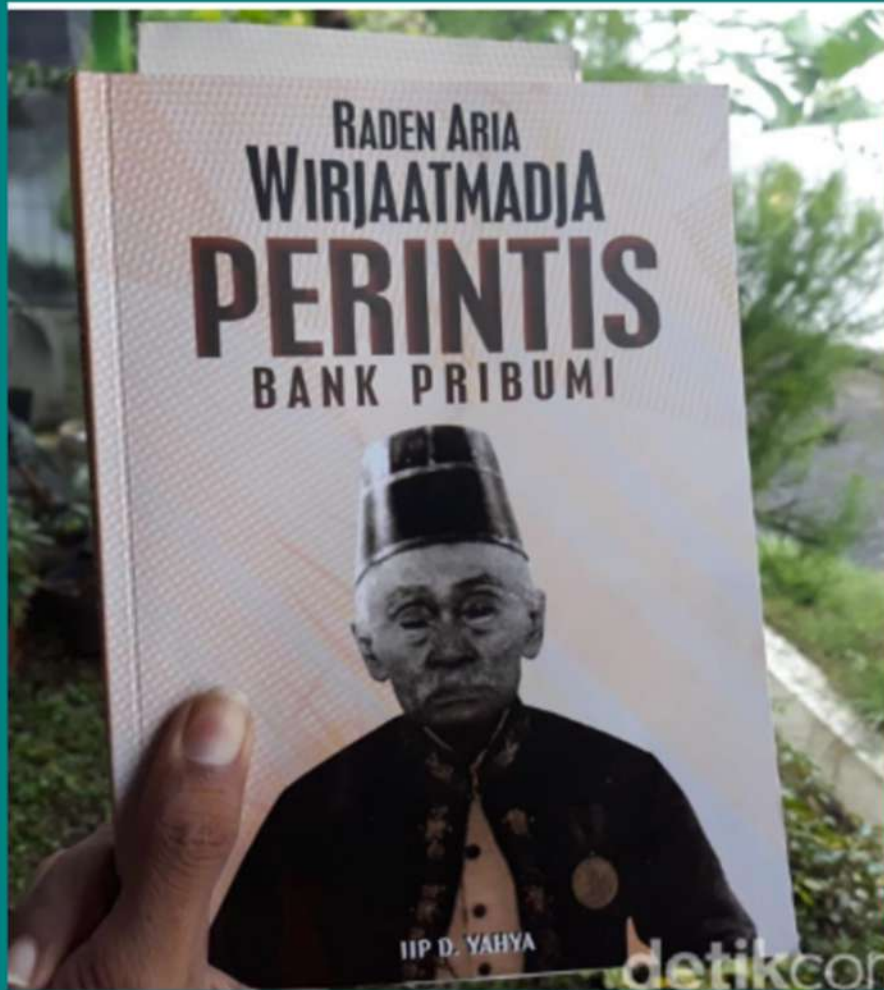
4.3 Checklist penerapan Nilai-Nilai Koperasi

Dari 12 daftar checklist penerapan Nilai-Nilai Koperasi berikut, berapa yang sudah diterapkan pada Koperasi Anda?

No	Checklist penerapan nilai-nilai Koperasi	Ada/Tidak?
1	Memiliki papan informasi keuangan dasar di kantor koperasi - data diperbarui per bulan.	
2	Memiliki buku kas per anggota atau catatan belanja anggota (dapat berupa kupon, atau kartu transaksi tertentu)	
3	Memiliki AD/ART Koperasi, yang menjelaskan kriteria dan syarat anggota.	
4	Memiliki website/profil publik agar dapat diketahui masyarakat umum	
5	Memiliki skema kontribusi modal anggota koperasi, misalnya Simpanan Pokok keanggotaan	
6	Mencatatkan Simpanan Pokok keanggotaan sebagai Modal (ekuitas) pada Neraca Koperasi	
7	Tingkat partisipasi transaksi anggota mendukung pendapatan Koperasi di atas 60%.	
8	AD/ART Koperasi mencakup mekanisme demokratis pada Rapat Anggota Tahunan - terkait pemilihan dan pengangkatan pengurus dan pengawas Koperasi - baik melalui mekanisme pemilihan langsung atau tidak langsung (sistem perwakilan)	
9	Koperasi memiliki standar hak dan kewajiban yang berlaku sama untuk anggotanya	
10	Koperasi memiliki standar mutu layanan yang berlaku sama untuk anggotanya, mencakup syarat dan ketentuan untuk masing-masing jenis layanan	
11	Koperasi memiliki program edukasi terstruktur untuk membantu anggotanya meningkatkan pengetahuan dan kompetensi diri	
12	Koperasi memiliki program dana solidaritas, sebagai program asuransi internal, untuk membantu sesama anggota menghadapi beberapa resiko kehidupan	

5. Perkembangan Koperasi di Indonesia: Tantangan dan Peluang

5.1 Sejarah Perkembangan Koperasi di Indonesia



Raden Aria Wirjaatmadja (1831 - 1901)

Beliau sering disebut sebagai Tokoh Pendiri Koperasi dan Pendiri BRI.

Sumber foto: detik.com

Catatan literatur mencatat rekam jejak penyebaran gagasan Koperasi di Indonesia bermula sejak **1891**, dimana Pemerintah Kolonial mendorong pembentukan **perkumpulan menabung untuk manfaat bersama**.

