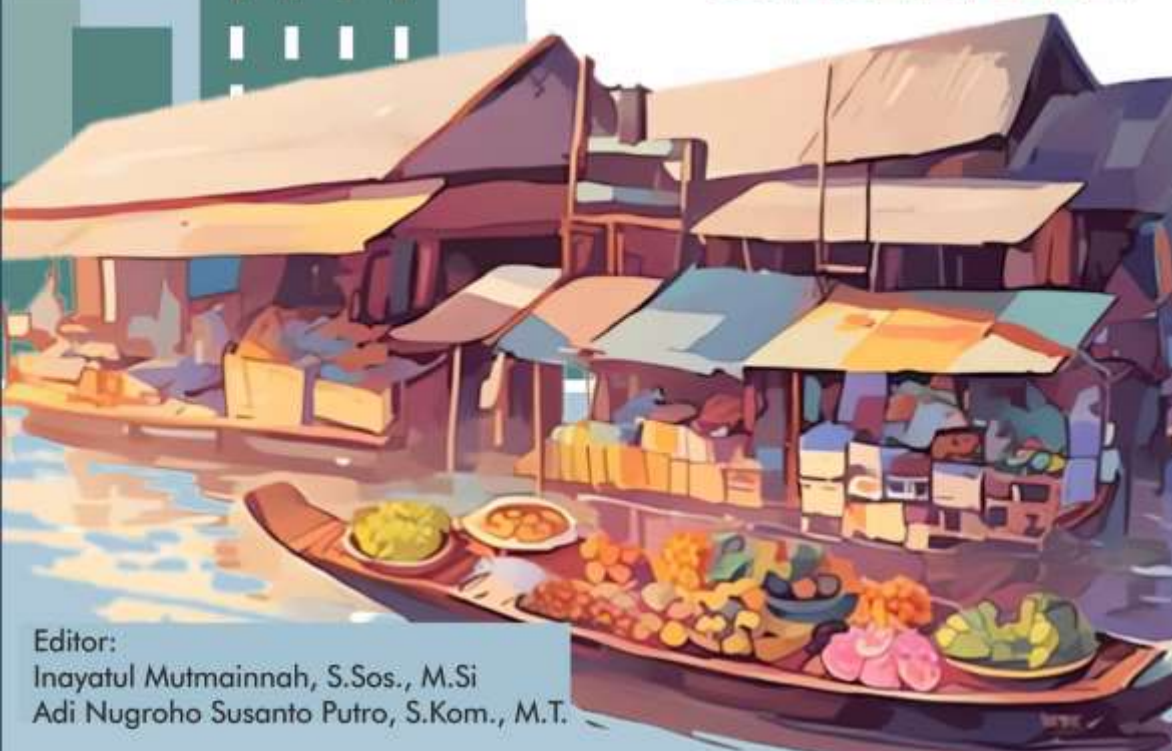


Ibadurrahman, M.Pd., MM
Abdul Hafid, M.Pd., MM
Nurhaedah, S.E., M.Si
Dr. Syurwana Farwita Samuddin, S.E., MM
Nursyam Arsyad, S.E., M.Si



Manajemen KOPERASI dan UMKM



Editor:
Inayatul Mutmainnah, S.Sos., M.Si
Adi Nugroho Susanto Putro, S.Kom., M.T.

MANAJEMEN KOPERASI DAN UMKM

Ibadurrahman, M.Pd., MM

Abdul Hafid, M.Pd., MM

Nurhaedah, S.E., M.Si

Dr. Syurwana Farwita Samuddin, S.E., MM

Nursyam Arsyad, S.E., M.Si



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

MANAJEMEN KOPERASI DAN UMKM

Penulis:

Ibadurrahman, M.Pd., MM

Abdul Hafid, M.Pd., MM

Nurhaedah, S.E., M.Si

Dr. Syurwana Farwita Samuddin, S.E., MM

Nursyam Arsyad, S.E., M.Si

Desain Cover:

Tahta Media

Editor:

Inayatul Mutmainnah, S.Sos., M.Si.

Adi Nugroho Susanto Putro, S.Kom., M.T.

Proofreader:

Tahta Media

Ukuran:

vii, 161, Uk: 15,5 x 23 cm

ISBN : 978-623-147-927-3

Cetakan Pertama:

Juli 2025

Hak Cipta 2025, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2025 by Tahta Media Group

All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP

(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)

Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya buku yang berjudul "*Manajemen Koperasi dan UMKM*" ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini hadir sebagai bentuk kontribusi penulis dalam memberikan wawasan dan pemahaman yang komprehensif mengenai pengelolaan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang memiliki peranan strategis dalam perekonomian Indonesia.

Materi dalam buku ini disusun secara sistematis mulai dari konsep dasar manajemen dan koperasi, organisasi dan partisipasi anggota, hingga strategi pemasaran, pelayanan, pengawasan, dan pengembangan sumber daya manusia dalam koperasi dan UMKM. Selain itu, buku ini juga membahas kebijakan pemerintah serta tantangan dan peluang yang dihadapi koperasi dan UMKM di era digital.

Penyusunan buku ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh rekan sejawat, akademisi, praktisi, dan semua pihak yang telah memberikan masukan serta dukungan dalam proses penulisan hingga penerbitan buku ini. Kami menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan guna penyempurnaan pada edisi selanjutnya. Semoga kehadiran buku ini dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa, dosen, pelaku koperasi dan UMKM, serta masyarakat umum yang ingin memperdalam pengetahuan di bidang ini.

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	v
BAB I KONSEP DASAR MANAJEMEN KOPERASI.....	1
1. Konsep Dasar Manajemen.....	1
2. Konsep Dasar Koperasi	9
BAB II MANAJEMEN ORGANISASI KOPERASI.....	24
1. Konsep Organisasi Koperasi	24
2. Konsep Koperasi.....	26
3. Landasan, Azas, Prinsip Dan Tujuan Koperasi	30
Daftar Pustaka	40
BAB III PARTISIPASI ANGGOTA DAN GENERASI MUDA DALAM KOPERASI	41
1. Partisipasi Anggota Koperasi	41
2. Bentuk Partisipasi Anggota Koperasi	44
3. Tujuan dan manfaat partisipasi anggota bagi koperasi	48
4. Meningkatkan Partisipasi anggota koperasi	50
5. Peran generasi muda dalam partisipasinya mengembangkan koperasi.....	54
Daftar Pustaka	60
BAB IV KINERJA KOPERASI	61
1. Pengertian Koperasi.....	61
2. Tujuan dan Manfaat Penilaian Kinerja Koperasi.....	64
3. Aspek-aspek dalam Penilaian Kinerja Koperasi.....	67
4. Metode Penilaian Kinerja Koperasi.....	68
BAB V KEBIJAKAN PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN KOPERASI DAN Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	70
1. Pembangunan Koperasi dan UMKM.....	70
2. Tantangan dalam Pembangunan Koperasi dan UMKM	72
3. Regulasi Pemerintah Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	75
4. Ketentuan Umum pembinaan UMKM	80

5. Penerapan Etika Bisnis dalam Kegiatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Digital	82
6. Strategi Kebijakan dan Program Pembangunan Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	86
Daftar Pustaka	89
BAB VI KARAKTERISTIK DAN BATASAN UMKM	91
1. Defenisi Dan Batasan Ukm	91
2. Karakteristik Ukm	95
3. Kekuatan Dan Kelemahan Usaha Mikro Kecil Menengah.....	96
4. Kontribusi Ukm Dalam Perekonomian	98
BAB VII MANAJEMEN PEMASARAN UMKM.....	101
1. Strategi Pemasaran Ukm	101
2. Strategi Pengembangan Ukm	109
Daftar Pustaka	112
BAB VIII MANAJEMEN PELAYANAN KOPERASI DAN UMKM.....	114
1. Pendahuluan.....	114
2. Manajemen Pelayanan Koperasi.....	115
3. Manajemen Pelayanan UMKM	117
4. Kolaborasi Koperasi dan UMKM.....	119
5. Tekhnologi dalam Manajemen Pelayanan Koperasi dan UMKM.	121
BAB IX MANAJEMEN PENGAWASAN KOPERASI DAN UMKM....	124
1. Pendahuluan.....	124
2. Definisi Pengawasan.....	125
3. Jenis-jenis Pengawasan.....	125
4. Fungsi Pengawasan dalam Mencapai Tujuan Koperasi dan UMKM	125
5. Peran Strategi Pengawasan Koperasi dan UMKM	126
6. Kendala dalam Pelaksanaan Pengawasan Koperasi dan UMKM	126
7. Studi Kasus.....	127
BAB X MANAJEMEN SDM KOPERASI DAN UMKM	129
1. Manajemen SDM.....	129
2. Kompetensi SDM	134
3. Kompetensi kewirausahaan	139

