

IDE-IDE PEMIKIRAN

Dari **KAMPUS MAROON**

2024



EDITOR:

Gunardi Endro

Aurino Djamaris

IDE-IDE PEMIKIRAN dari KAMPUS MAROON 2024

UU No. 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta pada Pasal 4

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

Pembatasan Perlindungan 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

- 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 Rp 100.000 (seratus juta rupiah).
- 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 Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah).

IDE-IDE PEMIKIRAN dari KAMPUS MAROON 2024

**EDITOR:
Gunardi Endro
Aurino Djamaris**



2025

Ide-Ide Pemikiran dari Kampus Maroon 2024

Halaman : ix, 261 halaman

Ukuran halaman : 18,2 x 25,7 cm

ISBN e-book: 978-602-7989-68-9 (PDF)

Editor:

Gunardi Endro

Aurino Djamaris

Desain Cover:

Nurhakim As'ad Wicaksono

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Siapapun dilarang keras menerjemahkan, mencetak, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit

Cetakan pertama:

Januari 2025

Diterbitkan oleh:

Universitas Bakrie Press

Penerbit Anggota IKAPI No. 638/Anggota Luar Biasa/DKI/2024



Jl. H. R. Rasuna Said No.2, RT.2/RW.5, Karet,
Kecamatan Setiabudi, Kuningan,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12940
<https://ubakriepress.bakrie.ac.id/>
email: ubakriepress@bakrie.ac.id

PRAKATA

Puji Syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas terbitnya buku dengan judul "Ide-Ide Pemikiran dari Kampus Maroon 2024". Buku ini hadir sebagai kumpulan gagasan dan hasil penelitian yang dirancang untuk mengintegrasikan fakta dan analisis rasional guna memberikan manfaat nyata bagi masyarakat.

Buku ini diperuntukan untuk akademisi, praktisi, dan masyarakat umum. Selain itu buku ini juga ditulis menggunakan pendekatan unik dengan menggabungkan landasan penelitian yang kuat dan pemikiran kritis yang relevan sehingga bisa menjadi rujukan berbagai kalangan. Untuk memberi gambaran kepada para pembaca, buku ini tersusun menjadi lima bagian utama di antaranya: Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Manajemen dan Bisnis, Kewirausahaan, dan Perilaku Generasi Muda dan Isu Keberlanjutan Lingkungan Hidup. Cakupan yang luas pada buku ini diharapkan dapat memudahkan pembaca menemukan topik sesuai kebutuhan mereka masing-masing.

Kami percaya bahwa keunggulan buku ini terletak pada kolaborasi ide dari berbagai latar belakang yang disajikan secara sistematis dan inspiratif. Pesan kami untuk pembaca adalah agar buku ini menjadi pemantik ide baru dan mendorong kontribusi positif dalam bidang pendidikan, sosial, maupun ekonomi.

Kami menyadari bahwa buku ini jauh dari sempurna dan kami sangat menghargai kritik serta saran untuk terus menyempurnakan karya kami di masa depan. Sebagai penutup kami berharap agar buku ini memberikan manfaat bagi para pembaca.

**Salam hangat,
Jakarta, Desember 2024**

Tim Editor

KATA PENGANTAR

Selain dalam rangka penyebarluasan ide, gagasan, maupun hasil penelitian dari para penulis. Buku ini juga hadir sebagai wujud apresiasi dalam rangka lepas kenang purna tugas Dr. Suwandi dan juga Deddy Herdiansjah, Ph.D. di tahun 2024, setelah keduanya mengabdikan di Universitas Bakrie sejak berdirinya sebagai *Bakrie School of Management* (BSM). Ide-ide pemikiran yang dihimpun disini merupakan hadiah terbaik dari kolega keduanya, baik kolega dari dalam maupun dari luar Universitas Bakrie. Tentu hadiah yang berupa pengerahan pikiran sepenuh jiwa ini jauh lebih bernilai daripada hadiah berwujud materi berapa pun harganya. Untuk itu, kami selaku editor dan atas nama keduanya mengucapkan beribu-ribu terima kasih kepada semua penulis yang telah menyumbangkan ide-ide pemikiran yang dimuat di dalam buku ini. Bagi Dr. Suwandi dan Deddy Herdiansjah, Ph.D., purna tugas bukanlah akhir dari kiprah pengabdian kepada masyarakat, melainkan justru merupakan awal dari pengabdian baru. Ide-ide pemikiran yang disajikan disini ditujukan juga untuk mengungkit semangat baru keduanya di dalam pengabdian baru itu.

Selain itu, buku ini diharapkan akan menjadi sumbangan berharga dalam rangka menambah khazanah ide-ide pemikiran sekaligus mengundang reaksi pemikiran tandingan atau pemikiran lebih lanjut. Tentunya tidak ada sesuatu yang sempurna. Ketidaktercapaian akibat keaburan fakta yang dirujuk dan/atau kekusutan rasionalitas argumen yang ditampilkan bisa saja menjangkiti ide pemikiran mana pun. Namun hal itu tidak perlu menghentikan dialog kritis. Justru di situlah letak kekhasan manusia yang membedakannya dari *artificial intelligence*, kami kira. Manusia mampu dan justru lebih banyak belajar dari kesalahan dan ketidakjelasan. Semoga buku ini membangkitkan dialog kritis di antara kita dan di dalam diri kita.

**Salam hangat,
Jakarta, Desember 2024**

Tim Editor

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| PRAKATA | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | vii |
| | |
| PENDAHULUAN | |
| Faktualitas, Rasionalitas, dan Ide-Ide Pemikiran | 1 |
| | |
| BAGIAN SATU | |
| KOPERASI..... | 6 |
| | |
| Membangun Kembali Ketahanan Pangan Berbasis Koperasi | |
| Noer Soetrisno..... | 7 |
| Signifikansi dan Prospek Koperasi Multi Pihak di Indonesia | |
| Firdaus Putra, HC | 22 |
| Koperasi Multi Pihak Sektor Pertanian untuk Kesejahteraan Petani dan Kedaulatan Pangan | |
| Adri Istambul Lingga Gayo Sinulingga | 39 |
| Efektivitas Peran Pemerintah dalam Pembinaan Perkoperasian di Indonesia | |
| Untung Tri Basuki..... | 47 |
| Formulasi Cooperative Firm Value Pengukur Kinerja Koperasi | |
| Sugiyanto dan Nurhayat Indra | 61 |
| Menakar Kesiapan Koperasi untuk Menerapkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Privat | |
| Tita Djuitaningsih | 76 |
| Dari Solidaritas ke Persaingan: Menyoal Transisi Ekonomi Indonesia Era Reformasi | |
| Imbang Jaya Mangkuto..... | 85 |

BAGIAN DUA
USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DAN EKONOMI DESA.....92

Innovation Strategies for Indonesian SMEs: Application of New Technology and Business Models in Global Competition

Aurino Djamaris 93

Village Empowerment Strategies for Sustainable Development in Indonesia

Urip Sedyowidodo and Aurino Djamaris 107

Profil Niat Pelaku UMKM untuk Membuat Laporan Keuangan dan Menerapkan Standar Akuntansi Keuangan

Jurica Lucyanda dan Dian Andriani 118

Memahami Sistem Akuntansi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

Hermiyetti..... 130

BAGIAN TIGA
MANAJEMEN DAN BISNIS143

Manajemen Etis Pengelolaan Sumber Daya Manusia Profesional dan Catatan untuk Manajemen Koperasi

Gunardi Endro..... 144

The Role of Profitability in Affecting Earnings Management

Bambang Sudiyatno dan Titiek Suwarti 156

Kedudukan Badan Usaha Milik Negara dalam Perspektif Hukum Keuangan Publik.

Metty Kusmayantie..... 172

Perspektif Manajemen Kritis Terhadap Pemilu Curang dan Solusinya dari Aspek Teknologi

Jerry Heikal 183

BAGIAN EMPAT
KEWIRAUSAHAAN.....188

Empat Pilar Ekosistem Kewirausahaan di Kampus untuk Mendukung Pertumbuhan Wirausahawan Muda

Raden Aryo Febrian Moedanton..... 189

***Design Thinking* Untuk Keterampilan *Higher-Order Thinking* Kaum Muda di Perguruan Tinggi**

M. Taufiq Amir..... 201

Research Potentials for Entrepreneurship Development in the Digital Landscape

Agus Suroso 211

BAGIAN LIMA

PERILAKU GENERASI MUDA DAN ISU *SUSTAINABILITY*

Nilai Ekonomi Karbon dan Penerapan Kebijakan Pengurangan Emisi di Indonesia .

Adi Budipriyanto, Shalma Putri Merindyan, Mayang Dafal, dan Rizky Adi Firmansyah 217

Praktik Akuntansi Berkelanjutan dan Dampaknya

Monica Weni Pratiwi 231

Keteladanan Perilaku Hijau Wanita Karir Generasi Y

Dominica Arni Widyastuti dan Holila Hatta 239

Peran Sosial Media dalam Membangun *Personal Branding* Generasi Muda Milenial

Ananda Fortunisa, Agnes Teresia, Alda Dwi Putri, Annisa Ayu Winarni, Ghina Hana Rifat, dan Indira Aurelia Ramadhani 250

Tentang Penulis dan Editor260

PENDAHULUAN:

Faktualitas, Rasionalitas, dan Ide-Ide Pemikiran

Gunardi Endro

Penelitian dan pemikiran sering kali dianggap sebagai dua istilah yang berbeda. Peneliti dituntut tekun dan konsisten dalam 'mengeja' fakta, sedangkan pemikir diharapkan terampil dalam merangkai struktur argumen rasional. Faktualitas konten laporan penelitian harus terjamin, rasionalitas konten karya pemikiran dipertaruhkan. Namun dikotomi tersebut ternyata menyesatkan. Karena, hasil penelitian harus disampaikan melalui penggunaan bahasa dengan struktur runut yang rasional sedangkan hasil pemikiran tak mungkin lepas dari rujukan pada fakta jika mau dipercaya penerima. Artinya, karya penelitian maupun karya pemikiran selalu tampil dalam spektrum di antara faktualitas dan rasionalitas. Tanpa kecuali.

Atas dasar pertimbangan kenyataan tersebut diatas, kolase karya penulis-penulis di buku ini diberi judul "ide-ide pemikiran". Ide, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, berarti gagasan atau rancangan yang tersusun di dalam pikiran. Tentu saja ide apa pun sebagai buah dari proses pemikiran yang serius tak bisa lepas dari rujukan pada fakta. Sedangkan pemikiran selalu bergantung pada struktur bahasa yang dipakai pemikir dan lingkungan sosialnya. Ide hanya akan muncul lantaran rentetan fakta yang dipersepsi seseorang dari pengalaman hidupnya, tetapi ide itu sendiri tak mungkin eksis tanpa proses pemikirannya. Memang ada tegangan antara aspek objektivitas dan subjektivitas dalam ide pemikiran, termasuk ide pemikiran yang merujuk pada fakta hasil penelitian yang umumnya diklaim sebagai pengetahuan objektif. Pemilihan struktur dan teknik bagaimana hasil penelitian akan dilaporkan, bahkan pemilihan topik dan agenda penelitian, sudah dengan sendirinya merupakan hasil pemikiran. Oleh karena itu, hasil penelitian beberapa penulis disini telah ditulis ulang dan diklasifikasikan sebagai ide pemikiran meskipun nuansa 'dingin' penelitian yang berorientasi objektivitas masih tetap terasa kuat. Dalam tampilannya sebagai ide pemikiran, hasil penelitian bisa menimbulkan sensasi yang mendorong aksi atau reaksi ke arah aktivitas yang bermanfaat.

Kolase ide-ide pemikiran yang dihadirkan disini terbit dari kampus "maroon", warna yang terasosiasi dengan kampus Universitas Bakrie, meskipun banyak penulisnya berasal dari luar Universitas Bakrie. Semua penulis utama di buku ini merupakan kolega Dr. Suwandi S.E., M.Si., dosen yang tahun 2024 ini memasuki purna tugas dari Universitas Bakrie. Di Program Studi Manajemen (S1) dan Program Studi Magister Manajemen (S2), Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS), Universitas Bakrie, Dr. Suwandi mengampu beberapa mata kuliah, di antaranya Ekonomi Mikro/Makro, Manajemen dan Bisnis, dan Kewirausahaan. Sedangkan dalam kiprahnya di luar kampus selama ini, Dr. Suwandi merupakan figur tokoh rujukan di bidang koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), dan kewirausahaan.

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (KEMENKOPUKM) selalu melibatkannya sebagai tenaga ahli inti dalam berbagai program kementerian. Oleh karena itu, buku ini terbagi dalam lima (5) bagian, yakni: koperasi; Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan ekonomi desa; manajemen dan bisnis; kewirausahaan; dan perilaku generasi muda dan isu keberlanjutan (*sustainability*) lingkungan hidup.

Di bagian pertama, dipaparkan ide-ide pemikiran bidang koperasi. **Noer Soetrisno** mengungkapkan potensi peran sentral koperasi dalam membangun ketahanan pangan di Indonesia jika dijadikan sebagai perusahaan pertanian dan/atau perkebunan skala menengah-besar dalam suatu konsorsium koperasi pangan. Konsorsium yang dimaksudkannya itu bisa berbentuk Koperasi Multi Pihak (KMP). **Firdaus Putra, HC** melihat bahwa Koperasi Multi Pihak (KMP) menjanjikan keunggulan yang signifikan dibandingkan dengan model koperasi konvensional. Visi kolaborasi berbagai kelompok anggota beserta sumber daya yang dikontribusikannya memungkinkan terjadinya pelipatgandaan energi di dalam Koperasi Multi Pihak (KMP). Sehingga, KMP mampu menghasilkan pertumbuhan bisnis yang jauh lebih akseleratif daripada model koperasi konvensional. Hal ini ditegaskan **Adri Istambul Lingga Gayo Sinulingga** yang mengungkap betapa mendesaknya pengembangan Koperasi Multi Pihak (KMP) sektor pertanian di Indonesia sekaligus menunjukkan langkah-langkahnya. Ini membutuhkan dukungan seluruh pemangku kepentingan. Masalahnya, sebagaimana diuraikan **Untung Tri Basuki**, peran pemerintah dalam pembinaan perkoperasian di Indonesia belum begitu efektif. Perlu reformasi hukum di bidang perkoperasian untuk menyempurnakan keselarasan pelaksanaan dan penegakan kebijakan pembangunan perkoperasian, mulai dari tingkat Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Peraturan Daerah Provinsi, dan Peraturan Daerah Kabupaten/Kota.

Selain itu, tidak kalah penting untuk mempraktikkan penilaian keberhasilan koperasi yang sesuai dengan karakteristik, jati diri, dan tujuan khususnya. **Sugiyanto dan Nurhayat Indra** menguraikan *cooperative firm value* pengukur kinerja koperasi yang secara finansial memperhitungkan sumber kemakmuran anggota dari dua posisi/perannya sekaligus, yaitu sebagai pemilik koperasi dan sebagai pengguna layanannya. Dalam rangka mewujudkan akuntabilitasnya, setiap koperasi di Indonesia dituntut untuk menerbitkan laporan keuangan berdasarkan standar akuntansi keuangan (SAK) yang berlaku. Namun, sebagaimana diungkap **Tita Djuitaningsih**, koperasi dalam sejarahnya masih mengalami kesulitan untuk implementasi ketentuan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 27 tentang Akuntansi Perkoperasian (Edisi Revisi 1998) yang kemudian diganti dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP). Belum juga siap, standar akuntansi yang wajib diimplementasikan oleh koperasi berganti lagi menjadi SAK Entitas Privat (SAK EP) mulai tanggal 1 Januari 2025. Ini masalah serius.

Perlu sosialisasi dan pelatihan sumber daya manusia (SDM) agar memiliki kompetensi yang memadai sehingga ketidaksiapan implementasi tidak terulang. Kesiapan perangkat laporan keuangan yang baik sangat dibutuhkan ketika koperasi mau diberdayakan lebih lanjut. **Imbang Jaya Mangkuto** menjelaskan bahwa, pergeseran kebijakan ke ekonomi pasar di Indonesia menuntut pemberdayaan koperasi menjadi entitas bisnis yang mampu mengakses sumber-sumber modal dan

teknologi agar mampu beradaptasi dengan dinamika pasar dan berdaya saing global.

Bagian kedua mengetengahkan ide-ide pemikiran bidang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan ekonomi desa. **Aurino Djamaris** mengilustrasikan bagaimana perusahaan kecil dan menengah (*small and medium enterprises*) harus beradaptasi dengan perkembangan pesat teknologi dan tekanan globalisasi yang semakin kuat. Strategi inovasi berbasis aplikasi teknologi digital, antisipatif dan aktif bermain di dalam kompetisi global yang warganya semakin sadar pentingnya isu *sustainability* untuk kelestarian lingkungan hidup, dan pembaharuan model bisnis agar jauh lebih efisien menjadi kunci kesuksesan. Namun perlu juga disadari bahwa sebagian besar usaha kecil dan menengah di Indonesia tumbuh di pedesaan, terutama dalam bentuknya sebagai Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Mengingat hal ini, **Urip Sedyowidodo dan Aurino Djamaris** menunjukkan betapa pentingnya strategi pemberdayaan desa melalui inisiatif program “Membangun Indonesia Dari Desa” (MIDD) dan peningkatan peran BUMDes. Namun tampaknya, kembali muncul masalah serius terkait akuntabilitas keuangan UMKM dan BUMDes di Indonesia. **Jurica Lucyanda dan Dian Andriani** melakukan survei dan menunjukkan lemahnya niat pelaku UMKM untuk membuat laporan keuangan yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK EMKM) atas dasar berbagai alasan. Upaya proaktif yang lebih ekstensif dan intensif untuk menyosialisasikan SAK EMKM perlu dilakukan kepada pelaku UMKM. Dalam hal BUMDes, upaya seperti itu ditunjukkan **Hermiyetti** dengan memaparkan bagaimana memahami sistem akuntansi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) beserta praktik implementasinya.

Ide-ide pemikiran bidang manajemen dan bisnis dihadirkan di bagian ketiga. Bidang manajemen sumber daya manusia, **Gunardi Endro** menampilkan argumen bahwa manajemen etis pengelolaan sumber daya manusia profesional sangat kontras berbeda dari manajemen konvensional. Berdasarkan prinsip respek pada otonomi, prinsip kesetaraan antar pekerja profesional dan prinsip keadilan, manajemen etis menuntut sentralitas *governance* dan *leadership* dalam proses manajerialnya. Pola manajemen *Governing – Leading – Organizing – Planning* (GLOP) mendahului pola *Planning – Organizing – Leading (Actuating) – Controlling* (POLC). Pola demikian seharusnya berlaku pula pada manajemen koperasi. Dalam bidang manajemen keuangan, **Bambang Sudyatno dan Titiék Suwarti** memaparkan hasil studinya tentang praktik manajemen laba (*earnings management*).

Semakin rendah likuiditas dan semakin tinggi profitabilitas, apalagi kenaikan profitabilitas didasari oleh naiknya jumlah hutang, akan mendorong naiknya kecenderungan manajer untuk mempraktikkan manajemen laba. Dalam hal hukum bisnis, **Metty Kusmayantie** menunjukkan bahwa ketidakjelasan status atau kedudukan keuangan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) apakah termasuk keuangan negara ataukah bukan, akibat adanya kontradiksi pengertian keuangan negara yang terdapat di dalam peraturan perundang-undangan.

Sedangkan dari perspektif manajemen kritis, **Jerry Heikal** meninjau pemilu curang dan menawarkan penggunaan teknologi *blockchain* sebagai solusi inovatif untuk mengatasi berbagai bentuk kecurangan pemilu.

Bagian keempat memuat paparan ide-ide bidang kewirausahaan. **Raden Aryo Febrian Moedanton** menekankan pentingnya pembangunan ekosistem kewirausahaan yang kuat di lingkungan kampus untuk mendorong pertumbuhan wirausahawan muda yang inovatif. Empat (4) pilar yang menopang ekosistem kewirausahaan di kampus itu adalah rancangan kurikulum kewirausahaan yang efektif, fasilitas inkubator bisnis dan akselerator, lingkungan kampus yang kondusif bagi kewirausahaan, dan kolaborasi dengan pemangku kepentingan eksternal. **M. Taufiq Amir** mempromosikan penerapan *Design Thinking* untuk meningkatkan keterampilan *Higher-Order Thinking* (HOT) kaum muda di perguruan tinggi. Sehingga, mahasiswa dan lulusan tidak hanya mampu mengingat, memahami, dan menerapkan ilmu pengetahuan, tetapi juga mampu menganalisis, mengevaluasi dan menciptakan produk/jasa berdasarkan pengetahuan dan keterampilan yang diakuisinya. Tetapi masalah di bidang kewirausahaan sangat banyak dan luas, tidak terbatas pada pertumbuhan keterampilan kewirausahaan kaum muda di kampus saja, apalagi di era perkembangan pesat teknologi digital saat ini. **Agus Suroso** menawarkan beberapa tema potensial untuk riset bidang kewirausahaan di lanskap digital, di antaranya: peran lembaga pendidikan dan kebijakan pemerintah dalam mendukung kewirausahaan melalui transformasi digital; hambatan psikologis yang dihadapi pengusaha dalam melakukan transformasi digital; peran media sosial dan pemasaran digital dalam usaha wirausahawan; dampak teknologi terkait realitas virtual dan realitas ganda (*augmented reality*) pada pengembangan keterampilan kewirausahaan; dan efektivitas penggunaan platform pendidikan bertenaga AI yang disesuaikan dengan aspirasi dan kebutuhan kewirausahaan individu.

Bagian terakhir, bidang kelima, berisi ide-ide pemikiran terkait perilaku generasi muda dan isu keberlanjutan (*sustainability*) lingkungan hidup. **Adi Budipriyanto, Shalma Putri Merindyan, Mayang Dafa dan Rizky Adi Firmansyah** menguraikan tiga mekanisme yang bisa diterapkan untuk mengendalikan/mengurangi emisi karbon, yaitu perdagangan karbon, pembayaran berbasis kinerja, dan pungutan atas karbon (pajak karbon). Meskipun pemerintah cenderung hanya fokus pada penerapan tunggal kebijakan pajak karbon, penerapan kebijakan hibrid dari ketiga mekanisme itu seharusnya dikedepankan karena lebih efektif dan menguntungkan. Agar penerapan kebijakan itu efektif, setiap perusahaan harus melakukan praktik akuntansi berkelanjutan. **Monica Weni Pratiwi** menjelaskan bahwa praktik akuntansi berkelanjutan dapat meningkatkan kinerja finansial perusahaan, meningkatkan kesejahteraan karyawannya, dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan hidup. Dukungan pada keberlanjutan atau kelestarian lingkungan hidup ternyata marak juga di tingkat individu kalangan generasi muda. **Dominica Arni Widayastuti dan Holila Hatta** menunjukkan bagaimana wanita karir generasi Y memberi keteladanan dengan perilaku hijaunya (*green behaviour*) ketika memilih produk *skincare* yang ramah lingkungan. Jika keteladanan itu menular ke generasi muda milenial yang

sedang termotivasi dalam membangun *personal branding* melalui media sosial, maka prospek kontribusinya untuk kelestarian lingkungan hidup sangat menjanjikan. **Ananda Fortunisa, Agnes Teresia, Alda Dwi Putri, Annisa Ayu Winarni, Ghina Hana Rifat dan Indira Aurelia Ramadhani** mengidentifikasi peran penting media sosial dalam membangun *personal branding* di kalangan generasi muda milenial. Strategi yang fokus menjaga konsistensi konten, autentisitas, penggunaan konten visual yang menarik, dan interaksi aktif dengan *audiens* merupakan strategi yang tepat untuk diterapkan.

Bagian Satu

KOPERASI

Membangun Kembali Ketahanan Pangan Berbasis Koperasi

Noer Soetrisno

Pendahuluan

Ketahanan Pangan, selain telah menjadi komitmen dunia, juga telah menjadi perhatian khusus bagi gerakan koperasi di manapun. Sudah sepantasnya Gerakan Koperasi Indonesia memiliki kesadaran sendiri akan arti penting ketahanan pangan bagi anggota dan masyarakat Indonesia. Berbicara tentang ketahanan pangan di Indonesia, koperasi telah menjadi bagian dan instrumen penting dalam pembangunan sistem ketahanan pangan bangsa dari waktu ke waktu sejak awal kemerdekaan. Namun satu hal yang tidak boleh dilupakan, Indonesia membangun ketahanan pangan dengan memulainya dari distribusi terlebih dahulu, yaitu distribusi bagi kesejahteraan masyarakat konsumen perkotaan dan kelompok khusus melalui instrumen negara. Kemudian, pemasaran produk pangan pokok rakyat yang dihasilkan oleh petani baru ditambahkan sebagai bagian dari sistem distribusi pangan pemerintah.

Sejak reformasi 1998, telah terjadi perubahan dan pergeseran yang besar dalam sistem tata niaga bahan kebutuhan pokok, di mana sistem penguasaan melalui Badan Urusan Logistik (BULOG) dilonggarkan. Implikasi dari keterbukaan pasar yang diterapkan dengan tiba-tiba belum berhasil ditanggapi dengan baik oleh koperasi, sehingga tidak sedikit koperasi terutama Koperasi Unit Desa (KUD), sebagai aktor penting dalam jaringan tata niaga pengadaan beras pemerintah, kehilangan usahanya. Oleh karena itu, pembahasan tentang ketahanan pangan berbasis koperasi menjadi kurang sempurna tanpa mengkaji pengalaman KUD. Peran KUD selama waktu jeda 25 tahun (1973-1998) merupakan model pembangunan koperasi pertanian yang khas di Indonesia, tidak sebagaimana lazimnya pengalaman koperasi pertanian lain di dunia. Ketika itu Indonesia tengah menjadikan pembangunan pertanian sebagai prioritas utama untuk meraih peningkatan produksi pangan. Pembangunan koperasi pertanian ditempuh dengan jalan pengembangan koperasi kawasan pedesaan yang basis kegiatan ekonominya adalah pertanian, terutama padi. Ini menjadi catatan khusus, mengapa kini kita kehilangan basis koperasi petani tanaman pangan, meskipun terjadi perkembangan eksternal lain.

Reformasi 1998 membawa implikasi perubahan radikal dalam hal landasan perumusan kebijakan ekonomi, akibat amandemen Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 yang telah empat kali dilakukan dan berakhir pada tahun 2002. Perubahan undang-undang (UU) di bidang ekonomi pasca amandemen UUD 1945 juga menjadi dimensi lain dari lingkungan kebijakan yang dialami koperasi.

Hingga kini, landasan peraturan tentang koperasi merupakan satu-satunya undang-undang yang masih berlandaskan pada UUD 1945 dan memiliki aroma produk Orde Baru. Menjadi penting untuk melihat posisi koperasi dan lembaga-lembaga perkoperasian ketika dihadapkan pada format dan lingkungan baru kebijakan ekonomi dan perdagangan yang diambil Indonesia dalam menanggapi tuntutan keterbukaan dan globalisasi.

Bagi Indonesia, dengan adanya perubahan UU Nomor 7/1996 tentang Pangan menjadi UU Nomor 18/2012 tentang Pangan, ketahanan pangan memiliki bingkai baru tersendiri. Ketahanan pangan tidak hanya dilihat dalam konteks memelihara kondisi ketahanan pangan pada tingkat masyarakat dan rumah tangga, tetapi juga dalam format politik pangan nasional. Ketahanan pangan telah diramu dengan keinginan memelihara kemandirian pangan dan lebih penting lagi diselenggarakan secara berdaulat, yang berarti menepikan intervensi dari luar sejauh mungkin. Meskipun secara operasional dan praktik politik pangan untuk menjalankan tujuan seperti dimaksud definisi ini masih bersifat dinamis dan situasional, namun sejak itu perbincangan tentang ketahanan pangan selalu dikaitkan dengan ketiga terminologi tersebut.

Disini dengan sadar menggunakan frasa “membangun kembali” ketahanan pangan berbasis koperasi, karena koperasi pernah hadir dan ke depannya kebutuhan kehadiran koperasi dalam mengawal ketahanan pangan memerlukan format lain. Sehingga, “membangun kembali” harus mendasarkan pada inti kesadaran dan kemampuan anggota koperasi, meskipun tetap memperhatikan perspektif sejarah keterlibatan koperasi dalam politik ketahanan pangan Indonesia sejak kemerdekaan hingga kini. Selain melihat kondisi koperasi yang bergerak pada bisnis komoditi pangan, sangatlah penting pula untuk melihat arah reposisi peran dan fungsi badan usaha koperasi yang ada untuk memaksimalkan kehadiran koperasi Indonesia dalam politik pangan nasional.

Kilas Balik Kebijakan Pangan Nasional Hingga Kini

Secara garis besar, kebijakan pangan di Indonesia sejak merdeka hingga kini masih sarat dengan muatan politik beras, meskipun secara riil ekonomi beras sudah menurun dalam ukuran absolut maupun relatif bagi kehidupan perekonomian Indonesia. Pangsa beras sebagai sumber karbohidrat pangan penduduk, sumber pendapatan bagi rumah tangga pertanian, dan muatan dalam barang perdagangan sudah semakin mengecil, meskipun muatan politik beras tidak pernah surut. Oleh karena itu, sangatlah tepat untuk melihat kembali politik beras dari sejak awal kemerdekaan hingga kini.

Dilihat dari aspek produksi, kebijakan peningkatan produksi beras untuk meraih dan mempertahankan swasembada beras tetap menjadi acuan pemerintah. Berdasarkan sejarah politik beras sejak 1945, tidak ada dokumen resmi pemerintah di bidang pangan yang tidak menyebut swasembada beras sebagai acuan kebijakannya. Semasa Orde Baru, kebijakan peningkatan produksi beras dilanjutkan dengan intensifikasi yang lebih tinggi serta upaya sistematis dan terpadu untuk menggerakkan

produksi beras sebagai instrumen pembangunan ekonomi dan kesejahteraan pedesaan. Catatan gemilang yang berhasil diraih adalah keberhasilan pertumbuhan produksi yang bisa mengejar pertumbuhan konsumsi sebagai akibat pertumbuhan penduduk, sehingga angka keseimbangan atau swasembada berhasil dicapai pada tahun 1984. Sebenarnya, tonggak sejarah inilah yang membawa konsekuensi politik yang bergerak seperti bandul jam dan tidak jarang menimbulkan inkonsistensi cara pandang dan penilaian hingga saat ini.

Krisis moneter 1997 yang berujung pada krisis multidimensi dan melahirkan reformasi 1998, merubah tatanan kebijakan ekonomi terutama yang berkaitan dengan proteksi dan subsidi. Yang paling menonjol adalah pelucutan sistem tata niaga bahan pokok yang dikelola oleh BULOG. Pada sisi produksi, rasionalisasi subsidi pertanian terjadi, sehingga mengubah pola perkreditan dan distribusi sarana produksi pertanian bagi petani yang mempunyai kaitan dengan kehidupan KUD. Memang, masa transisi selama krisis 1998-1999 meredam akhirnya berhasil mengembalikan produksi beras yang merosot dua tahun berturut-turut selama 1998 dan 1999. Namun, tercatat pengalaman pahit Kredit Usaha Tani (KUT) yang dihamburkan atas nama pemulihan produksi beras. Pengalaman pahit kegagalan KUT 1998 menambah daftar hitam pengalaman bahwa kredit bukan jalan yang terbaik untuk pertanian subsisten. Pasca krisis, Indonesia seolah-olah sedang mencari jalan normalisasi kembali kebijakan produksi beras.

Pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono 2004-2009 menetapkan tingkat kemandirian produksi beras sebesar 90%. Artinya, sepanjang lima tahun itu meski produksi beras belum mencukupi kebutuhan dalam negeri (konsumsi dan kebutuhan lainnya) namun sepanjang masih berada di atas 90% sudah dianggap berhasil. Meskipun demikian, dalam perjalanannya Menteri Pertanian mencanangkan swasembada beras di tahun ketiga. Pada masa pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono lima tahun berikutnya 2009-2014, acuan lama swasembada beras dikedepankan dengan bingkai menjaga ketahanan pangan. Selama masa pemerintahan Kabinet Indonesia Bersatu pimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, subsidi melalui harga input dan subsidi harga pembelian beras atas nama beras untuk orang miskin kembali diperkenalkan dan digunakan. Jumlah subsidi pertanian dan pangan, atau pada dasarnya subsidi beras, terus meningkat sejalan dengan kebiasaan pertumbuhan anggaran yang menjadikannya tampak semakin mahal dan boros.

Pemerintahan Presiden Joko Widodo hingga sekarang ini juga menempatkan swasembada beras sebagai bagian dari prioritas pembangunan dalam Nawacita, terkait dengan kemandirian dan kedaulatan di bidang ekonomi dan tergambar antara lain dalam politik tanpa impor beras. Oleh karena itu, pengawalan terhadap peningkatan produksi beras sangat ketat, baik dalam bentuk dukungan politik maupun anggaran. Namun, sayangnya pergeseran dan perputaran iklim menjadikan resiko pertumbuhan produksi bergerak sebagaimana gelombang iklim, terutama di kawasan iklim muson seperti Asia Tenggara. Terhadap program swasembada beras, terlihat

membengkaknya subsidi pangan dan subsidi pupuk sejalan dengan sasaran kebijakan swasembada beras. Meskipun begitu, tetap saja hasilnya tidak membebaskan Indonesia dari impor beras.

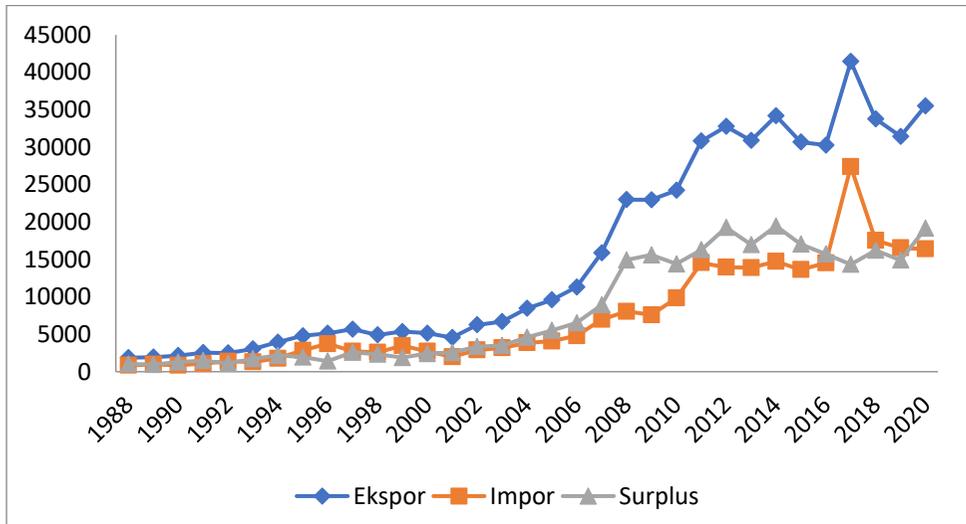
Dari sudut pandang kebijakan harga beras, Indonesia telah melewati lima macam periode kebijakan beras yang dianut pemerintah sebagai berikut:

- (1) Kebijakan upah natura, di mana pemerintah melakukan pembelian padi/beras melalui koperasi dan penggilingan untuk digunakan sebagai upah natura bagi pegawai negeri yang berpenghasilan tetap, agar mereka terlindungi dari beban inflasi. Kebijakan ini dianut oleh pemerintah Indonesia sejak awal kemerdekaan hingga berakhirnya pemerintahan Presiden Soekarno.
- (2) Kebijakan bunuh inflasi, di mana pemerintah secara intensif memupuk stok beras melalui pembelian dalam negeri dan impor hingga mampu meredam harga pada tingkat yang tidak bergejolak lagi, sehingga berhasil mengontrol inflasi dari hampir 1000 % menjadi tinggal dua digit saja setelah lewat tiga tahun. Kebijakan ini dilakukan pada akhir 1966 hingga tahun 1969 ketika Repelita I dimulai. Hal ini dimungkinkan karena pengeluaran masyarakat berpenghasilan rendah di ibukota sebesar 36% nya berupa pengeluaran untuk beras. Artinya, mengontrol beras sama dengan mengontrol seluruh kehidupan pengeluaran masyarakat.
- (3) Kebijakan harga perangsang berproduksi dan perlindungan konsumen, dianut oleh pemerintah Orde Baru sejak 1969-1998, di mana harga gabah dijaga agar tetap berada di atas harga dasar sedangkan harga eceran diatur terkendali pada harga tertinggi. Kebijakan harga yang dikawal ketat dalam sistem tata niaga yang hampir tertutup ini berlangsung selama 30 tahun, di mana harga beras di dalam negeri bergerak di antara harga dasar dan harga tertinggi, mengikuti tren pergerakan harga beras internasional. Kebijakan ini secara implisit telah memelihara perbaikan produktivitas dan daya saing produksi beras, bahkan berhasil meningkatkan pendapatan petani meskipun di dalam rentang yang terbatas.
- (4) Kebijakan transisi untuk mengatasi krisis, diterapkan oleh pemerintahan Presiden B. J. Habibie selama 1998-1999 yang menekankan pada penyediaan beras secara mencukupi agar inflasi yang telah liar di atas 75% akibat krisis nilai tukar dan perbankan menjadi terkendali. Pemerintahan B. J. Habibie juga menggunakan impor, baik komersial maupun bantuan luar negeri, sebagai sumber penting mengatasi kesulitan stok pemerintah. Bahkan beraslah satu-satunya komoditas yang dipertahankan untuk dikelola BULOG ketika tata niaga bahan pokok lain dilepaskan. Dalam kebijakan masa transisi ini, selain fokus pada stabilitas harga, diperkenalkan juga Operasi Pasar Khusus untuk masyarakat berdaya beli rendah meskipun masih dalam format stabilisasi harga. Masa peralihan ini berjalan hingga 2003 ketika BULOG beralih status secara penuh sebagai Perum (Perusahaan Umum), dimana BULOG sebagai BUMN memiliki pola pembiayaan yang berbeda tapi memiliki tugas stabilisasi yang berkaitan dengan kebijakan tingkat tinggi.