Pada tahun 1895, barulah ada “inisiatif pribumi” yang mendirikan ***De Poerwokertosche Hulp-en Spaar Bank der Indlandsche Bestuurs Ambtenaren*** (Bank Simpan Pinjam Pemuka Bumiputra Purwokerto atau disebut juga dengan istilah “**Bank Priyayi**”) - digagas oleh bangsawan (seorang Priyayi), **Raden Aria Wirjaatmadja**, yang merupakan pegawai Pemerintah Kolonial sebagai Asisten Residen.

Salah satu tugas beliau adalah mengelola **Kas Masjid**. Catatan saldo awal yang dikelola Raden Aria adalah sebesar 4000 gulden.

Dana tersebut kemudian ia kembangkan menjadi program ***pinjaman dana bergulir*** untuk masyarakat kecil - khususnya guru, buruh, dan petani - dengan **misi utama membebaskan mereka dari jeratan Rentenir**.

5.1 Sejarah Perkembangan Koperasi di Indonesia



Bank Rakyat atau dikenal juga dengan Bank Desa atau Volksbank, cikal bakal Bank Rakyat Indonesia (BRI). FOTO/Wikicommon

Sumber gambar: tirto.id

Saat itu, jeratan rentenir bukan hanya terjadi untuk pinjaman produktif, melainkan untuk penggunaan konsumtif.

Contohnya, ada kisah dimana Raden Aria menghadiri acara perayaan sunatan anak seorang guru. Acaranya cukup besar, sehingga memancing Raden Aria bertanya, bagaimana seorang guru bisa membuat acara sebesar ini?

Ternyata guru tersebut menjawab bahwa ia meminjam dana dari rentenir.

Pembelajaran: Budaya **FOPO** alias ***Fear of People's Opinion*** ternyata sudah terjadi sejak dulu. Tekanan sosial memunculkan kekhawatiran seorang guru akan “omongan orang lain” jika anaknya yang sudah disunat tidak dipestakan. Akhirnya rela sampai berhutang dengan bunga tinggi ke rentenir.

5.1 Sejarah Perkembangan Koperasi di Indonesia



Sekilas, sejarah berdirinya *Bank Priyayi* di Purwokerto yang dimulai dengan sumber daya masyarakat (Kas Masjid) dengan prinsip *menolong diri sendiri (self-help)* - mirip dengan kisah berdirinya Koperasi Kredit Raiffeisen di Jerman, **karena keduanya sama-sama:**

- Diinisiasi oleh pejabat setempat
- Bermisi mengurangi jeratan rentenir kepada rakyat kecil.

Sehingga bukan merupakan inisiatif akar rumput murni, seperti Rochdale di Inggris.

Namun ada perbedaan mencolok pula di antara dua kisah sejarah ini, yaitu:

Di Jerman, Raiffeisen Bank berkembang menjadi Grup Perbankan Koperasi besar yang dimiliki oleh sekitar 17.6 juta anggota/nasabah. Sementara di Indonesia, malah berkembang menjadi BUMN, yaitu BRI.

Pembelajaran: Jalan cerita inilah yang menjelaskan mengapa Raden Aria Wirjaatmadja sering disebut sebagai tokoh perintis Koperasi di Indonesia, dan juga sebagai sosok pendiri Bank Rakyat Indonesia.

5.2 Tantangan dan Peluang Koperasi di Indonesia

Jika melihat dengan perkembangan koperasi di beberapa negara lain, jelas perkembangan Koperasi di Indonesia dapat dinilai masih jauh dari harapan konstitusi dan cita-cita Pancasila. Mari kita coba bandingkan saja dengan Korea Selatan, yang umur negaranya sama dengan Indonesia.

No	Kriteria	Korea Selatan	Indonesia
1	Jumlah Koperasi	23.356*	130.119 (45.208* - sertifikasi NIK)
2	Jumlah total penduduk anggota koperasi (%)	28.055.698 orang (54,9% penduduk)	28.984.292 orang (10,4% penduduk)
3	Jumlah total tenaga kerja	165.457	254.849
4	Nama Koperasi terbesar	NACF - NongHyup	<u>Kospin Jasa</u>
5	Nilai Aset Koperasi terbesar	USD113.5 miliar	USD420 juta (Rp6,7 T)
6	Sumber informasi	Akses <u>disini</u> . . Akses <u>disini</u>	<u>Akses disini</u>

5.2 Tantangan dan Peluang Koperasi di Indonesia

Mengapa perkembangan Koperasi di Indonesia tidak semaju negara lain? Apa saja tantangannya?

Berikut adalah rangkuman argumen berdasarkan **analisis sejarah** dari beberapa literatur yang telah dirangkum oleh Firdaus Putra, pendiri dan ketua Indonesia Consortium for Cooperative Innovation)*:

1. **Budaya kerjasama di Indonesia lebih berjalan baik di konteks kerjasama sosial**, bukan kerjasama ekonomi. Dirangkum dari tulisan Hatta, Margono, JH Boeke, terkonfirmasi dalam riset berikutnya oleh Scott, Gertz.
2. **Minimnya mental prakarsa/auto activitat**, menurut Van Zanden, JH Boeke, faktor inilah yang membuat banyak inisiasi Koperasi di Indonesia gagal.
3. **Adanya inisiatif pemerintah yang justru “menghantam mundur” Koperasi**, contohnya adalah melalui aksi penggabungan Bank Desa (pengembangan dari Bank Priyayi, berbasis koperasi, yang didirikan oleh Raden Aria) ke AVB (bank umum yang didirikan Pemerintah Belanda), hingga akhirnya sekarang menjadi BRI.

