

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Peluang ekonomi dilaksanakannya masyarakat ekonomi ASEAN tahun 2015 yaitu: (1) Pasar ASEAN sebesar 600 juta, dengan jumlah kelas menengah yang semakin meningkat; (2) Kebijakan makro ekonomi dan kondisi yang kondusif di ASEAN telah meningkatkan peluang masuknya investasi (FDI) dari luar kawasan; (3) Perdagangan intra-ASEAN cenderung meningkat, tetapi persentasenya masih relatif kecil (25%). Sebagai ilustrasi, perdagangan intra NAFTA 50%, sedangkan EU mencapai 70%; (4) Potensi pengembangan industri nasional dan mendorong Indonesia sebagai *production base* di kawasan dengan ditopang pasar domestik yang besar, penduduk usia muda/produktif, investasi yang meningkat dan sumber daya alam yang besar; dan (5) Total Wisatawan intra-ASEAN dalam setahun mencapai lebih dari 76 juta (I Wayan Dipta, 2014).

Peluang ekonomi tersebut perlu untuk diraih khususnya bagi masyarakat Riau yang mempunyai potensi yang sangat besar dalam produk kelapa sawit. Koperasi yang unit usahanya menangani pemasaran produk kelapa sawit perlu melakukan berbagai upaya agar bisa memanfaatkan peluang ekonomi dalam masyarakat ekonomi ASEAN tahun 2015.

Sementara itu, strategi pengembangan Agribisnis kelapa sawit salah satunya membangun kelembagaan perkebunan yang kokoh dan mandiri melalui revitalisasi dan mengembangkan organisasi pelaku usaha pada agribisnis kelapa sawit (kelompok tani, asosiasi petani dan gabungan asosiasi petani kelapa sawit, koperasi petani kelapa sawit dan dewan minyak sawit, serta organisasi lain) melalui inovasi kelembagaan. Melalui inovasi kelembagaan ini diharapkan dapat melakukan program difersifikasi produk turunan dan peningkatan daya saing. Pendekatan yang bisa dilakukan dalam melakukan difersifikasi produk dan peningkatan daya saing melalui pengembangan Bisnis Koperasi. Pendekatan ini sangat tepat karena koperasi bisa dilakukan secara massal berdasarkan potensi yang dimiliki para pelaku agribisnis kelapa sawit setempat.

Pengembangan koperasi salah satunya adalah melalui pendekatan kelompok. Dalam pendekatan kelompok, dukungan (baik teknis maupun keuangan) disalurkan kepada kelompok koperasi bukan per individu anggota koperasi. Pendekatan kelompok diyakini lebih baik karena (1) koperasi secara individual biasanya tidak sanggup menangkap peluang pasar dan (2) Jaringan bisnis yang terbentuk terbukti efektif meningkatkan daya saing usaha karena dapat saling bersinergi. Bagi pemberi dukungan, pendekatan kelompok juga lebih baik karena proses identifikasi dan pemberdayaan koperasi menjadi lebih fokus dan efisien. Dari kasus berhasil (*success story*) yang ditemui, pengembangan koperasi dalam kelompok berhasil meningkatkan kapasitas daya saing usaha koperasi, mengoptimalkan potensi sumberdaya manusia dan sumberdaya alam setempat, memperluas kesempatan kerja, serta meningkatkan produktivitas dan nilai tambah koperasi.

Program pengembangan koperasi berbasis kelompok yang pernah dilakukan oleh pemerintah di antaranya melalui: (1) *extension workers*, (2) penyediaan motivator kepada kelompok usaha, (3) pemberian dukungan teknis melalui unit pelayanan teknis, (4) pelaksanaan *trade fairs* untuk mengembangkan jejaring pemasaran koperasi, (5) pembuatan *trading house*, dan lain-lain.

Undang Undang Nomor 17 Tahun 2012 tentang Perkoperasian telah ditetapkan dan diundangkan pada tanggal 30 Oktober 2012. Permasalahannya bagaimana implementasi Undang Undang tersebut agar bisa efektif bisa memajukan perkoperasian di Indonesia. Dalam salah satu pertimbangan yang dijadikan konsideran yaitu : pengembangan dan pemberdayaan koperasi harus mencerminkan nilai-nilai dan prinsip koperasi sebagai wadah usaha bersama untuk memenuhi aspirasi dan kebutuhan ekonomi anggota sehingga tumbuh menjadi kuat, sehat, mandiri, dan tangguh dalam menghadapi perkembangan ekonomi nasional dan global yang semakin dinamis dan penuh tantangan (UU Nomor 17/2012).

Mengutip pendapat Casselman yaitu *Cooperation is an economic system with social content*, artinya Koperasi adalah suatu sistem ekonomi yang mengandung unsur sosial. Jadi menurut Casselman bahwa Koperasi itu mengandung unsur ekonomi dan sosial. Koperasi dilihat dari unsur ekonomi ditekankan pada cara kerjanya berdasarkan motif ekonomi (manfaat ekonomi bagi anggota-anggota)

sedangkan dari unsur sosial lebih menekankan pada kedudukan anggota dalam Koperasi (sebagai pemilik dan sebagai pelanggan serta hubungannya sesama anggota) (Hendrodjogi, 2002).