(5) Kebijakan harga beras untuk ketahanan pangan melalui subsidi beras bagi rumah tangga miskin, diterapkan untuk mengurangi beban pengeluaran rumah tangga yang juga merupakan pengembangan dari Operasi Pasar Khusus untuk beras. Pemerintah setiap tahun melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) menganggarkan cadangan subsidi pangan bagi rumah tangga miskin dengan jumlah sasaran dan anggaran pasti. BULOG ditunjuk untuk menyediakan beras dari pembelian dalam negeri dengan harga jual yang ditetapkan pemerintah dan apabila tidak mencukupi pemerintah dapat melakukan impor. Format baru politik harga beras sejak 2003 tersebut menandai pergolakan perubahan kebijakan harga beras, karena adanya perubahan lingkungan global dan regional sementara Indonesia dihadapkan pada keinginan kembali pada format stabilisasi model Orde Baru. Kedudukan pembelian beras bergeser dari "*buffer stock*" murni menjadi "*sosial safety net provider*". Kebijakan harga baru yang masih diteruskan hingga kini terlihat tidak efektif, mahal dan boros, serta selalu menimbulkan penyimpangan dan ketidakpuasan. Politik harga pangan kini lebih banyak menggunakan instrumen penetapan Harga Eceran Tertinggi (HET).

Posisi kebijakan harga beras yang dijalankan Pemerintah Indonesia selalu mendapat kritik dari berbagai pihak dan menimbulkan inkonsistensi terkait tujuan politik pangan, terutama keputusan impor. Dari perspektif tujuan kebijakan harga beras untuk perangsang berproduksi dan perlindungan konsumen (3), menjadi tidak efektif karena lebih dari 80% operasi beras pemerintah hanya untuk distribusi bagi rumah tangga miskin, sehingga selain menimbulkan kekacauan pasar beras juga citra buruk akibat berasnya sendiri lawas dan tidak mungkin segar. BULOG bukan lagi stabilisator harga beras, melainkan hanya penyedia catu beras murah pemerintah untuk keluarga miskin.

Dengan cara pandang yang lebih luas, sebenarnya terjadi anekdot perjalanan antara pengejaran capaian swasembada beras dan realitas ekonomi pangan nasional. Secara ekonomis Indonesia menguat ekonominya (surplus dalam neraca ekspor-impor bahan pertanian), tetapi dalam konteks beras dan komoditi bahan pangan tradisional (beras dan gula) semakin sulit dipertahankan dan kita keblasuk kembali ke jalan itu meskipun telah diambil langkah yang berani. Sektor Pertanian terbukti masih menjadi penyangga penting neraca perdagangan secara keseluruhan, terutama ketika tekanan defisit energi menggila. Dilihat dari perspektif keterbukaan, yang menarik setelah periode krisis (1998-2003) berlalu adalah angka derajat keterbukaan ekonomi Indonesia [(Ekspor+Impor)/PDB] mengalami penurunan kembali seperti periode sebelum krisis.



Gambar 1. Nilai Ekspor, Impor dan Surplus Pertanian dan Hasilnya (US \$)
(Sumber: BPS, Statistik Indonesia)

Hal di atas penting dikemukakan mengingat membesarnya impor pangan bukan menjadi sumber ketergantungan Indonesia pada luar negeri, karena diimbangi oleh kemampuan menghasilkan devisa dari kegiatan sektor pertanian lainnya. Perkembangan ini menjadi lebih terkonfirmasi lagi ketika melihat fakta bahwa de facto sejak 1995 Indonesia adalah importir tetap beras dengan jumlah yang besar secara fluktuatif sesuai kebutuhan di antara 300.000 – 3.500.000 ton setiap tahunnya (Noer Soetrisno, 2017). Jadi, pembicaraan dan perdebatan impor beras setiap tahun kadang-kadang menjadi kurang relevan atau mengabaikan realitas sebenarnya.

Sejarah Koperasi Pertanian di Indonesia Hingga Awal Orde Baru

Indonesia sejak awal kemerdekaan, terutama pasca Kongres Koperasi 12 Juli 1947, sudah mulai mengembangkan koperasi pertanian yang berbasis komoditas. Sejarah paling tua ditunjukkan oleh tumbuhnya koperasi berbasis komoditas di sektor perkebunan seperti Koperasi Kopra, Koperasi Karet, Koperasi Tebu Rakyat, Koperasi Gula Kelapa dan koperasi pertanian dengan basis komoditas lainnya. Bahkan, jenjang organisasi koperasi pada pertengahan tahun 1950-an hingga awal tahun 1960an telah tumbuh terstruktur secara baik pada jenjang primer, pusat dan induk secara nasional. Koperasi pertanian di subsektor perkebunan ketika itu memang merupakan rangkaian dari penyediaan bahan baku industri dan ekspor, sehingga tumbuh pesat.

Di daerah produsen beras dan tanaman pangan lain, perkembangan koperasi pertanian tidak sepesat pertumbuhan koperasi yang bergerak pada komoditas hasil perkebunan. Koperasi desa yang ada, lebih menonjol sebagai koperasi konsumsi yang berfungsi sebagai wahana distribusi bahan pokok, dari minyak tanah sampai sabun cuci, ketimbang menjadi pemasaran beras milik petani di pedesaan. Sejak akhir 1950-an hingga awal tahun 1960an, koperasi desa menjadi wahana penting sistem distribusi sembilan (9) bahan pokok pabrikan.

Koperasi pertanian di subsektor tanaman pangan padi mulai diperkenalkan bersamaan dengan lahirnya gagasan Bimbingan Masyarakat (BIMAS) yang dirintis oleh Institut Pertanian Bogor (IPB). BIMAS sebagai model penyuluhan pertanian yang menjadi pilot proyek pengenalan teknologi, terutama pupuk, obat-obatan pemberantas hama dan peralatannya, mulai diperkenalkan pada awal tahun 1960an. BIMAS sendiri kemudian menjelma menjadi bimbingan massal untuk petani dalam Panca Usaha Pertanian, tujuannya untuk meningkatkan produksi beras. Dari beberapa daerah produsen utama padi, Koperasi Pertanian (KOPERTA) berkembang dengan skala primer pada tingkat kecamatan dan dipimpin oleh kepala desa atau petani maju. KOPERTA tumbuh dan hidup pada masa peralihan ke Orde Baru, bahkan ketika BIMAS menjadi bimbingan massal produksi padi di awal Orde Baru.

Pada masa awal Orde Baru, bersama lahirnya BIMAS, lahir juga format lain untuk kebutuhan organisasi bisnis milik masyarakat yang melayani masyarakat bagi pembangunan pertanian. Prof Soedarsono Hadisaputro dari Fakultas Pertanian UGM menguji coba bentuk BUUD (Badan Usaha Unit Desa) sebagai badan usaha atau organisasi dalam satu satuan WKPP (Wilayah Kerja Penyuluhan Pertanian) yang terdiri dari beberapa desa dengan areal sawah sekitar 1000 hektar. Bentuk organisasi BUUD sendiri yang bersangkutan dengan struktur dan badan hukum ketika pilot ini diuji coba, belum ditentukan. Pada dasarnya, konsep pengorganisasian ekonomi para petani padi dikaitkan dengan konsep pembagian wilayah penyuluhan pertanian yang biasanya terkait dengan sistem alokasi sumberdaya air. Jadi, selain berbasis pengetahuan, pengorganisasian tersebut berbasis juga pada sumberdaya utama lahan dan air, sehingga input modern tambahan seperti pupuk dan obat-obatan bisa diperkenalkan sebagai pelengkap agar mudah memenuhi prinsip komplementaritas dalam memaksimalkan produksi pertanian.

Jika dibandingkan dengan komoditas perkebunan, pengorganisasian koperasi komoditas perkebunan ketika itu mengacu pada industri pengguna produk dan pusat perdagangan untuk mengisi pelabuhan ekspor. Dasar kewilayahan pengorganisasian koperasi pertanian pada awal kemerdekaan memang lebih alamiah, sesuai dengan kebutuhan. Sedangkan, integrasi kewilayahan hanya terstruktur ketika membentuk Pusat Koperasi di tingkat provinsi dan Koperasi Induk di tingkat nasional, sehingga paduan antara efikasi dan efisiensi koperasi primer terpenuhi sementara fungsi representasi organisasi untuk tujuan advokasi kebijakan mudah dijalankan ketika titik berat pemerintahan daerah berada pada gravitasi provinsi.

KOPERTA ketika itu juga mengikuti struktur penjenjangan organisasi koperasi dengan 'Pusat' di tingkat kabupaten, 'Gabungan' di tingkat provinsi dan 'Induk' di tingkat nasional. Pertumbuhan koperasi pertanian berbasis usaha padi/beras memang berkembang lambat, karena produksi beras di Jawa hingga tahun 1960 masih di bawah 10 juta ton. Sejak 1960, produksi beras mampu tumbuh hampir rata-rata mendekati 10% per tahun, sehingga pada awal 1971 produksi beras di Jawa dapat mencapai 15 juta ton dan di Indonesia secara keseluruhan mampu melampaui angka 22 juta ton (Both, 1988, hal 33). Sejalan dengan konsep *marketable surplus* beras yang pernah diungkap oleh Mubyarto pada tahun 1966, produksi beras akan membesar ketika produksi padi rumah tangga pertanian semakin besar melampaui kebutuhan konsumsinya (Mubyarto, 1966). Pada tahun 1961, koperasi telah menjadi bagian penting sebagai pelaku terdepan dalam P3 (Pembeli Padi Pemerintah) yang mendapat pembiayaan uang muka dari JBPP, singkatan dari Jajasan Badan Pembelian Padi. KOPERTA memang belum meninggalkan warisan yang signifikan, namun pengalaman satu dasawarsa hingga 1973 telah memberi catatan penting tentang model strategi pengorganisasian koperasi petani padi sebagai koperasi pertanian yang menganut prinsip serba usaha berbasis komoditas. Tidak heran di daerah beririgasi teknis seperti Karawang, Klaten, Malang dan sebagainya yang mempunyai intensitas tanaman padi lebih dari satu kali, terbukti tumbuh dengan baik dan kuat.

Hadirnya KOPERTA mengawali model kemitraan antara badan pemerintah dan petani melalui koperasi, tujuannya untuk memenuhi kebutuhan stok beras pemerintah. Harus dicatat bahwa pembelian padi/beras pemerintah ketika itu, dimaksudkan untuk menyediakan jatah bagi pegawai negeri. BIMAS memang telah menjadikan surplus produksi beras musiman rumah tangga pertanian semakin besar, sehingga kehadiran lembaga pemasaran bagi petani semakin mendesak. Apalagi ketika kapasitas penggilingan padi masih terbatas, kehadiran koperasi yang mampu menyediakan fasilitas penggilingan akan menjadi daya tarik tersendiri bagi petani produsen padi. Di samping itu, perlu dicatat bahwa kepemilikan lahan pertanian yang luas bagi rumah tangga pertanian ketika itu, menjadi unsur penting bagi tumbuhnya partisipasi keanggotaan yang efektif dari petani padi pada KOPERTA.

Dari perspektif regulasi koperasi, peralihan dari Orde Lama ke Orde Baru diikuti dengan pembaruan undang-undang (UU) yang mengatur perkoperasian, yaitu lahirnya UU Nomor 12/1967 tentang Pokok-Pokok Perkoperasian. Ada catatan penting tentang UU bidang koperasi ini, yakni digunakannya satuan wilayah kerja koperasi sebagai basis pengorganisasian ekonomi dan didefinisikannya koperasi sebagai organisasi ekonomi. Dalam UU Nomor 12/1967 juga tercatat prinsip pembangunan ekonomi yang relevan untuk pembahasan berikutnya, yakni diakuinya tiga dasar sikap berekonomi: swadaya, swakerta dan swasembada. Menyatunya ketiga sikap ini menjadikan swasembada bukan tujuan, melainkan hasil kerja keras dan buah dari swadaya dan swakerta yang berujung pada kemampuan berswasembada. Penyederhanaan 'swasembada' sebagai kebijakan yang berdiri sendiri dapat menimbulkan implikasi biaya sosial-ekonomi yang mahal dan boros serta munculnya sikap ketergantungan.

Koperasi Unit Desa (KUD) dan Ketahanan Pangan

Melihat keberhasilan model Badan Usaha Unit Desa (BUUD) sebagai model pengorganisasian koperasi pertanian dan dukungan arah kebijakan nasional yang mengedepankan stabilitas sebagai elemen penting dari Trilogi Pembangunan, pemerintah Orde Baru segera menerbitkan Instruksi Presiden (INPRES) Nomor 4/1973 tentang BUUD/KUD. Dalam format ini, BUUD dinilai sebagai wahana untuk memperkenalkan koperasi ke dalam pembangunan pedesaan yang berintikan pertanian, secara khusus pertanian pangan padi. Konsep pembangunan Koperasi Unit Desa (KUD) melalui BUUD pada dasarnya memenuhi dua syarat, yakni syarat legal UU Nomor 12/1967 tentang wilayah kerja koperasi dan WKPP (Wilayah Kerja Penyuluhan Pertanian) yang menyangkut kelayakan dan efikasi penyuluhan, pelayanan sarana produksi pertanian dan pemasaran yang menyatu. Secara politik, KUD melalui BUUD juga menjadi wahana yang baik bagi pembentukan “*floating mass*” yang diperlukan untuk reformasi ideologi pembangunan yang berpegang pada Trilogi Pembangunan.

Dari kacamata kebijakan ketahanan pangan, KUD menjadi penting untuk program pengadaan beras pemerintah dengan orientasi ganda, yakni pemasaran produksi petani dan pengadaan stok beras pemerintah yang orientasinya pada stabilisasi harga beras. Sebagai alat penyesuaian harga, setiap tahun dilahirkan Inpres Harga Dasar Gabah dan Harga Pembelian Beras Pemerintah yang secara otomatis menjadi dasar perhitungan harga anggaran beras bagi pegawai negeri sipil (PNS). Sebagai pelaksana operasi stabilisasi, BULOG menjalankan fungsi pengelola cadangan beras pemerintah, penyedia beras catu bagi PNS, dan pelaksana operasi pasar sesuai sasaran tingkat pengendalian harga. Subsidi bunga digunakan sebagai mekanisme pembiayaan otomatis bagi pelaksanaan operasi ketahanan pangan. Harga anggaran berperan untuk menyerap beban subsidi operasi kebijakan “*support price*” melalui harga dasar gabah dan penyaluran bagi kebutuhan beras pemerintah.

Dalam tata niaga kebutuhan pokok, KUD dan koperasi lain memang pernah menjadi bagian penting dari sistem pengadaan dan distribusi bahan kebutuhan pokok. Bahkan, KUD juga berperan dalam penyediaan sarana produksi pertanian seperti pupuk dan kredit, serta distribusi kedelai impor sebagai bahan baku produksi tahu dan tempe oleh Koperasi Produsen Tahu Tempe (KOPTI). Meskipun demikian, Indonesia memang belum pernah memiliki sistem koperasi pemasaran yang benar, sehingga yang pernah berhasil dibangun adalah bagian dari sistem tata niaga bahan pokok pemerintah saja. Sistem koperasi pemasaran hanya sempat dibangun oleh koperasi pertanian di tahun 1960-an hingga awal 1970an seperti Koperasi Kopra, Koperasi Karet dan Koperasi Tebu Rakyat yang terbatas hanya sampai pada tingkat pabrik gula.

Pembangunan KUD yang pernah melewati tahap KUD Mandiri, hampir ditularkan ke seluruh KUD dan sempat membuat banyak KUD berskala besar. Namun seiring reformasi 1998, tata niaga bahan pokok seperti gula, terigu, kedelai, cengkeh, dan jeruk mengalami penghapusan subsidi bunga kecuali untuk beras, sehingga bisnis KUD merosot. Kembali pada karakter dasar koperasi sebagai sarana inheren menghadapi monopoli dan monopsoni, maka hanya dalam industri yang mempunyai karakter

seperti itu koperasi akan bertahan. Ketika reformasi 1998 berjalan, peran KUD dalam tata niaga beras yang pada dasarnya mendekati persaingan sempurna dan diwarnai sifat produksi musiman adalah peran yang paling mengalami kemerosotan, termasuk perannya dalam bisnis turunan seperti distribusi pupuk. Pada saat ini, masih ada sekitar 4000 KUD dengan tingkatan inti sekitar 2000 unit dalam keadaan baik dan hidup secara proporsional. Mereka pada umumnya bergerak pada komoditas perkebunan dan peternakan yang masih aktif berfungsi, selain bergerak pada kegiatan simpan pinjam dan jasa koleksi listrik. KUD yang bergerak di bidang pengadaan beras BULOG dan distribusi pupuk memang hanya mampu dijalankan oleh KUD yang memiliki kemampuan mobilisasi dana dari lembaga keuangan dan jumlahnya pun kecil, hanya sekitar 12% dari volume pengadaan BULOG. Padahal di masa 1980-an, pembelian BULOG melalui KUD selalu berada di atas 80%.

Secara fundamental, bangunan pengadaan beras oleh pemerintah tidak pernah berubah dan KUD masih berada di sana. Namun, peran efektif koperasi dalam ketahanan pangan masyarakat, terutama dalam pemasaran dan distribusi kebutuhan pokok masyarakat, telah bergeser dan koperasi tidak hadir di situ. Koperasi Pedagang Pasar di kota sama sekali kehilangan keutuhan jaringan dengan koperasi di daerah produksi. Membangun jaringan dengan menyatukan kedua jenis koperasi adalah pekerjaan berat seperti menegakkan tanaman terendam. Di samping itu, jika industri distribusi saat ini telah tumbuh menjadi industri *outlet*, maka perlu cara baru melihat konsep "*economies of scope*" untuk pengembangan koperasi yang bukan bermakna sebagai teori dagang kelontong, melainkan pengembangan koperasi sebagaimana dahulu memiliki tradisi dan pengalaman semasa pengembangan KUD. Dalam sistem ketahanan pangan, KUD dan koperasi baru sebaiknya bukan mengekor pada kebijakan pemerintah tetapi melihat korporasi lain ke mana bergerak, terutama mereka yang sudah berada dalam arus utama pasar keuangan dan perbankan.

Melihat pengalaman dan posisi KUD pada saat ini, revitalisasi KUD sebagai badan usaha koperasi yang seharusnya didasarkan pada kepentingan penyediaan layanan bagi masyarakat, dapat didudukkan kembali melalui restrukturisasi keanggotaan dan manajemen. Prinsip perlunya badan usaha dalam WKPP (Wilayah Kerja Penyuluhan Pertanian) tetap berlaku, namun format pengorganisasiannya diperlukan kearifan lain. Dalam perkembangannya di antara praktik kompetisi sesama koperasi dan pelaku usaha lain, KUD masih ada yang mampu menjalankan roda bisnis seperti layaknya badan usaha yang bergerak di industri sejenis. Namun, catatan penting disini adalah tidak boleh berharap banyak dan kemudian menyusun program untuk menghidupkan kembali KUD. Yang dibutuhkan adalah mencari perusahaan pengelola aset untuk melirik KUD, sehingga KUD akan diminati untuk dilakukan restrukturisasi dan penyehatan kembali.

Membangkitkan Hasrat Masyarakat Berkoperasi

Indonesia tergolong memiliki tingkat pelebagaan koperasi yang rendah-sedang sebagaimana ditunjukkan oleh rasio keanggotaan koperasi terhadap jumlah penduduk hanya berkisar 15% saja, sementara Jawa Timur sebagai provinsi termaju pun hanya pernah mencapai rasio 17% semasa Orde Baru. Ironisnya, USA sebagai negara yang menganut ekonomi liberal sudah mencapai 25%. Oleh karena itu, kehadiran koperasi yang lebih banyak masih akan memberi manfaat dan memiliki ruang untuk tumbuh. Pengembangan KUD pada masa 1978-1996 memang telah meningkatkan gairah berkoperasi di daerah pedesaan, sehingga pada saat itu keikutsertaan penduduk dalam koperasi terus naik atau tumbuh dari di bawah 10% hingga di atas 15%. Kebutuhan institusi untuk agregasi ekonomi kecil masih sangat elastis, dan oleh karena itu, keyakinan kuat seharusnya ada jika reorientasi dilakukan.

Pada masa krisis ekonomi 1997-1998, rasio anggota koperasi Indonesia terhadap jumlah penduduk dengan menggunakan data BPS yang sama telah kembali merosot dibawah 10%. Upaya restorasi dan pembebasan pendirian koperasi dengan Inpres Nomor 18/1998 telah menumbuhkan kembali pertumbuhan anggota koperasi pada 1999-2015 kembali bangkit pada tingkat kepesertaan penduduk di atas 10% hingga mencapai catatan tertinggi 13%. Sejak itu hingga kini, posisi kepesertaan penduduk dalam koperasi secara nasional kembali melorot di bawah 10%.

Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) 2021 telah memasukkan pertanyaan kepesertaan rumah-tangga dalam koperasi hingga penelusuran kepesertaan dalam simpan pinjam. Pertanyaan ini dimaksudkan untuk kebutuhan penilaian pencapaian Gerakan Indonesia Mandiri dalam Gerakan Revolusi Mental yang diselenggarakan oleh Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (PMK). Hasil survei yang pertama kali dilakukan di Indonesia ini menemukan bahwa persentase rumah-tangga yang ada anggota rumah-tangganya menjadi anggota koperasi ditemukan sebesar 8,63% (BPS, Indek Capaian Revolusi Mental, 2022). Ini berarti bahwa setiap sembilan (9) rumah-tangga Indonesia terdapat satu (1) rumah-tangga yang ikut berkoperasi. Namun perlu juga dipahami bahwa suatu rumah-tangga dapat memiliki lebih dari satu (1) orang anggota koperasi dan seorang anggota koperasi dapat menjadi anggota lebih dari satu koperasi. Angka 8,63% masih memberi keyakinan bahwa hasrat berkoperasi orang Indonesia masih cukup tinggi. Maksudnya, partisipasi total keanggotan dalam koperasi bisa berada pada angka 10% ke atas jika rata-rata keanggotaan koperasi dari banyak rumah-tangga bisa di atas satu.

Jika didalami lebih lanjut, rentang partisipasi keanggotaan koperasi bergerak antara 1,06 untuk Papua hingga 32,34% untuk Nusa Tenggara Timur (NTT). Jika dilihat dari pengelompokan lebih lanjut, terdapat 13 provinsi memiliki angka partisipasi di bawah 5% dan 14 provinsi di antara 5%-10%. Sebanyak empat (4) provinsi memiliki angka partisipasi 10-19%, yaitu provinsi yang umumnya sudah berdiri sejak proklamasi kemerdekaan hingga Orde Baru. Hebatnya, ada tiga (3) provinsi di Indonesia yang mampu mencapai angka partisipasi koperasi tinggi di atas 19%, yakni Kalimantan Barat, Bali dan NTT yang angka partisipasinya menyamai rata-rata angka partisipasi

negara maju di Eropa. Catatan penting dari ketiga provinsi ini adalah bahwa angka partisipasi tinggi merupakan buah dari kehadiran Koperasi Kredit (KOPDIT) atau *Credit Union* sejak 1980-an yang ternyata mampu mendongkrak hasrat masyarakat untuk berkoperasi ketika peran koperasi pedesaan memudar. Sumbangan besar KOPDIT, selain memberi teladan model menggerakkan masyarakat berkoperasi, juga melahirkan koperasi besar dan maju sebagaimana terlihat dalam catatan koperasi besar Indonesia.

Jika diselidiki lebih lanjut, faktor yang diduga menjadi sumber kecenderungan kuat masyarakat untuk berkoperasi adalah faktor keberadaan rumah-tangga dan lingkungan tempat tinggalnya. Faktor pendapatan memang selalu muncul dan berpengaruh pada setiap lapisan rumah-tangga dan kawasan, namun faktor kawasan kota-desa, maju-tertinggal, dan tinggi-rendahnya pendapatan hanya muncul menjadi determinan pokok kedua. Secara umum, angka respons/hasrat berkoperasi untuk kawasan Sumatera (Riau dan Kepulauan Riau responsif tinggi) berada pada kisaran 0,5, sedangkan Kalimantan (Kalimantan Barat responsif tinggi) berada pada kisaran di atas 0,8. Sementara itu, kawasan Jawa, kawasan yang mewakili pengenalan koperasi tertua dan sudah mencapai suasana kompetisi yang tinggi antar koperasi dan antara koperasi dan lembaga ekonomi sosial, masih memiliki respon yang sedang di atas 0,3. Maluku dan Papua menunjukkan anomali dengan parameter respons yang negatif atau mendekati nol, artinya hasrat berkoperasinya memasuki titik balik awal atau enggan berkoperasi atau lebih tepatnya tidak bergairah untuk berkoperasi. Masih adanya respons positif menunjukkan bahwa hasrat berkoperasi masyarakat masih tumbuh sejalan dengan pertumbuhan pendapatan per kapita masyarakat, menjelang garis lacak pertumbuhan koperasi pada tingkat pendapatan mulai 7500 dolar Amerika.

Faktor dominan lain yang mengonfirmasi berbagai teori dan temuan mutakhir adalah bahwa akses internet bagi rumah-tangga akan berperan sangat penting untuk membangun kesadaran berkoperasi. Secara kuantitatif, pengaruh dorongan akses internet rumah-tangga terhadap kemungkinan berkoperasi sebanding dengan pengaruh faktor pertumbuhan pendapatan masyarakat di atas sepertiga ($1/3$) point. Maknanya, pengaruh kehadiran rumah tangga baru dalam suatu lingkungan sepertiga hingga dua pertiga-nya bersumber dari perubahan atau pertumbuhan pendapatan rumah-tangga, sedangkan sepertiga ($1/3$) yang lain bersumber dari keberadaan akses rumah-tangga terhadap internet. Ini memberi petunjuk penting bahwa aspek digitalisasi dalam berbagai facet kehidupan koperasi menjadi sangat dominan di masa depan.

Data seperti tersebut diatas perlu menjadi perhatian pada periode evaluasi berikutnya ketika hasil SUSENAS dipublikasikan pada tahun 2024, apakah akan tercatat adanya perubahan tingkah laku masyarakat untuk berkoperasi dalam kurun waktu setiap empat (4) tahun. Cara pandang ini memberikan cara baru untuk menilai kemanfaatan koperasi bagi masyarakat secara langsung dan bagi kepentingan pembangunan ekonomi dan sosial yang lebih luas.

Usaha Kecil Menengah (UKM) Tani Sebagai Pilar Kebangkitan Koperasi

Dua (2) hipotesis penting pada posisi periode sekarang ini perlu diajukan, yakni: *pertama*, kemampuan rata-rata orang Indonesia, terutama petani, untuk berkoperasi merosot; dan *kedua*, pertumbuhan dan perluasan ekonomi serta pendalaman moneter akan mendorong percepatan pertumbuhan koperasi. Kedua hipotesis itu diajukan untuk menjawab mengapa koperasi yang terus tumbuh tidak mampu bertahan dan berperan di tengah pergolakan kehidupan ekonomi pasar. Sehingga, tak sedikit pendapat pihak-pihak yang terperangkap ke dalam kutukan tiada henti terhadap kemajuan pelaku usaha lain, tanpa mampu mawas diri apalagi mawas ke depan. Seharusnya, koperasi menjadi instrumen untuk menggerakkan dan membangkitkan, bukan menebar keputusan.

Kemerosotan dalam kemampuan berkoperasi rata-rata penduduk pedesaan bisa didekati sedikitnya dari dua hal berikut: pertama, merosotnya nilai tambah riil per kapita rumah-tangga pertanian yang dapat diperkirakan dari nilai tambah per kapita sektor pertanian (PDB sektor pertanian/kapita); dan kedua, indikator rata-rata penguasaan lahan pertanian oleh petani yang juga semakin mengecil. Dapat dibayangkan bahwa kedua hal ini pasti akan berujung pada semakin sulitnya mengorganisir kegiatan masyarakat ekonomi pedesaan melalui koperasi.

Dari sekitar 9200 KUD yang pernah berdiri hingga tahun 1996, pada saat ini dilaporkan hanya tinggal 6200an unit KUD yang masih ada dan dari jumlah itu ada sekitar 4600 tercatat aktif dan sekitar 2400 unit KUD masih mampu melaksanakan Rapat Anggota Tahunan (RAT) dengan baik (Catatan tahun 2010). Namun jika dicermati lebih dalam, sebenarnya KUD yang aktif dan memiliki kemampuan baik adalah mereka yang bertumpu pada kegiatan pilar komoditi andalan seperti susu, tebu, komoditas perkebunan, sedikit perikanan dan sebagian kecil atau sekitar 10% saja di sektor tanaman pangan. Jika digunakan satu penyebut (denominator) lintas kegiatan, skala usaha atau kepemilikan lahan dan/atau ternak rata-rata mereka masih tinggi. Sangat mudah dikatakan bahwa jumlah anggota KUD yang tergolong dalam Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam pengertian UU Nomor 20/2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih cukup dominan. Jadi kuncinya, semakin besar pangsa penguasaan pasar oleh anggota UKM dalam koperasi, semakin tinggi pula tingkat kemajuan koperasi bersangkutan.

Pembelajaran dari pengamatan cermat terhadap keadaan dan kemampuan bertahan KUD-KUD yang aktif dan memiliki kemampuan baik adalah perlunya merancang anggota-anggota jangkar (*anchor members*) yang skala usahanya UKM (bukan mikro, apalagi gurem) dengan basis kegiatan yang sejenis. Pembelajaran tersebut sebenarnya telah direkomendasikan oleh banyak hasil penelitian pada awal tahun 1990an bahwa KUD perlu diarahkan menjadi Koperasi Serba Usaha (KSU) berbasis komoditas tunggal, seperti KSU Peternak Sapi Perah atau Koperasi Susu.

Hal ini sejalan dengan penajaman persaingan yang memungkinkan koperasi kembali efektif menjadi "*countervailing power*" bagi masyarakat, di mana penciptaan anggota jangkar sebagai penggerak menjadi strategis. Nilai strategis dari pengembangan koperasi seperti ini ditopang oleh kenyataan adanya kecenderungan penggureman kepemilikan lahan dan konsentrasi penguasaan lahan di dalam pasar perolehan lahan.

Di luar komoditas perkebunan, terutama sektor tanaman pangan padi, model ini menjadi sangat berat karena melawan keyakinan umum dari sebagian besar orang dan masyarakat koperasi, bahwa koperasi harus merangkul petani kecil terlebih dahulu. Meminjam istilah Jan Tinbergen, pemenang hadiah Nobel bidang ekonomi tahun 1969, diperlukan langkah "*sharpening trade position through gravity of trade activity*" atau mempertajam landasan arah perdagangan dengan memperhatikan gravitasi pola perdagangan yang terjadi di pasar. Dalam pengertian wilayah mikro, dapat diartikan sebagai rekomendasi untuk membangun jangkar usaha koperasi dengan menciptakan anggota jangkar yang menjadi lokomotif penarik kegiatan karena posisi relatifnya yang semakin besar.

Apabila koperasi sudah berhasil membangun basis produksi, maka praktik bilateral monopoli dan kekuatan pengimbang dapat diterapkan dalam negosiasi dengan industri besar atau pelaku usaha sektor lainnya. Bahkan teori jaringan retail yang diterapkan oleh pabrikan dan importir bisa dibalik dengan konsep toko koperasi di daerah perkotaan. Koperasi seharusnya tidak membuntuti retail *outlet* tetapi membalik rantai pasokan untuk membanjiri kota dengan komoditas, terutama komoditas yang bisa dihasilkan oleh anggota koperasi yang sudah UKM atau bahkan perusahaan pertanian skala menengah-besar milik koperasi. *Rethinking design of cooperative enterprise* mutlak diperlukan bagi Koperasi Pertanian di Indonesia bila ingin kuat. Koperasi harus mempunyai basis minimal 20 UKM dan idealnya mempunyai perusahaan pertanian dan/atau perkebunan skala menengah-besar mulai dari skala di atas 100 ha. Koperasi perlu mulai berpikir tentang modalitas baru transaksi dalam hubungan penggunaan tanah, mengikuti keinginan pemilik lahan untuk menjadikannya sebagai bagian suatu perusahaan pertanian. Koperasi Unit Desa (KUD), Pusat Koperasi Unit Desa (PUSKUD), dan koperasi lain yang ingin bergerak dalam usaha pertanian pangan berbasis padi, harus berani keluar menjadi perusahaan pertanian tanaman padi skala menengah-besar dengan prinsip perusahaan dan hubungan penguasaan lahan yang didasarkan atas dasar prinsip kerjasama dan/atau sewa, sesuai yang berlaku di pasar perolehan lahan.

Pelembagaan koperasi pertanian di luar komoditi susu, sawit, tebu rakyat dan tanaman perkebunan lain menjadi kurang relevan lagi jika hanya berbasiskan komoditas, meskipun secara prinsip format serba usaha, koperasi berbasiskan komoditas masih diperlukan. Faktor fundamental lain yang penting dalam mengembangkan format pelembagaan koperasi adalah faktor perkembangan teknologi informatika yang nyata-nyata mampu mereduksi jarak dan wilayah, di mana informasi dapat disatukan dan didiseminasikan dengan mudah dan cepat.

Sistem administrasi hukum pembentukan koperasi telah membuka peluang bagi pilihan langsung lapangan usaha yang akan ditekuni koperasi dan tidak dipersyaratkan berkaitan dengan basis komoditi semata.

Kesimpulan

Memikirkan peran koperasi dalam ketahanan pangan harus dimulai dari akar masalah kemunduran koperasi pertanian/pedesaan dalam penanganan pangan pada akhir-akhir ini. Kunci penyelesaiannya terletak pada kemampuan membangun UKM Tani (usaha tani skala 5-10 ha) sebagai anggota jangkar dan memulai menjadikan koperasi sebagai perusahaan pertanian dan/atau perkebunan skala menengah-besar. Ini merupakan prasyarat strategis penajaman orientasi usaha koperasi, menuju kembalinya kekuatan koperasi dalam produksi dan distribusi pangan serta ketahanan pangan.