*Firdaus Putra. 2023. Sejarah Koperasi dan BRI, beririsan dimana? ICCI

5.2 Tantangan dan Peluang Koperasi di Indonesia

Jan Luiten van Zanden adalah akademisi Utrecht University (Belanda) yang mengulas perkembangan koperasi di Indonesia melalui tulisannya "**The Economic History of Indonesia: 1800-2010**". Berikut rangkuman analisis beliau mengenai tantangan yang menghambat perkembangan koperasi di Indonesia.

1. **Intervensi pemerintah yang berlebihan**, dimana Koperasi rawan dijadikan kendaraan politik pemerintah, sehingga tidak ada upaya terstruktur untuk membangun kemandirian Koperasi. Ini ditengarai berkaitan dengan “warisan sistem kelembagaan eksploitatif” Pemerintah Kolonial.
2. **Rendahnya partisipasi aktif anggota**, akibat rendahnya rasa memiliki. Hal ini karena banyak Koperasi didirikan secara top-down, tanpa proses pemberdayaan untuk membangun kesadaran yang memantik inisiatif organik masyarakat.
3. **Lemahnya tata kelola atau manajemen**, akibat kualitas sumber daya manusia pengelola yang tidak profesional
4. **Dominasi Koperasi Simpan Pinjam**, sehingga peran koperasi sebagai agregator dan konsolidator ekonomi lokal untuk efisiensi produksi dan distribusi, masih sangat minim.
5. **Rendahnya literasi ekonomi**, minimnya edukasi dan pendampingan seputar ekonomi dan kewirausahaan (bukan hanya soal literasi keuangan), sehingga banyak anggota dan pengurusnya tidak mengerti bagaimana dunia bisnis bekerja.

5.2 Tantangan dan Peluang Koperasi di Indonesia



Bahwa ekonomi Pancasila itu adalah penggabungan antara yang terbaik dari pemahaman pasar bebas (atau) kapitalisme, yang terbaik dari ekonomi yang direncanakan, *planned economy*. Itu (ekonomi) Pancasila, antara pasar bebas dan ekonomi yang direncanakan."

Prabowo Subianto
Presiden Republik Indonesia

BREAKING NEWS TNI AL Diduga Sudah Berencana Bunuh Jurnalis Juwita

Transportasi Infrastruktur Insight Properti Tribu

Menkop Budi Arie: Prabowo Ingin Koperasi di Indonesia Tumbuh dan Besar

Tayang: Senin, 21 Oktober 2024 18:46 WIB

Penulis: Dennis Destryawan
Editor: Choirul Arifin

lihat foto

Dibalik tantangan, selalu ada peluang. Bagaimana pun juga, **Koperasi adalah bentuk badan usaha yang paling sesuai dengan harapan ideologis dan cita-cita konstitusi Indonesia.**

Momentum keseriusan Bapak Presiden RI - Prabowo Subianto - untuk mewujudkan Ekonomi Pancasila melalui mendukung perkembangan Koperasi, perlu dimanfaatkan sebaiknya-baiknya. Salah satunya, adalah dengan pengembangan program edukasi Talenta Koperasi melalui platform digital yang diselenggarakan oleh Kementerian Koperasi RI ini.

5.2 Tantangan dan Peluang Koperasi di Indonesia

Selain itu, terdapat cukup banyak peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung perkembangan **Koperasi di Indonesia, sebagai perusahaan yang profesional mengelola bisnis, namun berwatak sosial, sehingga dapat efektif meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat di sekitar wilayah operasionalnya.**

1. Telah adanya program edukasi terstruktur dan gratis - talentakoperasi.id - oleh Kemenkop RI.
2. Cukup tingginya minat anak muda terhadap value driven company, seperti Koperasi, yang dalam operasionalnya mengemban misi sosial ekonomi yang mulia.
3. Telah berkembangnya beberapa platform digital buatan anak negeri yang dapat membantu Koperasi menjamin akuntabilitas dan transparansi kepada anggota.
4. Masih banyaknya kekayaan sumber daya lokal Indonesia yang belum dipasarkan secara optimal, bahkan ke kancah global.

Koperasi adalah kendaraan strategis yang dapat mengelola peluang ini dengan menjalankan peran sebagai **agregator/konsolidator ekonomi lokal secara efektif.**



6. Koperasi sebagai Agregator dan Konsolidator Ekonomi Lokal

6.1 Memahami konsep Perusahaan Agregator dan Konsolidator

BEBERAPA CONTOH PELUANG PASAR EKSPOR MELALUI AGREGASI PRODUK/KOMODITAS

ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/daun-p...

Maps

Daun Pisang Diekspor Kemana? Berikut 5 Negara Potensi Ekspornya

Azhar Saputra • Penulis

Bagikan — 16 Jan 2024

Waktu Baca 3 menit



Daun Pisang Diekspor Kemana? - Daun pisang asal Indonesia banyak mendapatkan perhatian dunia internasional. Pernyataan ini telah dibuktikan Dewi Harlas, ibu rumah tangga asal desa yang berhasil melakukan ekspor daun pisang ke mancanegara, seperti dikutip melalui akun Instagram ukm_eksportir_indonesia.

Dalam unggahannya, diketahui Dewi melakukan ekspor daun pisang ke Australia dengan capaian hingga 250 kilogram. Dia juga bukan orang baru yang memanfaatkan momen ini sebab masih banyak pelaku UMKM asal Indonesia lainnya yang melakukan hal serupa.

ukmindonesia.id/baca-deskripsi-po...