4. Faktor Pendukung Dan Penghambat Pengembang SDM Koperasi Dan UMKM	143
5. Strategi meningkatkan Kompetensi SDM Koperasi dan UMKM .	151
DAFTAR PUSTAKA.....	156
PROFIL PENULIS.....	157

BAB I

KONSEP DASAR

MANAJEMEN KOPERASI

1. KONSEP DASAR MANAJEMEN

A. Pendahuluan

Pada era sekarang ini, manajemen telah menjadi salah satu unsur penting yang mempengaruhi kehidupan manusia. Manajemen dinilai mampu mengefektifkan seluruh pekerjaan manusia di berbagai departemen, hal ini erat kaitannya dengan perkembangan skala bisnis yang ada. Manajemen pada dasarnya adalah tentang mencapai tujuan secara efektif dan efisien, menjaga koordinasi proses sambil mencapai tujuan yang bertentangan. Pencapaian tujuan tergantung pada proses dan strategi manajemen yang diterapkan. Apabila pengelolaannya teratur dan terlembaga maka tujuan akan mudah tercapai. Manajemen merupakan suatu alat yang berfungsi sebagai alat proses untuk mencapai tujuan bersama dan dimaksudkan sebagai rangkaian proses yang progresif mulai dari tahapan awal suatu kegiatan hingga tercapainya tujuan pada akhir kegiatan.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin berkembang setiap saat, sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa dunia sedang mengalami perubahan yang signifikan terutama dalam penerapan model perencanaan dan proses manajemen di bidang bisnis. Perubahan tersebut telah membawa manfaat bagi kehidupan manusia. Di era digital

saat ini, kita dapat melakukan aktivitas bisnis melalui perantara digital, seperti halnya masyarakat dapat menggunakan ponsel pintarnya untuk melakukan transaksi pembayaran dimanapun berada, hal ini semakin mudah dengan didukungnya digitalisasi di dunia usaha. Hal ini juga berlaku pada beberapa industri. Perusahaan tidak dapat memungkiri bahwa perubahan lingkungan sangat cepat dan persaingan sangat ketat. Perusahaan harus selalu selaras dengan perubahan lingkungan yang terjadi saat ini agar dapat bertahan dan berkembang.. (Alimo-Metcalf & Alban-Metcalf, 2006). Dengan perubahan tersebut, perlu adanya pengelolaan tersistematis dalam hal untuk mengelola perubahan tersebut agar roda organisasi berjalan dengan visi misi perusahaan.

B. Pengertian Dan Karakteristiknya Dalam Bisnis

Saat ini sering dijumpai seseorang yang memiliki kemampuan dan keahlian dalam menyelesaikan suatu pekerjaan dengan baik. Pekerjaan sederhana seperti menjalankan hiruk pikuk organisasi arisab ibu-ibu, seseorang atau sekelompok orang mempunyai kemampuan atau keahlian praktik dengan pengetahuan ilmu manajemen yang baik.

Ilmu merupakan pengetahuan yang teratur mengenai hukum sebab dan akibat. Sebuah pengalaman baru dapat menjadi ilmu pengetahuan, apabila pada pengetahuan tersebut melekat pengertian pekerjaan hukum kausal. Masalah dapat menjadi sarana muncul banyaknya pertanyaan. Jika manajemen adalah suatu ilmu sebab apabila dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai timbulnya ilmu manajemen dalam sejarah yaitu, disebabkan oleh efektif dan efisiensinya pada tenaga kerja, mater, waktu didalam setiap pekerjaan suatu usaha. (Tukiran, 2020)

Manajemen dikatan sebuah ilmu karena memenuhi syarat-syarat sebagai ilmu, yaitu:

1. Tersusun dengan teratur dan sistematis
2. Bersifat rasional dan objektif sehingga dapat dipelajari
3. Dapat doginakan dengan metode ilmiah dan memiliki objek
4. Memiliki prinsip-prinsip tertentu
5. Dapat dijadikan sebuah teori

Beberapa ahli di bidang ilmu manajemen menjelaskan apa arti manajemen. Pendapat para ahli ini bisa kita jadikan sebagai landasan untuk lebih memahami tentang ilmu manajemen.

Mary Parker Follet Menurut Mary Parker Follet, pengertian manajemen adalah sebuah seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Dengan kata lain, seorang manajer bertugas mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan sebuah organisasi.

George R. Terry Menurut George Robert Terry, pengertian manajemen adalah sebuah proses yang khas yang terdiri dari beberapa tindakan; perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan, dan pengawasan. Semua itu dilakukan untuk menentukan dan mencapai target atau sasaran yang ingin dicapai dengan memanfaatkan semua sumber daya, termasuk sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Manajemen didefinisikan sebagai sebuah proses penyelesaian suatu hal dengan tujuan mencapai visi misi secara efektif dan efisien. Beberapa istilah penting dalam definisi manajemen, antara lain:

1. Proses

Proses memiliki arti sebagai fungsi atau kegiatan pokok yang dilakukan manajemen untuk menyelesaikan suatu hal dengan menerapkan fungsi manajemen

2. Efektivitas

Efektivitas berkaitan dengan hasil akhir. Efektivitas dalam manajemen berkaitan dengan melakukan tugas dengan tepat, menyelesaikan kegiatan dan berhasil semaksimal mungkin

3. Efisiensi

Efisiensi memiliki arti yaitu melakukan tugas dengan benar dengan biaya yang dikeluarkan seminimal mungkin.

C. Unsur-Unsur Manajemen

Dalam menjalankan fungsi manajemen, suatu organisasi atau perusahaan memerlukan sumber daya yang disebut juga sebagai unsur-unsur manajemen. Setiap unsur ini memiliki hubungan yang sangat saling berkaitan dan tidak terpisahkan satu dengan lainnya. Adanya unsur-unsur manajemen ini bisa membantunya kita untuk mencapai tujuan perusahaan. Unsur-unsur tersebut antara lain:

1. Manusia (Human)

Sumber daya manusia merupakan unsur paling utama dalam menjalankan fungsi manajemen untuk dapat mencapai tujuan. Seluruh aktivitas akan dilakukannya oleh manusia, mulai dari perencanaan hingga pada proses pelaksanaannya. Seluruh aktivitas dalam organisasi atau perusahaan tidak akan berjalan jika unsur sumber daya manusianya tidak terpenuhi.

2. Uang (Money)

Uang adalah unsur manajemen yang berpengaruhnya, karena hasil kegiatan yang bisa diukur dari jumlah uang yang beredar di perusahaan. Uang juga menjadikan alat ini dalam proses pencapaian tujuan dengan penggunaan yang diperhitungkan secara rasional. Penggunaannya uang dalam perusahaan sebagai biaya operasional, baik seperti gaji, pembelian dan perawatan alat kantor serta alat lainnya.

3. Mesin (Machines)

Machines atau mesin adalah unsur manajemen yang berupa barang. Mesin dapat berupa peralatan logistik maupun teknologi yang dibutuhkan dalam suatu kegiatan. Pembelian serta penggunaan mesin pun harus diatur supaya efektif artinya mendapatkan alat yang bagus dengan harga yang ekonomis, namun tetap memiliki performa yang baik untuk produksi.

4. Material (Bahan)

Mesin adalah alat yang digunakan untuk bisa membuat hasil produksi. Mesin ini biasanya dalam bentuk peralatan atau sistem teknologi yang mendukungnya agar menghasilkan barang. Manajemen mesin diperlukannya untuk memilih alat yang efektif untuk produksi, dapat digunakan dalam jangka waktu yang sangat lama, sampai dengan harga ekonomis. Jangan lupa bahwa setiap mesin memerlukannya perawatan agar dapat bertahan lama.