Koperasi harus membangun suatu konsorsium koperasi pangan yang tidak harus dipimpin oleh koperasi pertanian atau produsen, tetapi dapat dipimpin oleh dan dilakukan bersama-sama dengan sektor kota (konsumsi), sektor pengolahan (jasa pertanian), dan sektor keuangan (simpan pinjam dan kredit). Pada akhirnya, digitalisasi usaha koperasi bisa menjadi kunci untuk memajukan, memperbesar, memperkuat, dan menjadikan koperasi semakin dikenal dan terpercaya.

Daftar Pustaka

- Amang, B., & Sawi, H. (1999). *Kebijakan beras dan pangan nasional: Pelajaran dari Orde Baru dan Reformasi*, Pustaka IPB.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Statistik Indonesia 2000-2020*. BPS.
- Booth, A. (1988). *Agricultural development in Indonesia*. ASAA South East Asia Publication Services.
- KeMenko Pembangunan Manusia dan Kebudayaan. (2023). *Indeks capaian revolusi mental 2021*.
- Mubyarto. (1988). *Sistem dan moral ekonomi*. LP3ES.
- Noer Soetrisno. (2021). *Rekonstruksi pemahaman koperasi: Merajut kekuatan ekonomi rakyat*. IntranS.
- Noer Soetrisno. (2019). *Kebijaksanaan pangan Kabinet Indonesia Bersatu*, dalam *BULOG tanpa Raskin*. BULOG-IPB Press.
- Oshima, H. T. (1982). *The development of service sector in Asia*. UPSE-Diliman.

Signifikansi dan Prospek Koperasi Multi Pihak di Indonesia

Firdaus Putra, HC

Pendahuluan

Sejak tahun 2021 Indonesia telah resmi mengadopsi koperasi multi pihak (selanjutnya disingkat KMP) sebagai salah satu model yang dapat dipilih oleh masyarakat dalam mengembangkan koperasi. Diundangkannya Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Permenkop UKM) Nomor 8 Tahun 2021 tentang Koperasi dengan Model Multi Pihak tanggal 28 Oktober 2021 menandai adopsi resmi model tersebut dalam kerangka regulasi perkoperasian tanah air. Sebelumnya, beberapa inisiatif semacam itu ditolak oleh Notaris Pembuat Akta Koperasi (NPAK) karena ketiadaan payung hukum. Sekarang, per April 2024, sudah berdiri 144 KMP yang tersebar di beberapa provinsi. Dari 144 unit tersebut, sebagian besar merupakan pendirian baru dan hanya 15 koperasi merupakan konversi dari model konvensional. Bila diambil angka rata-ratanya, sedikitnya 70 KMP berdiri setiap tahun yang tersebar di berbagai kabupaten/ kota (ODS Kemenkop UKM, April 2024). Hal ini membuktikan bahwa model KMP diterima positif oleh masyarakat.

Dari KMP yang ada saat ini, 32 persen berjenis produksi, 26 persen jasa dan 24 persen konsumsi, sisanya adalah pemasaran. Sedangkan dari segi wilayah, 22 persen KMP berdiri di Jawa Barat, 14 persen di Jawa Tengah dan Jawa Timur, 10 persen di Jakarta, dan Kalimantan serta Nusa Tenggara masing-masing 8 persen. Provinsi lain yang cukup banyak adalah Sumatera, 9 persen. Sedangkan sisanya tersebar di Bali, Banten, DIY, Gorontalo, Jambi, Babel, Kepri, Lampung, Maluku, Riau dan Sulawesi. Lantas bagaimana konteks kemunculan atau lahirnya KMP di Indonesia? Bagaimana signifikansi model tersebut dalam merespon kebutuhan masyarakat? Serta, bagaimana prospek pengembangannya ke depan? Isu-isu tersebut penting untuk dikupas disini.

Sejarah dan Definisi Koperasi Multi Pihak (KMP)

Di negara-negara lain, koperasi multi pihak (*multi-stakeholder cooperative*) sudah mulai berkembang sejak tahun 1990-an. Bahkan, embrio KMP sesungguhnya sudah mulai dipraktikkan oleh koperasi pertama, Rochdale Pioneer pada 1844-1862, dengan keanggotaan terdiri dari konsumen dan pekerja/ karyawan. Kemudian terjadi perubahan pada tahun 1862, di mana sebagian besar anggota menghendaki keanggotaan bagi karyawan mereka dihapuskan. Hal itu didasari alasan bahwa mereka sulit mengakomodasi kepentingan konsumen dan karyawan sekaligus dalam satu koperasi (Thomas, 2017).

Baru kemudian pada tahun 1870, model ini diadopsi oleh koperasi *Hebden Bridge Fustian Manufacturing Cooperative Society* yang memiliki basis anggota pekerja pemintal, individu dan *buyer*. Berbeda dari Rochdale, pengalaman Hebden terbukti

sukses ketika mempraktikkan skema multi pihak dalam basis keanggotaan mereka (Bibby, 2015). Dibuktikan dari adanya apresiasi pemerintah daerah setempat yang memberi *blue plaque* (plakat biru) kepada Hebden sebagai koperasi yang berkontribusi besar dalam pembangunan ekonomi di daerah (Voinea, 2019). Hebden dengan model multi pihak tersebut beroperasi sampai tahun 1918 sebelum diakuisisi oleh *Wholesale Cooperative*. Tabel 1 berikut ini membandingkan pengalaman *Rochdale Pioneer* dengan *Hebden Bridge*.

Tabel 1. Perbandingan Pengalaman *Rochdale Pioneer* dengan *Hebden Bridge*

| Dimensi | Rochdale Pioneer | Hebden Bridge |
|-----------------|--|--|
| Tahun Berdiri | 1844 | 1870 |
| Bentuk Awal | Multi pihak, konsumen-karyawan | Satu pihak, pekerja pemintal |
| Perubahan | Menjadi satu pihak, konsumen saja | Menjadi multi pihak, individu dan <i>buyer</i> |
| Tahun Perubahan | 1862 | 1871 |
| Alasan Berubah | Disharmoni kepentingan konsumen dan karyawan | Mobilisasi sumber daya dan kepastian pasar |

Sumber: Putra, 2024

Dua pengalaman historis tersebut menunjukkan bahwa KMP merupakan model yang secara alamiah telah berkembang sejak awal sejarah gerakan koperasi dunia. Meskipun demikian, pertumbuhan dan perkembangan KMP tidak semasih model konvensional/tradisional. Boleh jadi karena KMP membutuhkan proses pengorganisasian tingkat lanjut dalam hal mengolaborasikan keanggotaan multi latar belakang dengan kepentingan yang berbeda-beda. Bahkan tidak sedikit para sarjana dan peneliti yang menyimpulkan dari hasil analisisnya bahwa KMP secara konseptual gagal karena tingginya biaya organisasi dalam proses pengambilan keputusan (El Arroumi, 2021; Leviten & Fairbairn, 2011).

Lalu apa sesungguhnya koperasi multi pihak itu? Beberapa definisi dapat dirujuk untuk memahami model ini. *International Labour Organization (ILO)* menjelaskan bahwa KMP merupakan koperasi yang dimiliki dan dikendalikan oleh lebih dari satu kelompok anggota, di mana setiap kelompok anggota memiliki perwakilan dalam tata kelola koperasi. Pada konteks pengendalian tersebut, tidak ada kelompok anggota yang mendominasi keputusan dengan mayoritas suara atau hak veto eksklusif. Selaras dengan ILO, Pusat Studi Koperasi Universitas Wisconsin mendefinisikan KMP sebagai koperasi yang dimiliki dan dikendalikan oleh lebih dari satu kelompok. Jenis kelompok yang dimaksud adalah konsumen, produsen, pekerja, relawan, dan pendukung komunitas. Pemangku kepentingan dapat berupa individu atau organisasi, seperti organisasi nirlaba, dunia usaha, lembaga pemerintah, atau bahkan koperasi lainnya. Definisi tersebut mengacu pada kerangka regulasi perkoperasian di Amerika Serikat, di mana keanggotaan koperasi tak hanya bagi orang perseorangan atau badan hukum koperasi saja, melainkan juga bagi badan hukum lain.

Margaret Lund (2011) dalam bukunya *'Solidarity as a Business Model'* menyatakan bahwa KMP merupakan koperasi yang secara formal memungkinkan

adanya tata kelola oleh perwakilan dari dua atau lebih kelompok pemangku kepentingan dalam organisasi yang sama. Di dalamnya termasuk konsumen, produsen, pekerja, relawan atau pendukung masyarakat umum. Ia mengatakan bahwa KMP menikmati basis keanggotaan yang heterogen dan oleh karenanya KMP cenderung memiliki cakupan misi lebih luas dari pada koperasi tradisional. Tujuan dan misi KMP harus mampu mencerminkan saling ketergantungan kepentingan dari berbagai pihak di dalamnya.

Pada konteks Indonesia, definisi KMP yang dapat dirujuk sebagaimana pada Permenkop UKM Nomor 8 Tahun 2021 adalah koperasi dengan model pengelompokan anggota berdasarkan peranan kelompok pihak anggota dalam suatu lingkup usaha tertentu yang disesuaikan dengan kesamaan kepentingan ekonomi, keterkaitan usaha, potensi, dan kebutuhan anggota. Definisi ini menitikberatkan pada proses pengelompokan anggota yang dengannya berpengaruh pada struktur pengendalian dan tata kelola organisasi.

Dari beragam definisi di atas dapat ditarik benang merah: (1) Keanggotaan KMP terdiri lebih dari satu kelompok anggota; (2) Implikasinya, masing-masing kelompok anggota memiliki wakil dalam struktur pengendalian koperasi (Pengurus dan/ atau Pengawas); (3) Dalam pengendalian KMP, tidak boleh ada kelompok anggota yang dominan terhadap yang lain; dan (4) KMP bertujuan untuk membangun usaha berdasar kepentingan bersama dari berbagai kelompok yang terlibat. Beberapa kalangan mengatakan bahwa model KMP sesungguhnya sudah lama dipraktikkan masyarakat di Indonesia. Seperti misalnya Koperasi Unit Desa (KUD), di mana basis keanggotaannya tidak hanya petani, tetapi seluruh unsur masyarakat desa tersebut sebagaimana dinyatakan dalam Inpres Nomor 4 Tahun 1984 tentang Pembinaan dan Pengembangan Koperasi Unit Desa. Selain itu, koperasi konsumen bisa menjadi contoh apabila karyawannya juga menjadi anggota.

Dengan parameter definisi di atas, beberapa praktik bisa jadi tidak dapat digolongkan sebagai KMP. Sebab, selain basis keanggotaan yang heterogen, anggota yang berbeda harus memiliki wakil dalam struktur kendali koperasi. Misalnya karyawan menjadi anggota suatu koperasi konsumen, sebagaimana banyak dipraktikkan di masyarakat, koperasi konsumen itu dapat disebut KMP bila karyawan memiliki wakil sebagai pengurus dan/atau pengawas. Bila tidak, maka koperasi tersebut tetap bercorak konvensional/tradisional, di mana keberadaan karyawan berada dalam koridor dan perspektif kepentingan yang diasumsikan sama dengan kelompok konsumen.

Konteks Kemunculan Koperasi Multi Pihak (KMP)

Dalam paradigma konstruktivisme, setiap fenomena sosial memiliki konteks kemunculan tertentu di setiap ruang sosial masing-masing. Konteks tersebut memberi basis legitimasi bagaimana suatu fenomena mengada, apa yang melatarbelakanginya, dan bagaimana kemudian fenomena tersebut dikonstruksi secara sosial. Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan itu, eksplorasi (tentatif) terhadap konteks

kemunculan KMP di beberapa negara, termasuk Indonesia, dilakukan sebagaimana tersaji pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Explorasi Terhadap Konteks Kemunculan KMP di Berbagai Negara

| KMP | Inggris | Amerika | Italia | Kanada | Perancis | Indonesia |
|--------------------------|------------------------------|----------------------------|---------------------------|--|--|---|
| Pengaruh Paradigma | <i>Labour Co-partnership</i> | <i>Employee Stock/ESOP</i> | <i>Economia Aziendale</i> | <i>Social & Solidarity Economy</i> | <i>Social & Solidarity Economy</i> | <i>Collaborative Economy</i> |
| Tahun | Praktik 1870 | Praktik 1970 | Legal sejak 1991 | Legal sejak 1997 | Legal sejak 2001 | Legal sejak 2021 |
| Orientasi (Girard, 2009) | <i>In between</i> | <i>Mutualistic model</i> | <i>Sociological model</i> | <i>In between</i> | <i>In between</i> | <i>Mutualistic model</i> |
| Sektor Bisnis | Tidak ada pembatasan | Tidak ada pembatasan | Hanya sosial | Tidak ada pembatasan | Tidak ada pembatasan | Sektor riil & keuangan, kecuali simpan pinjam |

Sumber: Putra, 2024

Pada kasus KMP di Inggris sebagaimana dijelaskan pada awal sejarah Hebden Bridge, skema multi pihak berupaya untuk mengolaborasikan kelompok pekerja dengan kelompok anggota lainnya. Bila melihat konteks sosial-politik saat itu, mempertemukan kelompok pekerja dengan, misalnya, kelompok konsumen dan *buyer* adalah sesuatu yang tak terpikirkan (*counterintuitive*). Sebabnya, paradigma perjuangan kelas (*borjuis versus proletar*) sangat kental pada zaman itu. Konteks yang memungkinkan skema multi pihak bisa diterima dan lantas menjadi praktik baik adalah ketika ada diskursus dan gerakan *labour co-partnership* yang disuarakan oleh *Labour Co-Partnership Association*. Makalah panjang Henry Vivian (1906) menggambarkan proses rekayasa sosial tersebut. Secara langsung Vivian juga menggunakan Hebden Bridge sebagai salah satu contoh baik kemitraan bersama (*co-partnership*) kelompok pekerja dengan kelompok lainnya. Sementara itu, mengikuti tipologi yang dikembangkan Girard (2009), KMP di Inggris bercorak *in between*, yakni memungkinkan pemilihan model *mutualistic* atau *sociological*. Model *mutualistic* artinya orientasi KMP mengikuti kepentingan anggota, sedangkan *sociological* berarti KMP cenderung berorientasi transformatif dengan penekanan pada layanan sosial.

Pada kasus KMP di Amerika, praktik multi pihak sudah ditemukan di tahun 1970 pada koperasi benih pertanian dengan basis anggota dari kelompok konsumen dan karyawan (lihat <https://fedcoseeds.com>). Konteks Amerika sebenarnya dapat dilacak pada beberapa dekade sebelumnya, ketika diskursus dan praktik kepemilikan saham oleh karyawan mulai berkembang. Di tahun 1921, Kantor Pajak Amerika telah mengatur ketentuan tentang kemungkinan pemberian bonus dalam bentuk saham

kepada karyawan (Menke, 2010). Kemudian tahun 1956, pengacara dan ekonom berhasil melakukan pengaturan *Employee Stock Ownership Plan (ESOP)* di sebuah perusahaan pemberitaan, sehingga perusahaan akhirnya dimiliki oleh pemilik (*owner*), manajer (*manager*) dan pekerja (*worker*). Hal ini membuat corak KMP di Amerika bersifat *mutualistic model* yang merepresentasikan upaya untuk merespon kebutuhan para anggotanya.

Di Italia, kemunculan KMP bisa dikatakan suatu keniscayaan atau suatu konsekuensi logis dari paradigma ilmu ekonomi di sana '*Economia Aziendale*' yang sedari awal melihat praktik ekonomi-bisnis secara holistik (Signori & Rusconi, 2009). Perusahaan atau bisnis diposisikan sebagai wahana untuk menciptakan manfaat bagi semuanya (*common good* atau *bene comune*). Paradigma ekonomi mereka melihat perusahaan sebagai bagian dari sistem-lingkungan yang harus berinteraksi untuk pencapaian tujuannya yang tidak hanya bersifat ekonomi tetapi juga sosial. Paradigma ekonomi Italia mengadopsi pandangan *stakeholderism*, artinya tidak memisahkan hubungan dan tanggungjawab perusahaan kepada pemangku kepentingan yang di dalam maupun di luar perusahaan. KMP di Italia bersifat massif dengan jumlah sampai 15.500 unit koperasi dalam bentuk *social cooperative* tipe-A dan tipe-B (Lund & Nuvkovic, 2023). Sementara itu, mengikuti tipologi yang dikembangkan Girard (2009), KMP di Italia bercorak *sociological model*.

Di Perancis dan Kanada, KMP memiliki konteks yang serupa, di mana paradigma *social and solidarity economy* menjadi lahan subur bagi pengembangan KMP (Sibille, 2012; Girard, 2009). Di Perancis, KMP dikenal sebagai *Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC)*, sedangkan di Kanada dikenal sebagai *Solidarity Cooperative*. Di Kanada, setelah beberapa tahun memperoleh landasan legal, 60% koperasi baru memilih model KMP sementara sebagian koperasi konvensional dikonversi menjadi KMP (Vézina & Girard, 2014). Mengikuti tipologi yang dikembangkan Girard (2009), KMP di Perancis maupun Kanada bercorak model yang orientasinya *in between*. KMP di kedua negara itu bisa dikategorikan sebagai perusahaan komersial yang memiliki misi sosial.

Konteks Kemunculan Koperasi Multi Pihak (KMP) di Indonesia

Lantas bagaimana dengan Indonesia? Konteks apa yang membuat KMP lahir dan dapat diterima baik oleh masyarakat? Indonesia memiliki latar belakang yang sangat berbeda. KMP hadir sebagai bentuk respons dan adaptasi di tengah perubahan besar di dalam lanskap ekonomi, bisnis, dan teknologi. Seperti diketahui, Indonesia telah mengalami transformasi besar dalam dunia usaha selama 10-15 tahun terakhir, dipicu oleh hadirnya *startup* di berbagai sektor perekonomian.

Gojek, startup lokal yang telah menjalankan bisnisnya sejak tahun 2013 dan terus berubah, telah menginspirasi banyak *startup* lain untuk mengikuti jejaknya. Indonesia saat ini berada di peringkat 6 dunia dengan 2.622 *startup* (*Startupranking.com*, 4 Mei 2024). Berkat investasi modal ventura dan dukungan pasar domestik terbesar di Asia Tenggara, Indonesia kini memiliki sembilan *unicorn* dan dua *decacorn*. Bersama-sama, mereka telah mengubah lanskap ekonomi perusahaan, ekosistem bisnis, model bisnis,

dan tren yang selaras dengan atau menonjolkan ekonomi kolaboratif dan berbagi (*sharing economy*).

Firmanzah (2015) mendefinisikan ekonomi kolaboratif (*collaborative economy*) sebagai model ekonomi di mana kepemilikan dan akses terhadap proyek atau sumber daya ekonomi dibagi antar pihak. Di sisi lain, Aluchna & Rok (2018) berpendapat bahwa ekonomi kolaboratif adalah “perekonomian yang dibangun di atas jaringan terdistribusi dari individu dan komunitas yang terhubung, bukan institusi terpusat, yang mengatur produksi, konsumsi, pembiayaan, dan pembelajaran yang mengubah cara kita melakukan sesuatu”. Bentuk ekonomi kolaboratif berbeda-beda tergantung sektor usaha, seperti *collaborative production*, *collaborative consumption*, *sharing economy*, dll.

Dalam *zeitgeist* semacam itu, pegiat generasi baru koperasi yang dipimpin oleh *Indonesian Consortium for Cooperative (ICCI)* mendorong dan mengembangkan model alternatif yang disebut koperasi *startup (startup cooperative)*. Artinya, koperasi dengan model bisnis bergaya *startup* yang inovatif, atau perusahaan *startup* yang berbasis kelembagaan koperasi (Putra, 2018; Putra & Puspasari, 2019). Tujuan dari model ini adalah memberikan generasi muda ruang baru dalam berkreasi dan berinovasi di tengah disrupsi yang terjadi saat ini.

Dari tahun 2018 hingga 2019, ICCI menyelenggarakan edukasi dan program inkubasi *startup cooperative*. Lalu tahun 2020, beberapa *tenant* telah siap membadanhukumkan inisiatifnya menjadi koperasi. Saat itulah model multi pihak dibutuhkan agar sesuai dengan model bisnis mereka yang bercorak kolaboratif. Dengan demikian, kemunculan KMP di Indonesia bersifat organik, memenuhi kebutuhan praktis untuk merespons dinamika lapangan.

Karena belum ada regulasi yang memayungi, ICCI lantas melakukan advokasi dengan mengawalinya menulis Surat Terbuka di *Kompas.com* kepada Menteri Koperasi, “Perlu Diskresi untuk Koperasi Multi Pihak” (Putra, 2020). Usulan tersebut disambut baik dan mulailah disusun regulasi setingkat Peraturan Menteri, sampai kemudian pada tanggal 21 Oktober 2021 Permenkop UKM Nomor 8 Tahun 2021 tentang Koperasi dengan Model Multi Pihak tersebut terbit. Permenkop UKM ini menandai resmi diadopsinya KMP dalam kerangka hukum perkoperasian di Indonesia. Pasca terbit, tak hanya pegiat *startup* yang memanfaatkan model tersebut, masyarakat di berbagai sektor dengan model bisnis lain juga menyambut positif.

Konteks Indonesia sejalan dengan pandangan awal Girard (2009) dan Munkner (2004), di mana kemunculan sangat dipengaruhi oleh perubahan ekonomi dan teknologi yang mendisrupsi corak bisnis lama dan model bisnis tradisional. Di sisi lain, paradigma ekonomi kolaboratif memberi ruang rekognisi besar bagi *entrepreneur* dan *entrepreneurship* yang artinya memberi insentif kepada para pendiri atau pemrakarsa bisnis. Oleh karena itu, mengikuti tipologi Girard, KMP Indonesia cenderung bercorak *mutualistic model*.

Perbandingan Model Koperasi Konvensional dan Koperasi Multi Pihak (KMP)

Tabel 3 di bawah ini menggambarkan perbandingan antara model koperasi konvensional atau tradisional dengan koperasi multi pihak. Hal yang sangat berbeda di antara keduanya adalah karakteristik. Pada koperasi konvensional, anggota koperasi merupakan pengguna jasa koperasi. Sedangkan pada koperasi multi pihak, kelompok-kelompok anggota tertentu dimungkinkan untuk tidak termasuk ke dalam kelompok pengguna jasa koperasi. Perbedaan tersebut sangat mendasar sehingga membuat model koperasi multi pihak dipandang berbeda oleh pegiat koperasi (konvensional).

Perbedaan mendasar tersebut memberi implikasi pada keanekaragaman KMP. Maksudnya, KMP memiliki skema anggota pendukung (*supporter*) yang jenis kelompoknya bisa berbeda antara satu dengan lainnya tergantung sektor bisnisnya. Misalnya, investor, advokat, relawan, komunitas masyarakat dan sebagainya bisa menjadi anggota pendukung (*supporter*) di KMP. Sudut pandang pertimbangannya adalah bagaimana model multi pihak ini memberi inklusi bagi kelompok-kelompok lain di luar dirinya yang pada model tradisional (*member as user*) hal tersebut sulit atau tidak dapat dilakukan. KMP adalah model yang memungkinkan para pihak yang sebelumnya berperan sebagai *outsider* koperasi berubah dan terlibat menjadi *insider* (Novkovic, 2019).

Perbedaan berikutnya yang mencolok adalah pada sisi keanggotaan, homogen *versus* heterogen. KMP memiliki basis keanggotaan dari berbagai latar belakang yang berbeda. Misalnya untuk KMP yang bekerja di sektor pertanian, keanggotaannya dapat terdiri dari kelompok produsen, kelompok pemasok, kelompok pengolah, dan kelompok konsumen. Kelompok keanggotaan dalam KMP tergantung pada model bisnis dan kemampuan koperasi mengagregasi kelompok-kelompok yang relevan dalam rantai pasok suatu komoditas. Jelas, kelompok keanggotaan dalam model multi pihak berbeda dari model konvensional yang umumnya terkait dengan instrumen pengorganisasian, misalnya berbasiskan teritori. Kelompok anggota dalam KMP memiliki representasi pada struktur kendali organisasi, sehingga pada contoh KMP pertanian misalnya, pengurus merupakan wakil-wakil dari produsen, pemasok, pengolah dan konsumen. Turnbull (2000) melihat struktur yang terdistribusi tersebut menjamin tata kelola organisasi yang lebih demokratis daripada struktur model konvensional. Sebabnya, mekanisme *check and balance* dapat terjadi secara alamiah, dipicu dari perbedaan perspektif tiap kelompok.

Tabel 3. Perbandingan antara Koperasi Konvensional dan KMP

| Dimensi | Konvensional | Multi Pihak |
|--------------------------|---|---|
| Anggota | Homogen sesuai jenis usaha koperasi | Heterogen sesuai sektor usaha/ ekosistem bisnis |
| Karakter | Anggota adalah pengguna jasa koperasi atau <i>member as user</i> | Setiap anggota harus berkontribusi namun tidak harus dalam bentuk penggunaan jasa/ layanan koperasi. Kontribusi disesuaikan dengan jenis kelompoknya. |
| Kelompok | Pengelompokan berdasarkan teritori, usaha dll, bersifat opsional | Pengelompokan berdasarkan peran harus dilakukan, minimal terdiri dari dua kelompok |
| Hak dan Kewajiban | Relatif sama | Dapat berbeda sesuai kelompok anggota |
| Kontribusi Modal | Relatif sama bentuknya | Dapat berbeda sesuai kelompok anggota |
| Suara | Satu orang satu suara | Satu orang satu suara pada level kelompok dan hak suara proporsional yang melekat pada masing-masing kelompoknya |
| Pengurus | Wakil anggota | Wakil dari tiap kelompok anggota |
| Tujuan | Menyelenggarakan layanan/ bisnis untuk memenuhi kebutuhan anggota | Menyelenggarakan layanan/ bisnis yang dapat memenuhi kepentingan seluruh kelompok anggota |
| Orientasi | Transaksional, <i>take and give</i> antara koperasi dan anggota | Transformasional, mengubah pola relasi antar kelompok anggota yang berbeda bahkan yang bersifat dikotomik |
| Manfaat | Sesuai partisipasi ekonomi dan relatif sama | Sesuai partisipasi ekonomi yang bentuknya bisa berbeda-beda sesuai kelompok anggotanya (keahlian, tenaga kerja, modal, pembelian, dll) |

Sumber: Putra, 2022

Dalam hal pengambilan keputusan, KMP memiliki pola sedikit berbeda dari koperasi konvensional. Ketentuan “satu orang = satu suara”, sebagaimana umumnya berlaku di koperasi, berlaku hanya pada level pengambilan keputusan kelompok. Sedangkan pada level antarkelompok (atau paripurna), mekanisme pengambilan keputusan berdasar pada *proportional right voting*. Meskipun demikian, masing-masing negara memiliki corak pengaturan berbeda. Beberapa koperasi seperti Stocksy di Kanada, misalnya, memiliki pola pengambilan keputusan yang khas dibandingkan pola yang diterapkan oleh koperasi lainnya.

Hal lain yang perbedaannya mendasar terkait dengan masalah orientasi. KMP sangat potensial membuat transformasi relasi antarkelompok meningkat, menjadi lebih berkeadilan dan berkelanjutan bagi para pihak (Lund, 2011; Sacchetti & Birchall, 2019). Misalnya, KMP dengan anggota produsen dan konsumen dapat mentransformasi relasi yang sebelumnya timpang dan fragmentatif di antara keduanya. Baik produsen maupun konsumen sama-sama menghendaki harga terbaik, namun perspektif harga terbaik bagi produsen adalah harga tinggi sementara

perspektif harga terbaik bagi konsumen adalah murah. Relasi antara produsen dan konsumen cenderung dikotomik dalam model koperasi konvensional, atau *win-lose*. Artinya, posisi menang bagi produsen diimpikan koperasi produsen, sedangkan posisi menang bagi konsumen tentunya diharapkan koperasi konsumen. Pada model KMP, perbedaan kepentingan tersebut dimoderasi dan dikelola sehingga terbentuk *win-win* bagi semuanya. Pengelolaan seperti ini mungkin dilakukan ketika transparansi betul-betul berlangsung pada rantai nilai. Konsumen memiliki pemahaman utuh bagaimana suatu komoditas atau produk dihasilkan yang mensyaratkan penggunaan sumberdaya tertentu serta nilai tambah bagi produsen. Di sisi lain, produsen memahami tingkat kewajaran harga suatu komoditas di mata konsumen. Pola relasi ala KMP menghendaki suatu nilai terdistribusi secara wajar, adil dan berkelanjutan bagi para pihak yang terlibat.

Signifikansi Model Koperasi Multi Pihak (KMP)

Kehadiran KMP di Indonesia membawa peran signifikan bagi pengembangan koperasi di masa-masa mendatang. Model tersebut menjanjikan beberapa hal penting, sebagai berikut:

(1) Rekognisi *Entrepreneurship*

Peran *entrepreneurial* memperoleh rekognisi berdasarkan skema insentif yang dapat dikembangkan oleh koperasi untuk memotivasi para *entrepreneur*. Hal itu sangat mudah terjadi pada KMP, karena kelompok *entrepreneur* yang memelopori pendirian dan pengembangan koperasi dapat mengusulkan pengaturan dari dalam kelompok sendiri. Koperasi dapat mengatur insentif tertentu atas dasar prakarsa mereka, misalnya berupa dividen khusus bagi para pelopor/ pemrakarsa. Pada model konvensional, hal seperti itu sulit dilakukan karena organisasi tidak memiliki mekanisme pengelompokan anggota sebagaimana KMP. Padahal peran *entrepreneurial* sangat menentukan pada perkembangan awal koperasi, sedikitnya dalam 0-5 tahun pertama, yang sangat bergantung pada aktor-aktor kunci. Merekalah yang memiliki ide, model bisnis, mengeluarkan energi, pikiran serta visi dalam membangun koperasi sesuai dengan yang dicita-citakan. Peran *entrepreneurial* tersebut menanggung risiko kegagalan yang sering kali tidak diperhatikan oleh anggota yang bergabung pada tahun-tahun sukses koperasi. KMP dapat membayar biaya kewirausahaan yang telah dikeluarkan di awal pendirian, sehingga memotivasi pemrakarsa untuk mengelola koperasinya hingga tumbuh dan stabil.

(2) Kolaborasi Sumber Daya

Signifikansi KMP berikutnya berkaitan dengan kemampuan model KMP dalam mengkolaborasi berbagai sumber daya yang beragam bentuknya. Sumber daya yang dikelola dalam model konvensional hanya dipahami dalam bentuk uang, lahan, dan tenaga kerja. Padahal sumber daya selalu berkembang selaras dengan tingkat peradaban manusia. KMP dapat mengkolaborasi sumber daya yang berbeda-beda melalui inklusi keanggotaan bagi pihak-pihak yang relevan. Dari

cara pandang multi pihak, sumber daya dapat beragam bentuknya, seperti: ide, *brand*, teknologi, kepakaran/keahlian, jaringan, formula/paten, dan tentunya termasuk sumber daya tradisional yakni uang, lahan dan tenaga kerja. Kolaborasi sumber daya yang bentuknya beragam tersebut memungkinkan bisnis koperasi tumbuh lebih akseleratif. Kehadiran para pihak dengan kontribusi sumber daya yang beragam menjadi daya ungkit bagi koperasi sepanjang sesuai dengan model bisnis yang dikembangkan. Misalnya, seorang artis/*influencer* dapat berkontribusi dalam bentuk *brand* di mana dirinya selaku *brand-owner* membawa citra dirinya. Dengan memanfaatkan *brand* yang telah memiliki *brand-value*, bisnis koperasi dapat terungkit dan akseleratif.

(3) Basis Ekosistem/Rantai Pasok

Perkembangan bisnis terkini cenderung berbasis ekosistem dan/atau rantai pasok. Pemanfaatan efek jejaring (*network effect*) yang terjalin antara pihak satu dengan pihak lainnya menghasilkan kepastian rantai pasokan, kepastian pasar, pembelian, dan juga efek pemasaran. Model koperasi konvensional yang eksklusif bagi jenis anggota tertentu sulit untuk mengembangkan bisnis semacam itu, karena apa yang mereka kembangkan cenderung berupa kemitraan B2B (*business to business*) antarpihak yang berdiri di atas entitas masing-masing. Model koperasi multi pihak melakukan inklusi skema kemitraan dalam satu payung organisasi, sehingga koordinasi menjadi lebih intensif karena hubungan di antara mereka berubah dari *partner* menjadi *owner*.

(4) Fleksibilitas Model Bisnis

Model bisnis saat ini berkembang beraneka ragam. Inovasi terjadi pada sisi hulu, tengah atau hilir. Pada model koperasi konvensional, inovasi model bisnis sulit dilakukan karena keanggotaannya yang eksklusif sementara insentif dari adopsi inovasi oleh suatu koperasi konvensional akan menghasilkan disinsentif bagi yang lain. Berbeda dari koperasi konvensional, KMP memungkinkan adopsi inovasi model bisnis tertentu yang selaras dengan skema kelembagaan (Vezina & Girard, 2014). Jika perusahaan *startup* seperti Gojek yang menawarkan model bisnis *ride hailing* dikembangkan dengan corak konvensional, bagaimana tata kelola organisasi dapat menjamin keadilan bagi pihak-pihak: pemrakarsa, karyawan, mitra ojek, mitra UKM, investor dan juga pengguna? Jika dikembangkan dengan corak konvensional, dalam pengambilan keputusan dapat dipastikan anggota pengguna selalu menang karena jumlahnya paling banyak dibandingkan jumlah masing-masing jenis anggota yang lain. Hal tersebut tidak akan terjadi pada corak KMP, karena anggota yang beragam berada pada kelompoknya masing-masing dan pengambilan keputusan tidak berdasarkan satu orang satu suara, melainkan berdasarkan *proportional right system*. Dalam *proportional right system*, kelompok pemrakarsa, meski hanya lima orang, dapat memiliki porsi suara lebih besar daripada pengguna yang jumlahnya jutaan orang. Pola KMP yang demikian itu membuat inovasi model bisnis apapun dapat dibuat kompatibel dengan basis kelembagaan atau sistem tata kelola organisasi.

(5) Insentif Regulasi Tertentu

Dalam UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat pada pasal 50 huruf i dinyatakan bahwa kegiatan usaha koperasi yang secara khusus bertujuan untuk melayani anggotanya dikecualikan dari larangan praktik-praktik yang diterapkan di dalamnya. Ini merupakan bentuk perlindungan negara pada koperasi, meskipun perlindungan itu masih terbatas pada integrasi vertikal atau horizontal yang dilakukan hanya dalam rangka melayani anggota. Pada model koperasi konvensional, di mana koperasi dan pemasoknya berupa distributor atau pihak lainnya berdiri sebagai entitas terpisah, pasal tersebut tak dapat berlaku dengan baik. Sebab, para pemasok, distributor dan lainnya, tidak tergolong sebagai anggota koperasi. Oleh karena itu, KMP dapat menjadi solusi dalam proses integrasi tersebut dan secara regulasi sah, karena semua pihak merupakan anggota di bawah satu koperasi. Jadi, seluruh pihak yang berada di dalam rantai pasok dapat dikonsolidasikan atau diintegrasikan KMP dalam rangka melayani kebutuhan anggota. Hal ini menjadi insentif penting yang membuat model KMP lebih diminati oleh masyarakat yang bekerja berbasiskan ekosistem atau rantai pasok.

Beberapa hal di atas merupakan signifikansi model koperasi multi pihak bagi pengembangan koperasi di masyarakat. Faktor-faktor yang menjadi pengungkit tidak ditemukan pada model koperasi konvensional karena desain organisasi/lembaganya yang terbatas. Sehingga secara teoritik, KMP memiliki keunggulan komparatif yang memungkinkan koperasi dapat tumbuh dan berkembang lebih akseleratif. Meskipun demikian, sebagai suatu inovasi organisasi yang lebih maju/canggih, KMP menuntut kapabilitas yang lebih tinggi dalam mengorganisasikan para pihak dengan latar belakang masing-masing yang beragam. Kepemimpinan serta ketangguhan dalam menjalankan mekanisme organisasi yang kompleks akan menjadi kunci kesuksesan operasional model ini.