Maps

LPNU Kabupaten Blitar: Merambah Bisnis Ekspor dengan Dukungan Jaringan Pekerja Migran Indonesia

Annisa Anastasya • Penulis

Bagikan — 09 Dec 2022

Waktu Baca 7 menit



Menemukan *buyer* di luar negeri merupakan salah satu kunci untuk memulai kegiatan ekspor. Ibarat cari jodoh, menemukan *buyer* atau pembeli yang cocok tidaklah mudah. Kalau sudah menemukan *buyer* yang cocok, komunikasi lebih mudah terjalin dan bisnis bisa bertahan dalam jangka panjang.

Bagaimana cara menemukan *buyer* di luar negeri? Dalam cerita inspirasi kali ini, Kang Aziz, pendiri LPNU Kabupaten Blitar akan membagikan pengalamannya menemukan *buyer* dan membaca peluang pasar di luar negeri dengan bantuan para Tenaga Kerja Indonesia (TKI). Mari kita simak kisah lengkapnya.

Kiprah LPNU Kabupaten Blitar Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Lokal

Peluang Ekspor Arang Briket Indonesia di Pasar Mancanegara

Annisa Anastasya • Penulis

Bagikan — 24 May 2025

Waktu Baca 4 menit



Peluang Ekspor Arang Briket - Sahabat Wirausaha, pernahkah kamu membayangkan bahwa limbah tempurung kelapa atau serbuk kavu bisa menjadi komoditas ekspor yang mendatangkan

Sejatinya, setiap desa/kelurahan pasti punya potensi komoditas/produk yang bisa dijual. Hanya, memang perlu jeli mencari pasarnya.

6.1 Memahami konsep Perusahaan Agregator dan Konsolidator

Potensi *Export Gap* juga masih besar di sektor-sektor primer (pertanian, perikanan)

No	Kategori Produk (HS Code)	Realisasi Ekspor (USD)	Potensi yang belum ditangkap (untapped potential) - USD	% Realisasi terhadap Total Potensi
1	Udang beku (0306Xb)	1400 juta	1500 juta	48,3%
2	Perhiasan logam (711319)	1600 juta	911 juta	63,7%
3	Kopi (090111)	880 juta	789 juta	52,7%
4	Makanan olahan (210690)	561 juta	566 juta	49,8%
5	Ikan (0303Xa)	300 juta	530 juta	36,1%
6	Alas kaki (6403XX)	1900 juta	476 juta	79,9%
7	Pakaian jersey, rompi dan semacamnya (611020)	745 juta	427 juta	63,5%
8	Furnitur (940360)	875 juta	420 juta	67,5%
9	Bubuk coklat (1805)	201 juta	194 juta	50,9%
10	Minyak Kelapa (151319)	394 juta	170 juta	69,8%

Sumber: *Export Potential Map (2022)*, diolah penulis

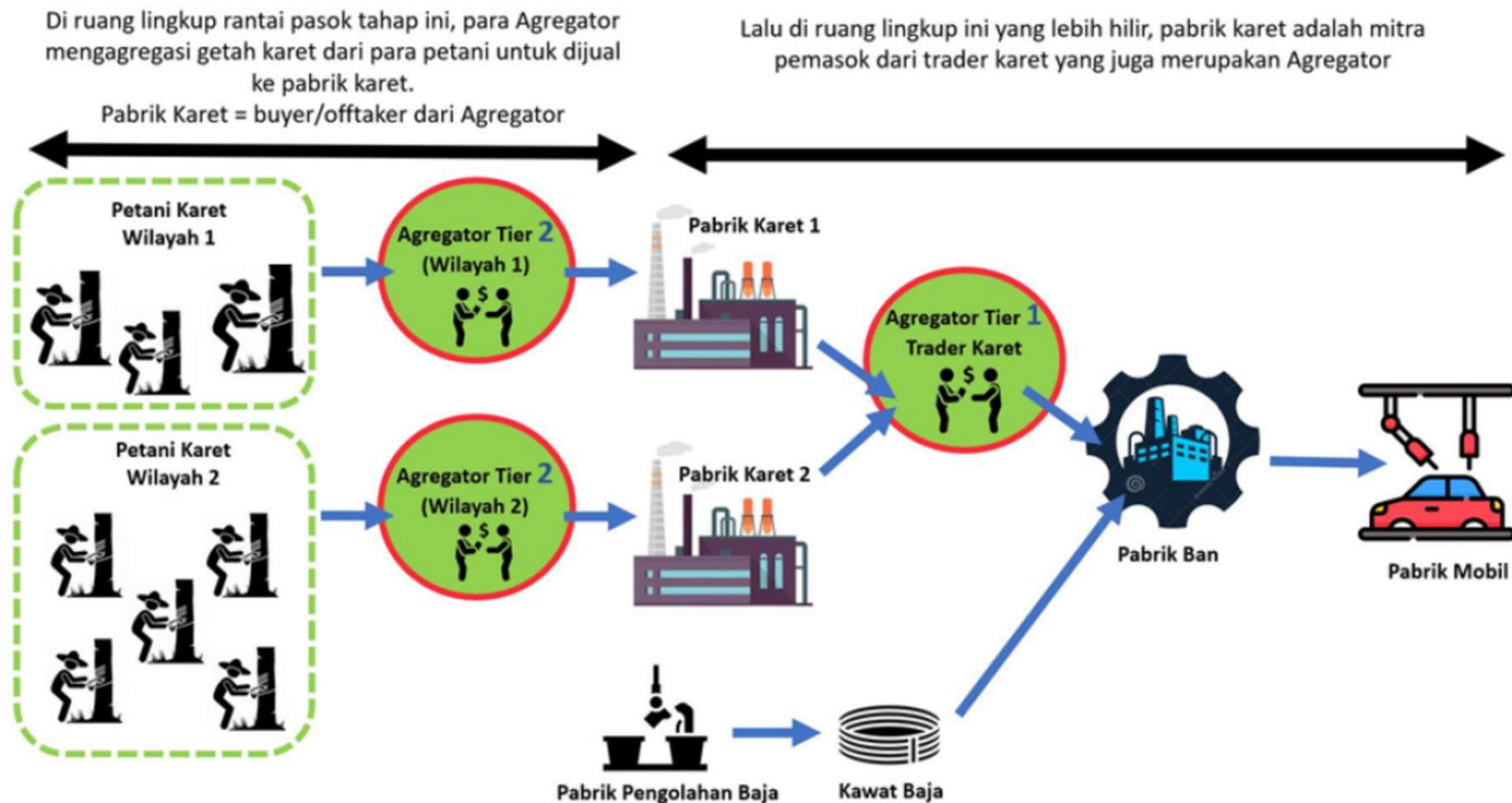
Sumber: [Panduan Persiapan UMKM Go Global](#) (Bank Indonesia, 2022))