5. Metode (Methods)

Dalam mengelolanya sesuatu diperlukan yang namanya metode atau standard operational procedure yang baku. Pekerjaan agar dapat berjalan dengan efektif dan efisien jika dilakukannya dengan metode yang tepat. Suatu metode kerja perlu mempertimbangkan

sasarannya, fasilitas, waktu, uang, dan kegiatan bisnis. Metode yang tepat dan baik sebagai salah satu unsur manajemen juga harus dipahami manusia yang menjalankannya. Maksudnya, sebuah metode bisa berjalan dengan baik jika manusia terlibat di dalamnya.

6. Pasar (Market)

Hasil produk manajemen perlu menyasarinya pasar tertentu atau masyarakat secara luas. Namun, produk manajemen bisa gagal dan berhenti diproduksi. Supaya masyarakat mau menerima dan mengakui produk, maka manajemen perlu kemampuannya marketing. Sebab tidak ada permintaan dan bisa berakibat pada produksi terhenti. Bahkan aktivitas perusahaan bisa vakum.

7. Minute (Waktu)

Hal ini berupa hitungan waktu yang dimanfaatkan dan dipergunakan sebuah organisasi untuk mencapai visi misi sebuah organisasi secara efisien dan efektif

8. Information (Informasi)

Merupakan salah satu hal yang penting untuk mencapai suatu tujuan yang organisasi inginkan dapat terwujud dengan baik.

D. Fungsi Manajemen

Seorang manajer melakukan aktivitas atau fungsi tertentu untuk mengarahkan pekerjaan orang lain secara efektif dan efisien. Henry Fayol adalah seorang pengusaha Perancis yang mendefinisikan fungsi administrasi. Menurut Fayol, manajemen organisasi didasarkan pada teori dan teknik manajemen. Menurut Henry Fayol, fungsi manajemen merupakan multi proses yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, mobilisasi sumber daya manusia (SDM) dan duplikasi manajemen. Fungsi manajemen menurut Henry Fayol terbagi menjadi 4 yaitu:

1. Perencanaan (Planning)

Sebuah fungsi manajemen yang meliputi pendefinisian sasaran, penetapannya strategi untuk dapat mencapainya sasaran, dan pengembangan rencana kerja nya untuk mengelola aktivitas-aktivitasnya.

2. Pengorganisasian (Organizing)

Sebuah fungsi manajemen yang melibatkannya tindakan-tindakan penataan dan pengaturannya berbagai aktivitas kerja secara terstruktur demi mencapai sasarannya organisasi.

3. Kepemimpinan (Leading)

Sebuah fungsi manajemen yang melibatkannya interaksinya dengan orang-orang lain untuk mencapainya suatu sasaran organisasinya.

4. Pengendalian (Controlling)

Sebuah fungsi manajemen yang melibatkannya tindakan-tindakan pengawasan, penilaian, dan koreksi terhadap kinerja seseorang dan hasil pekerjaannya.

E. Jenis Manajemen

Manajemen secara garis besar terbagi menjadi 4 jenis yaitu, manajemen sumber daya manusia, manajemen operasional, manajemen pemasaran dan keuangan. Perusahaan, kedinasan, maupun suatu organisasi biasanya menggunakan jenis tersebut dalam jalannya perusahaan tersebut. Menurut (Dr. Ahujae: 2013), pengertian manajemen adalah “pihak-pihak yang menawarkan/ menyediakan jasa untuk bidang yang berhubungan dengan jenis-jenis manajemen”. Manajemen dalam implementasinya sangat berfokus pada keempat jenis manajemen tersebut. Berikut ialah pengertian ke 4 jenis manajemen:

1. Manajemen Sumber Daya Manusia

Berdasarkan fungsinya, manajemen sumber daya manusia merupakan kegiatan manajemen untuk mendapatkan sumber daya manusia yang terbaik bagi organisasi perusahaan yang dijalankan dan bagaimana mengelola sumber daya manusia terbaik tersebut supaya kualitas dan kuantitas kinerja bersinergi untuk mewujudkan visi misi perusahaan

2. Manajemen Operasional

Berdasarkan fungsinya, kegiatan manajemen operasional adalah untuk menghasilkan produk ataupun jasa dengan standar sesuai yang telah ditetapkan berdasarkan pangsa pasar keinginan konsumen dan juga peraturan standarisasi nasional ataupun

internasional dengan teknik produksi yang seefisien mungkin dari mulai awal hingga akhir proses kegiatan produksi.

3. Manajemen Pemasaran

Kegiatan manajemen pemasaran berdasarkan fungsinya adalah usaha untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen serta mewujudkan bagaimana kebutuhan tersebut terpenuhi. Manajemen pemasaran menjadi perhatian dalam sebuah organisasi perusahaan karena memiliki banyak kontribusi terkait banyak hal mengenai proses pemasaran produk. Manajemen pemasaran mempunyai tugas dan fungsi untuk mengukur dan menganalisis strategi proses pemasaran suatu organisasi perusahaan untuk meraih target pasar dan juga mendapatkan lebih banyak konsumen.

4. Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan kegiatan manajemen yang berfungsi sebagai pihak yang memastikan kegiatan bisnis yang dilakukan dapat mencapai tujuan secara ekonomis yang diukur berdasarkan profit. Tugas manajemen keuangan diantaranya adalah merencanakan mana pembiayaan bisnis yang diperoleh, dan bagaimana modal yang telah diperoleh dialokasikan secara tepat kedalam kegiatan bisnis yang dijalankan disuatu perusahaan.

F. Tingkatan Manajemen Dan Peran Manajerial

Setiap manusia diciptakan dengan keterampilan, naluri, bakat dan nasib yang berbeda-beda. Tidak semua insan manusia terlahir sama dan seluruhnya menjadi sukses menjadi seorang manajer yang handal. Begitu pula sebaliknya, tidak semua insan manusia terlahir selalu mendapatkan musibah, kesusahan, kemiskinan dan kesulitan atau bahkan selalu menjadi karyawan yang rendah. Menjadi seseorang yang berhasil atau gagal tergantung dari orang itu sendiri, memilih untuk maju dan usaha untuk merubah kehidupannya atau sebaliknya. Pada umumnya, orang yang memiliki keahlian, kreatif, inovatif dan relatif akan berhasil dalam kariernya. Begitu pula kondisi yang sebaliknya, jika orang yang malas, mudah menyerah dengan kesulitan, kemungkinan besar akan gagal dalam merintis karier. Demikian pula kondisi organisasi pada perusahaan, tidak seluruhnya karyawan menduduki posisi puncak, melainkan hanya satu

orang yang mengendalikan proses berjalanya sistem pengendalian manajemen diperusahaan, biasanya disebut sebagai Presiden direktur, misalnya. Pada tingkatan bawah, ada para direktur dan manajer untuk membantu top management.

Dalam tulisannya (Busro, 2018), manajer dapat dikelompokkan berdasarkan tingkatan dan bidangnya. Berdasarkan tingkatannya, manajer terbagi dalam:

1. Manajer tingkat bawah (*first line management*)

First line management yang biasanya disebut sebagai manajemen tingkat bawah yaitu sekelompok orang atau mereka yang diberikan tanggung jawab atas suatu unit kerja atau divisi beserta penyelesaian berbagai pekerjaan dengan jangka pendek yang telah direncanakan tersistematis oleh middle management ataupun top management. Sebagai contoh manajer tingkat bawah adalah superviso, mandor, kepala divisi dan lain sebagainya.

2. Manajer menengah (*middle management*)

Middle management atau biasa disebut dengan manajemen tingkat menengah terdiri dari seorang atau sekelompok orang yang mempunyai tugas untuk menjalankan kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh top management. Tugas utamanya adalah mengawasi unit-unit kerja dan mengimplementasikan manajemen yang tersistematis dan terintegrasi sesuai dengan kesepakatan organisasi top & middle management. Sebagai contoh jabatan para middle management adalah para manajer fungsional yaitu manajer produksi, manajer keuangan, manajer sumber daya manusia, manajer pemasaran.