Prospek Pengembangan Koperasi Multi Pihak (KMP)

Jika KMP memang memiliki signifikansi bagi pengembangan koperasi di masyarakat, maka perlu diungkap bagaimana prospek pengembangannya, sektor-sektor apa yang relevan, dan beberapa bukti (*evidence*) atau contoh implementasi model KMP di lapangan kehidupan nyata masyarakat. Beberapa hal pokok berikut ini merupakan upaya eksploratif untuk mengungkap potensi atau prospek pengembangan KMP di masyarakat Indonesia.

(1) Startup/ Platform Cooperative

Startup atau *platform cooperative* saat ini santer dipraktikkan di negara-negara lain. Model koperasi multi pihak sangat kompatibel dengan pengembangan koperasi *startup* atau *platform cooperative*, karena memberi rekognisi bagi pemrakarsa atau pendiri dan karyawan (*engineer*). Di sisi lain, percepatan penumbuhan bisnis dapat dilakukan melalui skenario *exit to community*, di mana koperasi melakukan inklusi untuk semua anggota pengguna (Mannan & Schneider, 2021). Pada *startup* konvensional, *exit* dilakukan dengan *Initial Public*

Offering (IPO) ke pasar modal yang dampaknya mendilusi kepemilikan pendiri dan pihak lain. Sedangkan pada *startup/ platform cooperative*, hal tersebut dapat dihindari sembari menjaga pemilikan perusahaan berada di masyarakat lokal (Putra, 2018). Agregasi data (pengguna) juga dapat diumpan-balik menjadi suatu layanan (koperasi data) yang memberi nilai bagi kelompok anggota pengguna.

(2) Komunitas Pendukung Pertanian

Konsumen membutuhkan pasokan bahan pangan dari petani. Petani membutuhkan pasokan input produksi. Keduanya dapat dihubungkan dalam satu wadah KMP untuk menjaga kepastian pasar dan input pasokan. Model *community supported agriculture* dapat dikembangkan dengan baik berbasiskan koperasi multi pihak (Matson & Shaw, 2014; Simmonds, 2013). Kepentingan dan solidaritas dapat diwujudkan dalam bentuk skema pendanaan pertanian yang diagregasi oleh kelompok anggota konsumen. Kualitas produksi dan hasil panen dapat dijaga sesuai kebutuhan konsumen. Petani tidak mengalami kesulitan dalam hal input produksi serta penjualan hasil panen (lihat communitysupportedagriculture.org.uk).

(3) Industrialisasi dan Hilirisasi

Industrialisasi koperasi juga relevan menggunakan skema multi pihak. Infrastruktur yang membutuhkan sumber daya besar dapat disolusikan dengan menginklusi kelompok anggota pendukung dari investor lokal atau komunitas setempat. Pada sisi rantai pasok, model koperasi multi pihak dapat meningkatkan keamanan pasokan dengan cara melihatkan kelompok anggota pemasok. Koperasi iCOOP di Korea Selatan telah mengembangkan industrialisasi pada sektor pangan berbasis multi pihak. Mereka memadukan anggota produsen dan konsumen serta *stakeholder* lain (Pemerintah) di dalamnya. Pengembangan proyek besar mereka, *Goesan dan Gurye Dream Park*, berbasiskan model koperasi multi pihak (Park, 2021).

(4) Korporatisasi Usaha Mikro

Usaha mikro dapat dikorporatisasi melalui KMP. Kehadiran kelompok *entrepreneur* dapat meningkatkan wawasan usaha mikro terkait dengan inovasi produk, pemasaran, pendanaan serta peningkatan nilai tambah lainnya. Pada skema konvensional, misalnya koperasi pemasaran perajin makanan kering, hal itu sulit dilakukan karena homogenitas anggota membuat kapasitas organisasi tumbuh lambat. Pelaku usaha mikro dalam koperasi pemasaran model konvensional tadi hanya memiliki *mindset*, kapasitas modal, keahlian, keterampilan, jaringan, dan kebiasaan hidup yang terbatas dan cenderung sama atau homogen. Pada koperasi usaha mikro konvensional, tidak terdapat faktor pengungkit (*leverage factor*) yang bisa mengakselerasi mereka untuk naik kelas (Putra, 2021). Berbeda halnya dengan model KMP, pelaku usaha mikro bisa tumbuh bersama para *entrepreneur* dalam skenario mutualistik.

(5) Sektor Jasa Keuangan

Pasca diundangkannya UU Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan, koperasi secara resmi direkognisi sebagai lembaga yang dapat beroperasi di usaha jasa keuangan, seperti halnya Bank Perkreditan Rakyat, Lembaga Keuangan Mikro, *Securities Crowd Funding* dan sebagainya. Model koperasi multi pihak dapat menjadi basis kelembagaan yang kompatibel bagi beberapa usaha sektor jasa keuangan. Di Eropa, bank koperasi berbasis multi pihak memiliki kinerja lebih baik dari pada bank swasta (Maroua, 2015; McCann & Yazici, 2018). Basis keanggotaan koperasi multi pihak menjadi keunggulan dalam memastikan tata kelola yang baik berjalan dengan efektif.

(6) Ekonomi Sirkular

Ekonomi sirkular menuntut suatu desain ekologis dalam model bisnisnya. Desain ekologis tersebut membutuhkan sumber daya yang cukup besar. Disini, KMP dapat menjadi kolaborator yang baik dengan pelibatan komunitas masyarakat yang bisa berperan sebagai pemasok dan/atau investor (Mahonen, 2018; Lund & Novkovic, 2023). Bahkan sangat mungkin melibatkan para aktivis lingkungan dalam kelompok anggota pendukung, simpatisan dan lain-lain, sebagaimana dilakukan oleh Recyclo di Perancis yang memiliki tujuh kelompok anggota (lihat Recyclo, <https://www.recyclo.coop/cooperative>). Inklusi seperti itu memungkinkan paradigma dan model ekonomi sirkular dapat diimplementasikan dengan baik melalui dukungan para pihak yang beragam.

(7) Decentralized Autonomous Organization (DAO)

Decentralized Autonomous Organization (DAO) mulai menjadi perbincangan dan dipraktikkan di Indonesia dalam beberapa proyek tertentu yang sementara ini masih sepenuhnya bekerja secara virtual. Pertanyaannya, bagaimana bila DAO memerlukan penubuhan di dunia nyata atau beroperasi di proyek riil? Badan hukum apa yang paling relevan, karena Perseroan Terbatas (PT) tentu tertolak akibat karakteristiknya yang anti-desentralisasi? Disini, KMP memiliki kesempatan untuk menjadi *operating system* bagi perwujudan proyek-proyek DAO di dunia fisik. KMP memungkinkan para *founder, engineer* dan partisipan lainnya bersama-sama mengembangkan proyek di sektor riil (Amend et al., 2023). Skenario pengambilan keputusan dapat langsung dihubungkan dengan skema tokenisasi yang mendorong tingkat partisipasi dan kendali para partisipan (lihat, Opolis, 2024).

(8) Perusahaan Berbasis Fans Club

Komunitas *fans club* dapat ditingkatkan menjadi suatu perusahaan tertentu berbasis KMP, yaitu dengan mengombinasikan citra atau *brand* idola dengan loyalitas *fans* beserta potensi daya beli mereka. Industri sepak bola, musik (*grup band*), dan industri sejenis lainnya dapat mengonversi komunitas *fans* menjadi suatu usaha bersama yang memberi nilai bagi anggotanya (Yiapanas et al., 2024; Irving, 2023). Tambahan keanggotaan para pemasok atau produsen memungkinkan koperasi *fans club* menyelenggarakan bisnis dan layanan yang

kompetitif. *Fans* pun dapat menikmati manfaat material lain di luar hubungan kecintaan mereka terhadap idolanya. Koperasi multi pihak dapat memberdayakan para pemasok dan produsen dalam suatu *platform* ekonomi bersama.

(9) Industri Media

Industri media saat ini mengalami disrupsi karena terpaan teknologi digital. Sumber pendapatan utama mereka dari iklan komersial merosot akibat pangsa tersebut diambil oleh *Google*, *Facebook* dan *platform* besar lain yang memiliki fitur *adsense*. Di sisi lain, peran mereka sangat dibutuhkan sebagai salah satu pilar negara demokrasi. Menghadapi disrupsi seperti itu, perusahaan media sangat mungkin bertransformasi menjadi KMP yang membuka keanggotaan bagi para pembaca. Mereka bisa bersama-sama dengan jurnalis, selaku produsen/pekerja, memiliki perusahaan tersebut. Model kepemilikan bersama ini akan mentransformasi pola *subscription* konvensional yang umumnya dilakukan pada perusahaan media eksisting. Di negara lain, perusahaan media berbasis KMP sudah umum dipraktikkan. Sebanyak 50% koperasi media memilih berbasis multi pihak, 37% koperasi pekerja, dan sisanya koperasi konsumen (Putra, 2023).

Perubahan teknologi menyulut banyak invensi dan inovasi baru di dunia bisnis. Terobosan serta pendekatan baru dibutuhkan untuk beradaptasi dan meningkatkan relevansi. Beberapa contoh di atas merupakan potensi KMP di beberapa sektor eksisting maupun baru. Di dalam perkembangan dan perubahan pola bisnis di masa mendatang, pasti akan banyak peluang/potensi yang dapat diorganisasi melalui model KMP ini.

Kesimpulan

Sebagai model baru di Indonesia, Koperasi Multi Pihak (KMP) menjanjikan keunggulan dibandingkan dengan model koperasi konvensional. Penerimaan baik oleh masyarakat membuktikan model KMP dinilai solutif menjawab kebutuhan dan aspirasi mereka. Meskipun demikian, belum ada *role model* di dalam negeri yang bisa menjadi tonggak contoh baik bagi yang lain. Dari 144 KMP yang ada saat ini, rata-rata baru berusia 1-2 tahun, masih berada pada fase awal suatu bisnis.

Bagaimana pun janji manis KMP harus dapat terbukti secara empiris dengan menghasilkan pertumbuhan bisnis yang jauh lebih akseleratif daripada model koperasi konvensional. Para *early adopters* yang memilih KMP saat ini mendasarkan pilihannya pada visi kolaborasi sumber daya yang memungkinkan terjadinya pelipatgandaan energi. Eksperimentasi perdana KMP tersebut perlu didukung para pemangku kepentingan. Peneliti/akademisi perlu mengeksplorasi berbagai kesuksesan dan kegagalan di lapangan. Pemerintah perlu menyediakan fasilitas dan program pendukung yang relevan. Lembaga inkubator bisnis dan konsultan dapat membantu menguatkan model bisnis serta kapasitas organisasi mereka.

Daftar Pustaka

- Aluchna, M., & Rok, B. (2018). Sustainable business models: The case of the collaborative economy. In L. Moratis, F. Melissen & S. Idowu (Eds.), *Sustainable Business Models, CSR, Sustainability, Ethics & Governance* (pp. 41-62). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-73503-0_3
- Amend, J., Troglauer, P., Guggenberger, T., Urbach, N., & Weibelzah, M. (2023). Facilitating cooperation of smallholders in developing countries: Design principles for a cooperative-oriented Decentralized Autonomous Organization. *Information Systems and E-Business Management* <https://doi.org/10.1007/s10257-023-00659-7>
- Bibby, Andrew. (2015). *Cooperatives with multi-stakeholder membership: Learning from the experience of an early British experiment* [Paper]. Committee on Cooperative Research ICA. <http://www.andrewbibby.com/pdf/Cooperatives%20with%20multistakeholder%20membership.pdf>
- El Aarroumi, A. (2021). Coordination in multi-stakeholder cooperatives as a form of cooperatives with heterogeneous members: A conventionalist approach [Paper]. ESCA School of Management, Casablanca. <https://www.iseor-formations.com/pdf/ACTESCOLMCD2021/EL%20AARROUMI.pdf>
- Firmanzah. (2015). *Collaborative Economy*. Sindonews.com. <https://nasional.sindonews.com/berita/1004930/18/collaborative-economy>
- Girard, J. P. (2009). Solidarity cooperatives (Quebec, Canada): How social enterprises can combine social and economic goals. In A. Noya (Ed.), *The Changing Boundaries of Social Enterprises* (pp. 229-272). Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD).
- Irving, R. (2023). *Sustainability in football: The community ownership model* [Ph.D. Thesis, University of London]. BIROn - Birkbeck Institutional Research Online.
- Leviten, C., & Fairbairn, B. (2011). Multi-stakeholder governance in cooperative organizations: Toward a new framework for research? *Canadian Journal of Nonprofit and Social Economy Research* 2(2), 25–36.
- Lund, M. (2011). *Solidarity as a business model: A Multi-stakeholder cooperatives manual*. Cooperative Development Center at Kent University.
- Lund, M., & Novkovic, S. (2023). Multistakeholder cooperatives. In M. Elliott & M. Boland (Eds.), *Edward Elgar Handbook on cooperatives and mutuals* (pp. 531-548).
- Mähönen, J. (2018). Financing sustainable market actors in circular economy. *SSRN Electronic Journal* 2018. DOI:[10.2139/ssrn.3273263](https://doi.org/10.2139/ssrn.3273263).
- Mannan, M., & Schneider, N. (2021). Exit to Community: Strategies for Multi-

- stakeholder Ownership in the Platform Economy. *Georgetown Law Technology Review* 5(1), 1-71.
- Maroua, B. (2015). The impact of the multi-stakeholders governance on the performance of cooperative banks: Evidence of European Cooperative Banks. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 195, 713-720.
- Matson, J., & Shaw, J. (2014). Sandhills farm to table. *Journal of Food Distribution Research* 45(3), 26-34. <https://www.fdrsinc.org/wp-content/uploads/2014/12/JFDR-3-Sandhills.pdf>
- McCann, D., & Yazici, E. (2018). *Disrupting together the challenges (and opportunities) for platform co-operatives*. New Economic Foundation.
- Menke, J. D. (2010). The origin and history of the ESOP and its future role as a business succession tool. *Journal of Financial Service Professionals* May 2010, 58-67.
- Münkner, H. H. (2004). Multi-stakeholder co-operatives and their legal framework. In C. Borgaza & R. Spear (Eds.), *Trends and Challenges for Co-operatives and Social Enterprises in Developed and Transition Countries* (pp. 49-81). Trento.
- Novkovic, S. (2019). Multi-stakeholder cooperatives as a means for jobs creation and social transformation. In [B. Roelants](#), [H. Eum](#), [S. Esim](#), [S. Novkovic](#), & [W. Katajamäki](#) (Eds.), *Cooperatives and the world of work* (1st ed.) (pp. 220-223). Routledge.
- Opolis. (2024). *DAO coop white paper*. <https://opolis.co/wp-content/uploads/2024/02/Opolis - DAO Coop White Paper.pdf>
- Park, J. (2021). *Financial mechanisms for innovative social and solidarity economy ecosystems: The case of the Republic of Korea*. International Labour Office. https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/@emp_ent/@coop/documents/publication/wcms_829911.pdf
- Putra, F. (2018). *Startup coop, koperasi generasi milenial*. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/10/31/125742026/start-up-co-op-koperasi-generasi-milenial?page=all>
- Putra, F., & Puspasari, N. (2019, Nov. 7-9). *Startup coop sebagai inovasi model koperasi di Indonesia: Sebuah gagasan dan praktik awal* [Makalah presentasi]. Platform Cooperativism Conference, New York.
- Putra, F. (2020). *Perlu diskresi untuk Koperasi Multi Pihak*. <https://money.kompas.com/read/2020/11/25/195436126/perlu-diskresi-untuk-koperasi-multipihak?page=all>
- Putra, F. (2021). *Superman Syndrome, Korporatisasi Usaha Mikro dan Koperasi Multi Pihak*. <https://money.kompas.com/read/2021/12/14/143741226/superman-syndrome-korporatisasi-usaha-mikro-dan-koperasi-multi-pihak?page=all>

- Putra, F. (2022, Aug. 22). *Sejarah, model, kontekstualisasi dan prospek Koperasi Multi Pihak di Indonesia* [Makalah]. Pengayaan perumusan RUU Perkoperasian. Jakarta.
- Putra, F. (2023). *Relevansi Koperasi Multi Pihak bagi perusahaan media*. <https://icci.id/2023/01/15/relevansi-koperasi-multi-pihak-bagi-perusahaan-media/>
- Putra, F. (2024). *Mengapa Koperasi Multi Pihak lahir?* <https://icci.id/2024/05/04/mengapa-koperasi-multi-pihak-lahir/>
- Sacchetti, S., & Birchall, J. (2019). The comparative advantages of single and multi-stakeholder cooperatives: Reflections for a research agenda. *Journal of Entrepreneurial and Organizational Diversity* 7(2), 87-100.
- Sibille, H. (2012). Contexte et genèse de la création des sociétés coopératives d'intérêt collectif (Scic). *Revue Internationale de Léconomie Sociale* 324, 110–117.
- Signori, S., & Rusconi, G. (2009). Ethical thinking in traditional Italian "Economia Aziendale" and the stakeholder management. *Journal of Business Ethics* 89(Suppl. 3), 303-318.
- Simmonds, M. (2013). *An overview of the use of community finance in CSA in England* [Presentation]. Co-op Culture. <https://www.coopalternatives.coop/wp-content/uploads/2013/10/CSA-Community-Investment-Presentation.pdf>
- Thomas, F. (2017). The emergence of multi-stakeholder co-operatives in the movement of farm machinery co-operatives (CUMAs) in France. In F. Thomas (Ed.), *The Oxford Handbook of Mutual, Cooperative and Co-Owned Business* (pp. 499-51). Oxford University Press.
- Turnbull, S. (2000, November 16). *Why unitary boards are not best practice: A case for compound boards*. The First European Conference on Corporate Governance. Leuven, Belgium.
- Vézina, M., & Girard, JP. (2014). Multi-stakeholder co-operative model as a flexible sustainable framework for collective entrepreneurship: An international perspective. In Gijssels, C., Zhao, L., & Novkovic, S. (Eds.), *Co-operative Innovations in China and the West*. Springer.
- Vivian, H. (1906). *Labour co-partnership in practice* [Paper]. Labour Co-Partnership Association.
- Voinea, A. (2019). *Hebden Bridge pays tribute cooperative history*. <https://www.thenews.coop/hebden-bridge-pays-tribute-co-operative-history/>
- Yiapanas, G., Thrassou, A., & Vrontis, D. (2024). The contemporary football industry: A value-based analysis of social, business structural and organisational stakeholders. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 37(2), 552-585.

Koperasi Multi Pihak Sektor Pertanian untuk Kesejahteraan Petani dan Kedaulatan Pangan

Adri Istambul Lingga Gayo Sinulingga

Pendahuluan

Sebagai negara agraris, sebagian besar penduduk Indonesia bekerja sebagai petani, tinggal di pedesaan, dan bergantung pada sektor pertanian sebagai mata pencaharian utamanya. Sektor pertanian merupakan komponen ekonomi nasional yang sangat penting dan strategis, karena mempekerjakan jutaan orang, menjadi komponen signifikan dalam produk domestik bruto (PDB), dan sangat potensial untuk meningkatkan pendapatan negara melalui ekspor.

Jelas, pertanian menjadi tulang punggung ekonomi nasional dan menopang kehidupan penduduk pedesaan. Berbeda dari perekonomian negara maju, pertumbuhan dan perkembangan ekonomi negara berkembang umumnya masih bergantung pada sektor pertanian. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) per Agustus 2022, dari 135,3 juta penduduk yang bekerja, 29,96% bekerja di sektor pertanian. Berarti, jumlah petani di negara ini mencapai kurang lebih 40,64 juta orang. Sementara itu, data statistik per Februari 2024 menunjukkan bahwa sektor pertanian memiliki pertumbuhan sebesar 1,30 persen sedangkan distribusinya sendiri tumbuh sebesar 11,53 persen. Sektor pertanian tak bisa diabaikan sebagai komponen penting di dalam pertumbuhan perekonomian nasional Indonesia.

Oleh karena itu, peningkatan produktivitas dan daya saing para pelaku sektor pertanian perlu dilakukan, misalnya melalui perbaikan kualitas pengelolaan sumber daya alam, tenaga kerja, permodalan, pengetahuan dan keterampilan agar mampu menghasilkan produk pertanian secara efektif dan efisien. Salah satu cara terbaik untuk membangun usaha tani bersama-sama adalah dengan pemantapan jiwa entrepreneurship (kewirausahaan) dan bergabung dalam badan usaha Koperasi.

Kebijakan nasional untuk meningkatkan usaha tani sudah ditetapkan sejak tahun 1973, yaitu diberlakukannya Instruksi Presiden Republik Indonesia (Inpres) Nomor 4 Tahun 1973 tentang Pedoman Mengenai Pengaturan dan Pembinaan Unit Desa. Motor utama peningkatan usaha tani adalah pendirian Koperasi Unit Desa (KUD). Menurut pasal 1 Inpres tersebut, Koperasi Unit Desa (KUD) adalah suatu kesatuan agro ekonomis dari masyarakat desa dalam suatu wilayah, yang memiliki fungsi-fungsi penyuluhan pertanian, perkreditan, penyaluran sarana produksi, pengolahan dan pemasaran hasil pertanian. KUD dibentuk dan dibina dalam rangka program peningkatan produksi pertanian, khususnya produksi pangan, melalui usaha-usaha intensifikasi dan pengembangan perekonomian masyarakat desa. Melalui KUD inilah taraf hidup masyarakat desa pada umumnya dan para petani produsen khususnya dapat ditingkatkan.

Sebagai badan usaha ekonomi yang menghimpun para petani, Koperasi Unit Desa (KUD) dapat dikelola secara profesional seperti pengelolaan badan-badan usaha ekonomi lainnya (perusahaan swasta ataupun BUMN), meskipun harus tunduk pada prinsip-prinsip perkoperasian. Stratanya berupa Koperasi Unit Desa (KUD) di tingkat primer, Pusat Koperasi Unit Desa (PUSKUD) di tingkat sekunder, dan Induk Koperasi Unit Desa (INKUD) di tingkat tersier.

Dalam sejarah masa kejayaannya, Koperasi Unit Desa (KUD) berperan sangat penting dalam pengembangan ekonomi kerakyatan dan ekonomi pedesaan, terutama sektor pertanian, pada kurun waktu tahun 1973 – 1997. Koperasi Unit Desa (KUD) menjadi mitra strategis pemerintah dan petani, terutama menghindarkan petani dari permainan harga para tengkulak, pinjaman berbunga tinggi, mempersingkat mata rantai jalur distribusi pembelian bahan dan penjualan produk, memperluas akses pasar, dan meningkatkan akses permodalan dari perbankan. Pertumbuhan KUD menjadi semakin pesat setelah dikeluarkan Inpres Nomor 2/1978 tentang Badan Usaha Unit Desa/ Koperasi Unit Desa (BUUD/KUD). Pemerintah berupaya untuk lebih mengembangkan lagi KUD dengan cara mentransformasikan KUD dari koperasi yang bertujuan hanya pada urusan pertanian (single-purpose) menjadi koperasi serba usaha (multi purpose). Fungsi KUD menjadi lebih luas, meliputi antara lain: (a) perkreditan, (b) penyediaan dan penyaluran sarana produksi, penyediaan barang-barang keperluan sehari-hari dan jasa-jasa lainnya, (c) produksi (pengolahan) dan pemasaran hasil produksi, dan (d) kegiatan-kegiatan ekonomi lainnya yang terkait. Periode tahun 1973 – 1978 merupakan periode perkembangan KUD tertinggi dengan tingkat pertumbuhan sebesar 88,23%. Kondisi tersebut berbanding terbalik dengan jumlah koperasi non-KUD yang mengalami penurunan sebesar 26,27% akibat proses peleburan/amalgamasi koperasi-koperasi di pedesaan menjadi KUD. Sayangnya, peran koperasi umumnya dan peran KUD khususnya merosot sejak krisis ekonomi 1997.

Merosotnya Peran Koperasi Akibat Krisis Ekonomi 1997 dan Harapan untuk Revitalisasi

Konsekuensi kerjasama dengan IMF pasca krisis moneter 1997 adalah pencabutan subsidi-subsidi dalam perekonomian disertai liberalisasi ekonomi yang berorientasi pada pasar bebas. Memang, pemerintah menerbitkan Inpres No 18/1998 tentang Peningkatan Pembinaan dan Pengembangan Perkoperasian yang memberikan keleluasaan kepada masyarakat untuk mendirikan koperasi sesuai aspirasi dan kebutuhan untuk mengembangkan usahanya. Namun justru karena keleluasaan itu, KUD bukan lagi menjadi fokus koperasi satu-satunya yang berada di pedesaan, dan akibatnya jumlah KUD mengalami penurunan pertumbuhan sekitar 25%. KUD yang selama ini mendapatkan pendekatan top down oleh pemerintah tidak mampu bertahan dalam persaingan bebas (free fight liberalism) dan mengalami kesulitan dalam menjalankan aktivitas usahanya. Dampak terberat yang dialami dan dirasakan oleh KUD adalah pencabutan hak monopoli dan penyusutan fasilitas dana kredit lunak untuk pangan, pupuk dan bibit.

Menurunnya kontribusi koperasi, khususnya KUD, telah lama menjadi perhatian pemerintah dan menumbuhkan inisiatif untuk melakukan revitalisasi koperasi. Revitalisasi Koperasi Unit Desa (KUD) pada dasarnya melibatkan lima hal, yaitu: kebijakan pembangunan masyarakat pedesaan yang berorientasi koperasi pertanian modern, reformasi organisasi dan usaha KUD pro-bisnis dan digitalisasi, penguatan sumber daya manusia (SDM) KUD yang profesional, pengembangan kerjasama KUD dengan menjalin kemitraan dengan perusahaan swasta dan BUMN, dan pengembalian citra KUD sebagai entitas badan usaha yang profesional, bukan sebagai lembaga sosial yang bercitra lemah apalagi lembaga bercitra buruk sebagaimana singkatan KUD yang diplesetkan sebagai ‘Ketua Untung Dulu’ atau lembaga bercitra buruk akibat salah-pengelolaan lainnya.

Koperasi pertanian diharapkan dapat membantu petani dalam memperbaiki kualitas produk sekaligus memperbaiki sistem pasok pangan, sehingga koperasi turut berperan dalam memperkuat ketahanan pangan dan meningkatkan kesejahteraan petani. Secara operasional, koperasi pertanian diharapkan menjadi tempat untuk mengusahakan kebutuhan usaha tani seperti pembelian bibit dan pupuk, pemberantasan hama, pengadaan alat-alat pertanian, pengolahan hasil pertanian, pemberian kredit, dan pengusahaan pasar penjualan hasil pertanian. Melalui koperasi pertanian, rantai pasok (supply chain) pangan yang panjang dan rumit dapat diperpendek dan disederhanakan, dimana konsolidasi akses langsung ke pasar dapat dinikmati petani-petani yang hanya mengolah lahan kecil dan sempit. Jelas, koperasi pertanian akan membantu meningkatkan daya tawar (purchasing power) petani di pasar ketika membutuhkan bibit dengan kualitas yang seragam dan juga membantu penyusunan prosedur operasional standar (POS) lahan anggota yang disesuaikan dengan karakteristik daerah.

Perlunya Revitalisasi Menjadi Koperasi Multi Pihak (KMP)

KUD yang mati suri atau hidup pun bagaikan kerakap tumbuh di batu, hidup segan mati tak mau, berharap direvitalisasi melalui transformasi fungsi dan kelembagaan menjadi Koperasi Multi Pihak (KMP). Dengan terbitnya Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor 8 Tahun 2021 tentang Koperasi dengan Model Multi Pihak yang berlaku sejak April 2022, masyarakat bisa mendirikan atau mengubah koperasi yang sudah ada menjadi Koperasi Multi Pihak (KMP) melalui perubahan anggaran dasar. Koperasi Multi Pihak (KMP) adalah model koperasi yang menyatukan berbagai pihak yang terlibat dalam suatu bisnis di bawah satu payung koperasi. Berbeda dari koperasi konvensional yang anggotanya seragam, KMP dimiliki dan dikendalikan oleh lebih dari satu jenis anggota, mulai dari konsumen, produsen, pekerja, hingga investor. Inisiatif pendirian KMP merupakan respons terhadap perkembangan teknologi, banyaknya peluang dan tumbuhnya inovasi, sehingga kerap didorong untuk didirikan di sektor digital. Namun, KMP dapat beroperasi di sektor manapun, termasuk sektor pertanian.

Di sektor pertanian dan turunannya, semangat untuk mendirikan KMP menjadi ekosistem yang efektif bagi kolaborasi antara pihak-pihak yang relevan, mulai dari petani, pengepul, penjual, hingga konsumen, dimana peran, kontribusi, hak dan kewajiban masing-masing anggota dapat disepakati bersama. Kolaborasi memungkinkan petani untuk mendapatkan keuntungan atau nilai tambah (value added) yang lebih besar, karena melalui proses tata niaga yang adil, mereka dengan keunggulan kompetitifnya (competitive advantage) dapat bersaing secara sehat. Anggota-anggota KMP yang memiliki latar belakang beragam juga dapat menambah kapasitas yang belum dikuasainya, seperti pengolahan produk, kewirausahaan (entrepreneurship), keahlian-keahlian tertentu, dan perluasan akses pasar baik pasar domestik maupun pasar global.

Menurut Burhanuddin Abdullah (2011), pembangunan koperasi pertanian yang kuat untuk memajukan ekonomi rakyat di pedesaan perlu memperhatikan empat pokok pikiran. Pertama, penggiat atau penggerak koperasi harus mempunyai keyakinan kuat bahwa berkoperasi adalah solusi tepat bagi permasalahan ekonomi. Jika kepercayaan tersebut tidak dimiliki penggiat koperasi, maka mustahil tujuan berkoperasi dapat tercapai. Karena itu, kepercayaan yang dimiliki itu pula yang menjadi sumber penyemangat bagi gerakan selanjutnya. Kedua, penggerak koperasi harus pandai memanfaatkan sistem dan mekanisme yang berjalan sesuai dengan peraturan yang berlaku, bahkan sampai pada kegiatan yang sangat terperinci. Karena, profesionalisme menuntut ketekunan ketika menghadapi kesulitan di tingkat detail metode dan mekanisme, misalnya ketika memanfaatkan teknologi informasi dengan sistem informasi manajemen dan platform berbasis digital. Ketiga, gerakan koperasi hendaklah mengurangi ketergantungan terhadap ketokohan. Fokus terhadap sistem yang telah disepakati bersama harus menjadi perhatian utama semua unsur gerakan perkoperasian. Diakui, tokoh memang penting untuk menyemangati gerakan perkoperasian dalam perjalanannya. Tapi ketokohan mempunyai batas waktu, sehingga perkoperasian tidak dapat terus menerus bertopang pada ketokohan itu. Dan keempat, kepercayaan antar anggota menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari sistem perkoperasian. Jika tingkat kepercayaan antar anggota tinggi, maka koperasi akan berjalan sebagaimana mestinya.

Bentuk-Bentuk Kolaborasi Usaha Tani Bersama (*Cooperative Farming*)

Memang upaya untuk membangun kolaborasi usaha tani bersama-sama tidak lah tunggal bentuknya. Menurut Mustofa Marli Batubara (2012), ada empat bentuk utama pendekatan kolaboratif untuk usaha tani bersama-sama (cooperative farming), yaitu:

- (1) ***a joint farming***, suatu bentuk kolaborasi di antara daerah pertanian kecil-kecilan yang bila diselenggarakan sendiri-sendiri tidak ekonomis. Pengerjaan atas tanah milik kecil-kecilan ini akhirnya diserahkan kepada koperasi, sehingga dimungkinkan untuk mengerjakannya dengan lebih efisien.
- (2) ***Collective Farming***, suatu bentuk kolaborasi yang berbeda dari joint farming, karena tanah pertanian pada collective farming dikuasai oleh perkumpulan.

Tanah ini dapat berupa tanah milik atau tanah sewa. Perkumpulan mengeluarkan seluruh biaya produksi dan menanggung semua resiko rugi/laba, sedangkan para anggota perkumpulan merupakan pekerja yang mengolah tanah bersama-sama dan mendapatkan upah sesuai dengan jasa produksinya.

- (3) **Kolchoz'**, suatu bentuk kolaborasi dimana tanah yang diusahakan adalah milik negara, sedangkan petani hanyalah mempunyai hak usaha meskipun bisa untuk selamanya. Karena milik negara, bisa juga dikatakan bahwa tanah pertanian itu milik bersama. Petani anggota Kolchoz memiliki kewajiban untuk membayar semacam simpanan pokok dan tiap keluarga petani masih diperkenankan memiliki juga sebidang tanah seluas seperempat sampai satu hektar dan beberapa ekor ternak untuk memenuhi kepentingan sendiri. Adapun alat-alat pertanian seperti traktor, pembajak dan lain-lain merupakan milik negara dan tiap-tiap anggota Kolchoz dapat menyewa alat-alat tersebut untuk bertani. Keuntungan yang dicapai Kolchoz dibagi kepada anggotanya secara adil berdasarkan pertimbangan kecakapan dan kegiatan masing-masing. Bisa dikatakan bahwa Kolchoz lebih bersifat perusahaan negara daripada koperasi. Pimpinan Kolchoz dipegang oleh petugas pemerintah sedangkan operasional Kolchoz harus tunduk pada petunjuk dan menyesuaikan diri dengan rencana Pemerintah. Sebagian dari hasil Kolchoz harus dijual kepada Pemerintah dengan harga jual tertentu sementara sebagiannya lain dapat dipergunakan untuk biaya pemeliharaan alat-alat, gudang dan perbaikan-perbaikan yang diperlukan. Kolchoz ini pernah beroperasi di bekas negara Union of Soviet Socialist Republics (USSR).
- (4) **Commune**, suatu bentuk kolaborasi di negeri Cina dengan organisasi yang sangat mirip dengan Kolchoz. Dalam Commune terdapat kolektivisasi yang lengkap. Mula-mula tanah adalah milik perseorangan, kemudian diadakan land-reform, dibentuk tim-tim kerja, dan selanjutnya dilakukan penggabungan tanah yang kemudian dikelola bersama dengan proses yang cepat.

Perkembangan Koperasi Pertanian di Israel dan Jepang

Di Israel, koperasi pertanian ada dua model, yaitu Kibbutz dan Moshav. Anggota Kibbutz menyebut dirinya sebagai Kibbutzin dan anggota Moshav menyebut dirinya sebagai Moshavist. Kibbutz adalah sebuah permukiman berbasis koperasi pertanian yang diatur sangat ketat. Mereka tinggal bersama dan bekerja bersama di koperasi, artinya semuanya pekerja koperasi. Aturan mainnya adalah bekerja keras dan menyerahkan semua hasilnya ke koperasi. Melalui koperasi, setiap orang diatur untuk mendapatkan bagian secukupnya sesuai kebutuhan riilnya. Jika ada kelebihan dari keuntungan, sesuai kesepakatan bersama, kelebihan itu direinvestasikan atau ditambahkan sebagai modal tambahan untuk koperasi. Ternyata akumulasi dana cadangan (reserve fund) koperasi sering kali terus membesar, sehingga mereka mendirikan perusahaan investasi yang bahkan kemudian mampu membeli perusahaan di berbagai negara dan perusahaan lintas negara (multinational corporation) yang

akibatnya terus-menerus mengalirkan keuntungan kepada mereka, kepada individu warga Israel, tanpa mereka sendiri harus bekerja. Jadi, koperasi berhasil mendorong berbagai kemajuan masyarakat dan negara Israel. Keuntungan yang dihasilkan koperasi mampu membiayai riset di semua aspek kehidupan dan bahkan membiayai kantor lobi di hampir setiap negara untuk memenangkan berbagai kepentingan mereka. Salah satu prinsip hidup para Kibbutzin adalah bahwa mereka merasa tidak punya apa-apa sehingga mereka harus menguasai apapun juga.