Di daerah pesisir, sejatinya dapat berdiri Koperasi Nelayan yang mengagregasi pemasaran hasil tangkapan nelayan, yang memiliki fasilitas cold storage agar bisa ekspor.

Di suatu Desa yang banyak pengrajin, sejatinya juga dapat berdiri Koperasi Pengrajin yang mengagregasi penyediaan bahan baku dan pemasaran produk perhiasan atau furnitur yang dibuat oleh anggotanya.

6.1 Memahami konsep Perusahaan Agregator dan Konsolidator

Ilustrasi Posisi Perusahaan Agregator di suatu Rantai Pasok Perdagangan



Agregator BUKAN pengumpul atau tengkulak, karena memiliki akses ke pembeli skala besar, sehingga bisa melakukan negosiasi langsung untuk mendapatkan harga terbaik.

Sumber gambar: [Kajian Rancangan Skema Kredit Program bagi UKM Agregator](#) (Kementerian UMKM, 2024)

6.1 Memahami Konsep Perusahaan Agregator dan Konsolidator

Berdasarkan ruang lingkup tanggungjawab, terdapat dua jenis perusahaan Agregator

Perusahaan Agregator Perdagangan (Trade Aggregator) adalah entitas perusahaan formal yang menjalankan fungsi pengumpulan informasi, komoditas, atau produk dari beberapa **mitra pemasok atau mitra produsen, untuk dijual kepada mitra pembelinya**, dengan perjanjian Kerjasama sesuai prinsip Fair Trade, dimana besaran dan rumusan perhitungan bagi hasil ditentukan secara transparan, saling menguntungkan bagi kedua belah pihak (agregator dan mitra), dan disepakati sebelum pelaksanaan pekerjaan atau transaksi perdagangan; **tanpa mengemban tanggung jawab atau melakukan upaya khusus untuk menghasilkan standar kualitas tertentu pada komoditas atau produk yang diagregasi dan dijual ke pembelinya** (contoh: Perusahaan Agregator Biji Kopi varian spesifik dengan standar mutu tertentu, dan hanya mengkurasi pemasok yang memenuhi standar mutu tersebut).

Perusahaan Agregator Nilai Tambah (Value Added Aggregator) adalah perusahaan Agregator Perdagangan yang **menjadi pengemban tanggungjawab** atau melakukan upaya khusus untuk menghasilkan standar kualitas tertentu pada komoditas atau produk yang diagregasi dan dijual ke pembelinya. **Ciri khas Agregator Nilai Tambah** adalah membangun brand/merek dan standar mutu tertentu yang terverifikasi melalui **sertifikasi tertentu**.