3. Manajer tingkat atas (*top Management*)

Top management atau manajemen puncak dapat diartikan sebagai seseorang atau sekelompok orang yang memiliki tanggung jawab keseluruhan terhadap maju atau mundurnya perusahaan. Top management biasa disebut dengan naekoda organisasi bisnis, sebab merekalah yang menentukan bagaimana sistem manajemen untuk perusahaan. Top management dipilih oleh para pemegang saham perusahaan yang memiliki tanggung jawab penuh terhadap seluruh unsur yang ada pada organisasi yang dipimpinnya. Tugas utama topa

management adalah merumuskan dan menetapkan tujuan, strategi, kebijakan perusahaan secara general yang mudah dipahami oleh setiap unsur. Sebagai contoh, Menyusun kebijakan rekrutmen sumber daya manusia berdasarkan kebutuhan perusahaan, proses operasional yang efektif dan efisien, kebijakan mengenai marketing menyesuaikan dinamika kebutuhan konsumen dan selera konsumen.

Kepemimpinan merupakan aktivitas mempengaruhi yang dilakukan oleh pimpinan suatu organisasi kepada orang yang dipimpinnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Sule & Saeful, 2019) yang menyebutkan bahwa kepemimpinan merupakan suatu proses mempengaruhi dan mengarahkan karyawan dalam meningkatkan efektivitas kinerja yang telah ditugaskan kepada mereka dengan efisien. Akan tetapi menurut (Hasibuan, 2005) cenderung memberikan pengertian mengenai pemimpin dan manajer adalah sesuatu hal yang sama. Hasibuan menjelaskan bahwa pemimpin merupakan terjemahan dari kata leader/head/manager, dapat juga diartikan yang sama dengan manajer/kepala/ketua/direktur/presiden, dan lain sebagainya. Pemimpin adalah seseorang yang mempunyai wewenang atas dasar kepemimpinannya untuk mengarahkan, mengkoordinir, memotivasi, memonitoring, mengevaluasi bawahannya untuk mengerjakan pekerjaannya.

2. KONSEP DASAR KOPERASI

Latar belakang terbentuknya koperasi dan sejarah koperasi yang ada di negara maju dan berkembang, khususnya di Negara Indonesia. Terdapat perbedaan dalam lahirnya koperasi antara Negara maju dan berkembang. Pada Negara maju, lahirnya koperasi dimulai dari adanya ketidakadilan pasar, sehingga koperasi berkembang dari gerakan dalam melawan persaingan dagang dalam pasar. Sedangkan pada negara berkembang, koperasi muncul sebagai gerakan dalam rangka mensejahterakan masyarakat untuk menggerakkan pembangunan. Pada Negara maju, peraturan tentang koperasi ada karena adanya tuntutan untuk melindungi koperasi itu sendiri, sedangkan pada Negara berkembang, peraturan perundangan digunakan untuk mengenalkan koperasi sekaligus mempercepat perkembangan koperasi (baik

dalam hal perlindungan maupun dukungan). Setelah mempelajari ini, harapannya pembaca dapat mengetahui sejarah tentang koperasi secara umum. Secara khusus, diharapkan dapat menjelaskan.

A. Latar Belakang Terbentuknya Koperasi

Gerakan koperasi mulanya berawal dari revolusi industry dengan penerapan sistem ekonomi kapitalis pada abad XVIII. Gerakan ini tujuannya adalah menyelesaikan persoalan ekonomi yang dialami oleh masyarakat dengan tingkat ekonomi yang rendah dimana biasanya buruhmemiliki penghasilan sangat kecil. Pada tahun 1844 di Negara Inggris, Gerakan koperasi diketuai oleh Charles Howard berasal dari Kampong Rochdale yang kemudian menyebar ke Negara lain baik di Eropa, Amerika maupun Asia. Gerakan ini terjadi akibat adanya revolusi industry padaawal abad 19.

Sisteri kapitalisme menginspirasi koperasi sebagai gerakan yang digunakan oleh masyarakat dengan tingkat ekonomi yang rendah dimana biasanya dilakukan kaum buruh untuk menyelesaikan masalah ekonominya yang selanjutnya menjadi sebuah sistem sendiri dalam kehidupan ekonomi di masyarakat. Pada sistem tersebut, untuk menyelesaikan masalahnya, masyarakat membuat berbagai kegiatan yangdiatur dalam asas yang diciptakan oleh mereka sendiri, diantaranya adalah asas Rochdale. Dalam perkembangannya, terdapat perubahan danpenyempurnaan pada asas Rochdale. Untuk memperkuat gerakan koperasi, pada tahun 1862, beberapa koperasi di Inggris menyatu dalam pusat koperasi yang diberi nama *Coperative Wholesale Society* (CWS).

Di Paris, gerakan koperasi dipelopori oleh Louis Blance, Charles Fourier,dan Ferdinand Lasalle. Gerakan ini dilakukan atas kesadaran setelah adanya revolusi Prancis yang menjadikan adanya kemiskinan masyarakat. Perkembangan koperasi di Paris diawali dengan gerakan koperasi padabidang produksi oleh pengusaha-pengusaha kecil. Saat ini, koperasi tersebut diberi nama *Federation Nationale Dess Cooperative de Consummtion* atau dikenal dengan Gabungan Koperasi Konsumsi Nasional Prancis.

Di Jerman, gerakan koperasi dimulai tahun 1848 dengan pelopornya adalah walikota Flammersflied, yakni F.W. Raiffeisen. Gerakan ini bercorak ekonomi agraris dimana petani berkumpul untuk melakukan

kegiatan simpan pinjam. Koperasi di Jerman diberi nama Koperasi Kredit Pertanian model Raiffeisen.

Denmark juga merupakan negara yang menjadi percontohan koperasi pertanian. Namun demikian, seiring berjalannya waktu, unit koperasi yang ada di Jerman berkembang menjadi koperasi yang tidak hanya menjual hasil pertanian namun juga barang kebutuhan pada sektor pertanian. Orang-orang pekerja di daerah perkotaan di Jerman juga mengembangkan sektor lain seperti koperasi konsumsi.

Koperasi di Swedia lebih diarahkan untuk ketersediaan barang dengan harga murah dan bermutu. Pelopor gerakan koperasi di Swedia adalah Albin Johansen yang tidak hanya terlibat dalam kegiatan koperasi tetapi juga menjadi pejabat pemerintah yang memberikan kesempatan untuk memajukan koperasi Swedia.

Lain halnya dengan Swedia, koperasi di Amerika Serikat dikelola atas prinsip Rochdale. Namun, oleh karena kurangnya pengalaman pengelola koperasi, banyak koperasi yang bangkrut pada tahun 1860. Namun demikian, pada tahun 1880, koperasi di Amerika Serikat banyak yang berkembang secara pesat. Koperasi di Jepang mulai berdiri pada tahun 1900 bersamaan dengan diterapkannya undang-undang koperasi industri kerajinan. Namun demikian, koperasi tersebut seyogyanya tidak hanya berhubungan dengan industri kerajinan namun juga pada bidang pertanian. Sebagian besar petani di Jepang menjadi anggota koperasi.

Di Korea, perkembangan koperasi kredit pedesaan dimulai pada awal abad ke 20. Koperasi ini didirikan oleh petani Korea untuk membantu mereka dalam hal pembiayaan usaha pertanian. Koperasi di Korea pada mulanya diberi nama Bank Pertanian Korea yang dalam perkembangannya menjadi koperasi simpan pinjam. Saat ini, Bank Pertanian Korea bergabung menjadi satu dengan Koperasi Pertanian menjadi Gabungan Koperasi Pertanian Nasional yakni *National Agrecultural Cooperative Federation*.

B. Sejarah Koperasi Di Indonesia

Perkembangan koperasi di Indonesia diawali dari masa penjajahan Belanda sampai dengan masa penjajahan Jepang. Pelopor gerakan koperasi di Indonesia adalah R.A. Wiriadmaja sekitar tahun 1896

diPurwokerto. R.A. Wiriadmaja mendirikan koperasi kredit berbentuk bank yang ditujukan untuk membantu rakyat yang terbelit hutang. Koperasi tersebut diberi nama *Hulp en Spaarbank* (Bank Penolong dan Tabungan) yang bergerak dalam bidang pertanian mengadopsi koperasi yang berkembang di Jerman.