Sementara itu, koperasi pertanian model Moshav di Israel diatur lebih longgar. Setiap individu adalah petani keluarga yang bebas namun tetap bekerja dengan prinsip koperasi. Mereka mendapatkan bagian dari koperasinya sesuai dengan besarnya investasi di koperasi dan juga besarnya transaksi di koperasi. Moshav inilah yang lebih cocok disebut sebagai dasar tumbuhnya sebuah tata aturan desa yang diatur dalam konsep koperasi multi-tujuan (multi-purpose). Desa adalah koperasi dan koperasi adalah desa. Desa disini harus dipahami dalam artinya sebagai komunitas. Untuk memudahkan pemahaman, bisa dikatakan bahwa orang yang tinggal di desa adalah anggota koperasi Moshav. Seseorang yang merupakan anggota koperasi multi-tujuan dan multi-pihak disebut Moshavist. Layanan yang tersedia di desa tidak berbeda dari layanan masyarakat kota untuk berbagai aktivitas, seperti layanan pendidikan, kebudayaan, perpustakaan, olahraga, kesehatan, kepemudaan, berkebun, agama, jalan raya, kebersihan, penerangan umum dan fasilitas usia tua. Kepala Moshav dan kepala desa adalah orang yang sama. Perbincangan tentang masalah desa sama saja dengan perbincangan masalah koperasi. Beberapa prinsip dasar pembangunan masyarakat dan pengorganisasiannya merupakan prinsip-prinsip yang diturunkan dari nilai nilai koperasi yang universal seperti keadilan, solidaritas, kepedulian dan lain lain. Tujuan utama Moshav adalah secara maksimal menciptakan hubungan sosial dan kesejahteraan berdasarkan keinginan masyarakat desa sendiri. Partisipasi dalam kegiatan masyarakat dan memecahkan persoalan harus sukarela, berdasarkan kemauan mereka sendiri, dan berlaku untuk semua aspek kehidupan masyarakat. Salah satu penentu keberhasilan Moshav adalah semangat sosialismenya, dimana baik Moshav secara keseluruhan maupun anggotanya secara individual, selalu siap untuk datang membantu setiap anggota yang mengalami masalah material, masalah sosial dan masalah keluarga. Setiap anggota merasa bertanggung jawab bersama-sama atas semua transaksi keuangan yang dilakukan oleh Moshav/Desa. Mereka yakin bahwa penanggung jawab keuangan Moshav yang disebut Mocha merupakan orang jujur yang terpilih dan dapat diandalkan untuk memenuhi secara efektif kewajiban pekerjaannya. Baik Kibbutz maupun Moshav memiliki prinsip kerja koperasi yang sebetulnya sama. Kedua model koperasi pertanian inilah yang melatar belakangi fondasi dasar bekerjanya penyelenggaraan negara Israel. Saat ini Kibbutz dan Moshav tidak hanya berfungsi sebagai koperasi pertanian tetapi juga menjadi basis industri pariwisata yang menarik bagi wisatawan asing.

Di Jepang, ada Zen Noh yang merupakan koperasi terbesar di dunia dari 300 koperasi yang di-ranking lembaga International Co-operative Alliance (ICA). Dengan basis pertanian, jejaring Zen Noh telah merambah ke berbagai bisnis yang menjangkau banyak negara. Padahal koperasi ini baru dibentuk pada tahun 1972, jauh lebih muda umurnya dibandingkan koperasi-koperasi raksasa di Eropa dan Amerika Serikat. Para petani Jepang, memiliki posisi tawar yang luar biasa kuat dalam konstelasi ekonomi dan politik di negaranya. Sudah menjadi pengetahuan umum di kalangan masyarakat Jepang bahwa berbagai komoditi pertanian yang dihasilkan petaninya jauh lebih mahal ketimbang komoditi sejenis dari negara lain. Namun mereka yakin bahwa produk yang dihasilkan petani Jepang lebih unggul mutunya dibanding produk dari negara lain. Pemerintah Jepang tidak bisa sembarangan mengimpor komoditi hasil pertanian tanpa persetujuan petani Jepang. Lengsernya menteri untuk urusan pertanian lantaran mengabaikan aspirasi petani sudah merupakan hal yang biasa dan wajar terjadi di Jepang. Petani Jepang memiliki kekuatan politik luar biasa karena mereka kompak bersatu dalam badan usaha koperasi pertanian. Soliditasnya bukan cuma ditunjukkan untuk menekan secara politik, namun juga dalam memberikan nilai tambah dan mengembangkan jaringan bisnis industri pertaniannya. Semuanya itu bisa terjadi lantaran para petani Jepang bersatu dalam koperasi.

Mendesaknya Pengembangan KMP Sektor Pertanian di Indonesia

Belajar dari pengalaman sukses pengembangan koperasi pertanian di Indonesia sepanjang tahun 1973-1978 dan pengembangan koperasi pertanian di Israel dan Jepang, sudah saatnya mendesak pemerintah untuk segera membuat program strategis pengembangan koperasi berbasis pertanian dan pangan dengan menjadikan KUD sebagai Koperasi Multi Pihak. Diharapkan, dengan langkah strategis tersebut akan tercipta koperasi kelas dunia seperti halnya koperasi pertanian di Jepang yang mampu membangun pabrik pascapanen yang maju dan dapat mengekspor produknya ke banyak negara. Yuyun Wirasmita (2005) mengungkapkan bahwa pendirian dan pengembangan koperasi menjadi usaha yang besar, kuat, sehat dan mandiri perlu dimulai dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- (1) Memastikan *feel need* atau adanya kebutuhan anggota koperasi yang sifatnya permanen, bukan sementara, dan dapat diusahakan pemenuhannya oleh koperasi. Ini merupakan kunci sukses koperasi yang dicintai anggota, sebab perasaan membutuhkan akan mendorong partisipasi aktif dan loyal dari anggotanya. Loyalitas anggota untuk memodali dan menggunakan usaha koperasi akan mendatangkan keuntungan bagi kesejahteraan bersama.
- (2) Menguatkan posisi strategis anggota koperasi dengan identitas gandanya (*dual identity*). Anggota koperasi adalah pemilik yang berkewajiban memberikan modal untuk usaha koperasi dan sekaligus pelanggan usaha koperasi. Peran ganda anggota ini memberi nilai lebih untuk menciptakan sistem usaha siklus tertutup sesuai dengan konsep dasar koperasi bahwa usaha koperasi terutama beroperasi pada *captive market* atau beroperasi terutama untuk memenuhi kebutuhan anggota-anggotanya sendiri.

Kelemahan gerakan koperasi di Indonesia saat ini adalah belum terbangunnya economic community yg menempatkan anggota pada peran ganda tersebut.

- (3) Memperkuat cooperative effect dengan mengupayakan nilai lebih sistem pengelolaan koperasi dari pelayanan dan penyediaan kebutuhan anggota yang murah, tepat, cepat dan berkualitas. Ini bisa dicapai koperasi jika ada komitmen kuat anggota-anggotanya untuk bergotong-royong membangun pemenuhan kebutuhan ekonomi secara bersama-sama.
- (4) Menyelenggarakan pendidikan perkoperasian kepada anggota-anggota koperasi untuk membangun komitmen bersama dalam pemenuhan ekonomi yang bernilai tambah tinggi. Konsep membiayai bersama (joint financing), membeli bersama (joint buying) dan menjual bersama (joint selling) harus bisa diterapkan dalam berkoperasi. Pendidikan harus mampu menumbuhkan kesadaran untuk kebersamaan dan bertanggungjawab bersama atas operasional koperasi.

Pentingnya pengembangan koperasi umumnya dan koperasi pertanian khususnya tak terbantahkan, karena merupakan konsekuensi dari amanah konstitusi Undang-Undang Dasar 1945 pasal 33 ayat 1 yang secara tegas menyatakan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan, dan salah satu lembaga yang tepat merepresentasikannya adalah koperasi. Koperasi seharusnya menjadi sokoguru perekonomian bangsa. Pengembangan Koperasi Multi Pihak (KMP) di sektor pertanian sangat menjanjikan untuk meningkatkan kesejahteraan petani sekaligus menopang kedaulatan pangan di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Abdullah, B. (2011). Pengembangan Koperasi Pertanian. RAT Induk KUD (INKUD).
- Batubara, M.M. (2012). Koperasi Pertanian. Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Masyhuri, M. (2010). Revitalisasi KUD untuk Penguatan Lembaga Sosial Ekonomi di Pedesaan. *Jurnal Pangan*, 19(2), 119-126. <https://doi.org/10.33964/jp.v19i2.123>
- Pramudya, N. (2020). Mengenai Koperasi Unit Desa (KUD). Pixelindo.
- Röpke, J. (2000). Ekonomi Koperasi. Salemba Empat.
- Suroto. (2021, October 23). Desa, Pertanian dan Koperasi Israel. telusur.co.id. <https://telusur.co.id/detail/desa-pertanian-dan-koperasi-di-israel>
- Wirasmita, Y. (2005). Penemuan Kembali dan Revitalisasi Kaidah-Kaidah Koperasi dalam Usaha Mencapai Keunggulan Kompetitif. *Graha Ilmu*.
- Wulandari, S. (2021). KUD Sebagai Badan Usaha Bagi Petani Sesuai Dengan Unsur Kearifan Lokal. *Perspektif*, 26(3), 210-215. <https://doi.org/10.30742/perspektif.v26i3.802>

Efektivitas Peran Pemerintah dalam Pembinaan Perkoperasian di Indonesia

Untung Tri Basuki

Pendahuluan

Pembahasan mengenai peranan pemerintah dalam pembinaan perkoperasian nampaknya belum banyak dilakukan oleh para penulis dan akademisi yang tertarik pada bidang perkoperasian. Meskipun demikian, topik ini sering dibicarakan dalam diskusi-diskusi di kalangan terbatas. Perbincangan mengenai peranan pemerintah dalam bidang perkoperasian seringkali membuat merah telinga para birokrat yang ada di pemerintahan. Koperasi di Indonesia memang belum berkembang sebagai sokoguru perekonomian nasional sebagaimana diharapkan oleh konstitusi dan Undang-Undang Perkoperasian. Data pada Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KemenkopUKM) tahun 2022 menunjukkan bahwa jumlah koperasi di Indonesia adalah 130.354 koperasi yang kontribusinya pada Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 5,1 persen. Namun bukan tidak mungkin kontribusi koperasi terhadap PDB pada kenyataannya jauh lebih kecil dari data resmi tersebut. Ada kalangan yang mengatakan bahwa koperasi di Indonesia condemned to be small. Menurut Suroto (2023), koperasi tidak dikembangkan secara natural, namun dikembangkan sebagai proyek pembinaan yang justru berarti pembinasaaan. Kebijakan pemerintah masih mewarisi watak kolonial dalam pengembangan koperasi. Pemerintah belum berhasil menjalankan perannya dalam pembinaan koperasi agar prospektif menjadi sokoguru perekonomian nasional atau setidaknya memberi harapan ke arah itu. Dalam rangka membedah peran pemerintah, regulasi yang mengatur peran pemerintah dalam pembinaan perkoperasian dan efektivitas dalam implementasinya perlu ditinjau.

Menurut Pasal 33 ayat (1) UUD 1945, perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan. Di bagian penjelasan atas Pasal 33 ayat (1) UUD 1945 asli, sebelum diamandemen, dinyatakan bahwa bangun perusahaan yang sesuai dengan perekonomian seperti itu adalah koperasi. Sedangkan pengertian koperasi menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian adalah suatu badan usaha atau perusahaan yang dalam melaksanakan kegiatannya berlandaskan pada prinsip-prinsip koperasi. Berbeda dari badan usaha lainnya, koperasi memiliki keunggulan sosial karena operasionalnya berbasiskan orang-orang yang menjadi anggotanya dan mengutamakan pemberdayaan orang-orang yang menjadi anggotanya. Artinya, koperasi dibentuk oleh anggota-anggotanya dan melakukan kegiatan untuk memenuhi kepentingan ekonomi, sosial dan budaya anggotanya. Sesuai dengan rumusan tentang jati diri koperasi menurut International Cooperatives Alliance (ICA) di Manchester, Inggris, tahun 1995, koperasi adalah perkumpulan otonom dari orang-orang yang secara sukarela bersatu untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi ekonomi, sosial, dan budaya dengan bersama-sama membentuk perusahaan yang mereka miliki bersama dan mereka kendalikan secara

demokratis. Jadi, selain mempunyai motif ekonomi, pendirian koperasi memiliki motif sosial dan budaya.

Koperasi diharapkan dapat membangun dirinya sendiri secara otonom sesuai dengan prinsip kemandirian. Namun lemahnya daya bangun internal dan kuatnya tekanan struktural sistem ekonomi eksternal yang tidak kondusif untuk perkembangan koperasi, membuat intervensi melalui penetapan peraturan dan kebijakan pembinaan koperasi sangat dibutuhkan. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, Bab VII, Pasal 60, 61, 62, 63 dan 64 mengatur pembinaan yang perlu dilakukan pemerintah untuk membangun dan mengembangkan koperasi di Indonesia. Sehubungan dengan itu, kebijakan turunan untuk pembangunan koperasi perlu disusun secara konseptual, sistematis dan berkelanjutan oleh Pemerintah untuk memastikan implementasinya. Pertanyaannya kemudian, bagaimana peran nyata pemerintah dalam mengimplementasikan peraturan dan kebijakan pembinaan koperasi selama ini dan bagaimana efektivitasnya? Untuk menjawab pertanyaan ini, perlu dilakukan peninjauan melalui pendekatan sosiologi hukum terhadap peran pemerintah dalam pemberdayaan koperasi dan upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan efektivitas peraturan perundang-undangan yang mengatur peran pemerintah dalam pembinaan koperasi.

Peninjauan terhadap upaya untuk meningkatkan efektivitas peraturan perundang-undangan yang mengatur peran pemerintah dalam pembinaan koperasi di Indonesia, memerlukan pertimbangan pada faktor-faktor yang potensial mempengaruhi efektivitas penegakan hukum. Menurut Soekanto (1985), dalam perkembangan ilmu hukum dan praktek hukum, seringkali timbul masalah yang menyangkut kebenaran kaidah hukum dan efektivikasi kaidah hukum. Salah satu fungsi hukum sebagai suatu kaidah adalah membimbing perilaku manusia. Suatu sikap tindak atau perilaku hukum dianggap efektif apabila sikap tindak itu menuju pada tujuan yang dikehendaki, yaitu patuh terhadap kaedah hukum. Namun dalam kenyataannya, seringkali orang tidak mengacuhkan kaedah hukum atau bahkan melanggarnya secara terang-terangan. Soekanto dan Abdullah (1987) menguraikan bahwa berlakunya kaidah hukum secara baik harus memenuhi 3 syarat, yaitu berlaku secara yuridis, berlaku secara sosiologis dan berlaku secara filosofis. Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi efektivitas atau berfungsinya kaidah hukum meliputi: kaidah hukum/ peraturan itu sendiri, petugas/ penegak hukum, fasilitas atau sarana, dan masyarakat. Jadi, efektivitas peran pemerintah dalam pembinaan koperasi di Indonesia selama ini harus diukur dari faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas kaidah hukum yang mengaturnya. Disini, peninjauan akan difokuskan pada peran penting pemerintah dalam pembinaan koperasi sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian.

Pembinaan Koperasi oleh Pemerintah

Penjelasan atas Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian memberikan arah yang jelas bahwa koperasi sangatlah penting dalam menumbuhkan dan mengembangkan potensi ekonomi rakyat serta dalam mewujudkan kehidupan

ekonomi yang mempunyai ciri-ciri demokratis, kebersamaan, kekeluargaan, dan keterbukaan. Seharusnya, koperasi menjadi motor gerakan ekonomi rakyat. Tetapi perkembangan dan pertumbuhan koperasi selama ini belum menampakkan wujud dan perannya sebagaimana yang diharapkan. Peraturan perundang-undangan yang ada masih belum mampu mendukung koperasi sebagai badan usaha yang sehat dan motor gerakan ekonomi rakyat.

Pembinaan dan pengembangan koperasi seharusnya diarahkan agar koperasi benar-benar menerapkan prinsip koperasi dan kaidah ekonomi. Berdasarkan pasal 61, 62, 63, dan 64 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, pembinaan yang dilakukan Pemerintah meliputi bidang: (a) pengembangan ekosistem perkoperasian; (b) penyediaan layanan pembimbingan dan kemudahan operasional; dan (c) perlindungan koperasi dari tekanan struktural sistem ekonomi. Dalam bidang pengembangan ekosistem perkoperasian, pemerintah berperan menciptakan iklim dan kondisi yang mendorong kesempatan usaha berkoperasi, memotivasi peningkatan kemampuan berkoperasi, mengembangkan tata kelola usaha berkoperasi, dan meluaskan budaya masyarakat berkoperasi. Dalam bidang penyediaan pembimbingan dan kemudahan operasional, pemerintah berperan menyediakan bimbingan operasional usaha koperasi, membantu pelaksanaan pendidikan dan pelatihan perkoperasian, mengokohkan kemudahan akses permodalan, mengembangkan jejaring usaha perkoperasian, dan menyediakan layanan konsultasi perkoperasian. Sedangkan dalam bidang perlindungan koperasi dari tekanan struktural sistem ekonomi, pemerintah berperan menetapkan dan memantapkan sektor kegiatan ekonomi yang hanya boleh dikelola oleh usaha koperasi.

Selain pembinaan di aspek pemantapan eksistensi dan operasional koperasi sebagaimana diuraikan diatas, pemerintah juga berperan dalam pengesahan dan pembinaan di aspek legalitas pembentukan koperasi. Berdasarkan pasal 9, 10, 11, 12, dan 13 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, pemerintah berperan mengesahkan akta pendirian koperasi dan perubahan akta pendirian yang sudah disepakati rapat anggotanya untuk menjamin status badan hukum koperasi. Terkait pentingnya aspek legalitas ini, khusus usaha simpan pinjam koperasi, peran pembinaan pemerintah sangat diperlukan agar kaedah hukum selalu dipatuhi. Pasal 44 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, koperasi dapat menghimpun dana dan menyalurkannya dalam bentuk pinjaman ke anggotanya atau ke koperasi lain dan/atau anggota koperasi lain yang membutuhkan. Karena usaha simpan pinjam, serupa dengan usaha lembaga keuangan, melibatkan risiko yang harus dikelola dengan hati-hati, maka kepatuhan pada kaedah hukum baik oleh koperasi maupun oleh pemerintah yang membina koperasi menjadi sangat penting.

Efektivitas Kaidah Hukum Peran Pemerintah dalam Pembinaan Koperasi

Peran pemerintah dalam pembinaan koperasi selama ini sangat diharapkan. Berbagai macam upaya dilakukan pemerintah untuk mendorong dan membantu gerakan koperasi agar mampu berkembang cepat dan sehat. Keseluruhan upaya itu dilakukan dalam rangka melaksanakan kewajibannya, terutama untuk menciptakan

dan mengembangkan ekosistem (iklim dan kondisi) bagi pertumbuhan masyarakat koperasi. Pemerintah juga memiliki kewajiban untuk memberikan bimbingan, kemudahan, dan perlindungan kepada koperasi sebagaimana yang diamanatkan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian.

Memang, ada upaya-upaya yang telah membuahkan hasil positif bagi pembangunan koperasi, baik ditinjau dari segi kuantitatif maupun kualitatif. Namun, tidak semua peran pemerintah yang telah dilaksanakan dalam pembangunan koperasi sesuai dengan kaidah hukum yang mengaturnya. Ada saja peran pemerintah yang belum sesuai dengan kaidah hukum yang mengaturnya, bahkan bertentangan dengan peraturan perundang undangan yang lebih tinggi, dan merugikan bagi pembangunan koperasi. Salah satu di antara penyimpangan atas kaidah hukum yang mengatur peran pemerintah dalam pembinaan koperasi adalah keterlibatan pemerintah yang mengarah pada campur tangan ke dalam urusan internal manajemen koperasi. Contoh mutakhir campur tangan pemerintah ke dalam urusan internal koperasi adalah pemberlakuan Peraturan Menteri Koperasi dan UKM (PermenkopUKM) Nomor 9 Tahun 2020 tentang Pengawasan koperasi. PermenkopUKM ini tidak mempunyai dasar hukum yang kuat, karena Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian tidak pernah mengamanatkan pemerintah untuk mengawasi koperasi. Terhadap diberlakukannya PermenkopUKM Nomor 9 Tahun 2020 tentang Pengawasan Koperasi ini, terdapat 2 (dua) masalah penting yang perlu dipersoalkan, yaitu masalah kewenangan pemerintah untuk intervensi koperasi dan masalah kemandirian koperasi.

Dalam masalah kewenangan pengawasan pemerintah, sampai dengan saat ini belum ada undang-undang dan peraturan pemerintah di bidang perkoperasian yang menugaskan dan memberikan kewenangan kepada pemerintah untuk mengawasi koperasi. Tugas dan wewenang pemerintah adalah tugas dan wewenang pembinaan, bukan pengawasan, sebagaimana diatur dalam pasal 60, 61, 62, 63 dan 64 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian. PermenkopUKM Nomor 9 Tahun 2020 tentang Pengawasan Koperasi tidak memenuhi tiga syarat pembentukan peraturan perundang undangan yang baik, yaitu pemenuhan aspek yuridis, aspek sosiologis dan aspek filosofis. PermenkopUKM ini secara vertikal bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian dan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundangan. Pembentukan PermenkopUKM ini juga bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014 tentang Administrasi Pemerintahan, terutama pasal 7 ayat (1), yang mengatur bahwa pejabat pemerintahan berkewajiban untuk menyelenggarakan administrasi pemerintahan sesuai dengan Asas-Asas Umum Pemerintahan yang Baik (AUPB) agar terhindar dari tindakan yang bukan kewenangannya, tindakan yang melampaui kewenangannya, dan tindakan yang sewenang wenang.

Dalam masalah kemandirian koperasi, pasal 5 ayat (1) huruf e Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian sudah menegaskan perlunya pemenuhan atas prinsip kemandirian koperasi. Kedaulatan koperasi harus ditegaskan

berdasarkan mekanisme tata kelola koperasi yang melibatkan pengurus, pengawas, dan rapat anggota, sesuai dengan anggaran dasar dan undang-undang perkoperasian. Intervensi pemerintah terhadap kedaulatan koperasi melanggar prinsip tata kelola yang baik (*good governance*) dan melanggar Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian pasal 60 yang dalam penjelasannya jelas-jelas menyatakan bahwa pembinaan “dilaksanakan tanpa mencampuri urusan internal organisasi koperasi”.

Jelas, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian tidak mengatur dan tidak menugaskan pemerintah untuk mengawasi subjek hukum yang bernama badan hukum koperasi. Bahkan sesungguhnya tidak ada kewenangan pemerintah untuk mengawasi subjek hukum apapun yang didirikan warga masyarakat, termasuk perseroan terbatas, yayasan, badan hukum koperasi, dan sebagainya. Pemerintah hanya berwenang mengawasi perbuatan hukum atau kegiatan usaha yang dilakukan oleh subjek hukum, bukan subjek hukumnya. Oleh karena itu, jika badan hukum koperasi punya kegiatan usaha di bidang perbankan, maka koperasi itu harus memiliki izin usaha bank dan pengawasannya diselenggarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan. Jika badan hukum koperasi punya kegiatan usaha di bidang usaha simpan pinjam, maka koperasi itu harus memiliki izin usaha simpan pinjam dan pengawasannya diselenggarakan oleh Menteri Koperasi. Jadi, kaedah hukum atau pengaturan mengenai pengawasan pemerintah hanya berlaku untuk pengawasan kegiatan usaha koperasi, misalnya kaedah yang mengatur peran pemerintah dalam pembinaan dan pengawasan usaha simpan pinjam koperasi. Kaidah hukum itu diatur dalam Bab VI Peraturan Pemerintah Nomor 9 Tahun 1995 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam oleh Koperasi yang menugaskan pemerintah cq. Menteri Koperasi untuk melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap usaha simpan pinjam koperasi. Pasal 24 dalam peraturan pemerintah itu mengatur bahwa pembinaan dan pengawasan Koperasi Simpan Pinjam dan Unit Simpan Pinjam dilakukan oleh Menteri. Atas dasar pertimbangan adanya masalah kewenangan pengawasan pemerintah dan masalah kemandirian koperasi, PermenkopUKM Nomor 9 Tahun 2020 tentang Pengawasan Koperasi perlu ditinjau ulang.

Terkait tugas pembinaan dan pengembangan ekosistem (iklim dan kondisi) pertumbuhan dan pemasyarakatan koperasi yang diatur dalam pasal 61 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, masih ada saja peraturan perundangan dan kebijakan pemerintah yang justru bertentangan dengan tugas itu. Sebagai contoh, misalnya, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah tidak mengakomodir badan hukum koperasi untuk melakukan kegiatan usaha perbankan syariah. Ketentuan ini ditegaskan dalam Pasal 7 Undang-Undang nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang mengatur bahwa bentuk badan hukum Bank Syariah adalah perseroan terbatas (saja). Selain itu, belum ada kebijakan pemerintah yang secara spesifik berupaya untuk meningkatkan dan memantapkan kemampuan koperasi agar menjadi koperasi yang sehat, tangguh, dan mandiri. Belum ada pula kebijakan pemerintah yang secara spesifik mengupayakan tata hubungan usaha yang saling menguntungkan antara koperasi dengan badan usaha lainnya.

Bahkan belum ada kebijakan pemerintah yang secara spesifik menyemaikan budaya masyarakat berkoperasi. Situasi ironis justru terjadi belakangan ini ketika pemerintah ikut-ikutan menghujat koperasi yang sedang mengalami masalah, padahal kasus seperti itu seharusnya menjadi tanggung jawab pemerintah untuk ikut membenahinya. Fakta tersebut menunjukkan bahwa kaidah hukum yang mengatur peran pemerintah untuk menciptakan dan mengembangkan ekosistem (iklim dan kondisi) yang mendorong pertumbuhan dan pemasyarakatan koperasi belum diimplementasikan secara efektif.

Terkait tugas penyediaan layanan pembimbingan dan kemudahan operasional bagi koperasi yang diatur dalam pasal 62 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, ternyata belum efektif juga diselenggarakan oleh pemerintah. Belum ada kebijakan pemerintah yang secara spesifik berupaya untuk membimbing usaha koperasi, bahkan Kementerian Koperasi dan UKM tidak memiliki unit kerja khusus yang ditugaskan untuk melaksanakan program bimbingan usaha koperasi. Belum ada juga kebijakan dan unit kerja yang secara spesifik ditugaskan untuk mendorong, mengembangkan dan membantu pelaksanaan penyuluhan dan penelitian perkoperasian. Kekurangan serupa terjadi terkait tugas memberikan kemudahan akses permodalan koperasi serta mengembangkan lembaga keuangan koperasi, tugas membantu pengembangan jaringan usaha koperasi, dan tugas memberikan layanan konsultasi untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi koperasi berdasarkan prinsip perkoperasian.

Agar dapat meningkatkan efektivitas kaidah hukum terkait peran pemerintah dalam pembinaan koperasi, perlu dirumuskan pokok-pokok kebijakan pembinaan berdasarkan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian yang sedikitnya meliputi hal-hal sebagai berikut. **Pertama**, komitmen dan keberpihakan pemerintah pada koperasi harus selalu kuat karena merupakan salah satu amanat penting konstitusi. Kebijakan yang berpihak pada koperasi dilandasi pemikiran bahwa koperasi mewujudkan kekuatan ekonomi rakyat yang benar-benar melibatkan rakyat banyak dalam kerangka penegakan demokrasi ekonomi. Salah satu implikasi dari keberpihakan itu adalah menghindarkan campur tangan pemerintah dalam urusan internal manajemen koperasi, karena tindakan semacam itu akan memperlemah keswadayaan, kemandirian, dan otonomi koperasi.

Kedua, konsistensi pemerintah untuk menciptakan ekosistem (iklim dan kondisi) yang mendorong pertumbuhan dan perkembangan koperasi, sehingga koperasi termotivasi untuk menumbuhkan kemampuannya sendiri dan berkembang menjadi badan usaha yang tangguh dan mandiri. **Ketiga**, komitmen pemerintah untuk memberikan bimbingan dan perlindungan kepada Koperasi. Pemberian bimbingan berbentuk pertimbangan dan bantuan, baik yang bersifat finansial maupun yang bersifat non-finansial, merupakan wujud pemberdayaan koperasi agar lebih mampu untuk tumbuh dan berkembang, misalnya perluasan jejaring usaha yang saling menguntungkan untuk pertumbuhan koperasi. Sedangkan pemberian perlindungan merupakan wujud pencegahan terhadap merosotnya operasional koperasi, misalnya

pencadangan bidang-bidang kegiatan ekonomi yang hanya boleh diusahakan oleh koperasi dan pelarangan badan usaha lain yang berupaya mengganggu bidang kegiatan ekonomi di suatu wilayah yang telah berhasil diusahakan oleh koperasi. Dengan pemberian bimbingan dan perlindungan seperti itu, koperasi dapat dan mampu mengembangkan kegiatan-kegiatan usaha yang tepat sesuai dengan kepentingan para anggotanya dan terhindar dari persaingan tak sehat yang menghambat perkembangan koperasi.

Keempat, komitmen pemerintah untuk mendorong, mendukung, dan mengembangkan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, dan penelitian perkoperasian untuk menguatkan intensivitas dan ekstensivitas gerakan koperasi sebagai motor gerakan ekonomi rakyat. **Kelima**, kebijakan pengawasan hanya berlaku terhadap bidang kegiatan usaha yang dijalankan koperasi, bukan koperasinya sendiri sebagai Badan Hukum yang sah. Pengawasan terhadap kegiatan usaha koperasi bidang perdagangan, industri, pertambangan, sektor jasa keuangan dan non-keuangan, dan terutama jasa simpan pinjam, diperlukan dengan tujuan agar kegiatannya tidak merugikan anggota-anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta tidak menyimpang dari ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dan keenam, komitmen pemerintah untuk menyediakan jasa konsultasi bagi koperasi yang hendak memecahkan sendiri permasalahannya merupakan wujud bantuan yang diberikan pemerintah atas permintaan koperasi dengan tetap memperhatikan anggaran dasarnya dan prinsip-prinsip dasar koperasi.

Efektivitas Kaidah Hukum Peran Pemerintah dalam Pengesahan Akta Pendirian dan Perubahannya

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian pasal 9, 10, 11, 12, dan 13 beserta penjelasannya menegaskan bahwa pemberian status badan hukum koperasi, pengesahan akta pendirian, dan pengesahan perubahan anggaran dasar koperasi merupakan wewenang dan tanggung jawab pemerintah yang dalam pelaksanaannya dilimpahkan kepada kepada menteri yang membidangi koperasi. Meskipun kewenangannya seperti itu, tidak berarti pemerintah boleh mencampuri urusan internal organisasi koperasi. Pemerintah harus tetap menghormati prinsip kemandirian koperasi. Status hukumnya sendiri sebagai suatu 'badan usaha' disebutkan sejak awal di pasal 1 undang-undang tersebut. Artinya, koperasi adalah perusahaan yang bergerak di bidang perekonomian, walaupun secara fungsional tak hanya berperan meningkatkan kesejahteraan ekonomi tetapi juga kesejahteraan sosial sebagaimana disebutkan di pasal 4 dan harus memenuhi prinsip koperasi sebagaimana disebutkan di pasal 5.

Masalahnya, tidak ada penjelasan resmi, baik di dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian maupun di dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) untuk Indonesia, tentang apa yang dimaksud dengan koperasi sebagai badan usaha atau perusahaan. Memang sebagai suatu badan usaha atau perusahaan yang bergerak di bidang perekonomian, koperasi perlu diarahkan sehingga semakin

berperan dalam perekonomian nasional dan pengembangannya diarahkan agar benar-benar menerapkan prinsip koperasi dan kaidah ekonomi. Hal itu disebutkan di alinea ketiga Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian. Namun penjelasan seperti itu belumlah mencukupi. Para penyusun undang-undang perkoperasian agaknya hendak menyerahkan perumusan 'koperasi sebagai badan usaha atau perusahaan' kepada pandangan ilmuwan dan penyusun peraturan lain yang khusus mengatur tentang hal itu.

Di Belanda, suatu 'perusahaan' dipahami keberadaannya apabila ada pihak-pihak yang berkepentingan bertindak secara tidak terputus-putus dan terang-terangan serta di dalam kedudukan tertentu bertujuan untuk memperoleh laba/rugi bagi dirinya sendiri. Artinya, pengertian tentang 'perusahaan' mengandung paling sedikit 6 (enam) unsur, yaitu: (1) bersifat terus-menerus atau tidak terputus-putus; (2) secara terang-terangan (karena berhubungan dengan pihak ketiga); (3) dalam kualitas tertentu (karena dalam lapangan perniagaan); (4) menyerahkan barang-barang; (5) mengadakan perjanjian-perjanjian perdagangan; dan (6) harus bermaksud memperoleh laba.

Di Indonesia sendiri, pengertian perusahaan tercantum dalam Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan. Perusahaan menurut ketentuan umum undang-undang itu adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus dan yang didirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia, untuk tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba. Sosok yang mewujudkan perusahaan itu disebut pengusaha, yaitu setiap orang perseorangan atau persekutuan atau badan hukum yang menjalankan sesuatu jenis perusahaan. Sedangkan pengertian usaha dalam hal ini adalah setiap tindakan, perbuatan atau kegiatan apapun dalam bidang perekonomian, yang dilakukan oleh setiap pengusaha untuk tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba.

Sehubungan dengan pengertian-pengertian tersebut dan sebagaimana ditegaskan oleh Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan, maka koperasi yang jelas termasuk kategori badan usaha wajib melakukan daftar perusahaan. Suatu kewajiban yang menurut sumber di Departemen Perindustrian dan Perdagangan, sampai saat ini belum banyak dilakukan oleh koperasi. Sesuai dengan perkembangan dunia perdagangan dewasa ini, sebagian dari hukum perusahaan merupakan peraturan-peraturan hukum yang masih baru. Apabila Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) merupakan hukum khusus (*lex specialis*) terhadap Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) yang bersifat *lex generalis*, maka demikian pula hukum perusahaan merupakan hukum khusus dari hukum dagang. Konsekuensinya terhadap koperasi adalah bahwa, apabila Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian tidak mengatur secara khusus tentang masalah hukum dagang, maka hukum yang seharusnya berlaku terhadap koperasi adalah ketentuan yang terdapat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) dan Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD).

Selama ini, sebagian masyarakat dalam pandangan dan penilaiannya menganggap bahwa koperasi sebagai salah satu pelaku ekonomi nasional telah tertinggal perkembangannya dibandingkan dengan pelaku ekonomi lainnya. Dalam beberapa hal, penilaian itu ada benarnya, yaitu ketika pelaku ekonomi swasta dan BUMN/BUMD dibandingkan dengan koperasi gurem kecil-kecilan yang belum menerapkan prinsip-prinsip ekonomi modern. Namun tidak dapat dipungkiri pula bahwa saat ini telah banyak Koperasi yang maju dan berkembang menjadi besar, misalnya: GKBI, IKPRI, INKOPDIT, KWSG, Koperasi Kredit (CU) Pancur Kasih, CU Keling Kumang, dan Koperasi Swadharma Bank BNI'46. Koperasi-koperasi yang telah maju dan menjadi besar itu adalah koperasi yang sadar bahwa koperasi merupakan badan usaha yang bergerak dalam bidang ekonomi untuk mewujudkan kesejahteraan anggotanya dan masyarakat disekitarnya.

Oleh karena itu, harus diakui bahwa koperasi sebagai suatu badan usaha atau perusahaan, tanpa harus meninggalkan prinsip-prinsip koperasi, sepatutnya mampu menerapkan berbagai prinsip ekonomi dan aturan yang umumnya berlaku terhadap suatu perusahaan, agar dapat berusaha secara lebih efisien dan mampu bersaing dengan pelaku ekonomi lain. Namun perlu juga dilihat realitas saat ini bahwa masih banyak koperasi, seperti misalnya koperasi sekolah, koperasi mahasiswa dan koperasi yang berkegiatan dalam lapangan sosial kemasyarakatan, yang memang orientasinya bersifat non-profit. Ketentuan mengenai hal-hal tersebut seharusnya diatur dalam undang-undang tentang perkoperasian. Ketentuan mengenai koperasi sebagai perusahaan dan koperasi yang bukan perusahaan sangat penting untuk diatur, mengingat koperasi harus tetap bertumpu pada prinsip 'dari, oleh, dan untuk anggota', suatu prinsip yang tidak ditemukan pada perusahaan selain koperasi.