Umum juga disebut dengan istilah **Perusahaan Konsolidator**

6.1 Memahami Konsep Perusahaan Agregator dan Konsolidator

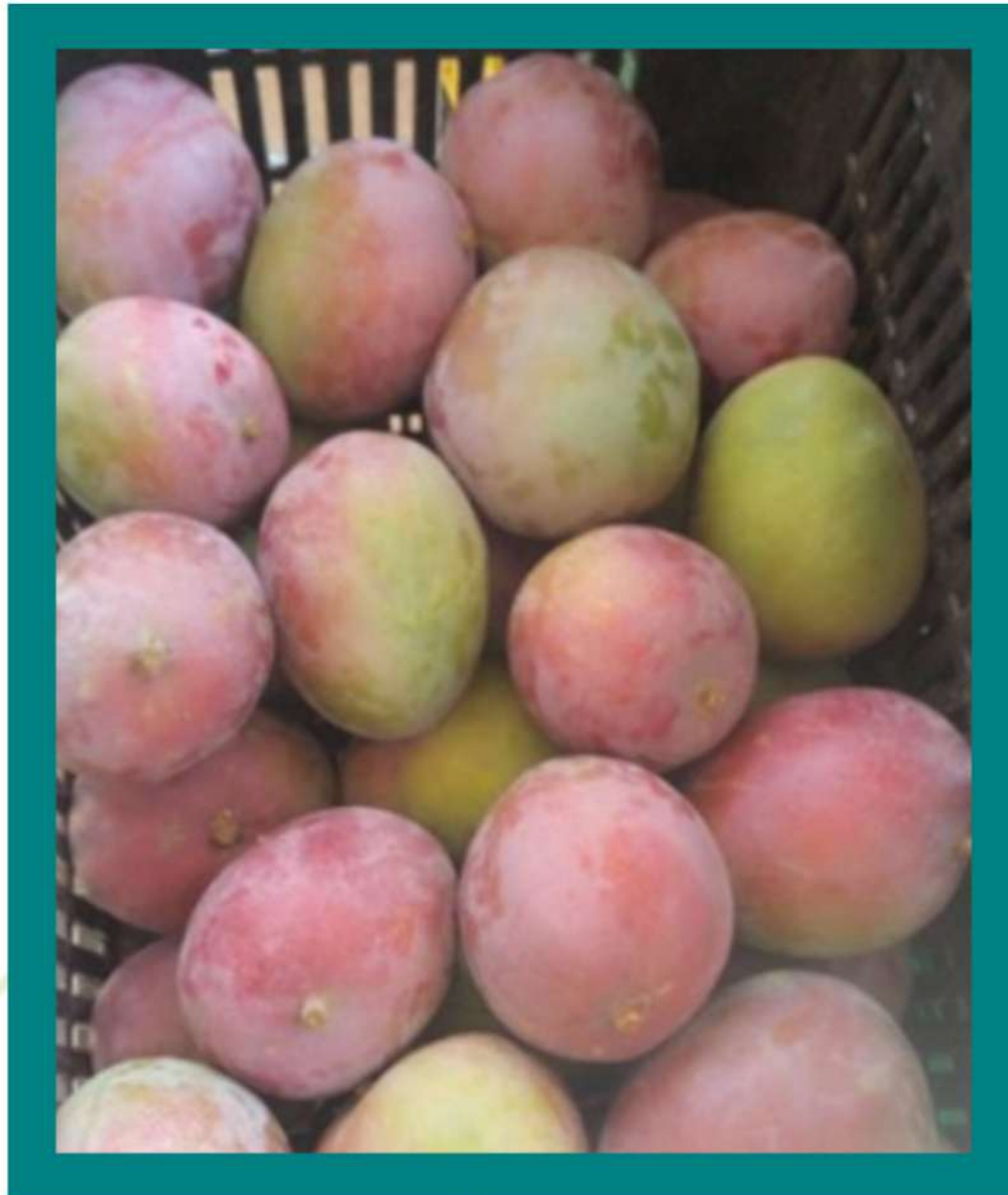
Tabel Perbandingan Ruang Lingkup Tanggung jawab Perusahaan Agregator vs Perusahaan Konsolidator

Deskripsi Tanggung Jawab	Agregator	Konsolidator
<i>Mencari pembeli dengan harga terbaik</i>	Ya	Ya
Mensosialisasikan standar mutu yang diinginkan pembeli kepada mitra pemasok atau mitra produksinya	Ya	Ya
Memberi pelatihan dan pendampingan agar mitra/anggotanya memiliki kompetensi untuk menghasilkan komoditas/produk yang sesuai dengan standar mutu yang disepakati	Tidak, umumnya sekedar tidak mau membeli produk/komoditas yang tidak sesuai dengan standar mutu.	Ya, agar semua mitra/anggotanya mampu memenuhi standar mutu yang telah disepakati.
Memiliki prosedur Kontrol Kualitas dengan alat ukur modern yang presisi	Ya/Tidak	Ya
Mengemas komoditas/produk dengan standar kemasan dan label informasi sesuai konsep merek/branding yang dibangun	Tidak	Ya
Memfasilitasi akses modal kerja bagi mitra/anggotanya	Ya/Tidak	<u>Ya</u>

6.1 Memahami Konsep Perusahaan Agregator dan Konsolidator

Contoh penyajian komoditas/produk oleh:

Perusahaan Agregator



VS

Perusahaan Konsolidator



Ada label yang memunculkan identitas koperasi/perusahaan yang menjual komoditas/produk

Sumber gambar: shop.coop.co.uk

6.1 Memahami Konsep Perusahaan Agregator dan Konsolidator

Berdasarkan nilai-nilai, struktur kepemilikan, dan prinsip operasionalnya, Perusahaan Koperasi sejatinya menjalankan peran sebagai **Konsolidator**, sehingga bukan sekedar Agregator Perdagangan biasa.

Hal ini karena seleksi, kurasi/kontrol kualitas, dan edukasi/pendampingan, sudah terintegrasi ke dalam standar operasional suatu Perusahaan Koperasi, dimana:

1. Koperasi berdiri untuk meningkatkan kesejahteraan anggota, sehingga, sudah menjadi prinsip tata kelola koperasi untuk mendidik/mendampingi anggotanya agar mampu memenuhi standar mutu yang telah disepakati → sehingga Koperasi dapat bernegosiasi secara optimal demi mendapatkan harga terbaik.
2. Koperasi memiliki AD/ART yang mengatur kriteria anggotanya, serta Hak dan Kewajibannya, sehingga calon/anggota yang tidak berkenan dengan standar kualitas tersebut, dapat ditolak. Keanggotaan bersifat terbuka bukan berarti tidak memiliki standar kriteria tertentu.
3. Koperasi hadir untuk menjadi penggerak ekonomi lokal, sehingga peran konsolidator lebih sesuai dibandingkan sekedar menjadi agregator perdagangan.