Di tahun 1908, R. Soetomo melalui Organisasi Budi Utomo membentuk koperasi rumah tangga bersamaan dengan lahirnya gerakan kebangkitan nasional. Koperasi ini didirikan guna memperbaiki kesejahteraan rakyat Indonesia namun tidak berkembang secara maksimal karena tidak adanya dukungan dari lingkungan sekitar. Kesadaran masyarakat saat itu akan manfaat dari koperasi masih kurang. Di tahun 1913, Sarikat Islam mendirikan beberapa macam koperasi yang bergerak pada industri kecil dan kerajinan. Pendirian koperasi ini ditujukan untuk melawan Belanda yang sering memberikan berbagai fasilitas untuk pedagang asing. Namun, koperasi ini tidak dapat bertahan lama karena pada saat itu pendidikan masih rendah. Dan masyarakat juga tidak diberikan sosialisasi manfaat dari adanya koperasi.

Kegagalan Budi Utomo dan Sarikat Islam dalam mengembangkan koperasi disinyalir adanya kekhawatiran Belanda yang saat itu sedang menjajah Indonesia. Pada tahun 1915, Belanda mengeluarkan UU No. 431 yang mengakibatkan kegagalan perkembangan koperasi di Indonesia. Aturan tersebut berisi:

- a. Dalam mendirikan sebuah koperasi, pengurus harus membayar 50 gulden
- b. Sistem usaha koperasi yang dikembangkan harus serupa dengan sistem koperasi di Eropa
- c. Adanya persetujuan Gubernur Jenderal Hindia Belanda dalam mendirikan koperasi
- d. Pengajuan proposal pendirian koperasi harus menggunakan Bahasa Belanda.

Seiring berjalannya waktu, aturan tersebut mendapatkan protes dari beberapa pihak. Selanjutnya Dr. H. J. Boeke mengeluarkan UU No 91 Tahun 1927 yang disebut *Regeling Indlandsche Cooperative Verenigingen*. Undang-undang tersebut membahas tentang koperasi yang disesuaikan dengan kondisi Indonesia yang menyatakan bahwa:

- a. Dalam mendirikan sebuah koperasi, pengurus harus membayar 3 gulden untuk meterai
- b. Pengajuan proposal pendirian koperasi menggunakan bahasa daerah
- c. Di daerah masing-masing berlaku hukum dagang
- d. Perizinan dapat dilakukan di masing-masing daerah.

Pada tahun 1930, dibentuklah badan urusan koperasi pada kementerian Dalam Negeri yang dipelopori oleh R.M. Margono Djojohadikusumo. Di tahun 1937, dibuatlah beberapa koperasi simpan pinjam dimana modalnya berasal dari bantuan pemerintah. Adanya koperasi ini ditujukan untuk menuntaskan hutang petani yang tidak bisalepas dari rentenir.

Perkembangan koperasi di Indonesia terus berlanjut sampai tahun 1939 yang dibuktikan dengan adanya Jawatan Koperasi dan Perdagangan dalam negeri oleh pemerintah. Pada tahun 1940, gerakan koperasi di Indonesia tidak hanya berada di pedesaan saja namun juga sudah berkembang ke perkotaan.

Pada zaman penjajahan Jepang, koperasi yang ada di Indonesia disesuaikan pada asas militer yang dibatasi untuk kepentingan perang Asia Timur Raya. Saat itu, gerakan koperasi mengalami rugi besar-besaran karena adanya pencabutan UU No 23 tentang aturan koperasi di Indonesiadan izin gerakan koperasi menjadi lebih sulit. Pencabutan UU tersebut berdampak adanya koperasi model Jepang yang diberi nama kumini. Kumini berkembang sesuai kebijakan Jepang dimana terdapat pemisahanantara kegiatan koperasi dengan keglatan perekonomian yang Bergerakhanya untuk mengumpulkan hasil bumi dan barang yang dibutuhkan Jepang.

Secara resmi, koperasi di Indonesia dikenal pada saat kongres I di Tasikmalaya pada 12 Juli 1947. Dalam kongres ini dibentuklah SOKRI (Sentral Organisasi Koperasi Rakyat Indonesia). Kegiatan yang dilakukan SOKRI diantaranya adalah melakukan kegiatan pelatihan koperasi untuk mengurus pegawai dan masyarakat. Pada saat ini perkembangan koperasi dilakukan sesuai dengan UU 1945, pasal 33 dan pada tanggal 12 juli dikenal seabagai hari Kopersi Indonesia. Dalam

kongres tersebut seluruh bangsa Indonesia bertekad untuk melandaskan koperasi dalam kegiatan perekonomian.

Pasal 33 UUD 1945 menyebutkan bahwa koperasi merupakan soko guru perekonomian Indonesia sehingga memiliki kedudukan hukum Indonesia yang baik. Moh. Dr. H. Hatta Saleh, SE., MSi selaku wakil presiden Republik Indonesia dijadikan sebagai bapak koperasi atas jasa dan motivasinya dalam mengembangkan gerakan koperasi di Indonesia.

C. Peranan Manajemen Dalam Koperasi

Istilah manajemen adalah istilah dari bangsa Inggris, dan di Indonesia lebih dikenal dalam artinya manajemen dari Amerika. Sebetulnya istilah manajemen dikenal luas di Filipina sebagai bekas negara jajahan Amerika. Manajemen sebetulnya erat hubungannya dengan administrasi dan kebudayaan serta tata cara kehidupan masyarakat sehari-hari, sehingga pola pikir atau praktek dari manajemen bias berbeda-beda, tapi hasilnya sama baiknya.

Dengan pengertian manajemen seperti tersebut, maka administrasi juga merupakan manajemen, yakni manajemen dari suatu organisasi secara keseluruhan (the overall management of an organization). Dari seorang yang bekerja secara modern pun, dengan merumuskan prapat (objective) terlebih dahulu, kemudian menjalankan perencanaan (planning) dari pada apa yang akan dipergunakan serta akan dilakukan, walaupun bekerja sendirian, juga harus menjalankan manajemen (Atmosudiardjo, 1982:34).

"Manajemen mencakup semua tugas dan fungsi yang berkaitan dengan permulaan suatu perusahaan, pembiayaannya, penetapan semua kebijakan utama, penyediaan semua peralatan yang diperlukan, garis besar dari organisasi di bawah wing kemudian perusahaan untuk beroperasi, dan pemilihan petugas kepala sekolah" (Kimball, 1983:37).

Tetapi dalam faktanya suatu organisasi, sukses tidaknya tergantung dari para anggotanya. Betapapun sempurnanya rencana dan pengawasan serta penelitinya, bila anggotanya tidak mau melakukan pekerjaan yang diwajibkan padanya ataupun tidak mau melaksanakan yang memang tugasnya dengan minat dan kerja keras maka hasil yang akan dicapai tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Keanggotaan koperasi terbatas pada sekelompok masyarakat tertentu, seperti pegawai negeri sipil, angkatan bersenjata, atau koperasi swasta lainnya/Usaha yang paling dominan adalah simpan pinjam, yang umumnya hanya dibatasi untuk kepentingan anggotanya. Ini memang suatu ketentuan yang dianut oleh koperasi simpan pinjam hanya melayani anggota dan tidak melayani bukan anggotanya, karena koperasi bukanlah bank umum yang berkerja untuk melayani semua lapisan masyarakat. Jika menyelenggarakan pelayanan dalam bentuk toko, koperasi hanya untuk anggota yang secara kredit dan tunai. tetapi lokasinya dalam lingkungan sendiri. Mungkin ini juga sebabnya koperasi berifat tertutup. Jadi walaupun koperasi berkembang maju, tetapi sifatnya kedalam dan tertutup. Situasi ini menyebabkan peranan koperasi fungsional dalam kehidupan ekonomi tidak terasa. Tetapi potensi yang semakin berkembang kuat dalam koperasi fungsional harus dilihat sebagai kesempatan untuk mengembangkan langkah-langkah yang lebih maju lagi menuju kepada koperasi yang lebih terbuka dan berperan dalam kehidupan ekonomi.