Kedudukan Badan Hukum Koperasi

Status badan hukum yang diberikan oleh undang-undang kepada koperasi seharusnya membuat kedudukan koperasi sebagai suatu badan usaha yang bergerak dalam kegiatan ekonomi setangguh atau bahkan bisa lebih kuat daripada badan usaha lainnya. Di Indonesia, hanya ada beberapa jenis badan usaha yang diakui sebagai badan hukum, di antaranya Koperasi, Perseroan Terbatas (PT), Badan Hukum Pendidikan, Dana Pensiun dan Yayasan. Sebagai badan hukum, koperasi memiliki harta kekayaan tersendiri yang terpisah dari kekayaan pribadi anggota yang menjadi pemilik koperasi. Sebagai pemilik, anggota koperasi mempunyai tanggung jawab yang terbatas sebesar modal atau simpanannya dalam koperasi. Hanya koperasi itu sendirilah, sebagai suatu kesatuan institusional, yang bertanggung jawab atas persetujuan terhadap pihak ketiga manapun koperasi melakukan hubungan perdagangan. Tak seorang pun dari anggota koperasi yang harus secara personal bertanggung jawab terhadap pihak yang memiliki hubungan bisnis dengan koperasi, misalnya para kreditur yang memberikan pinjaman kepada koperasi. Anggota Koperasi tidak dapat menderita kerugian uang lebih besar daripada jumlah yang menjadi simpanannya dalam koperasi dan tercatat dalam daftar simpanan anggota. Tanggung jawab setiap

anggota koperasi dalam hal ini hanyalah menyerahkan jumlah simpanan yang telah ditetapkan dalam anggaran dasarnya.

Sebagai badan hukum, koperasi dapat melakukan perbuatan hukum seperti layaknya seorang manusia dan dapat pula memiliki kekayaan atau hutang meskipun melalui perantaraan pengurus yang berperan sebagai representasinya. Walaupun suatu badan hukum bukanlah seorang manusia yang mempunyai pikiran dan kehendak, akan tetapi berdasarkan hukum koperasi diposisikan sebagai subjek hukum yang mempunyai kehendak. Menurut teori sosial yang secara umum diterima, kehendak dari pengurus yang merepresentasikan koperasi diposisikan sebagai kehendak koperasi. Saat pengurus bertindak atas nama koperasi, pertanggungjawabannya terletak pada koperasi beserta semua harta bendanya. Mengingat besarnya tanggung jawab badan hukum koperasi terhadap segala transaksi dan tindakan hukum yang akan dilakukan oleh pengurusnya, proses pendirian badan hukum koperasi harus benar-benar memperhatikan masalah kepastian hukum.

Unsur kepastian hukum pada proses pendirian koperasi ini tampaknya terabaikan oleh penyusun undang-undang perkoperasian dan para penentu kebijakan perkoperasian. Dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian tidak disebutkan bahwa akta pendirian koperasi harus berupa akta otentik yang dibuat dalam bahasa Indonesia. Kekurangan ini bisa menimbulkan berkurangnya kepastian hukum dalam pendirian Koperasi. Sejak berlakunya undang-undang tersebut, tak sedikit akta pendirian koperasi dibuat di bawah tangan oleh para pendirinya, artinya tidak dibuat di hadapan notaris atau pejabat umum semacam notaris sehingga tidak ada yang menjamin kebenaran isi akta pendirian tersebut.

Kurangnya kepastian hukum diatas dikhawatirkan bisa mengurangi kepercayaan pihak ketiga dan para investor/kreditor yang akan berhubungan dengan koperasi. Secara yuridis, badan hukum koperasi seharusnya diperlakukan sama dengan badan hukum lain, sehingga koperasi pun harus tunduk pada ketentuan pasal 1867 dan 1868 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) karena undang-undang perkoperasian yang bersifat khusus (*Lex Specialis*) tidak mengatur mengenai hal tersebut. Hal lain yang masih kurang mencukupi dalam proses pendirian koperasi berkaitan dengan pengumuman resmi akta pendirian dan pengesahan badan hukum koperasi dalam Berita Negara. Secara yuridis formal, badan hukum koperasi hanya dapat bertanggung jawab kepada pihak ketiga setelah akta pendirian dan keputusan pengesahannya sebagai badan hukum diumumkan dalam Berita Negara. Sebelum tanggal pengumuman dalam Berita Negara tersebut, segala tindakan hukum pengurus koperasi masih menjadi tanggung jawab pengurus secara pribadi. Tanggung jawab personal pengurus itu berakhir jika Rapat Anggota Koperasi yang diadakan setelah tanggal pengumuman tersebut memutuskan mengambil alih tanggung jawab atas tindakan hukum pengurus. Jadi, tanggal pengumuman dalam Berita Negara tersebut sangat penting. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian menyatakan bahwa biaya pengumuman dalam Berita Negara itu ditanggung oleh pemerintah. Namun dalam prakteknya pemerintah selalu tidak mempunyai anggaran

yang memadai untuk membiayai pengumuman badan hukum koperasi, sehingga yang diumumkan dalam Berita Negara hanya terbatas mengenai nama, alamat dan nomor badan hukum koperasi yang baru berdiri. Atas dasar asas fairness, transparansi, dan keterbukaan koperasi sebagai suatu badan hukum, pengumuman pendirian koperasi dalam Berita Negara seharusnya meliputi seluruh isi dari anggaran dasar koperasi. Maksudnya, agar semua anggota koperasi dan terutama pihak ketiga yang akan berhubungan dengan koperasi dapat mengetahui keberadaan koperasi secara lengkap, misalnya terkait data siapa anggotanya, pengurusnya, tujuannya, kegiatan usahanya, kapan mulai bekerja dan berhenti beserta aturan main yang berlaku dalam koperasi tersebut.

Keadaan di atas harus dibenahi jika koperasi akan dibangun dan dikembangkan dengan benar. Koperasi harus didirikan dengan akta otentik yang dibuat di hadapan notaris atau dibuat di hadapan pejabat lain yang ditunjuk pemerintah. Apabila tidak dipenuhi, koperasi yang sudah didirikan harus tidak diproses pengesahannya. Akta pendirian harus berisi persetujuan-persetujuan pendirian koperasi yang di dalamnya memuat anggaran dasar (statuten) koperasi dan keterangan-keterangan lain yang harus diumumkan dalam Berita Negara. Kesulitan pembiayaan untuk pengumuman yang lengkap dalam Berita Negara harus ditanggulangi dengan cara menambah anggaran negara yang diperlukan untuk itu atau membebankan sebagian biayanya pada para pendiri koperasi.

Syarat pengesahan badan hukum koperasi oleh pemerintah tampaknya harus dibuat menjadi mudah, cepat dan murah tanpa harus mengabaikan asas kepastian hukum. Penegakan asas kepastian hukum diperlukan untuk melindungi koperasi, anggotanya, dan masyarakat luas dari tindakan penyalahgunaan badan hukum koperasi oleh oknum-oknum tertentu. Meskipun harus memudahkan, persyaratan pengesahan perlu mencakup ketentuan-ketentuan untuk menjaga agar pendirian koperasi tidak bertentangan dengan kepentingan umum, ketertiban umum, dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Oleh karena itu, pemerintah memberikan pengesahan jika ketentuan-ketentuan minimal berikut dipenuhi: (a) Dasar dan tujuan koperasi yang tercantum dalam anggaran dasar dan termuat dalam akta pendirian harus tidak bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum. (b) Akte pendirian tidak memuat ketentuan-ketentuan yang melanggar Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, misalnya terkait kewajiban untuk menyebutkan jumlah simpanan pokok koperasi. (c) Cukup alasan untuk mempercayai bahwa para pendiri tidak memiliki niat pendirian koperasi sebagai kedok belaka untuk kepentingan yang tidak baik atau untuk kepentingan orang-orang asing. (d) Koperasi yang didirikan benar-benar berkedioman di Indonesia. Bilamana semua syarat-syarat dipenuhi, pengesahan akta pendirian diproses sebagaimana mestinya. Bilamana syarat-syarat tidak dipenuhi dan pengesahan ditolak, alasan-alasannya harus diberitahukan kepada pemohon atau pendiri. Apabila koperasi belum memperoleh pengesahan tapi telah melakukan usahanya, maka para pendiri bertanggung jawab secara tanggung-menanggung.

Pengaturan kewenangan dalam proses pengesahan badan hukum koperasi tampaknya memerlukan pula penjelasan sehubungan dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah yang telah diubah beberapa kali hingga terakhir terbit Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah. Pengesahan badan hukum koperasi menjadi wewenang pemerintah pusat dalam rangka pelaksanaan asas dekonsentrasi. Artinya, pengesahan badan hukum koperasi merupakan suatu urusan hukum yang tidak diserahkan kepada daerah dalam rangka menjaga integritas Negara Kesatuan Republik Indonesia. Penjelasan itu perlu pula dilakukan pemerintah sehubungan dengan berlakunya ketentuan Pasal 14 ayat (3) Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik. Berdasarkan PP 24 tahun 2018, pengesahan akta pendirian dan perubahan anggaran dasar serta pembubaran koperasi dialihkan kepada Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia. Mengenai persyaratan dan tata caranya saat ini diatur dengan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 14 Tahun 2019 tentang Pengesahan Koperasi. Perubahan ini jelas bisa menimbulkan ketidakpastian hukum di masyarakat karena dua hal. Pertama, peran pemerintah dalam proses pengesahan badan hukum koperasi sampai saat ini masih merujuk pada berlakunya Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 4 tahun 1994 tentang Persyaratan dan Tata Cara Pengesahan Akta Pendirian dan Perubahan Anggaran Dasar Koperasi dimana pengesahan akta pendirian dan perubahan anggaran dasar koperasi merupakan kewenangan Menteri Koperasi. Kedua, peran pemerintah dalam proses pembubaran badan hukum koperasi sampai saat ini masih merujuk pada berlakunya Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 17 Tahun 1994 tentang Pembubaran Koperasi oleh Pemerintah dimana pembubaran koperasi merupakan kewenangan Menteri Koperasi.

Penutup

Pertumbuhan koperasi selama ini belum menampakkan wujud dan perannya sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar 1945. Demikian pula peraturan perundang-undangan yang berlaku masih belum sepenuhnya menampung hal-hal yang diperlukan untuk menunjang terlaksananya koperasi sebagai badan usaha dan motor gerakan ekonomi rakyat. Tinjauan terhadap kaedah hukum pada peran pemerintah dalam pembinaan perkoperasian menunjukkan bahwa pelaksanaan penegakan hukum di bidang pembinaan perkoperasian sampai saat ini masih tampak kusut dan belum terlaksana efektif sebagaimana tujuannya. Dua faktor teridentifikasi menyebabkan lemahnya efektivitas penegakan hukum itu, yaitu faktor kaidah hukum dan faktor petugas pelaksanaannya.

Dari faktor kaidah hukum, ditunjukkan bahwa peraturan tentang peranan pemerintah di bidang pembinaan koperasi yang merujuk pada Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian belum berlaku efektif, akibat dari: (a) masih adanya peraturan perundang-undangan yang belum sepenuhnya memenuhi syarat tiga aspek pembentukan peraturan perundang-undangan, yaitu aspek yuridis, aspek

sosiologis, dan aspek filosofis; dan (b) masih adanya peraturan perundang-undangan yang belum sinkron secara vertikal dengan peraturan yang lebih tinggi dan/atau belum sinkron secara horizontal dengan peraturan yang sejajar kedudukannya. Terhadap masalah kaidah hukum itu, diperlukan penelitian mendalam untuk mengatasi ketidakefektifan kaidah hukum yang mengatur peranan Pemerintah dalam pembinaan koperasi yang merujuk pada Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian.

Dari faktor penegak hukum atau petugas pelaksanaannya, ditunjukkan adanya kecenderungan pelaksanaan yang tidak optimal, akibat dari: (a) belum atau tidak terikatnya pelaksana oleh peraturan yang ada; (b) belum atau tidak dibekalinya pelaksana dengan pedoman pelaksanaan untuk mengetahui batas-batas boleh-tidaknya melakukan diskresi. Penting bagi penegak hukum atau petugas pelaksana untuk terikat atau patuh pada peraturan perkoperasian yang berlaku untuk menjamin efektivitas pembinaan perkoperasian. Masih banyak petugas pelaksana di bidang perkoperasian saat ini mengabaikan ketentuan pasal 60 sampai dengan pasal 64 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, bahkan melanggarnya terang-terangan. Keadaannya bisa bertambah parah, karena saat ini belum ada semacam kebijakan atau pedoman yang disepakati oleh pemerintah pusat, provinsi dan kabupaten/kota, dan ditetapkan sebagai standar yang dapat dipatuhi bersama. Selain itu, belum ada media yang melakukan pengawasan dengan memberikan informasi akurat dan objektif serta melakukan evaluasi terhadap mutu layanan pembinaan pemerintah kepada koperasi dan masyarakat yang ingin berkoperasi.

Melihat belum efektifnya peraturan perundang-undangan yang mengatur pelaksanaan peran pemerintah di bidang pembinaan koperasi, maka perlu dilakukan reformasi hukum di bidang perkoperasian. Merupakan tugas pemerintah dan masyarakat penggiat koperasi untuk mulai menghimpun pemikiran dan mengadakan upaya penyempurnaan kebijakan pembangunan perkoperasian melalui perubahan peraturan perundang undangan perkoperasian yang saat ini masih berlaku, mulai dari tingkat Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Peraturan Presiden, Peraturan Daerah Provinsi, dan Peraturan Daerah Kabupaten/ Kota.

Daftar Pustaka

- Soekanto, S. (1973). Pengantar sosiologi hukum. Bharata
- Soekanto, S. (1985). Efektivikasi hukum dan peranan sanksi. Remaja Karya.
- Purbacaraka, P. & Soekanto, S. (1987). Renungan tentang filsafat hukum. Rajawali.
- Friedman, L. M. (1975). The legal system: A social science perspective. Russel Sage Foundation.
- Soekanto, S. & Abdullah, M. (1987). Sosiologi hukum dalam masyarakat. Rajawali.
- Suroto. (2023). Koperasi lawan tanding kapitalisme. Mata Kita.

Republik Indonesia. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945.

Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian.

Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan

Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.

Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 04 Tahun 1994 tentang Persyaratan dan Tata Cara Pengesahan Akta Pendirian dan Perubahan Anggaran Dasar Koperasi

Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 9 Tahun 1995 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam oleh Koperasi.

Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi secara Elektronik.

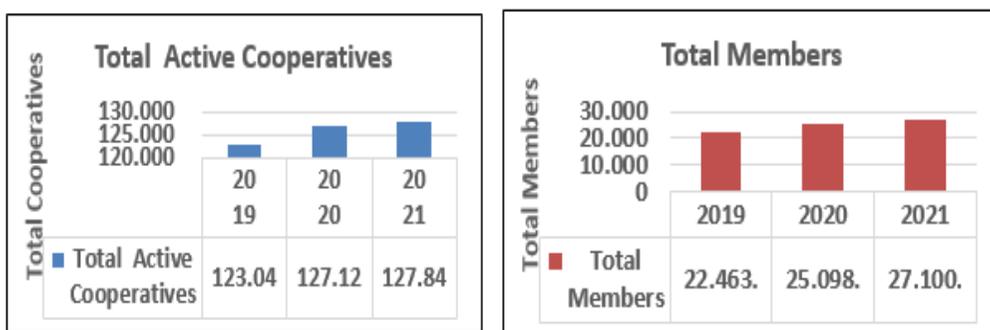
Republik Indonesia. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 14 Tahun 2019 tentang Pengesahan Koperasi.

Formulasi Cooperative Firm Value Pengukur Kinerja Koperasi

Sugiyanto dan Nurhayat Indra

Pendahuluan

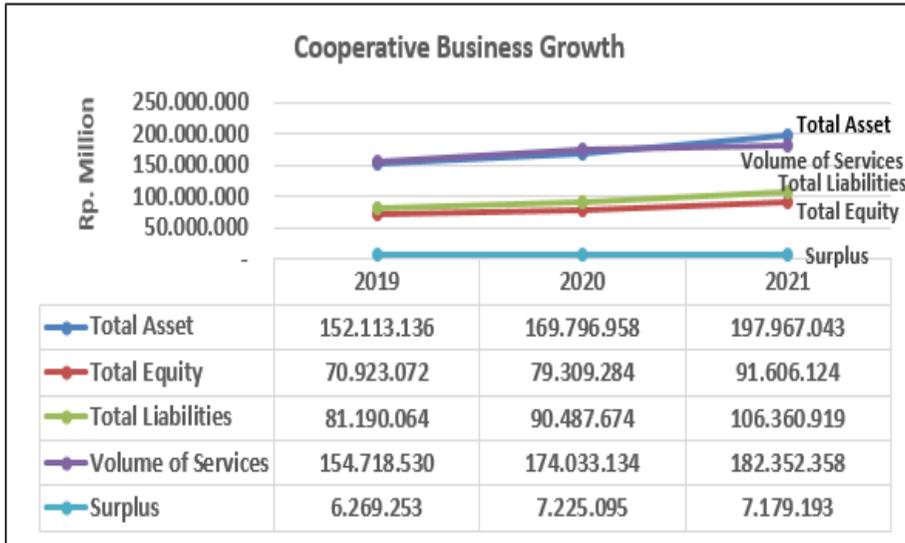
Koperasi merupakan salah satu pelaku ekonomi di Indonesia, selain Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan perusahaan swasta. Pada tahun 2021, jumlah koperasi secara nasional mencapai 127.846 unit dengan jumlah anggota 27.100.372 orang atau sekitar 8% dari populasi penduduk Indonesia (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022). Kontribusi koperasi dalam menghasilkan *Gross Domestic Bruto* hanya sebesar 5,1%, masih sangat kecil bila dibandingkan dengan kontribusi kedua badan usaha lainnya. Gambar 1 berikut memperlihatkan perkembangan jumlah kelembagaan koperasi dan anggota koperasi secara nasional sepanjang 2019-2021.



Gambar 1. Perkembangan Jumlah Kelembagaan Koperasi Anggota di Indonesia (2019-2021)

(Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2022), diolah)

Perkembangan usaha koperasi di Indonesia sepanjang 2019-2021 memang ada sedikit peningkatan ditinjau dari *total asset*, *liability*, *equity*, *volume of services* (volume pelayanan) dan *surplus* (sisa hasil usaha) sebagaimana tersaji pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Perkembangan Aset, Liability, Equity, Volume Pelayanan dan SHU
(Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2022), diolah)

Selama periode 2019-2021, rerata perkembangan jumlah koperasi meningkat 1,94% dan jumlah anggotanya meningkat 9,85%. Selama tiga tahun itu, rerata peningkatan *total asset* 14,11%, *total equity* 13,66%, *total liabilities* 14,50%, volume pelayanan 8,63% dan sisa hasil usaha (SHU) 7,31%. Walaupun pada periode ini sedang berkembang wabah Covid-19, namun dengan berbagai upaya dari para pengelola melalui layanan digital dan kesadaran anggotanya, kinerja usaha koperasi mengalami sedikit peningkatan.

Pengembangan koperasi secara nasional, menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Kesejahteraan anggota dapat direalisasikan oleh koperasi melalui pemberian pelayanan ekonomi sesuai dengan kebutuhan anggota. Sebagai badan usaha ekonomi, koperasi tidak hanya berorientasi pada profit tetapi juga terutama pada pelayanan kepada anggotanya. Sesuai pendapat Jokisch (1994), fungsi koperasi adalah mempromosikan pelayanan ekonomi kepada anggotanya dengan memberikan manfaat ekonomi sebesar-besarnya. Artinya, koperasi yang jenisnya koperasi konsumen harus bisa memberikan harga murah untuk meningkatkan daya beli anggotanya, sedangkan koperasi yang jenisnya koperasi pemasaran harus bisa menjual produk dengan harga lebih baik (*better price*) atau lebih tinggi yang menguntungkan anggota dalam jangka panjang. Koperasi produsen yang menjalankan usaha pengadaan *input* dan/atau pemasaran *output* harus bisa meningkatkan keuntungan bisnis anggotanya, sedangkan koperasi dengan usaha simpan pinjam harus bisa meringankan beban bunga bagi

anggota peminjam dan memberikan pendapatan bunga yang kompetitif bagi anggota penyimpan dana. Manfaat-manfaat tersebut merupakan akibat langsung dari pelayanan efisien yang diberikan koperasi kepada anggotanya.

Jadi, tugas utama koperasi (*promotion task*) adalah memenuhi tujuan para anggotanya (Wagner, 1994; Alfred, 1985). Dalam rangka meningkatkan pemenuhan kepentingan ekonomi para anggotanya, menurut Alfred (1985), koperasi harus bisa menyediakan barang dan jasa yang (1) sama sekali tidak tersedia di pasar atau (2) ditawarkan dengan harga, mutu atau dengan syarat-syarat yang lebih menguntungkan dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh badan usaha lain. Kepuasan anggota dalam menerima pelayanan, umumnya disebut *cooperative effect*, menjadi ukuran bagi keberhasilan koperasi. *Cooperative effect* secara umum dapat didefinisikan sebagai tingkat kepuasan ekstra yang diperoleh anggota sebagai hasil keikutsertaannya dalam koperasi dibandingkan dengan jika mereka bekerja sendiri (Chukwu, 1990).

Dari perspektif manajemen keuangan, tujuan didirikannya badan usaha atau perusahaan adalah untuk meningkatkan kemakmuran pemilik yang dinilai dengan maksimisasi *firm value* (Ross et al., 2012; Cornnet et al., 2012). Untuk perusahaan pada umumnya, *firm value* diukur dengan harga saham atau harga jual saham yang siap dibayar oleh pembeli bila saham perusahaan akan dijual. Untuk koperasi, ukuran *firm value* seperti itu tidak bisa langsung diterapkan karena koperasi didirikan khusus untuk meningkatkan kemakmuran anggota baik sebagai pemilik maupun pengguna pelayanan koperasi. Permasalahan pengukuran keberhasilan koperasi di Indonesia masih menjadi perdebatan dan belum ada kesepakatan antara pemerintah sebagai regulator, pelaku koperasi, akademisi dan akuntan.

Jika secara finansial keberhasilan koperasi diukur dengan cara yang sama dengan badan usaha lainnya, maka tidak akan tampak keunikan koperasi sebagai lembaga ekonomi dan sosial yang memiliki jatidiri yang berbeda. Penilaian keberhasilan koperasi secara finansial harus disesuaikan dengan jatidiri, tujuan dan keunikannya. Pada koperasi, kemakmuran anggota diperoleh karena anggota berperan sekaligus sebagai pemilik, pengendali, dan penerima manfaat pelayanan koperasi (Frederick, 1997; Chukwu (1990). Bagi Hanel (1985), keberhasilan organisasi koperasi dapat dibagi menjadi tiga kriteria yang disebut '*tripartite*', yaitu: (1) efisiensi dalam mempromosikan ekonomi anggota (*member efficiency*), (2) efisiensi dalam menjalankan perusahaan koperasi (*business efficiency*), dan (3) efisiensi dalam memberikan sumbangan pada pembangunan sosial ekonomi masyarakat.

Prakteknya di Indonesia, kinerja koperasi hanya diukur dari *business efficiency*, bahkan hanya menggunakan rasio keuangan yang umumnya digunakan pada perusahaan non-koperasi, seperti misalnya likuiditas, aktivitas, *leverage* dan profitabilitas. *Member efficiency* dan efisiensi dalam memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi masyarakat jarang dan bahkan tidak pernah dinilai. Tidak banyak peraturan yang mengatur penilaian kinerja koperasi dengan memperhatikan pendekatan tersebut. Jikapun ada peraturan yang mengatur, penilaian kinerja tidak

dilaksanakan secara konsisten. Para pembina, akuntan, akuntan publik, pengurus dan pengawas koperasi hanya fokus pada ukuran keberhasilan koperasi sebagai lembaga bisnis, karena pemerintah pun hanya menggunakan ukuran tersebut. Atas dasar latar belakang seperti itu, perlu diformulasikan model penilaian kinerja koperasi dengan menggunakan ukuran manfaat ekonomi dan sisa hasil usaha koperasi (SHU) sebagai pengukur peningkatan kesejahteraan anggota yang dihasilkan dengan berkoperasi. Mungkinkah ukuran manfaat ekonomi dan SHU dipakai sebagai proksi *firm value* koperasi?

Badan Usaha Koperasi

Sesuai pernyataan *International Cooperative Alliance (ICA) (1995)*, koperasi merupakan perkumpulan otonom dari orang-orang yang ingin bersatu secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi ekonomi, sosial dan budaya melalui perusahaan (badan usaha) yang dimiliki, dikendalikan dan dijalankan bersama secara demokratis. Demokrasi ekonomi berlaku dalam pengelolaan koperasi, artinya pengelolaan koperasi berawal dari, dilakukan oleh, dan ditujukan untuk anggota-anggotanya. Berlakunya prinsip kesukarelaan untuk bergabung menjadi anggota dan kesetaraan dalam proses pengambilan keputusan tertinggi (*one member one vote*) menjadi ciri khas koperasi dibandingkan dengan perkumpulan pada badan usaha yang lain. Setiap anggota memiliki hak suara yang sama terlepas dari jumlah modal yang disetor. Kutipan berikut menegaskan kekhasan koperasi: *“Cooperatives are based on the values of self-help, self-responsibility, democracy, equality, equity, and solidarity. In the tradition of their founders, cooperative members believe in the ethical values of honesty, openness, social responsibility and caring for others (ICA, 1995)”*. Jadi, sebagai lembaga usaha, koperasi digerakkan bukan hanya oleh prospek keuntungan, tetapi juga terutama oleh nilai dan prinsip yang disepakati secara internasional untuk membangun dunia kebersamaan yang lebih baik. Prinsip-prinsip koperasi yang dirujuk ICA adalah: (1) Keanggotaan terbuka dan sukarela; (2) Pengendalian secara demokratis oleh anggota; (3) Partisipasi ekonomi anggota; (4) Otonomi dan kemandirian; (5) Pendidikan, pelatihan dan informasi; (6) Kerjasama antar koperasi; dan (7) Kepedulian terhadap komunitas.

Adapun menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, koperasi dimaknai sebagai badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya pada prinsip koperasi dan sekaligus dimaknai pula sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Sebagai badan usaha atau perusahaan yang menjalankan berbagai usaha sesuai dengan kebutuhan anggotanya, koperasi primer beranggotakan orang-seorang sedangkan koperasi sekunder beranggotakan badan hukum koperasi. Sebagai gerakan ekonomi masyarakat, koperasi berperan untuk meningkatkan kesejahteraan bersama. Prinsip-prinsip koperasi yang dirujuk Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian adalah: (1) Keanggotaan terbuka dan sukarela; (2) Pengendalian secara demokratis oleh anggota; (3) Distribusi sisa hasil usaha proporsional dengan pelayanan jasa; (4) Balas jasa terbatas atas modal; (5)

Kemandirian; (6) Pendidikan; dan (7) Kerjasama antar koperasi.

Terdapat lima (5) kesamaan antara prinsip koperasi menurut ICA dengan prinsip koperasi di Indonesia menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, yaitu meliputi keanggotaan yang terbuka dan sukarela, pengendalian dan pengelolaan koperasi secara demokratis, kemandirian, pendidikan dan pelatihan, dan kerjasama antar koperasi. Perbedaan prinsip menurut perspektif ICA terletak pada partisipasi anggota dan peduli terhadap komunitas, sedangkan perbedaan prinsip menurut prinsip perkoperasian di Indonesia terletak pada penekanan pembagian sisa hasil usaha (SHU) dan balas jasa terbatas atas modal. Partisipasi anggota, walaupun tidak tercantum sebagai prinsip koperasi di Indonesia, namun dalam praktiknya prinsip ini telah diimplementasikan oleh setiap pihak sebagai salah satu faktor penentu keberhasilan koperasi.

Anggota sebagai pemilik koperasi berkontribusi modal dan aktif mengendalikan koperasi secara demokratis melalui Rapat Anggota. Anggota sebagai pengguna utama pelayanan koperasi bertanggung jawab untuk setia memanfaatkan pelayanan koperasi. Dari kedua peran tersebut, bila koperasi memperoleh sisa hasil usaha (SHU) maka anggota pada posisinya sebagai pemilik akan menerima SHU bagian anggota dengan kompensasi terbatas atas modal, dan pada posisinya sebagai pengguna akan menerima SHU bagian anggota proporsional dengan pelayanan yang dimanfaatkannya. Pada posisinya sebagai pengguna pelayanan koperasi, anggota akan memperoleh manfaat ekonomi minimal berupa harga yang lebih baik, sehingga semakin tinggi frekuensi pemanfaatan pelayanan berakibat semakin tinggi pula ekonominya terpromosikan. Dengan demikian, anggota yang ingin memperoleh manfaat maksimal harus menjalankan perannya sebagai pengguna (*user*) dan perannya sebagai pemilik (*owner*) secara maksimal. Kedua peran itu disebut identitas ganda anggota (*dual identity of members*).

USDA (2018) menyebutkan adanya tiga (3) pembeda koperasi dari badan-badan usaha lainnya, yaitu: *user-owner*, *user-control*, dan *user-benefits*. Dalam hal pembeda pertama, *user-owner*, anggota pengguna pelayanan koperasi adalah pemiliknya, dan sebagai pemilik mereka berkewajiban membiayai ketersediaan aset dan besarnya pembiayaan sesuai dengan besarnya penggunaan pelayanan untuk menjaga agar koperasi tetap berjalan dan memungkinkannya berkembang. Sebagai pemilik, anggota akan menerima SHU bagian anggota dengan kompensasi terbatas atas modal. Dalam hal pembeda kedua, *user-control*, anggota pengguna pelayanan koperasi adalah anggota yang mengendalikan keseluruhan aktivitas koperasi melalui Rapat Anggota yang diselenggarakan secara demokratis, *one man one vote*. Dalam hal pembeda ketiga, *user-benefit*, anggota menggunakan pelayanan koperasi untuk mendapatkan manfaat yang diinginkan. Sebagai pengguna pelayanan koperasi, anggota akan mendapatkan manfaat maksimal dari harga lebih baik yang ditawarkan koperasi untuk pelayanan yang dimanfaatkannya dan dari distribusi SHU yang dihitung berdasarkan penggunaan pelayanan koperasi oleh anggota (*patronage refund*).

Rumusan sederhana dapat ditarik dari penjelasan diatas bahwa koperasi dapat dikatakan berhasil bila mampu memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi anggota, mengembangkan usaha anggotanya, dan secara konsisten mengoptimalkan keterlibatan (partisipasi) anggota di dalam proses dan hasil usaha. Untuk mengukur keberhasilan koperasi dalam memberikan manfaat kepada anggotanya, menurut Röpke (1989), diperlukan uji partisipasi (*participation test*) dan uji pasar (*market test*), keduanya bermuara pada indikator apakah tingkat kemakmuran anggota koperasi relatif semakin baik. Hal yang sama dikemukakan oleh Hanel (1985) bahwa keunggulan kerja sama di dalam koperasi adalah produksi pelayanan yang sepenuhnya untuk keuntungan anggota.

Saat ini, regulasi yang berlaku di Indonesia hanya mengatur alokasi pembagian SHU. Pada tahun 1998, regulasi tentang manfaat ekonomi pernah diatur dalam pedoman standar akuntansi, namun kemudian diubah dengan standar akuntansi lain yang justru tidak mengatur manfaat ekonomi bagi anggota. Pembagian SHU diatur di dalam undang-undang, peraturan pemerintah, dan peraturan dalam AD/ART koperasi masing-masing. Tabel 1 berikut ini menunjukkan rangkuman regulasi yang berlaku di Indonesia tentang pembagian SHU.

Tabel 1. Ringkasan Regulasi Pembagian SHU

| | | |
|---|--|--|
| 1 | Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian | <p>(1) Sisa hasil usaha (SHU) koperasi merupakan pendapatan koperasi yang diperoleh dalam satu tahun buku dikurangi dengan biaya, penyusutan, dan kewajiban lainnya, termasuk pajak dalam tahun buku yang bersangkutan.</p> <p>(2) Sisa hasil usaha (SHU) setelah dikurangi dana cadangan, dibagikan kepada anggota sebanding dengan jasa usaha yang dilakukan oleh masing-masing anggota pada koperasi, serta digunakan untuk keperluan pendidikan perkoperasian dan keperluan lain dari koperasi sesuai dengan keputusan Rapat Anggota.</p> <p>(3) Alokasi SHU ditetapkan dalam undang-undang.</p> <p>(4) Nilai setiap alokasi dapat ditetapkan dalam peraturan koperasi atau ditetapkan pada Rapat Anggota tahunan.</p> |
| 2 | Peraturan Menteri Koperasi dan UKM | <p>(5) Besarnya bagian SHU yang dibagikan kepada anggota sebanding dengan jasa usaha yang dilakukan oleh masing-masing anggota pada koperasinya dan partisipasi modal anggota pada koperasinya.</p> <p>(6) Besaran dan tata cara pembagian SHU diatur dalam Anggaran Dasar dan/atau Anggaran Rumah Tangga.</p> |
| 3 | Peraturan setiap koperasi dalam AD/ART | <p>(7) SHU dialokasikan sesuai undang-undang dan peraturan lainnya, dan koperasi bisa melakukan penyesuaian.</p> <p>(8) Nilai alokasi SHU kepada masing-masing unsur alokasi merupakan keputusan koperasi masing-masing dan diatur dalam Anggaran Dasar dan/atau oleh Rapat Anggota.</p> |

Jika manfaat ekonomi bagi anggota akan dimasukkan sebagai indikator keberhasilan koperasi, maka pembagian koperasi berdasarkan jenis-jenis kegiatan usahanya perlu dilakukan. Penyusunan model penilaian terhadap keberhasilan koperasi perlu disesuaikan dengan klasifikasi jenis koperasi sebagaimana disebutkan dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, yaitu Koperasi Simpan Pinjam, Koperasi Konsumen, Koperasi Produsen, Koperasi Pemasaran, dan Koperasi Jasa.

Pendekatan *Firm Value* Pengukur Keberhasilan Koperasi

Penilaian keberhasilan setiap badan usaha selalu harus disesuaikan dengan tujuannya, demikian juga dengan koperasi. Dari perspektif manajemen keuangan, tujuan didirikannya suatu badan usaha adalah untuk meningkatkan kemakmuran pemilikinya, demikian pula pada koperasi untuk meningkatkan kemakmuran anggotanya. Kemakmuran pemilik diproksikan dengan maksimisasi nilai perusahaan (*firm value*) (Ross et al., 2016). *Firm value* yang menjadi ukuran kemakmuran pemilik tidak hanya mencakup laba (pada badan usaha swasta) atau hasil usaha (pada koperasi) saat ini saja, tetapi mencakup juga prospek kinerja dari aspek lain dan *time value of money*. Namun jelas, *firm value* yang tinggi identik dengan kemakmuran pemilik (Brigham & Houston, 2006).

Tingginya *firm value* diproksikan sebagai tingkat kemakmuran pemilik dan menjadi fokus utama para investor. Bagi investor, *firm value* suatu perusahaan yang *go public* berhubungan dengan harga saham, artinya semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi *firm value* dan semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham atau pemilikinya. Secara finansial, kemakmuran pemilik perusahaan yang *go public* merupakan penjumlahan kenaikan harga pasar saham (*capital gain*) ditambah dengan pembagian laba perusahaan (*dividend*). Pada perusahaan yang tidak *go public*, *firm value* biasanya dinilai dari harga jual saham yang sedianya dibayar pembeli ketika perusahaan itu dijual. Ada pula yang berpedoman bahwa nilai modal sendiri di perusahaan yang tidak *go public* adalah patokan kekayaan bersih pemilik, artinya semakin meningkat modal sendiri maka kemakmuran pemilik juga semakin meningkat.