Khusus Koperasi Simpan Pinjam, peran konsolidator lebih ke konteks konsolidasi penggalangan dana dari anggota atau mitra koperasi, untuk memberikan akses modal yang lebih transparan, mudah, jelas aturan mainnya, dan lebih murah daripada alternatif eksisting bagi anggotanya. **Contoh:** petani umumnya hanya memiliki akses modal dari rentenir atau tengkulak, maka sebagai konsolidator akses modal, sejatinya Koperasi dapat menyediakan akses yang signifikan lebih murah dan transparan perhitungan bunga/bagi hasilnya.

6.2 Success Story Koperasi Indonesia

Selain itu, walaupun secara nasional, perkembangan Koperasi saat ini masih belum sesuai dengan harapan, setidaknya saat ini sudah dapat ditemukan beberapa *success story* yang dapat menginspirasi kita.



1. KOSPIN JASA

Didirikan oleh pelaku usaha kecil yang kerap terkendala akses modal di Pekalongan, Tokoh masyarakat dari perwakilan 3 etnis: Jawa (pribumi), Tionghoa, dan Arab berkumpul di rumah seorang tokoh Koperasi Nasional, (alm) HA Djunaid pada 13 Desember 1973, yang menyepakati pendirian Koperasi yang menjalankan layanan simpan pinjam.

Nama JASA diberikan dengan harapan akan mampu memberikan pelayanan dan manfaat bagi anggota, gerakan koperasi, masyarakat, dan pemerintah. Kospin Jasa juga cekatan dalam adaptasi teknologi digital dengan mengembangkan aplikasi M-Jasa untuk memberi kemudahan akses layanan bagi anggotanya.

Saat ini **Kospin Jasa** terus berkembang dan menjadi Koperasi terbesar Indonesia dengan **total aset menembus Rp6,7 triliun**, melayani lebih dari **206.000 anggota**, melalui **135 kantor cabang**.

6.2 Success Story Koperasi Indonesia



Sumber gambar: facebook page CU Keling Kumang.

2. Konglomerasi Sosial - CU Keling Kumang

Didirikan oleh komunitas Dayak di Kalimantan Barat, CU Keling Kumang lahir dari keinginan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat melalui konsep koperasi kredit. Pada **14 September 1993**, inisiatif ini dimulai di Tapang Sambas, Sekadau.

Sejalan dengan meningkatnya kesejahteraan anggota, ragam kebutuhan baru pun muncul seperti SMK, universitas, tempat kursus Bahasa, minimarket, sampai hotel dan *venue* acara. Keling Kumang pun cermat mengembangkan jaringan unit bisnis untuk memenuhi kebutuhan anggotanya itu.

Akhirnya CU Keling Kumang berkembang menjadi grup Konglomerasi Sosial, khususnya di wilayah utara Kalimantan Barat. Dengan **lebih dari 200.000 anggota, 77 Tempat layanan**, dan **aset melampaui Rp2 triliun**, CU Keling Kumang telah memperkuat ekonomi lokal dengan layanan keuangan inklusif bagi masyarakat.

6.2 Success Story Koperasi Indonesia

biz.kompas.com/read/2021/10/11/183548528/menkop-ukm-kopontren-al-ittifaq-jadi-contoh-sukses-korporatisasi-pangan

ADVERTORIAL

Menkop UKM: Kopontren Al Ittifaq Jadi Contoh Sukses Korporatisasi Pangan



Sumber: kompasiana.com

3. Kopontren Al Ittifaq

Pondok Pesantren Al-ittifaq didirikan oleh KH. Mansyur pada tahun **1934** di Desa Alamendah Kec. Rancabali Kab. Bandung. Pada masa kepemimpinan generasi ke tiga oleh KH. Fuad Affandi, kegiatan keagamaan digabungkan dengan dengan kegiatan usaha di sektor agribisnis, yang **sesuai dengan potensi alam di sekitar Pondok Pesantren Al-ittifaq.**

Kegiatan agribisnis tersebut dikelola dengan lebih profesional dengan mendirikan Koperasi Pondok Pesantren Al Ittifaq pada **1997**. Para santri, dapat belajar sekaligus praktek langsung dengan menjadi pekerja magang di Koperasi tersebut. Selain itu, Kopontren Al Ittifaq juga menjalin kemitraan dengan petani lokal agar hasil panennya dapat dipasarkan dengan lebih terintegrasi.

Kopontren Al Ittifaq terus berkembang menjadi motor penggerak ekonomi lokal, dan membukukan aset yang menembus Rp49 miliar, sekitar 1370 anggota, 33 orang karyawan, dan mengembangkan jaringan dengan lebih dari 90 Pondok Pesantren lain (2021),.

6.2 Success Story Koperasi Indonesia



4. Koperasi Peternakan Bandung Selatan (KPBS - Pangalengan)

Sejak 1949 sebenarnya sudah berdiri Koperasi Gabungan Petani Peternak Sapi Indonesia Pangalengan (GAPPSIP), namun belum berfungsi efektif karena tata niaga persusuan masih dikuasai oleh tengkulak. KPBS resmi berdiri pada 1 April 1969 untuk menjadi koperasi yang dapat efektif mengelola tata niaga persusuan agar dapat meningkatkan kesejahteraan peternak yang menjadi anggotanya. Sekarang KPBS terus berkembang, mengelola **aset sekitar Rp173 miliar, dengan 4700 anggota yang memiliki total sekitar 13500 sapi***. Sekitar 80% susu KPBS dijual ke perusahaan besar seperti Frisian Flag dan Ultra Jaya, sisanya diolah sendiri menjadi aneka produk turunan susu seperti susu kemasan, yoghurt, dan keju.