Koperasi kredit atau simpan pinjam, koperasi ini berkerja hanya pada satu lapangan usaha saja. Koperasi ini hanya menyimpan uang, menyediakan dan mengusahakan pinjaman atau kredit bagi anggota-anggotanya saja. Jadi koperasi ini hanya bergerak di lapangan kredit dan simpan pinjam. Koperasi ini hanya melakukan kegiatan di bidang kreditt dan simpan pinjam. Koperasi ini berkerja atas dasar spesialisasi, yakni di bidang perkreditan dan simpan pinjam. Koperasi yang seperti ini memakai sistim "single purpose"

Pada umumnya koperasi primer berkerja atas dasar spesialisasi atau memakai sistim single purpose. Akan tetapi setiap orang tidak mempunyai hanya satu macam kepentingan atau kebutuhan saja. Setiap orang mempunyai bermacam-macam kepentingan dan kebutuhan. Jika kalau koperasi menjalankan usahanya. Di dalam lebih dari satu atau beraneka ragam usaha atau keglatan, maka sistim kerja koperasi itu disebut sistim "multi purpose"

Di dalam perkembangan koperasi, pengalaman menunjukan bahwa makin maju dan berkembangnya usaha koperasi, makin sulit melaksanakan sistim multi purpose. Usaha yang satu macam saja

misalnya usaha perkreditan, pembelian bersama ataupun usaha konsumsi kebutuhan sehari-hari saja. Masing-masing usaha tersebut memerlukan pengetahuan dan keahlian khusus. Maka atas dasar pertimbangan itulah maka koperasi yang maju dan teratur serta modern makin lebih mendasarkan diri atas sistem single purpose atau atas dasar spesialisasi. Sistem single purpose dianggap lebih dapat mencapai hasil yang lebih baik dan dengan cara yang lebih efisien. Tetapi kalau kita lihat sekarang koperasi di desa-desa padadarnya menjalankan sistem multi purpose, hal ini karena cocok dengan watak masyarakatnya dan lingkungan desa agak terbatas dan tidak begitu rumit keadaannya, artinya kebutuhan masyarakatnya masih sederhana.

Untuk menentukan koperasi mana yang paling cocok didirikan, secara umum dapat dikatakan, bahwa dasar penjenisan koperasi sebaiknya menurut kebutuhan dan untuk maksud efisiensi karena kesamaan kegiatan dan atau kepentingan ekonomi.

D. Definisi Manajemen Koperasi

Uraian di atas telah memberikan gambaran singkat mengenai definisi koperasi dan manajemen. Lalu apakah yang dimaksud dengan manajemen koperasi? Peter Davis (1999) memformulasikan bahwa manajemen koperasi diselenggarakan oleh orang-orang yang bertanggung jawab untuk mengelola koperasi, nilai-nilai dan kekayaannya. Mereka ini mengerahkan segala kemampuan kepemimpinannya dan memilih kebijakan untuk mengembangkan koperasi berdasarkan hasil latihan profesional perkoperasian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa manajemen koperasi adalah kegiatan profesional yang dilakukan koperasi untuk membantu seluruh keanggotaan koperasi di dalam mencapai tujuannya. Lebih lanjut perlu dijelaskan bahwa manajemen koperasi tidak didasarkan pada pemaksaan wewenang, melainkan melalui keterlibatan dan partisipasi. Para manajer profesional koperasi menggunakan metoda yang sama seperti manajemen pada umumnya. Hanya saja nilai-nilai dan tujuan yang harus diperjuangkan metode itulah yang membuat manajemen koperasi unik dan berbeda dari manajemen lainnya. Fungsi utamanya adalah mengupayakan kepemimpinan koperasi bagi anggota dan pengurus

terpilih di dalam pengembangan kebijakan dan strategi yang akan memberdayakan koperasi dalam mewujudkan cita-cita atau tujuannya.

Dengan menyatukan manajemen Koperasi sebagai bagian dari koperasi dan sebagai representasi prinsip-prinsip penting koperasi itu sendiri, kita dapat mengembangkan manajemen dan demokrasi di dalam koperasi sebagaimana dinyatakan Peter Davis, sebagai berikut: “pengembangan prinsip-prinsip manajemen koperasi, akan membuat perusahaan koperasi harus dikelola secara professional dan kooperatif sedemikian rupa sehingga keterlibatan anggota dan demokrasi, akan tetap menjadi kunci keberhasilan dalam praktek koperasi“.

Tabel 1. Tujuh prinsip manajemen Koperasi Peter Davis

No	Prinsip manajemen pada umumnya	Prinsip manajemen dalam koperasi
1	<u>Pluralisme</u> Mengelola atas nama kepentingan semua “stakeholder”	Terdapat pluralisme dalam kepentingan mereka dan mereka mengakui dan menyadari adanya kepentingan orang lain.
2	<u>Mentalitas</u> Pengakuan terhadap kebutuhan untuk memperoleh keuntungan	Mencari keuntungan bukanlah hal yang utama, akan tetapi mutualitas dan kemajuan bersama untuk semua anggota koperasi
3	<u>Kemandirian perorangan</u> Menghormati pribadi dan tanggung jawab	Sama seperti organisasi lain pada umumnya, tetapi dalam koperasi menekankan dua hal yaitu kebutuhan organisasi dan otonomi anggota perorangan.
4	<u>Keadilan</u> Pembagian sumber yang non eksploitatif	Sama untuk koperasi, tetapi lebih mudah dilaksanakan mengingat struktur kepemilikan mereka terhadap koperasi.
5	<u>Keadilan alamiah</u>	Sama untuk koperasi, tetapi struktur kepemilikan koperasi dan budaya

	Hak untuk menjalankan prosedur yang mandiri dan peraturan yang jujur (adil)	pertanggungjawaban akan lebih mudah dilaksanakan.
6	<u>Kepedulian terhadap orang</u> Mengakui baik karyawan maupun pelanggan adalah subyek dan bukan obyek bisnis	Struktur kepemilikan di dalam koperasi menterjemahkan prinsip ini, melalui basis keanggotaan.
7	<u>Peran ganda pekerjaan dan karyawan</u> Pekerjaan mempengaruhi status sosial, pola konsumsi dan keseluruhan struktur hubungan di dalam masyarakat	Koperasi menyatukan prinsip ini dengan mengkombinasikan aspek sosial dan komersial. Koperasi memberbolehkan adanya seseorang dengan beberapa peran.

E. Fungsi Manajemen Koperasi

Menurut Malayu SP. Hasibuan (2012:3) Fungsi-fungsi manajemen adalah elemen-elemen dasar yang akan selalu ada dan melekat di dalam proses manajemen yang akan di jadikan acuan oleh manajer dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan”.Kemudian menurut Manulang (2010:27) fungsi-fungsi manajemen adalah serangkaian tahap kegiatan atau pekerjaan sampai akhir tercapainya tujuan kegiatan atau pekerjaan.

Menurut G.R Terry dalam Winardi (2009:163) menyatakan, fungsi-fungsi manajemen adalah serangkaian sub bagian tubuh yang berada di manajemen sehingga bagian-bagian tubuh tersebut dapat melaksanakan fungsi dalam mencapai tujuan organisasi. Fungsi-fungsi manajemen terdiri dari: Perencanaan (planning), Pengorganisasian (organizing), Penggerakan (actuating), Pengawasan (controlling)

Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa, fungsi-fungsi manajemen adalah serangkaian bagian-bagian dalam manajemen yang harus diaplikasikan sehingga tujuan serta visi dan misi perusahaan dapat tercapai. Adapun bagian bagian dalam manajemen tersebut lebih dikenal dengan (POAC) Perencanaan (planning), Pengorganisasian (organizing), Penggerakan (actuating), Pengawasan (controlling).

Fungsi manajemen koperasi dapat dibagi menjadi empat tugas utama:

1. Mengkoordinasikan sumber daya

Manajemen koperasi memiliki tugas untuk mengkoordinasikan sumber daya, yang meliputi sumber daya manusia, keuangan, teknologi, dan informasi. Manajemen koperasi harus memastikan bahwa sumber daya yang tersedia digunakan secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan koperasi.