Bagaimana kemakmuran anggota (pemilik) koperasi di Indonesia diukur? Realitanya belum ada koperasi yang menerbitkan saham karena peraturan perundang-undangan belum memberikan peluang untuk itu. Dalam praktiknya pun, belum ada koperasi yang dijual. Distribusi modal sendiri hanya sebatas modal yang disetor, yaitu simpanan pokok dan simpanan wajib, dan tidak mempertimbangkan nilai waktu dari uang (*time value of money*). Dengan demikian, bila keberhasilan koperasi harus diukur dengan *firm value* sebagai ukuran kemakmuran anggota, perlu dipertimbangkan bahwa orientasi koperasi tidak hanya mencari hasil usaha tetapi juga terutama pelayanan kepada anggota dalam rangka mempromosikan manfaat ekonomisnya. Anggota memang dapat memperoleh manfaat pembagian hasil usaha dari posisinya sebagai pemilik maupun pengguna pelayanan, namun manfaat terbesarnya justru diperoleh dari penggunaan pelayanan koperasi dalam bentuk *better price*.

Tabel 2 berikut ini menunjukkan perbedaan *firm value* antara perusahaan pada umumnya dan koperasi.

Tabel 2. Perbandingan Tujuan dan Penilaian *Firm Value* Koperasi dengan Perusahaan Lainnya

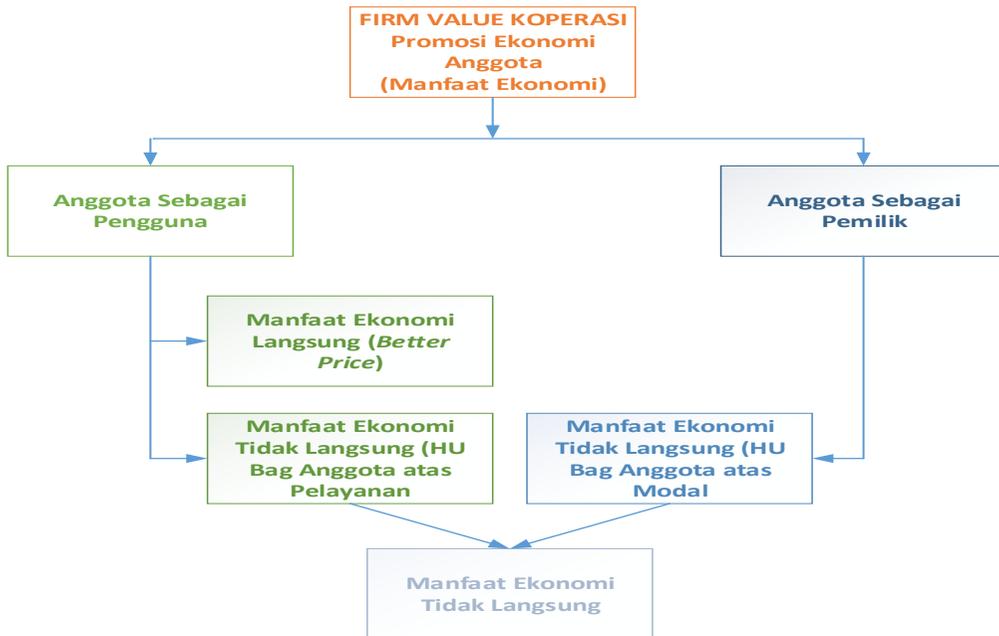
| No | Tujuan | Perbedaan Tujuan | | Catatan |
|----|-----------------------------|--|--|---------|
| | | Koperasi | Badan Usaha (PT) <i>Go Public</i> | |
| | Perspektif Keuangan | Peningkatan kesejahteraan anggota (<i>member welfare</i>) sebagai pemilik dan pengguna | Peningkatan kesejahteraan pemilik atau pemegang saham (<i>owner</i>) | Sama |
| | a. Pemilik (<i>Owner</i>) | Distribusi hasil usaha sesuai dengan kontribusi modal (balas jasa modal terbatas) | 1) Distribusi dividen | Sama |
| | | | 2) Peningkatan harga pasar saham (<i>capital gain</i>) | Berbeda |
| | b. Pengguna (<i>User</i>) | 1) Distribusi SHU berdasarkan pemanfaatan pelayanan (<i>patronage refund</i>), dan 2) Manfaat ekonomi dalam bentuk perbedaan harga dan atau bunga (<i>better prices</i>) | | Berbeda |
| 1 | <i>Firm Value</i> | Distribusi hasil usaha bagian anggota berdasarkan kontribusi modal (terbatas) dan pemanfaatan pelayanan (<i>patronage Refund</i>) serta manfaat ekonomi berupa <i>better price</i> . | Dividen dan <i>capital gain</i> | Berbeda |
| 2 | Perspektif Sosial | Pemberdayaan ekonomi anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya yang berdampak pada pembangunan nasional. | Pemberdayaan ekonomi masyarakat dan pembangunan nasional | Sama |

Firm value koperasi tidak diukur mengikuti model penilaian pada badan usaha lain, tetapi diukur dari efektivitas partisipasi anggota sebagai pengguna dan pemilik, dimana perannya sebagai pengguna lebih dominan dibandingkan dengan perannya sebagai pemilik untuk memperoleh pembagian SHU dan manfaat ekonomi. Di sinilah letak perbedaannya dalam merealisasikan tujuan koperasi dibandingkan dengan badan usaha lain:

- (1) Kepada anggota yang menggunakan pelayanan koperasi, koperasi akan memberikan manfaat ekonomi pada saat transaksi pelayanan dalam bentuk *better prices*;
- (2) Kepada anggota yang menggunakan pelayanan koperasi, koperasi juga akan mendistribusikan SHU bagian anggota proporsional dengan jumlah pelayanan yang dimanfaatkan anggota; dan

(3) Kepada anggota pemilik yang berkontribusi modal, koperasi akan memberikan pembagian hasil usaha sesuai dengan kontribusi modal (balas jasa modal terbatas).

Firm Value (1) akan diperoleh anggota secara langsung pada saat transaksi pelayanan (manfaat ekonomi langsung), sedangkan *firm value* (2) dan (3) akan diperoleh anggota bila koperasi menghasilkan SHU (manfaat ekonomi tidak langsung). Alur pemahaman *firm value* koperasi dapat diilustrasikan secara skematis pada Gambar 3 berikut ini.



Gambar 3. *Firm Value* Koperasi Diperoleh Anggota sebagai Pengguna dan Pemilik

Karena *firm value* koperasi terbesar tergantung pada pelayanan *better prices* dan alokasi SHU bagian anggota berdasarkan pemanfaatan pelayanan, maka anggota harus memanfaatkan pelayanan koperasi secara optimal. Hal ini sesuai dengan tujuan, jati diri, dan orientasi koperasi pada pelayanan untuk anggota. Berdasarkan ringkasan pada Tabel 3 dan ilustrasi pada Gambar 3, model *firm value* koperasi [*cooperative firm value* (C_{fv})] dapat dirumuskan sebagai penjumlahan manfaat ekonomi anggota [*members' economic benefits* (M_{eb})] ditambah distribusi surplus kepada anggota [*member surplus distribution* (M_{sd})].

$$C_{fv} = M_{eb} + M_{sd} \quad (1)$$

Present value cooperative firm value (C_{fv})

$$PV C_{fv} = \frac{(M_{eb}+M_{sd})_1}{(1+i)^1} + \frac{(M_{eb}+M_{sd})_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{(M_{eb}+M_{sd})_n}{(1+i)^n} \quad (2)$$

$$PV C_{fv} = \sum_{t=1}^n \frac{(M_{eb}+M_{sd})_t}{(1+i)^t} \quad (3)$$

Formulasi Manfaat Ekonomi Anggota

Formulasi perhitungan manfaat ekonomi anggota [*members' economic benefit*] perlu dibedakan berdasarkan aktivitas ekonomi anggota ketika memanfaatkan pelayanan yang sesuai dengan jenis koperasinya, yaitu Koperasi Konsumen, Koperasi Pengadaan Input, Koperasi Pemasaran *Output*, Koperasi Simpan Pinjam (*Saving and Loan Cooperative*), dan Koperasi Jasa. Jika suatu koperasi didirikan untuk multi jenis pelayanan, maka anggotanya bisa menggunakan semua jenis pelayanan itu untuk memaksimalkan manfaat ekonominya. Berikut ini diuraikan formulasi model penilaian manfaat ekonomi untuk masing-masing jenis koperasi.

Koperasi Konsumen

Manfaat ekonomi anggota pada Koperasi Konsumen yang memiliki usaha pengadaan barang konsumsi disebut sebagai *efficiency of purchasing price (ePp)*, dihitung dari selisih antara harga beli barang di perusahaan non-koperasi (*purchasing price on non-cooperative = P_{pnc}*) dan harga beli barang di koperasi (*purchasing price on cooperative = P_{pc}*) dikalikan dengan jumlah kuantitas barang yang dibeli (*quantity = Q*). Model penilaiannya adalah sebagai berikut:

$$ePp = (P_{pnc} - P_{pc})Q \quad (4)$$

Efficiency of purchasing price (ePp) dapat juga dirumuskan dengan *index of purchasing price (iPp)* dikalikan dengan jumlah transaksi anggota (*total of member transaction (tMt)*). Model penilaiannya adalah:

$$ePp = iPp \times tMt \quad (5)$$

Sedangkan *index of purchasing price (iPp)* dihitung dari selisih antara harga beli barang di perusahaan non-koperasi (*P_{pnc}*) dan harga beli barang di koperasi (*P_{pc}*) dibagi dengan harga beli barang di koperasi (*P_{pc}*). Model penilaiannya adalah:

$$iPp = \frac{(P_{pnc} - P_{pc})}{P_{pc}} \quad (6)$$

(1) Koperasi Pengadaan

Manfaat ekonomi anggota pada Koperasi Pengadaan yang usahanya melakukan pengadaan barang input produksi untuk anggota disebut sebagai *efficiency of purchasing price (ePp)*, dihitung dari selisih antara harga beli barang input di perusahaan non-koperasi (*purchasing price on non-cooperative = P_{pnc}*) dan harga beli barang input di koperasi (*purchasing price on cooperative = P_{pc}*) dikalikan dengan kuantitas barang input yang dibeli (*Q*). Model penilaiannya adalah:

$$ePpi = (P_{pnc} - P_{pc}) \times Qi \quad (7)$$

Efficiency of purchasing price (ePp) dapat juga dirumuskan dengan *index of purchasing price (iPp)* dikalikan dengan total pelayanan pengadaan barang input dari koperasi (*total service of input = tSi*).

$$ePpi = iPp \times tSi \quad (8)$$

Sedangkan *index of purchasing price (iPp)* dirumuskan sebagai harga beli barang input di perusahaan non-koperasi (P_{pnc}) dikurangi dengan harga beli barang input di koperasi (P_{pc}) kemudian hasilnya dibagi dengan harga beli barang input di koperasi (P_{pc}). Model penilaiannya adalah:

$$iPp = \frac{(P_{pnc} - P_{pc})}{P_{pc}} \quad (9)$$

(2) Koperasi Pemasaran

Manfaat ekonomi anggota pada Koperasi Pemasaran yang usaha utamanya memasarkan produk anggota disebut sebagai *effectivity of selling price (efSp)*, dihitung sebagai selisih antara harga jual produk melalui koperasi (*selling price of cooperative = Spc*) dan harga jual produk melalui perusahaan non-koperasi (*selling price of non cooperative = Spnc*) dikalikan *quantity (Q)* produk yang terjual. Model penilaiannya adalah:

$$efSp = (Spc - Spnc) \times Q \quad (10)$$

Effectivity of selling price (efSp) dapat juga dirumuskan dengan *index of selling price (iSp)* dikalikan dengan total pelayanan pemasaran produk dari koperasi (*total of marketing output = tMo*).

$$efSp = iSp \times tMo \quad (11)$$

Sedangkan *index of effectivity selling price* dihitung dari selisih antara harga jual produk melalui koperasi (*selling price of cooperative = Spc*) dan harga jual produk melalui perusahaan non-koperasi (*selling price of non-cooperative = Spnc*) dibagi dengan harga jual produk melalui koperasi (*selling price of cooperative = Spc*).

$$iSp = \frac{(Spc - Spnc)}{Spc} \quad (12)$$

(3) Koperasi Simpan Pinjam

Manfaat ekonomi anggota dari usaha simpan pinjam diperoleh dari dua aktivitasnya, yaitu aktivitas pemberian pinjaman dan aktivitas penerimaan simpanan. Manfaat ekonomi dai pinjaman diperoleh ketika anggota meminjam uang dengan bunga pinjaman yang lebih murah, sedangkan manfaat ekonomi dari simpanan diperoleh ketika anggota menyimpan uangnya dengan bunga simpanan yang lebih tinggi. Bunga pinjaman dari koperasi yang lebih murah disebut sebagai *efficiency of loan interest (ell)* (%), dihitung dari selisih antara bunga pinjaman (%) di lembaga non-koperasi (*interest of non-cooperative loan = Incl*) dan bunga pinjaman (%) di koperasi (*interest of cooperative loan = Icl*) dikalikan jumlah uang pinjaman koperasi (*total amount of cooperative loan = tcL*).

$$ell = (Incl - Icl)tcL \quad (13)$$

Efficiency of loan interest dapat juga dihitung dari *index of loan interest (ill)* dikalikan dengan jumlah pinjaman koperasi (*total amount of cooperative loan = tcL*).

$$ell = ill \times tcL \quad (14)$$

Sedangkan *index of loan interest (ill)* dihitung dari selisih antara bunga pinjaman (%) di lembaga non-koperasi (*interest of non-cooperative loan = Incl*) dengan bunga pinjaman (%) di koperasi (*interest of cooperative loan = Icl*) dibagi bunga pinjaman (%) di koperasi (*interest of cooperative loan = Icl*).

$$ill = \frac{(Incl - Icl)}{Icl} \quad (15)$$

Efisiensi biaya administrasi pinjaman (e_{lc}) dihitung dari biaya pinjaman non-koperasi (c_{ncl})(%) dikurangi biaya pinjaman koperasi (c_{cl})(%) dikalikan dengan jumlah pinjaman koperasi dalam satu periode (t_{cl}).

$$e_{lc} = (c_{ncl} - c_{cl}) \times t_{cl} \quad (16)$$

Efisiensi biaya administrasi pinjaman (e_{lc}) dapat juga dihitung sebagai hasil dari perkalian indeks biaya administrasi pinjaman (i_{lc})(%) dengan jumlah pinjaman koperasi dalam satu periode (t_{cl}).

$$e_{lc} = i_{lc} \times t_{cl} \quad (17)$$

Sedangkan indeks biaya administrasi pinjaman dihitung sebagai selisih antara biaya administrasi pinjaman non-koperasi (c_{ncl})(%) dan biaya administrasi pinjaman koperasi (c_{cl})(%) dibagi dengan biaya administrasi pinjaman koperasi (c_{cl})(%).

$$i_{lc} = \frac{(c_{ncl} - c_{cl})}{c_{cl}} \quad (18)$$

Adapun bunga simpanan yang lebih tinggi disebut *effectivity of deposit interest (e_{fdi})*, dihitung dari selisih antara bunga simpanan di koperasi (*deposit interest of cooperative = D_{ic}*)(%) dan bunga simpanan di lembaga non-koperasi (*deposit interest of non-cooperative = D_{inc}*) (%) dikalikan dengan jumlah simpanan dalam satu periode (*total amount of deposit per period = T_d*).

$$e_{fdi} = (D_{ic} - D_{inc}) \times T_d \quad (19)$$

Efektifitas bunga simpanan (*effectivity of deposit interest = e_{fdi}*) dapat juga dihitung dari indeks bunga simpanan (*index of Deposit Interest = I_{di}*) dikalikan jumlah simpanan dalam satu periode (*total amount of deposit per period = T_d*).

$$e_{fdi} = I_{di} \times T_d \quad (20)$$

Sedangkan indeks bunga simpanan (*Idi*) dihitung dari selisih antara *interest of cooperative deposit (Idc)* dan *interest of non-cooperative deposit (Idnc)* dibagi *interest of cooperative deposit (Idc)*.

$$Idi = \frac{(Idc - Idnc)}{Idc} \quad (21)$$

(4) Koperasi Jasa

Manfaat ekonomi anggota dari koperasi yang menyediakan jasa untuk anggota disebut sebagai efisiensi harga penyediaan jasa (e_{sp}), dihitung dari selisih antara harga penyediaan jasa oleh perusahaan non-koperasi (P_{ncp}) dan harga penyediaan jasa yang sama oleh koperasi (P_{cl}) dikalikan dengan jumlah total penyediaan jasa oleh koperasi (t_{cl}). Asumsinya adalah harga penyediaan jasa oleh koperasi lebih murah daripada harga penyediaan jasa oleh perusahaan non-koperasi.

$$e_{sp} = (P_{ncp} - P_{cl}) \times t_{cl} \quad (22)$$

Efisiensi harga penyediaan jasa (e_{sp}) dapat juga dihitung dari indeks harga penyediaan jasa (I_{sp}) dikalikan jumlah total penyediaan jasa oleh koperasi (t_{cl}).

$$e_{sp} = I_{sp} \times t_{cl} \quad (23)$$

Formulasi Distribusi SHU Anggota dan Formulasi Firm Value

Distribusi sisa hasil usaha (SHU) atau distribusi surplus (*surplus distribution*) pada koperasi di Indonesia diawali dengan pengalokasian surplus pada berbagai kegunaan yang telah ditetapkan dalam peraturan pemerintah atau peraturan koperasi masing-masing. Alokasi surplus berupa alokasi untuk modal cadangan, distribusi anggota sebagai pemilik dan pengguna, bonus, dana pendidikan, dana pembangunan, dan dana sosial lainnya. Distribusi surplus untuk anggota diformulasikan dalam dua kategori, yaitu distribusi kepada anggota pemilik berdasarkan pada setoran modalnya dengan prinsip balas jasa atas modal yang terbatas dan distribusi kepada anggota pengguna pelayanan berdasarkan pada besarnya pelayanan koperasi yang dimanfaatkan oleh anggota.

Sisa hasil usaha (SHU) atau surplus yang didistribusikan kepada anggota adalah SHU bersih setelah dikurangi pajak. SHU bagian anggota (S_m) adalah alokasi SHU berdasarkan modal yang disetor (S_{ao})(%) ditambah alokasi SHU berdasarkan pemanfaatan pelayanan (S_{au})(%) dan masing-masing dikalikan total SHU bersih koperasi (S_c).

$$S_m = (S_{ao} + S_{au}) \times S_c \quad (24)$$

Dengan demikian, *Cooperative Firm Value (FVc)* merupakan hasil dari penjumlahan dari distribusi surplus (S_m) ditambah dengan manfaat ekonomi dari setiap usaha koperasi yang dimanfaatkan anggota (ePp ; $ePpi$; $efSp$; eIl ; e_{fdi} ; e_{sp}).

$$FV_c = (S_{ao} + S_{au}) \times S_c + ePp + ePpi + efSp + eIl + e_{fdi} + e_{sp} \quad (25)$$

Firm value merupakan ukuran keberhasilan koperasi yang komprehensif karena mencakup ukuran kesuksesan koperasi sebagai lembaga usaha yang SHU-nya dinikmati anggota pada posisinya sebagai pemilik dan pengguna pelayanan koperasi dan ukuran kesuksesan anggota yang memanfaatkan langsung pelayanan koperasi. Keduanya bermuara pada kemakmuran anggota sebagaimana menjadi orientasi dan tujuan dari dibentuknya koperasi.

Kesimpulan

Praktik penilaian keberhasilan koperasi di Indonesia dari perspektif finansial harus disesuaikan dengan karakteristik, jati diri, dan tujuan khususnya. Tujuan koperasi adalah kemakmuran anggotanya, bukan hanya pada posisinya sebagai pemilik (sebagaimana pada badan hukum usaha lain) tetapi juga terutama sebagai pengguna pelayanan koperasi. Penerapan *firm value* untuk secara finansial mengukur kinerja koperasi memperhitungkan sumber kemakmuran anggota dari dua posisi atau peran tersebut. Sebagai ukuran keberhasilan, *firm value* koperasi diformulasikan sebagai penjumlahan manfaat ekonomi anggota dan SHU bagian anggota. Manfaat ekonomi anggota adalah manfaat langsung dari *better prices* pelayanan koperasi, diformulasikan pada setiap jenis koperasi yang dikelompokkan berdasarkan aktivitas usaha anggotanya, mulai dari jenis koperasi konsumen, pengadaan, pemasaran, simpan pinjam, dan jasa. Sedangkan, SHU bagian anggota diformulasikan dari pembagian SHU berdasarkan besarnya pelayanan koperasi yang dimanfaatkan anggota pada perannya sebagai pengguna pelayanan (manfaat tak langsung dari pelayanan koperasi) dan pembagian SHU berdasarkan setoran modalnya pada perannya sebagai pemilik dengan prinsip balas jasa atas modal yang terbatas.

Daftar Pustaka

- Brigham, E. F. & Houston, J. F. (2006). *Dasar-dasar manajemen keuangan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Chukwu, S. C. (1990). *Economics of the co-operative business enterprise* (Vol. 2). Marburg Consult for Self-help Promotion.
- Cornett., M., Adair, T., & Nofsinger, J. (2012). *Finance: Applications and theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Frederick, D. A. (1997). *Co-ops 101: An Introduction to cooperatives* (No. 2161-2018-7967). United States Department of Agriculture (USDA).
- Hanel, A. (1985). *Basic aspects of cooperative organization: Policies for their promotion in developing Countries*. Fakultas Ekonomi - Unpad.
- Helmut, W. (1994). Management in co-operatives. In E. Dülfer (Ed.), *International Handbook of Cooperative Organization* (pp. 579-584). Vandenhoeck und Ruprecht.
- International Cooperative Alliance. (1995). Cooperative identity, values & principles. <https://ica.coop/en/cooperatives/cooperative-identity>
- Jokisch, J. (1994). *Assessment of success and the distribution of benefits and surplus in co-operatives*. In E. Dülfer (Ed.), *International Handbook of Cooperative Organization* (pp. 23-28). Vandenhoeck und Ruprecht.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Laporan data koperasi*. <https://www.kemenkopukm.go.id/>

[uploads/laporan/1645422249 REKAPITULASI DATA KOPERASI PER 31 DESEMBER 2021.pdf](#)

Republik Indonesia. Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian.

Röpke, Jochen (1989). *The economic theory of cooperatives*. University Of Marburg.

Ross, S. A., Westerfield, R. W., Jordan, B. D., Lim, J., & Tan, R. (2012). *Fundamentals of corporate finance (Asia Global ed.)*. McGraw-Hill.

Roy. (1981). *Cooperative, development, principle and management (4th ed.)*. The Interstate Printers & Publisher.

Menakar Kesiapan Koperasi untuk Menerapkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Privat

Tita Djuitaningsih

Pendahuluan

Koperasi adalah salah satu pelaku ekonomi di Indonesia di samping BUMN dan perusahaan swasta. Peranannya di era pascareformasi, meskipun tidak sebesar peran perusahaan swasta dalam perekonomian nasional, tidak bisa diabaikan. Menurut Undang-Undang (UU) Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Koperasi beroperasi dengan dukungan modal yang berasal dari modal sendiri dan modal pinjaman.

Modal sendiri koperasi dapat berasal dari simpanan pokok, simpanan wajib, dana cadangan, dan hibah. Sedangkan modal pinjaman koperasi dapat berasal dari anggota, koperasi lain dan/atau anggotanya, bank dan lembaga keuangan lainnya, penerbitan obligasi dan surat hutang jenis lainnya, dan sumber lain yang sah. Mengingat adanya para pihak yang menyetorkan modal ke koperasi, maka koperasi harus mempertanggungjawabkan penggunaan atas modal tersebut dalam bentuk laporan keuangan. Terkait dengan laporan tahunan ini, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian telah mengisyaratkan di pasal 35 bahwa setelah tahun buku koperasi ditutup, paling lambat satu (1) bulan sebelum diselenggarakan rapat anggota tahunan, pengurus harus menyusun laporan tahunan yang memuat sekurang-kurangnya: (a) perhitungan tahunan yang terdiri dari neraca akhir tahun buku yang baru lampau dan perhitungan hasil usaha dari tahun yang bersangkutan serta penjelasan atas dokumen tersebut; dan (b) keadaan dan usaha koperasi serta hasil usaha yang dapat dicapai.

Jadi, berdasarkan isyarat dalam pasal 35 Undang-Undang tersebut, pengurus koperasi wajib menyusun laporan keuangan sebagai bentuk pertanggungjawaban koperasi kepada anggotanya. Perbedaan interpretasi atas pasal tersebut mengakibatkan terjadinya perbedaan bentuk dan kualitas laporan keuangan koperasi. Oleh karena itu, peraturan khusus berupa standar akuntansi dibutuhkan untuk menyeragamkan penyusunan laporan keuangan koperasi sehingga komparabilitas laporan keuangan koperasi dan kualitas informasi dalam laporan akuntansi meningkat. Sebagai lembaga yang memiliki kewenangan menetapkan standar akuntansi, Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) akhirnya menetapkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 27 tentang Akuntansi Perkoperasian (Edisi Revisi 1998) yang berlaku efektif mulai 1 Januari 1999.

Implementasi PSAK 27 tentang Akuntansi Perkoperasian

Pemerintah, dalam hal ini Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia (Kemenkop dan UKM) menyambut diterbitkannya PSAK 27 dengan antusias. Hal ini ditunjukkan dengan diterbitkannya berbagai peraturan yang berisi pedoman implementasi untuk penyusunan laporan keuangan koperasi berdasarkan PSAK 27 dari yang bersifat umum sampai dengan yang bersifat teknis. Bahkan Kemenkop UKM pernah menerbitkan Buku Pedoman Penyusunan Laporan Keuangan Koperasi berdasarkan PSAK 27 menurut jenis-jenis koperasinya. Tidak berhenti sampai di tataran pedoman implementasi, Kemenkop UKM juga melakukan sosialisasi atas pedoman-pedoman implementasi tersebut melalui pelatihan di berbagai daerah di Indonesia.

Menurut PSAK 27, laporan keuangan koperasi meliputi neraca, perhitungan hasil usaha, laporan arus kas, laporan promosi ekonomi anggota, dan catatan atas laporan keuangan. Laporan Promosi Ekonomi Anggota (LPEA), bagian khas laporan keuangan koperasi yang tidak ada di lembaga selain koperasi, memperlihatkan manfaat ekonomi yang diperoleh anggota koperasi selama satu tahun tertentu. Sayangnya, teridentifikasi dari umpan balik selama sosialisasi PSAK 27, Laporan Promosi Ekonomi Anggota (LPEA) justru menjadi bagian yang sulit diimplementasikan. Kesulitan tersebut sebenarnya sudah bisa diprediksi pada tataran konsep. LPEA mencakup empat unsur, yaitu:

- a. Manfaat ekonomi dari pembelian barang atau pengadaan jasa Bersama;
- b. Manfaat ekonomi dari pemasaran dan pengolahan Bersama;
- c. Manfaat ekonomi dari simpan pinjam lewat koperasi; dan
- d. Manfaat ekonomi dalam bentuk pembagian sisa hasil usaha.

Penyusunan LPEA erat kaitannya dengan jenis-jenis koperasi. Terdapat 4 (empat) jenis koperasi menurut PSAK 27 (1998), yaitu Koperasi Konsumen, Koperasi Produsen, Koperasi Simpan Pinjam, dan Koperasi Pemasaran. (1) **Koperasi Konsumen** adalah koperasi yang anggotanya para konsumen akhir atau pemakai barang atau jasa, sedangkan kegiatan atau jasa utamanya adalah melakukan pembelian bersama. Contohnya adalah koperasi yang kegiatan utamanya mengelola warung serba-ada atau supermarket. (2) **Koperasi Produsen** adalah koperasi yang anggotanya tidak memiliki rumah tangga usaha atau perusahaan sendiri-sendiri tetapi bekerjasama dalam wadah koperasi untuk menghasilkan dan memasarkan barang atau jasa. Kegiatan utama koperasi produsen adalah menyediakan, mengoperasikan, atau mengelola sarana produksi bersama. Contohnya adalah koperasi jasa konsultasi. (3) **Koperasi Simpan Pinjam** adalah koperasi yang kegiatan atau jasa utamanya menyediakan jasa penyimpanan dan peminjaman untuk anggotanya. (4) **Koperasi Pemasaran** adalah koperasi yang anggotanya para produsen atau pemilik barang atau penyedia jasa, sedangkan kegiatan atau jasa utamanya adalah melakukan pemasaran bersama.

LPEA akan berbeda tergantung dari jenis koperasinya. Dari keempat manfaat ekonomi bagi anggota sebagaimana tersebut diatas, data yang paling mudah didapatkan adalah data terkait manfaat ekonomi dalam bentuk pembagian sisa hasil usaha (butir d), karena data sisa hasil usaha bisa langsung diambil dari laporan perhitungan hasil usaha. Sedangkan, untuk manfaat ekonomi butir a, b, dan c, datanya tidak mudah didapatkan karena koperasi harus menghitung manfaat-manfaat ekonomi tersebut melalui perbandingan antara harga di koperasi dan harga di pesaing-pesaing koperasi.

Kesulitan pertama saat menghitung manfaat ekonomi butir a, b, dan c adalah menentukan siapa pesaing koperasi, terutama ketika pesaingnya lebih dari satu, tidak mudah menentukan pesaing mana yang akan dijadikan pembanding dalam menghitung manfaat ekonomi anggota. Kesulitan akan menjadi berganda untuk koperasi produsen, koperasi konsumen, dan koperasi pemasaran karena produk yang akan dihitung manfaatnya relatif banyak, sehingga demi efisiensi akhirnya terpaksa dilakukan dengan cara sampling atas produk yang akan dihitung manfaat ekonominya. Akibatnya, informasi manfaat ekonomi bagi anggota dari produk yang ditawarkan koperasi menjadi tidak begitu akurat.

Di antara keempat jenis koperasi, koperasi simpan pinjam relatif paling mudah dilakukan penghitungan manfaat ekonomi anggotanya. Karena, produk yang ditawarkan kepada anggotanya hanyalah berupa jasa penyimpanan dan pinjaman, sehingga manfaat ekonomi “hanya” dihitung dari selisih bunga simpanan dan pinjaman koperasi dengan pesaingnya. Tetapi, meskipun tampaknya mudah, praktiknya tidak sederhana sehingga penghitungan manfaat ekonomi anggota biasanya dihitung dengan berbagai asumsi.

Kesimpulannya, LPEA merupakan laporan keuangan yang lebih banyak cost penyusunannya dibanding benefit-nya. Kesulitan penyusunan LPEA dan kondisi sumber daya manusia (SDM) koperasi yang secara umum kurang memadai menyebabkan banyak koperasi yang akhirnya tidak membuat LPEA. LPEA seolah-olah “memaksa” koperasi agar nampak memberi manfaat ekonomi bagi anggota, padahal manfaat itu belum tentu dirasakan anggota terutama untuk koperasi yang sumber modalnya lebih banyak dari sumber modal eksternal, bukan simpanan anggota. PSAK 27 dalam hal ini justru mengabaikan manfaat yang bisa dirasakan anggota, yaitu manfaat non-ekonomi berupa fleksibilitas dan kemudahan berbagai prosedur koperasi untuknya.

Di tengah upaya implementasi yang masih berjalan tertatih-tatih dan belum sampai ke titik akhir, pada tanggal 8 April 2011 Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) melalui Dewan Standar Akuntansi Keuangan (DSAK) mencabut PSAK 27. Kejadian ini menimbulkan kemasygulan: seumpama orang yang sedang susah payah mendaki gunung dan belum sampai ke puncak, tiba-tiba disuruh turun lagi. Pencabutan itu ditetapkan dengan penerbitan Pernyataan Pencabutan Standar Akuntansi Keuangan (PPSAK) 8 tentang Pencabutan PSAK 27 Akuntansi Perkoperasian. Dengan disahkannya PPSAK 8, entitas yang sebelumnya menggunakan PSAK 27 dalam menyusun laporan

keuangannya tidak lagi menggunakan PSAK tersebut sebagai acuan. Menurut IAI, dasar pertimbangan pencabutan PSAK 27 Akuntansi Perkoperasian adalah konsekuensi dari konvergensi standar-standar akuntansi ke standar akuntansi internasional (International Financial Reporting Standard atau IFRS) yang salah satu akibatnya bisa berujung pada perlunya pencabutan SAK untuk suatu industri tertentu. Menurut IAI lagi, pengaturan akuntansi apapun yang dibutuhkan secara prinsip sudah ada dalam SAK yang mengacu ke IFRS. Pernyataan pencabutan tersebut berlaku efektif untuk periode tahun buku yang dimulai pada atau setelah tanggal 1 Januari 2012.

Implementasi SAK Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP)

Penyusunan dan pengembangan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) oleh Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia (DSAK IAI) sebenarnya dilatarbelakangi oleh adanya kendala yang dihadapi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), tidak terkait langsung dengan kendala yang ada dihadapi Koperasi. Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dalam menyusun laporan keuangan dengan menggunakan SAK berbasis Internasional Financial Reporting Standard (IFRS) merupakan kendala utama yang dihadapi UMKM sehingga menyebabkan sulitnya UMKM mendapatkan akses pendanaan dari lembaga keuangan. Memang, untuk mendapatkan akses pendanaan dari lembaga keuangan, UMKM wajib menyusun laporan keuangan berdasarkan standar akuntansi keuangan (SAK) yang berlaku.

Karena adanya kendala tersebut, DSAK IAI menyadari bahwa UMKM membutuhkan standar akuntansi yang lebih sederhana daripada SAK yang umumnya disusun berbasis IFRS. Pada tahun 2009, DSAK IAI menyusun dan menetapkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) yang berlaku efektif pada laporan keuangan yang dimulai pada atau setelah tanggal 1 Januari 2011, meskipun penerapan dini diperkenankan. Selain itu, setelah PSAK 27 tentang Akuntansi Perkoperasian dicabut, koperasi-koperasi di Indonesia diarahkan untuk menerapkan SAK ETAP dalam penyusunan laporan keuangannya.

Sampai saat ini, koperasi di Indonesia sudah mengimplementasikan SAK ETAP selama kurang lebih 13 tahun. Berbeda dengan PSAK 27, SAK ETAP dirasakan lebih fleksibel dalam implementasinya. Namun sebagaimana implementasi PSAK 27, SAK ETAP pun tidak sepenuhnya diimplementasikan koperasi. Jika kesulitan implementasi PSAK 27 disebabkan terlalu spesifiknya PSAK 27 mencerminkan jati diri koperasi, misalnya mewajibkan penyusunan LPEA dan pemisahan pembukuan transaksi dengan anggota dari transaksi dengan non anggota, kesulitan implementasi SAK ETAP lebih disebabkan adanya kewajiban untuk mencatatkan transaksi atau kejadian yang selama ini tidak dicatat seperti misalnya imbalan kerja, penurunan nilai aset, dan transaksi dalam mata uang asing.

Selain itu, keterbatasan SDM dalam memahami SAK yang berlaku selalu menjadi kendala dalam penyusunan laporan keuangan koperasi, apa pun jenis SAK-nya. Nampaknya, kejadian yang menimbulkan kemasygulan pun akan terulang jika implementasi SAK ETAP yang masih diupayakan dan belum sempurna sudah akan digantikan dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Privat (SAK EP) mulai tanggal 1 Januari 2025.

Kesiapan Koperasi untuk Implementasi SAK Entitas Privat

SAK Entitas Privat (EP) yang sebenarnya merupakan revisi atas SAK ETAP akan diberlakukan secara mandatory menggantikan SAK ETAP pada 1 Januari 2025. Koperasi yang saat ini menggunakan SAK ETAP akan dengan sendirinya berubah menggunakan SAK EP untuk penyusunan laporan keuangannya. Pemerintah melalui Kemenkop dan UKM mengakomodir implementasi SAK EP oleh koperasi dengan menerbitkan Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia (Permenkop dan UKM RI) Nomor 2 Tahun 2024 tentang Kebijakan Akuntansi Koperasi. SAK ETAP dipandang sudah tidak sesuai dengan kebutuhan laporan keuangan koperasi saat ini, karena SAK ETAP tidak mengakomodir laporan konsolidasi bagi koperasi yang memiliki beberapa unit usaha dan juga pemisahan laporan pendapatan bagi anggota dan non anggota.