Secara teoretis Koperasi sebagai badan usaha mempunyai keunggulan kompetitif dibandingkan dengan badan usaha non Koperasi. Keunggulan kompetitif dari Koperasi yaitu: “(1) keunggulan kompetitif dalam memasuki pasar monopoli/kegagalan pasar (*monopoly/market failure*); (2) keunggulan kompetitif dalam menghemat biaya transaksi (*transaction cost*); (3) keunggulan kompetitif dalam menciptakan pasar yang saling berkait (*interlinked markets*); (4) keunggulan kompetitif dalam mendapatkan modal kepercayaan (*trust capital*); (5) keunggulan kompetitif dalam mengurangi ketidakpastian (*uncertainty reduction*); dan (6) keunggulan kompetitif dalam menciptakan inovasi (*innovation*)” (Röpke, 2005).

Hasil penelitian yang pernah dilakukan penulis terhadap KUD di Kabupaten Kampar menunjukkan bahwa terdapat empat faktor yang menentukan sebuah koperasi mempunyai keunggulan kompetitif, yaitu: 1) Faktor inovasi/kreativitas anggota koperasi; 2) Faktor biaya rendah dan deferensiasi produk; 3) Faktor harga rendah dan spesialisasi pemasaran produk; 4) Faktor *displacement* yaitu efek negatif dari bantuan proyek pemerintah terutama terjadi ketergantungan (tidak tumbuhnya inovasi dari anggota koperasi) (Sumarno dan Caska, 2010).

Agar koperasi mempunyai keunggulan kompetitif maka pola dan strategi pengembangan bisnis koperasi yang berbasis agribisnis kelapa sawit harus lebih menekankan pada: (1) *Market Driven*, selalu berfokus pada upaya mempertemukan sisi penawaran dan permintaan bisnis koperasi; (2) *Inclusive*, mencakup tidak hanya perusahaan berskala kecil dan menengah saja tetapi juga perusahaan besar dan lembaga pendukung untuk bekerjasama dengan koperasi; (3) *Collaborative*, selalu menekankan solusi kolaboratif pada isu-isu perekonomian dari seluruh stakeholder; (4) *Strategic*, membantu stakeholder menciptakan visi strategis koperasi yang menyangkut ekonomi; (5) *Value-creating*, mengupayakan penciptaan atau peningkatan nilai tambah koperasi. Di samping itu, penting dukungan pemerintah baik berupa kebijakan (*policy*) maupun pembinaan terhadap bisnis koperasi (Caska, 2011).

Pentingnya pengembangan model perencanaan strategis koperasi berbasis komoditas kelapa sawit dalam rangka peningkatan keunggulan bersaing dalam masyarakat ekonomi ASEAN (MEA). *Pertama*, diharapkan dalam pengembangan dan pemberdayaan koperasi harus mencerminkan nilai-nilai dan prinsip koperasi. *Kedua*, Koperasi sebagai wadah usaha bersama untuk memenuhi aspirasi dan kebutuhan ekonomi anggota dapat diimplementasikan. *Ketiga*, Koperasi dapat tumbuh menjadi kuat, sehat, mandiri, dan tangguh dalam menghadapi perkembangan ekonomi nasional dan global yang semakin dinamis. *Keempat*, Koperasi dapat tumbuh dalam berbagai kondisi sehingga mempunyai keunggulan kompetitif dalam persaingan yang penuh tantangan khususnya dalam masyarakat ekonomi ASEAN (MEA).

1.2. Perumusan Masalah

1. Bagaimana revitalisasi model kelembagaan koperasi dalam upaya peningkatan keunggulan bersaing dalam masyarakat ekonomi ASEAN ?
2. Bagaimana revitalisasi model pembiayaan koperasi dalam upaya peningkatan keunggulan bersaing dalam masyarakat ekonomi ASEAN ?

1.3. Tujuan Penelitian

2. Untuk melakukan revitalisasi model kelembagaan koperasi dalam upaya peningkatan keunggulan bersaing dalam masyarakat ekonomi ASEAN.
3. Untuk melakukan revitalisasi model pembiayaan koperasi dalam upaya peningkatan keunggulan bersaing dalam masyarakat ekonomi ASEAN.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Guna Laksana:

1. Menciptakan diferensiasi produk melalui revitalisasi model kelembagaan dan pembiayaan koperasi dalam upaya peningkatan keunggulan bersaing dalam masyarakat ekonomi ASEAN.
2. Menciptakan peluang kerja dan peluang berusaha melalui revitalisasi model kelembagaan dan pembiayaan koperasi dalam upaya peningkatan keunggulan bersaing dalam masyarakat ekonomi ASEAN.

3. Mendorong pengembangan industri kecil dan menengah melalui revitalisasi model kelembagaan dan pembiayaan koperasi dalam upaya peningkatan keunggulan bersaing dalam masyarakat ekonomi ASEAN.

1.4.2. Manfaat Pengembangan Ilmu:

1. Sebagai bahan dalam pengembangan industri kecil dan menengah melalui revitalisasi model kelembagaan dan pembiayaan koperasi dalam upaya peningkatan keunggulan bersaing dalam masyarakat ekonomi ASEAN
2. Sebagai bahan dalam pengembangan kelembagaan usaha kecil dan menengah (UKM)/koperasi dalam revitalisasi model kelembagaan dan pembiayaan koperasi dalam upaya peningkatan keunggulan bersaing dalam masyarakat ekonomi ASEAN