2. Menyusun tujuan strategis

Manajemen koperasi harus menyusun tujuan strategis untuk koperasi. Tujuan strategis ini harus memastikan bahwa koperasi berhasil meningkatkan kegiatan operasionalnya dan memberikan layanan yang efektif kepada anggotanya.

3. Mengatur aset

Manajemen koperasi memiliki tugas untuk mengatur aset koperasi. Ini berarti bahwa manajemen koperasi harus mengidentifikasi aset yang dimiliki oleh koperasi dan menentukan bagaimana aset tersebut akan digunakan untuk mencapai tujuan koperasi.

4. Mengevaluasi kinerja.

Manajemen koperasi juga memiliki tugas untuk mengevaluasi kinerja koperasi. Mereka harus memastikan bahwa koperasi berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi kinerja juga digunakan untuk mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan koperasi. Hasil evaluasi ini kemudian dapat digunakan untuk membuat perubahan yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja koperasi.

F. Sifat Dan Unsur Manajemen Koperasi

a. Sifat Manajemen Koperasi

Manajemen koperasi berlandaskan kekeluargaan dan gotong-royong dengan landasan Pancasila. Dimana landasan tersebut bersifat demokrasi, yang harus diwujudkan dalam sifat manajemen koperasi:

1. Kekuasaan Tertinggi

Semua kebijakan dan keputusan yang akan dilaksanakan Di dalam suatu koperasi ditentukan dalam forum Rapat Anggota berdasarkan hikmah kebijaksanaan permusyawaratan, dimana semua orang yang menjadi anggota koperasi, tidak peduli tua, muda dan besarnya simpanan mempunyai hak suara yang sama yaitu satu orang satu hak suara. Keputusan dalam rapat anggota harus dilaksanakan pengurus dalam melaksanakan kebijakannya yang dituangkan dalam Rapat Anggota dalam bentuk Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga, artinya pada saat rapat pengurus merumuskan keputusan-keputusan yang dihasilkan dalam rapat anggota.

2. Pengurus Dan Badan Pemeriksa

Pengurus dan Badan Pemeriksa adalah anggota yang dikuasakan oleh anggota untuk menggunakan kekayaan anggota yang telah dikumpulkan guna menjalankan usaha bersama. Badan Pemeriksa mewakili anggota untuk mengawasi Pengurus agar berkerja menurut Kebijakan-kebijakan sebagaimana telah dituangkan di dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Koperasi. Ini mengandung arti bahwa usaha dan organisasi koperasi diurus secara bersama-sama oleh anggota untuk kepentingan anggota itu sendiri.

3. Pembagian Sisa Hasil Usaha

Tujuan usaha dari koperasi meningkatkan daya beli anggota khususnya dan masyarakat sekitar pada umumnya. Karena itu yang menjadi ukuran bagi keberhasilan suatu koperasi bukan ditentukan besarnya hasil usaha atau laba yang besar, tetapi diukur dari banyaknya anggota dan masyarakat yang memperoleh pelayanan dari koperasi. Jika koperasi bisa

memperoleh sisa hasil usaha, maka itupun dibagi pada para anggota berdasarkan jasa-jasa anggota itu terhadap koperasi. Secara kuantitatif sisa hasil usaha koperasi yang akan diterima oleh setiap anggota (Z) adalah jumlah pembelian anggota yang bersangkutan (X), dibagi dengan pembelian seluruh anggota dalam tahun itu (Y) dikalikan dengan besarnya sisa hasil usaha yang diperoleh selama setahun.

$$Z = \frac{X \times SHU}{Y}$$

Z = SHU yang akan diterima

X = jumlah pembelian anggota yang bersangkutan

Y = pembelian seluruh anggota dalam satu tahun

Dengan demikian setiap anggota ‘tidak’ menerima SHU menurut modalnya dalam koperasi, tapi berdasarkan jasanya terhadap koperasi.

4. Usaha Koperasi

Sebagai koperasi, sebagaimana dengan bentuk usaha kumpulan modal bisa saja memilih usahanya berdasarkan kemungkinan untung yang sebesar-besarnya. Akan tetapi mengingat koperasi adalah bentuk usahaber sama, maka pilihan usaha koperasi itu ditentukan oleh kepentingan usaha atau mata pencarian anggotanya. Artinya bukan koperasi jika koperasi yang usahanya berdasarkan keuntungan yang akan diperoleh tanpa adanya kaitan usaha dengan anggotanya atau meningkatkan daya beli anggotanya. Ini menyatakan bahwa usaha koperasi menjadi tumpuan harapan anggotanya untuk menunjang usaha mereka masing-masing atau meningkatkan daya beli, atau demokrasi usaha (Hasibuan, 1986:206).

b. Unsur Pokok Manajemen Koperasi

Dengan melihat esensi dan watak yang terkandung dalam lembaga koperasi, dapat kita lihat kesatuan pandangan yang utuh, bahwasanya Koperasi sesungguhnya memiliki cakupan multi dimensi yang bersifat strategis terhadap proses pembangunan

bangsa, hal ini disebabkan eksistensi kehadiran koperasi ditengah masyarakat, khususnya masyarakat yang lemah sosial ekonominya menyandange mpat karateritik secara sekaligus, (Widiayanti,2002:18) yaitu

1. Koperasi merupakan suatu sistim normative (normative system) karena mekanisme yang berkembang di dalamnya tidak terlepas dari pranata sosial budaya masyarakat itu sendiri. Koperasi adalah manifestasi asa kekeluargaan dan gotong-royong yang luas melalui mekanime "dari,oleh dan untuk anggotanya"
2. Koperasi merupakan mekanisme pendidikan (mechanisme of education) bagi para anggotanya. Peningkatan swadaya dan peningkatan partisipasi tidak terlepas dari kegiatan penyuluhan baik dalam aspek ekonomi maupun sosial.
3. Koperasi sebagai Organisasi ekonomi (economic organization) yang berwatak sosial sebagai usaha bersama berdasarkan asas-asas kekeluargaan dan gotong royong. Dalam melaksanakan fungsinya sebagai organisasi ekonomi pun Koperasi harus berorientasi pada pemenuhan kebutuhan hidup.peningkatan swadava dan peningkatan solodaritas sosial kearah partisipasi sosial bagi para anggotanya dan masyarakat lingkungannya.
4. Koperasi merupakan organisasi kekuatan (the organization offorce). Manakala semangat berkoperasi telah benar-benar hidup ditengah masyarakat (karena manfaatnya benar-benar dirasakan) maka tak dapat dipungkiri lagi bahwa pada gilirannya Koperasi dapat menjadi organisasi kekuatan yang besar ditinjau dari segi politik, soslal budaya dan ketahanan nasional, Suatu kebijakan pembangunan nasional bisa disebut apabila terjadi pemantapan ketahanan nasio

G. Tugas

1. Jelaskan perbedaan koperasi pada negara maju dan koperasi pada negara berkembang!
2. Jelaskan tujuan didirikan koperasi di Indonesia!
3. Jelaskan penyebab sulitnya perkembangan koperasi di Indonesia pada masa penjajah!
4. Jelaskan perkembangan koperasi di Indonesia setelah merdeka!
5. Apakah definisi dari manajemen dan organisasi serta mengapa manajemen diperlukan dalam setiap lini kehidupan kita?
6. Mengapa manajemen dapat dikatakan sebagai pengetahuan dan juga seni. Uraikan beserta contoh realita kehidupan saudara!
7. Sebutkan dan jelaskan fungsi-fungsi manajemen serta berikan contoh kegiatan yang harus dilakukan dari setiap fungsi tersebut!
8. Bagaimana peran pemilik perusahaan dalam manajemen dan bagaimana peran manajerial dalam sebuah organisasi!
9. Berikan solusi terhadap hambatan dalam penerapan fungsi-fungsi manajemen pada organisasi bisnis perusahaan!