*) Sapi perah adalah milik anggota, aset milik Koperasi adalah susu hasil perahan yang telah dibeli oleh Koperasi dari anggotanya.

6.2 Success Story Koperasi Indonesia



Sumber gambar: peluangnews.id

5. Koperasi Telekomunikasi Seluler (KISEL)

Kisel adalah koperasi yang didirikan oleh karyawan **PT Telkomsel** pada tahun **1996**. Awalnya, Kisel berperan sebagai koperasi karyawan yang mendukung operasional bisnis **PT Telkomsel**. Namun, seiring waktu, Kisel berkembang pesat dan bertransformasi menjadi **mitra bisnis strategis** bagi Telkomsel. Kini, Kisel telah memperluas cakupan usahanya dan bersaing di pasar yang lebih luas.

Dengan adanya **transformasi Kisel Group**, layanan yang ditawarkan semakin beragam, inovatif, dan dinamis, sehingga mampu memenuhi berbagai kebutuhan bisnis yang berkembang. Akhirnya **Kisel Group** menjalankan berbagai unit bisnis melalui beberapa anak perusahaannya.

Didukung oleh **lebih dari 6.000 karyawan anggotanya**, **Kisel Group** kini hadir di **11 regional**, mulai dari **Sumatera hingga Papua**, dan mengelola aset dengan total nilai sekitar **Rp1,3 triliun**.

Refleksi: Mengapa Anda Berkoperasi?

Koperasi adalah Perusahaan yang dimiliki oleh anggota yang sekaligus merupakan pengguna atau konsumen utama dari jasa atau barang yang dihasilkannya.

Koperasi adalah wujud usaha bersama, wujud gotong royong pada urusan ekonomi.

Sebagai talenta perkoperasian, mungkin ada baiknya Anda tanyakan ke diri sendiri:

1. Apakah saya menyukai dan terinspirasi dengan konsep identitas koperasi tersebut?
2. Apakah ada tantangan ekonomi yang saya dan komunitas saya rasakan - seperti masalah ijon atau jeratan rentenir, lemahnya posisi tawar dalam negosiasi, mahalnya harga bahan pokok, dsb - yang menurut saya dapat lebih mungkin diatasi jika kami berkoperasi, daripada berjuang sendiri-sendiri?
3. Ada yang bilang, *“ngurus Koperasi itu rugi, karena gak bisa cepat kaya, masa’ dividen atau **SHU***-nya gak bisa dinikmati sendiri, melainkan dibagi ke anggota sesuai proporsi partisipasi transaksinya”*. Apakah saya yakin, bahwa berbagi SHU ke anggota tidak merugikan, melainkan merupakan suatu sistem yang adil?

Jika jawaban di hati nurani Anda adalah Ya, Ya, dan Ya, saya yakin.

Selamat bergabung menjadi Talenta Koperasi Indonesia. Mari lanjutkan pembelajaran ke materi berikutnya 😊💪

***SHU = Surplus Hasil Usaha (dalam RUU Perkoperasian terbaru) atau Sisa Hasil Usaha (UU No.25/1992)**

Daftar Pustaka

- Bank Indonesia. (2022). Buku panduan persiapan UMKM go global.
- Boediono. (2009). Ekonomi Indonesia, mau ke mana? Kumpulan esai ekonomi. Freedom Institute.
- Bretos, I., Ridley-Duff, R., & Wren, D. (2024). Crafting alternative work organisations: Paradoxes of workplace democracy and emancipation in worker-buyout cooperatives. *Economic and Industrial Democracy*. Publikasi online lanjutan. <https://doi.org/10.1177/0143831X241273044>
- Firdaus Putra, P. (2023). Sejarah Koperasi dan BRI, beririsan dimana? Indonesia Consortium for Cooperative Innovation.
- Hatta, M. (1981). Pengantar ke jalan ekonomi perusahaan. Mentari.
- Holyoake, G. J. (1893). The history of the Rochdale Pioneers. Swan Sonnenschein & Co.
- International Cooperative Alliance. (n.d.). What is a cooperative? Diakses pada 25 Juni 2025, dari <https://ica.coop/en/cooperatives/what-is-a-cooperative>
- JA Group. (2023). ZEN-NOH Report 2023. <https://www.zennoh.or.jp/english/book/report/2023.pdf>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). Kajian rancangan skema kredit program bagi UKM agregator.
- Mondragon Corporation. (n.d.). About us. Diakses pada 25 Juni 2025, dari <https://www.mondragon-corporation.com/en/about-us/>
- Mondragon Corporation. (2024). Annual report 2023. <https://www.mondragon-corporation.com/urtekotxostena/memoria-anual-2023-ing.pdf>
- Nonghyup. (n.d.). Annual reports. Diakses pada 25 Juni 2025, dari [link](#)
- Purvis, B., Mao, Y., & Robinson, D. (2018). Three pillars of sustainability: In search of conceptual origins. *Sustainability Science*, 14(3), 681–695. [link](#)
- Ridley-Duff, R. J., & Bull, M. (2011). *Understanding social enterprise: Theory and practice*. Sage Publications.
- Van Zanden, J. L., & Marks, D. (2012). *An economic history of Indonesia, 1800-2010*. Routledge.

Program Pelatihan Online Talenta Koperasi Indonesia



Kementerian Koperasi Republik Indonesia

Copyright © 2025 Deputi Bidang Pengembangan Talenta dan Daya Saing Koperasi

www.talentakoperasi.id