DAFTAR PUSTAKA

- Baum, J. R. (2014). The psychology of entrepreneurship. . *Oracle Magazine (Vol. XIII).* New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gary., A. (2012). *Marketing An Introduction.*Baba Barkha Nath Printers. New Delhi. : Kessler.
- Heru, R. (2009). *Kewirausahaan (Entrepreneurship) Pendekatan. Manajemen dan Praktik.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan.* . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Marlina Leny, (2015) Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) Dalam Pendidikan. Istinbath
- Mullins Jhon W, C. O.-C. (2014). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta : Erlangga.
- Schumpeter, J. A. (1934). *Change and the Entrepreneur.* Austria: Essays of JA.
- Soegoto, E. S. (2009). *Entrepreneurship, Edisi Pertama.* Jakarta : PT. Elek. Media Komputindo.
- Suryana. (2011). *Kewirausahaan.* Jakarta : Salemba Empat.
- Sutrisno, Edy. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Wibowo. (2007). *Manajemen Kinerja.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

PROFIL PENULIS



Ibadurrahman, S.Pd., M.Pd, Lahir Di Ujung Pandang 28 September 1990. Dari Ayah bernama Dr. H. Sirajuddin Ismail, M.Pd, dan Ibu bernama Hj. St.Husnang Ma'amun, Penulis bertempat tinggal di Kota Makassar, pendidikan Formal SDN, SMPN, dan SMAN di Kota Makassar. seorang penulis dan akademisi muda yang aktif dalam bidang pendidikan, sosial, dan pengembangan diri. menyelesaikan pendidikan sarjana S1 pada jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi, dan Magister S2 Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Pascasarjana Universitas Negeri Makassar. Menjadi Dosen Ekonomi pada Program Studi Manajemen di Universitas Indonesia Timur Makassar dan sebagai dosen tetap dari tahun 2015 sampai sekarang. Berbagai jurnal sudah diterbitkan, diantaranya; Pemanfaatan Digital Untuk Meningkatkan Pendapatan Usaha Rumahan Pada Masa Pandemi Covid 19, Strategi Pemberdayaan Kehidupan Ekonomi Petani Rumput Laut di Kelurahan Bontorannu Kecamatan Bangkala Kabupaten Jeneponto, Deskripsi Kondisi Sosial Ekonomi Petani Garam di Kelurahan Pallengu Kecamatan Bangkala Kabupaten Jeneponto, dan sudah menerbitkan berbagai buku diantaranya Pendidikan Kewarganegaraan, Manajemen Strategi.



Abdul Hafid, S.Pd., M.Pd. Lahir di Amaro 24 Juni 1985, anak bungsu dari 6 bersaudara dari pasangan H. Muh As'Ad dan Hj. Tika. Penulis bertempat tinggal di Jalan Sungai Tangka Kota Makassar provinsi Sulawesi Selatan. Telah menyelesaikan pendidikan sarja (S1) di Univesitas Negeri Makassar pada tahun 2008 dan pada tahun 2012 telah menyelesaikan. Pendidikan Megister di Universitas Negeri Makassar. Karinya dimulai sebagai guru di Guru DDI AT Taufiq Pekkae

Kecamatan Tanete Rilau Kabaupaten Barru (2009-2011). Kemudia menjadi Staf PKP-RI Kota Makassar Tahun (2011-2012). Kemudian sebagai dosen Universitas Indonesia Timur dari 2013 sampai Sekerang. Penulis memiliki beberapa pengalaman organisasi diantaranya Staf Divisi Cafetaria Kopma Almamater UNM Tahun (2006). Sekbid Advokasi Dan Pengkaderan Himapek Unm Tahun (2006). Ketua Umum Kopma Almamater UNM Tahun (2007). Ketua Pengawas Kopma Almamater UNM Tahun (2008). Dewan Pendaping Gapembar Komisariat UNM (2009-2010). Anggota Dewan Pedamping Kopma Almamater UNM Tahun (2010-2012). Anggota PDMI (Perkumpulan Dosen Manajemen Indonesia) 2020-2024.



Nurhaedah, S.E., M. Si. lahir di Ujung Pandang tanggal 21 April 1985. Dosen tetap pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia Timur. Yang menyelesaikan pendidikan S1 di Jurusan Manajemen pada Universitas Negeri Makassar kemudian melanjutkan S2 pada Jurusan Manajemen Keuangan di Universitas Hasanuddin. Penulis memiliki pengalaman mengajar pada beberapa Perguruan lainnya, seperti di Universitas Negeri Makassar, Universitas Fajar, Tutor Online di Universitas Terbuka, STIMI YAPMI Makassar, dan menjadi pendidik pada Madrasah Ibtidaiyah Farida Aryani yang menjadi kebanggaan. Disamping itu penulis juga memiliki pengalaman sebagai Asesor Badan Akreditasi Pendidikan Dasar dan Menengah, Instruktur Nasional Bidang Ekonomi Madrasah Reform bekerjasama dengan *Word Bank* pada Kementerian Agama Republik Indonesia, Pengajar Praktik guru Penggerak, Fasilitator Guru Penggerak, Tim Inti Kota Makassar EDM e-RKAM Kementerian Agama, dan Instruktur Pendidikan Guru Penggerak Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Buku yang telah diterbitkan Mengenal Apa itu Manajemen Keuangan Panduan Step By Step dalam Mengenal Manajemen Keuangan, Manajemen Koperasi dan UMKM, Pengantar Manajemen dan beberapa buku lainnya.



Dr. Syurwana Farwita Samuddin, S.E.,M.M, Lahir Di Tombolo 12 November 1991. Dari Ayah bernama Samuddin Densi dan Ibu bernama Bahria, M.Pd, Penulis bertempat tinggal di Kota Makassar, pendidikan Formal SDN, SMPN, dan SMAN di Kota Makassar. seorang penulis dan akademisi muda yang aktif dalam bidang pendidikan, sosial, dan pengembangan diri. menyelesaikan pendidikan sarjana S1 pada jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi, Magister S2 Pada Program Studi Magister Manajemen, dan Doktor S3 pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Pascasarjana Universitas Negeri Makassar. Menjadi Dosen Pascasarjana pada Program Studi Magister Manajemen di Universitas Indonesia Timur Makassar dan sebagai dosen tetap sejak tahun 2016 sampai sekarang, dengan mengampuh beberapa mata kuliah Kewirausahaan, Manajemen Pemasaran dan Komunikasi Bisnis. Berbagai jurnal juga sudah diterbitkan, diantaranya; Pengaruh Kompetensi SDM Terhadap Keberhasilan Usaha Pembuatan Tenteng Kenari di Kabupaten Kepulauan Selayar, dan sudah menerbitkan beberapa buku diantaranya Manajemen Strategi dan Penganggaran Bisnis.



Nursyam AR, SE.,M.Si lahir di Ujung Pandang, 07 Maret 1984. Lulus S1 di Universita Muslim Indonesia (UMI) pada tahun 2006 program studi Akuntansi, serta lulus S2 memperoleh gelar Magister Sains program studi Manajemen Keuangan Universitas Hasanuddin (UNHAS) di tahun 2010. Merupakan dosen tetap yayasan pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Timur (UIT). Saat ini aktif mengajar dan membimbing mahasiswa

program sarjana fakultas ekonomi program studi akuntansi Universitas Indonesia Timur (UIT) dengan mata kuliah Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran, Manajemen Akuntansi serta Manajemen Investasi. Beberapa karya ilmiah pernah di publikasikan di antaranya...Pemanfaatan teknologi informasi dan sistem Pengendalian terhadap akuntabilitas pengadaan barang dan jasa pemerintah. Dan sudah menerbitkan buku manajemen pemasaran.

Materi dalam buku ini disusun secara sistematis mulai dari konsep dasar manajemen dan koperasi, organisasi dan partisipasi anggota, hingga strategi pemasaran, pelayanan, pengawasan, dan pengembangan sumber daya manusia dalam koperasi dan UMKM. Selain itu, buku ini juga membahas kebijakan pemerintah serta tantangan dan peluang yang dihadapi koperasi dan UMKM di era digital.



IKAPI
INDONESIAN KOPERASI ASSOCIATION

CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : tahtamedia group
Telp/WA : +62 896-5427-3996