Berdasarkan Permenkop dan UKM Nomor 2 Tahun 2024 tersebut, implementasi standar akuntansi harus disesuaikan dengan jenis koperasinya. Pasal 4 peraturan tersebut menyatakan sebagai berikut:

- (1) Koperasi yang menjalankan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam wajib menggunakan SAK Indonesia untuk Entitas Privat.
- (2) Koperasi yang menjalankan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam yang telah menggunakan SAK Indonesia dikecualikan terhadap penggunaan SAK Indonesia untuk Entitas Privat sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- (3) Koperasi Sektor Riil menggunakan SAK yang diatur oleh instansi pembina sektor usaha.
- (4) Dalam hal instansi pembina sektor usaha belum mengatur SAK untuk Koperasi Sektor Riil sebagaimana dimaksud pada ayat (3), kebijakan akuntansi Koperasi menggunakan:
 - a. SAK Indonesia;
 - b. SAK Indonesia untuk Entitas Privat; atau
 - c. SAK Indonesia untuk Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah,
- (5) Koperasi yang menjalankan kegiatan usaha di sektor jasa keuangan menggunakan SAK yang diatur oleh lembaga yang berwenang di bidang keuangan.

Ketentuan tersebut di atas bersifat mandatory, sehingga koperasi yang melanggar akan dikenai sanksi administratif oleh menteri, gubernur, atau bupati/wali kota sesuai dengan kewenangannya. Sanksi administratif tersebut berupa (a) teguran tertulis pertama dan kedua; (b) penangguhan penerbitan sertifikat nomor induk koperasi; (c) penurunan penilaian kesehatan koperasi; (d) pembekuan sementara izin usaha simpan pinjam; (e) pencabutan izin usaha simpan pinjam; dan/atau (f) penutupan Unit Simpan Pinjam (USP) koperasi atau pembubaran Koperasi. Ketentuan bersifat mandatory dengan sanksi bagi pelanggarnya sebagaimana diuraikan di atas menunjukkan keseriusan Pemerintah untuk mendorong agar koperasi di Indonesia konsisten mengimplementasikan standar akuntansi yang berlaku. Tujuannya agar laporan keuangan koperasi lebih berkualitas sehingga akses ke pendanaan lembaga keuangan menjadi terbuka. Meskipun demikian, penegakan ketentuan mandatory dengan sanksi yang cukup berat tersebut perlu dipertimbangkan terlebih dulu mengingat adanya kemungkinan berbagai kendala teknis yang akan ditemui koperasi.

Dari empat (4) jenis koperasi, yaitu koperasi konsumen, koperasi produsen, koperasi pemasaran, dan koperasi simpan pinjam, apa yang dimaksud koperasi sektor riil dalam Permenkop dan UKM Nomor 2 Tahun 2024 adalah koperasi konsumen, koperasi produsen, dan koperasi pemasaran. Ketiga jenis koperasi di sektor riil ini wajib menggunakan SAK yang diatur oleh instansi pembina sektor usaha. Namun dalam hal instansi pembina sektor usaha belum mengatur SAK untuk koperasi sektor riil, kebijakan akuntansi koperasi mempersilakan penggunaan SAK Indonesia, SAK Indonesia untuk Entitas Privat (SAK EP), atau SAK Indonesia untuk Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM). Sementara itu, koperasi simpan pinjam tetap wajib menggunakan SAK EP. Apabila ketiga jenis koperasi di sektor riil memiliki unit simpan pinjam, maka koperasi tersebut wajib menggunakan SAK EP, bukan SAK Indonesia atau SAK EMKM, karena penggunaan dua standar untuk satu koperasi tentunya akan menyulitkan penyusunan laporan keuangan. Persoalan seperti ini harus disosialisasikan terlebih dahulu ke seluruh Koperasi di Indonesia sebelum SAK diterapkan.

Ayat 5 pasal 4 Permenkop dan UKM Nomor 2 Tahun 2024 menyatakan bahwa koperasi yang menjalankan kegiatan usaha di sektor jasa keuangan menggunakan SAK yang diatur oleh lembaga yang berwenang di bidang keuangan. Ayat ini mengesankan bahwa standar akuntansi untuk jenis koperasi sektor jasa keuangan belum dipastikan. Hal ini akan membingungkan pengelola koperasi, karena jenis koperasi simpan pinjam (KSP) yang notabene bergerak di sektor jasa keuangan, standar akuntansinya sudah ditentukan dan bahkan diwajibkan yaitu SAK EP. Jadi, seperti apa sektor jasa keuangan yang dimaksud dalam ayat 5 pasal 4 Permenkop dan UKM RI Nomor 2 Tahun 2024? Ini merupakan "pekerjaan rumah" pemerintah untuk memberikan penjelasan lebih lanjut sebelum sosialisasi intensif dan penegakan kebijakan yang sifatnya mandatory dengan sanksi yang berat dilakukan. Koperasi-koperasi seharusnya dikondisikan terlebih dahulu kesiapannya sebelum pemberlakuan dan implementasi standar akuntansi keuangan dilaksanakan.

Kendala lain dalam implementasi SAK di koperasi, khususnya SAK EP, adalah rendahnya kualifikasi dan kompetensi sumber daya manusia (SDM) penyusun laporan keuangan di koperasi. Pada umumnya, koperasi tidak mampu merekrut SDM penyusun laporan keuangan koperasi yang memiliki kualifikasi dan kompetensi tinggi. Ketidakmampuannya disebabkan oleh kendala klasik koperasi, yaitu lemahnya permodalan. Kendala ini seperti lingkaran setan, karena lemahnya permodalan disebabkan oleh terbatasnya akses ke pendanaan lembaga keuangan sementara terbatasnya akses disebabkan oleh tidak memadainya laporan keuangan sebagai salah satu syarat administratif pengajuan pendanaan akibat rendahnya kualifikasi dan kompetensi SDM penyusun laporan keuangan.

Implementasi SAK EP membutuhkan kesiapan yang sungguh-sungguh, baik dari sisi internal maupun eksternal koperasi, apalagi konten SAK EP lebih berat dibandingkan dengan SAK ETAP yang sebelumnya diimplementasikan. Saat SAK ETAP diberlakukan saja, koperasi masih belum mampu mengimplementasikan sepenuhnya. Kesiapan koperasi harus dipastikan dan ketidaksiapannya harus diatasi terlebih dahulu sebelum implementasi SAK EP yang lebih berat. Tabel 1 berikut ini menggambarkan perbandingan SAK EP dengan SAK ETAP.

Tabel 1. Perbandingan SAK EP dengan SAK ETAP

| No. | SAK EP | SAK ETAP |
|-----|---|---|
| 1. | 35 Bab Pengaturan | 30 Bab Pengaturan |
| 2. | Laporan Posisi Keuangan | Neraca |
| 3. | Laporan Perhitungan Hasil Usaha (Laba Rugi) dan Penghasilan Komprehensif | Laporan Perhitungan Hasil Usaha (Laba Rugi) |
| 4. | Laporan keuangan konsolidasian | Tidak diatur |
| 5. | Hibah pemerintah | Tidak diatur |
| 6. | Bunga diakui secara efektif | Bunga diakui secara akrual |
| 7. | Penyisihan pinjaman tak tertagih dalam perhitungannya berbasis risiko kredit dalam pinjaman | Penyisihan dicatat ketika pinjaman tak tertagih sudah terjadi |
| 8. | Pengakuan asset dan liabilitas pajak tangguhan | Tidak diatur |
| 9. | Pengungkapan pihak berelasi | Tidak diatur |

Sumber: Bariyah (2024)

Dari tabel tersebut terlihat bahwa konten SAK EP memang lebih sempurna tetapi menjadi lebih sulit untuk diimplementasikan daripada SAK ETAP. Artinya, implementasi SAK EP membutuhkan sumber daya manusia (SDM) yang memiliki kualifikasi dan kompetensi relatif tinggi. Saat ini dapat dikatakan bahwa sumber daya manusia (SDM) koperasi belum siap untuk menjalani implementasi SAK EP. Jika koperasi harus menjalani implementasi SAK EP yang merupakan revisi dari SAK ETAP dan kontennya lebih kompleks dari SAK ETAP, maka diperlukan campur tangan Kementerian Koperasi dan UKM untuk melakukan sosialisasi dan pelatihan-pelatihan yang intensif ke seluruh koperasi di Indonesia.

Sebelum upaya sosialisasi dan pelatihan dilakukan, Kementerian Koperasi dan UKM seperti biasa perlu membuat pedoman implementasi SAK EP, baik yang bersifat umum untuk semua koperasi maupun yang bersifat khusus untuk masing-masing jenis koperasi. Waktu yang dibutuhkan untuk penyusunan pedoman, persiapan sosialisasi dan pelatihan, dan proses sosialisasi dan pelatihan tidaklah sebentar, sehingga penjadwalan pengondisian koperasi agar siap mengimplementasikan SAK EP perlu dibuat dengan cermat. Anggaran pemerintah yang diperlukan untuk kegiatan pengondisian koperasi pun tidak sedikit. Agar lebih ekonomis, memulai pengondisian dengan proyek percontohan untuk koperasi-koperasi besar di masing-masing jenis koperasi di Indonesia, baik primer maupun sekunder, bisa menjadi strategi terbaik. Melalui pelatihan SDM koperasi-koperasi percontohan dan penyelenggaraan sertifikasi kompetensi SDM yang lulus pelatihan, pemerintah bisa mengefektifkan pengondisian dengan menggandeng mereka untuk menularkan keahliannya secara bertahap ke seluruh koperasi di Indonesia. Tanpa pengondisian koperasi yang efektif, keputusan Kemenkop dan UKM yang mengharuskan penerapan SAK EP secara *mandatory* bahkan diikuti sanksi berat pada tahun buku 2025 akan kotra produktif, karena koperasi sungguh-sungguh keteteran untuk menjalani implementasi SAK EP.

Kesimpulan

Berkaca dari pengalaman saat implementasi standar-standar akuntansi keuangan sebelumnya, PSAK 27 dan SAK ETAP, keputusan pemerintah untuk memberlakukan Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Permenkop & UKM) Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2024 tentang Kebijakan Akuntansi Koperasi yang mengharuskan koperasi untuk mengimplementasikan SAK EP secara *mandatory* bahkan disertai sanksi berat, perlu disertai upaya untuk memastikan kesiapan koperasi terlebih dahulu. Kesulitan serius saat implementasi PSAK 27 dan SAK ETAP akibat dari sosialisasi dan pelatihan yang tidak dilakukan secara intensif dan konsisten harus menjadi pelajaran mahal dan tak boleh terulang. Pengalaman buruk ketika pemahaman sumber daya manusia (SDM) belum sempat utuh namun sudah “terganggu” oleh pergantian standar tidak boleh terjadi lagi. Potensi-potensi kegagalan implementasi SAK EP harus diantisipasi sejak awal.

Saat ini, koperasi di Indonesia masih belum sepenuhnya siap untuk menerapkan SAK EP, baik dari sisi internal koperasi maupun dari eksternal koperasi. Dari sisi internal, koperasi masih sangat kekurangan sumber daya manusia (SDM) yang memiliki kualifikasi dan kompetensi memadai untuk menyusun laporan keuangan koperasi yang akan menggunakan SAK EP. Adapun dari sisi eksternal adalah kurangnya upaya sosialisasi dan pelatihan dari pemerintah terkait aturan main implementasi SAK EP yang akan diberlakukan berdasarkan Permenkop & UKM Nomor 2 Tahun 2024 Tentang Kebijakan Akuntansi Koperasi.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop dan UKM) perlu mengondisikan koperasi terlebih dahulu sebelum mewajibkan implementasi SAK EP, terutama menyelenggarakan sosialisasi dan pelatihan yang intensif dan konsisten tentang implementasi SAK EP. Tanpa pengondisian koperasi terlebih dahulu, implementasi SAK EP terancam gagal.

Daftar Pustaka

- Bariyah, K. (2024). *Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2024 tentang Kebijakan Akuntansi Koperasi*. https://web.iaiglobal.or.id/assets/files/file_publicasi/Materi_Permenkop%20%20thn%202024_Kemenkop%20dan%20UKM.pdf
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2024). *Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2024 tentang Kebijakan Akuntansi Koperasi*. <https://www.regulasip.id/themes/default/resources/js/pdfjs/web/viewer.html?file=/eBooks/2024/March/65f136f9cd312/Peraturan%20Menteri%20Koperasi%20dan%20UKM%20RI%20Nomor%202%20Tahun%202024.pdf>
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 27 Tentang Akuntansi Perkoperasian*. <https://alengwee.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/10/psak-27-revisi-98-akuntansi-perkoperasian.pdf>.
- Pencabutan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PPSAK) Nomor 27 tentang Akuntansi Perkoperasian*. [http://www.iaiglobal.or.id/v03/files/file_sak/pencabutan/PPSAK%208%20FINAL%20\(10%20NOV%202014\).pdf](http://www.iaiglobal.or.id/v03/files/file_sak/pencabutan/PPSAK%208%20FINAL%20(10%20NOV%202014).pdf).
- Standar Akuntansi Keuangan (SAK). *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik*. https://mobile-api.iaiglobal.or.id/Portal/pdf_view2/OGtUTHRETFdOcDMwczVob0xUeG9MZz09.
- Standar Akuntansi Keuangan (SAK). *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Privat*. https://mobileapi.iaiglobal.or.id/Portal/pdf_view2/OGtUTHRETFdOcDMwczVob0xUeG9MZz09.
- Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian*. https://ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Documents/UU_No_25_Tahun_1992_Perkoperasian.pdf

Dari Solidaritas ke Persaingan: Menyoal Transisi Ekonomi Indonesia Era Reformasi

Imbang Jaya Mangkuto

Pendahuluan

Indonesia mengandalkan sistem ekonomi koperasi sejak kemerdekaannya pada tahun 1945. Sistem ini dirancang untuk mempromosikan kedaulatan ekonomi dan keadilan sosial melalui prinsip solidaritas dan kerja sama. Ekonomi koperasi memungkinkan masyarakat untuk bekerjasama dalam mengelola sumber daya dan hasil usaha dengan tujuan utama meningkatkan kesejahteraan bersama. Pendekatan ini membantu menciptakan struktur ekonomi yang lebih inklusif dan merata, yang sangat penting dalam konteks negara yang baru merdeka dan sedang membangun.

Namun, seiring dengan meningkatnya globalisasi dan liberalisasi ekonomi di tingkat global, tekanan pasar global mulai memengaruhi kebijakan ekonomi nasional. Globalisasi membawa serta kebutuhan untuk lebih terbuka terhadap pasar internasional dan partisipasi aktif dalam arus perdagangan global. Akibatnya, terjadi pergeseran paradigma ekonomi yang signifikan di Indonesia. Reformasi ekonomi di akhir era Orde Baru menandai pergeseran besar dari sistem ekonomi koperasi ke sistem ekonomi pasar. Langkah-langkah reformasi ini didorong oleh kebutuhan untuk meningkatkan efisiensi, daya saing, dan inovasi di dalam ekonomi nasional.

Disini, transisi ekonomi dieksplorasi dari segi latar belakang dan dampaknya, serta diidentifikasi masalah dan peluang yang dihadapi Indonesia untuk mengatasinya. Transisi ekonomi Indonesia telah mengubah kebijakan ekonomi secara masif sehingga berpengaruh besar pada berbagai aspek kehidupan sosial dan ekonomi. Karenanya, perlu strategi yang tepat untuk mengatasi masalah dan sekaligus mengoptimalkan manfaat dari transisi ekonomi yang sudah berjalan.

Latar Belakang Transisi Ekonomi

Sejak awal kemerdekaan, pemerintah Indonesia mengadopsi sistem ekonomi koperasi untuk mencapai kedaulatan ekonomi dan keadilan sosial. Sistem ini didasarkan pada prinsip solidaritas dan kerja sama antar anggota koperasi. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan bersama melalui prinsip saling membantu dan kebersamaan. Jadi pada awalnya, sesuai penjelasan Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 sebelum amandemen, pilar ekonomi Indonesia adalah ekonomi koperasi yang berbasis solidaritas.

Namun sejak era Orde Baru, ketika gelombang globalisasi melanda di hampir seluruh wilayah bumi, tekanan pasar global semakin memengaruhi kebijakan-kebijakan ekonomi di Indonesia. Apalagi sistem ekonomi koperasi di Indonesia menghadapi berbagai masalah yang menghambat efisiensinya. Masalah yang dialami

koperasi di Indonesia termasuk pemborosan dalam penggunaan sumber daya, kurangnya inovasi, dan rendahnya daya saing. Koperasi seringkali tidak mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan swasta yang lebih dinamis dan efisien. Sebagai contoh, banyak koperasi yang mengalami kesulitan dalam mengakses teknologi baru dan modal yang sangat penting untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing (Sumantri & Permana, 2016).

Akibatnya, tuntutan untuk lebih terbuka terhadap pasar internasional dan berpartisipasi dalam arus perdagangan global menjadi faktor utama dalam perubahan pilar ekonomi, dari ekonomi koperasi yang berbasis solidaritas ke ekonomi pasar yang berbasis persaingan. Dengan terjadinya reformasi politik di akhir era Orde Baru, terjadi percepatan arah kebijakan ekonomi menuju liberalisasi dan deregulasi. Langkah-langkah reformasi benar-benar mendorong perubahan dari sistem ekonomi koperasi ke sistem ekonomi pasar yang lebih efisien dan kompetitif (Supartoyo et al., 2014).

Substansi Perubahan Kebijakan Ekonomi

Perubahan orientasi ekonomi di Indonesia dari sistem ekonomi koperasi ke ekonomi pasar melibatkan perubahan drastis tata kelola ekonomi yang mencakup sedikitnya struktur ekonomi, deregulasi dan liberalisasi ekonomi, globalisasi perdagangan, dan kebijakan pemerintah yang mendorong efisiensi dan daya saing global. Perubahan orientasi menuntut perbaikan tata kelola ekonomi terutama untuk mengurangi ketergantungan pada sektor publik dalam struktur ekonomi Indonesia. Kebijakan privatisasi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) pun dijalankan. Reformasi tata kelola ekonomi diarahkan pada peningkatan transparansi, pemberantasan korupsi, dan perbaikan iklim usaha. Pemerintah harus mengambil langkah-langkah untuk menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil dan kompetitif, sehingga mendorong sektor swasta untuk berkembang dan berkontribusi lebih besar pada perekonomian. Harapannya, dengan tata kelola ekonomi yang lebih baik, Indonesia dapat meningkatkan efisiensi dan kemandirian ekonomi serta memperkuat posisinya di panggung ekonomi global (Ollivaud, 2016; Wijoyo et al., 2022).

Perubahan ke arah ekonomi pasar sejalan dengan tren globalisasi dan liberalisasi perdagangan yang mendorong setiap negara untuk membuka diri terhadap persaingan internasional. Kebijakan deregulasi di berbagai sektor ekonomi pun dijalankan di Indonesia. Globalisasi telah memaksa negara untuk menyesuaikan diri dengan standar-standar internasional dalam perdagangan dan investasi. Pada konteks ini, Indonesia harus menyesuaikan kebijakannya agar dapat berpartisipasi secara penuh dalam arus perdagangan global. Liberalisasi perdagangan diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dengan membuka akses ke wilayah-wilayah pasar yang baru dan meningkatkan ekspor produk-produk Indonesia (Boediono, 2005).

Kebijakan pemerintah menjadi lebih menekankan pentingnya pertumbuhan ekonomi yang berkesinambungan dan inklusif sebagai tujuannya. Pemerintah Indonesia melihat ekonomi pasar sebagai cara yang efektif untuk mencapai tujuan ini. Kebijakan tersebut mencakup berbagai reformasi yang bertujuan untuk menciptakan

iklim investasi yang lebih baik, meningkatkan efisiensi pasar, mendorong inovasi, dan meningkatkan daya saing global. Misalnya, pemerintah mengimplementasikan berbagai kebijakan fiskal dan moneter yang lebih fleksibel untuk menarik investasi asing dan mendorong pertumbuhan ekonomi domestik (Lestari, 2019).

Untuk meningkatkan daya saing ekonomi Indonesia di tingkat global, mayoritas pemangku kepentingan ekonomi akhirnya melihat bahwa kebutuhan utama untuk memperbaiki ekonomi Indonesia adalah transformasi ekonomi menuju sistem pasar yang lebih dinamis, efisien, dan inovatif. Transformasi ini melibatkan upaya untuk memperbaiki infrastruktur, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, serta mengembangkan sektor-sektor ekonomi yang memiliki nilai tambah tinggi. Dengan demikian, Indonesia diharapkan dapat bersaing lebih efektif di pasar internasional dan menarik lebih banyak investasi asing langsung.

Dampak Transisi ke Ekonomi Pasar

Transisi dari ekonomi koperasi ke ekonomi pasar memang terbukti meningkatkan **efisiensi ekonomi** di Indonesia. Sistem ekonomi pasar mendorong kompetisi yang sehat antara perusahaan, yang pada gilirannya mendorong peningkatan produktivitas dan inovasi. Adopsi prinsip-prinsip pasar telah membantu meningkatkan daya saing Indonesia di kancah global. Namun, meskipun efisiensi meningkat, masalah tetap ada dalam bentuk ketimpangan akses terhadap sumber daya dan teknologi, yang sering kali lebih mudah diakses oleh perusahaan besar dibandingkan koperasi (Cahyani, 2016; Setiawan, 2018).

Transisi ke ekonomi pasar juga membawa implikasi sosial yang signifikan, terutama terkait dengan **distribusi pendapatan**. Data menunjukkan bahwa ketimpangan pendapatan di Indonesia telah meningkat selama periode transisi ekonomi. Menurut Badan Pusat Statistik (2023a), Indeks Gini meningkat menjadi 0,388 pada tahun 2023, menunjukkan distribusi pendapatan yang semakin tidak merata. Selain itu, jumlah orang miskin tetap tinggi meskipun ada penurunan angka kemiskinan secara keseluruhan. Ini mengindikasikan bahwa manfaat pertumbuhan ekonomi tidak merata dan lebih banyak dinikmati oleh kelompok ekonomi atas.

Perubahan orientasi ke ekonomi pasar juga berdampak pada pasar tenaga kerja. Di satu sisi, transisi ke ekonomi pasar telah menciptakan peluang kerja baru di sektor-sektor yang lebih kompetitif dan inovatif. Peningkatan produktivitas dan inovasi mendorong permintaan tenaga kerja yang lebih tinggi, memberikan kesempatan untuk pengembangan karir serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Namun, perubahan cepat ini juga menyebabkan hilangnya **lapangan kerja** di sektor-sektor yang kurang kompetitif, memicu tingginya tingkat pengangguran dan ketidakpastian ekonomi (Putri & Idris, 2020).

Evaluasi Masalah dan Tantangan untuk Mengatasinya

Sistem pasar meningkatkan efisiensi melalui kompetisi yang mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dan meningkatkan produktivitas. Hal ini berbanding terbalik dengan koperasi yang seringkali terhambat oleh kurangnya **akses terhadap modal dan teknologi**, serta keterbatasan dalam manajemen yang inovatif (Nury Ariani Wulansari et al., 2015). Namun di sisi lain, koperasi memiliki keunggulan dalam hal keadilan sosial dan distribusi pendapatan. Koperasi lebih inklusif dan mampu memberikan manfaat ekonomi langsung kepada anggotanya sehingga dapat mengurangi ketimpangan sosial. Meskipun demikian, dalam konteks globalisasi, koperasi perlu **beradaptasi dengan dinamika pasar** agar tetap relevan dan kompetitif (Kementerian Koperasi dan UKM, 2020).

Perubahan struktural ekonomi yang dihadapi koperasi di dalam ekonomi pasar menghadirkan berbagai tantangan yang memerlukan solusi yang komprehensif. Keterbatasan akses modal dan teknologi menjadi hambatan utama yang sering dihadapi oleh koperasi dalam proses transisi ini (Putri & Idris, 2020). Untuk mengatasi hambatan ini, diperlukan adanya kebijakan yang mendukung akses koperasi terhadap sumber daya finansial dan teknologi canggih. Pemerintah dapat memainkan peran penting dengan memberikan **insentif dan memfasilitasi kemitraan** antara koperasi dan sektor swasta.

Regulasi yang mendukung sangat penting untuk memastikan bahwa koperasi dapat bertransformasi menjadi entitas bisnis yang kompetitif. World Bank Group East Asia (2015) menekankan bahwa perbedaan (pemisahan) regulasi antara koperasi dan perusahaan swasta sering kali menciptakan ketidakpastian hukum yang dapat menghambat perkembangan koperasi. Oleh karena itu, reformasi regulasi yang mencakup penyederhanaan prosedur, penghapusan hambatan hukum, dan pemberian insentif kepada koperasi sangat diperlukan. **Reformasi regulasi** harus mencakup perlindungan hukum yang memadai untuk memastikan bahwa koperasi dapat beroperasi dengan aman dan efisien dalam lingkungan pasar yang kompetitif (Subagyo, 2024). Regulasi yang baik tidak hanya akan membantu koperasi untuk beradaptasi tetapi juga menarik lebih banyak investor untuk berpartisipasi dalam pengembangan koperasi.

Meskipun ada banyak masalah, transisi ke ekonomi pasar juga membuka peluang bagi pengembangan koperasi. Koperasi dapat berkembang menjadi entitas bisnis yang inovatif dan efisien dengan mengadopsi prinsip-prinsip pasar. Menurut Syabani et al. (2022), koperasi yang berhasil mengadopsi inovasi dapat **meningkatkan daya saing** mereka dan memberikan kontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional. Integrasi dengan pasar global juga memberikan peluang bagi koperasi untuk meningkatkan akses ke pasar internasional dan sumber daya finansial. Kerjasama dengan perusahaan swasta dan pemanfaatan jaringan bisnis global dapat membantu koperasi memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan ekspor produk lokal. Ini akan memberikan dorongan signifikan bagi pertumbuhan koperasi.

Transisi dari ekonomi koperasi ke ekonomi pasar memiliki implikasi masalah sosial yang signifikan. Jika di dalam sistem ekonomi koperasi berbasis solidaritas masalah ketimpangan relatif tidak dipersoalkan, ketimpangan di dalam sistem ekonomi pasar menjadi masalah serius. Ketimpangan pendapatan yang meningkat dan perubahan struktur lapangan kerja merupakan dua dampak utama yang harus dikelola dengan hati-hati di dalam sistem ekonomi pasar. Indeks Gini 0,388 pada 2023 mengindikasikan distribusi pendapatan yang timpang dan memerlukan intervensi kebijakan yang tepat untuk memastikan bahwa manfaat pertumbuhan ekonomi dapat dirasakan oleh semua lapisan masyarakat. Tingkat pengangguran terbuka di Indonesia pada tahun 2023 sebesar 5,32% (Badan Pusat Statistik, 2023b) menunjukkan bahwa ada kebutuhan mendesak untuk menciptakan lapangan kerja baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang. Pemerintah harus memastikan bahwa **program pelatihan dan peningkatan keterampilan** selalu tersedia untuk membantu angkatan kerja beradaptasi dengan perubahan.

Kesimpulan

Transisi dari sistem ekonomi koperasi ke sistem ekonomi pasar di Indonesia, dari prinsip solidaritas sosial ke prinsip kompetisi demi efisiensi, memiliki implikasi yang luas dan kompleks. Meskipun transisi ini telah meningkatkan efisiensi dan daya saing ekonomi, masalah signifikan tetap ada, terutama ketimpangan pendapatan, perubahan struktur lapangan kerja dan pengangguran, dan tertinggalnya perkembangan koperasi. Untuk mengatasi masalah tersebut, perlu kebijakan masif yang mendukung inklusi sosial di bidang ekonomi, seperti misalnya kebijakan yang mendorong penciptaan lapangan kerja baru untuk mengurangi pengangguran terbuka, program pelatihan dan peningkatan keterampilan kerja yang intensif dan ekstensif, dan pemberdayaan koperasi. Strategi yang tepat perlu diterapkan untuk pemberdayaan koperasi, yaitu reformasi regulasi untuk melindungi koperasi dari persaingan yang tidak sehat, peningkatan akses modal dan teknologi agar mampu beradaptasi dengan dinamika pasar, dan pemberian insentif maupun fasilitas kerjasama yang lebih erat antara koperasi, pemerintah, dan sektor swasta untuk meningkatkan daya saing global. Melalui kebijakan yang tepat, transisi ke ekonomi pasar akan memberi peluang kepada koperasi untuk berkembang menjadi entitas bisnis yang inovatif dan efisien serta mampu berkontribusi signifikan pada perekonomian nasional, sedangkan pertumbuhan ekonomi nasional sendiri akan membawa manfaat bagi seluruh lapisan masyarakat Indonesia.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. (2023a). *Gini Ratio Maret 2023 tercatat sebesar 0,388*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/07/17/2035/gini-ratio-maret-2023-tercatat-sebesar-0-388-.html>
- Badan Pusat Statistik. (2023b). Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,32 persen dan rata-rata upah buruh sebesar 3,18 juta rupiah per bulan. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/11/06/2002/tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-32-persen-dan-rata-rata-upah-buruh-sebesar-3-18-juta-rupiah-per-bulan.html>
- Boediono. (2005). Managing the Indonesian economy: Some lessons from the past. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 41(3), 309–324. <https://doi.org/10.1080/00074910500411906>
- Cahyani, F. G. (2016). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. <https://doi.org/ISSN : 2461-0593>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2020). *Rencana strategis dan bisnis 2020-2024* (Issue Sept., p. 72).
- Lestari, R. (2019). Pelarangan pemotongan sapi betina produktif di rumah potong hewan berdasarkan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 8 Tahun 2018. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Nury Ariani Wulansari, Desti Ranihusna, & Ida Maftukhah. (2015). Strategi perencanaan SDM untuk peningkatan daya saing UMKM batik Semarang. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call for Papers Unisbank (Sendi_U)*, 978–979. [http://download.portalgaruda.org/article.php?article=386938&val=8521&title=STRATEGI PERENCANAAN SDM UNTUK PENINGKATAN DAYA SAING UMKM BATIK SEMARANG](http://download.portalgaruda.org/article.php?article=386938&val=8521&title=STRATEGI%20PERENCANAAN%20SDM%20UNTUK%20PENINGKATAN%20DAYA%20SAING%20UMKM%20BATIK%20SEMARANG)
- Ollivaud, P. (2016). *Improving the allocation and efficiency of public spending*. 1381, 93–133. https://doi.org/10.1787/eco_surveys-idn-2016-8-en
- Putri, R., & Idris, I. (2020). Pengaruh teknologi informasi dan komunikasi terhadap pasar tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 2(4), 15. <https://doi.org/10.24036/jkep.v2i4.13386>
- Setiawan, D. S. R. (2018). *Peringkat daya saing Indonesia naik ke posisi 45*. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/10/17/132251326/peringkat-daya-saing-indonesia-naik-ke-posisi-45>
- Subagyo, A. (2024). *Regulasi yang tepat untuk koperasi yang kuat di Indonesia* - ANTARA News. ANTARA. <https://www.antaraneews.com/berita/4157094/regulasi-yang-tepat-untuk-koperasi-yang-kuat-di-indonesia>

- Sumantri, B. A., & Permana, E. P. (2016). *Manajemen koperasi dan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM): Perkembangan teori, praktik, dan strategi*. (F. D. A. Septi & Sugeng (eds.)). Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Supartoyo, Y. H., Tatu, J., & Sendouw, R. H. E. (2014). The economic growth and the regional characteristics : The case of Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*, 16(1), 3–18. <https://doi.org/10.21098/bemp.v16i1.435>
- Syabani, F. K., Elanda, A., & Setiyani, L. (2022). *LPPM STMIK ROSMA / Prosiding Seminar Nasional : Inovasi & Adopsi Teknologi Analisis dan Pengembangan Fitur Aplikasi Tokopedia menggunakan Metode Design Thinking*. 41–56.
- Wijoyo, S., Thalib, P., & Kholiq, M. N. (2022). Reconstruction of good corporate governance in the order to realize Indonesia Incorporated as a welfare country (Regulatory-deregulation-reregulation perspective of the Jatimnomic Model). *Airlangga Development Journal*, 6(1), 44–54. <https://doi.org/10.20473/adj.v6i1.33531>
- World Bank Group East Asia. (2015). *The World Bank Group A to Z 2016*, 189a – 190. https://doi.org/10.1596/978-1-4648-0484-7_world_bank_group

Bagian Dua
USAHA MIKRO,
KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
DAN EKONOMI DESA

Innovation Strategies for Indonesian SMEs: Application of New Technology and Business Models in Global Competition

Aurino Djamaris

Introduction

In the era of globalization, the landscape of business competition has transformed dramatically, intensifying the challenges faced by Small and Medium Enterprises (SMEs). These entities, which are pivotal to economic growth and employment across various economies, are navigating through a global marketplace currently characterized by fierce competition from larger, more resource-abundant firms. The crux of the challenge lies in the inherent limitations of SMEs, notably their constrained resources, which encompass financial, human, and technological assets. To surmount these hurdles and carve a niche in the global marketplace, innovation emerges not merely as a strategy but as a requisite for survival and growth. Innovation, in this context, transcends the traditional confines of new product or service development to embody the adoption of new technologies and the implementation of efficient business models (Gnyawali & Park, 2009; Quintana-García & Benavides-Velasco, 2004).

The importance of innovation for SMEs is underscored by the relentless pace of technological advancements and the dynamic nature of global business practices. This continuous evolution requires businesses to not only adapt but also anticipate changes in market demands and technology trends. The problem, however, extends beyond the mere recognition of the need for innovation. It encompasses the identification and implementation of specific innovative strategies that are feasible within the constraints faced by SMEs. These strategies must address the multifaceted challenges of accessing new markets, optimizing operational efficiencies, and improving product or service offerings to align with global standards and expectations. Thus, the strategies have to anticipate the global business environment that presents paradoxes for SMEs. On the one hand, globalization offers unprecedented opportunities for market expansion and access to a broader customer base. On the other hand, it exposes SMEs to intense competition from global giants and the daunting task of meeting international quality standards without utilizing equivalent resources. This juxtaposition of opportunity and challenges underscores the importance of strategic innovation as a means of mitigating the risks and constraints inherent in global competition (Aryani et al., 2020; Biswas et al., 2017; Kemp, 2020; Marchegiani & Arcese, 2017; Narula, 2004).

In light of the above considerations, however, the importance of innovation for SMEs in the global business arena cannot be overstated. The main emphasis is on orienting innovation as a critical driver for increasing competitiveness, enabling these entities to navigate the complexity of global markets, respond adeptly to consumer demands, and achieve sustainable growth. Innovative approaches to business

strategy, operations, and product development will indeed become less easy but increasingly critical amidst the common challenges faced by SMEs, including limited access to capital, technology, skilled manpower, and market information (Barzi et al., 2015; Zeng et al., 2010). This article aims to illustrate the crucial role of innovation in empowering SMEs in facing and overcoming the challenges of global business competition. It highlights the multifaceted nature of innovation, which encompasses technological adoption and business model optimization, as critical to achieving a status of relevance and competitiveness in global markets. Through a critical examination of the challenges and opportunities posed by globalization, this article underscores the imperative for SMEs to adopt a strategic approach to innovation, thereby securing their position in the global marketplace.

The Importance of Innovation in Embracing Technological and Global Market Challenges

In the era of globalization, the capacity to innovate is the key for small and medium enterprises (SMEs) to achieve success and sustainability in global market competition. To maintain their relevance and competitiveness, SMEs must adopt efficient business models, carry out creative product development, and accommodate technological advances. In particular, the integration of technological advances will indeed significantly bolster the performances of SMEs. This integration is usually propelled by various factors, including social capital, possible partnerships with multinational corporations, and a robust orientation towards markets and entrepreneurial innovation (Genc et al., 2019; Hansson et al., 2005; Link & Scott, 2017). Innovation in SMEs should not be limited to simply expanding the variety of product lines or services, but should also extend to reimagining processes and business models to foster efficiency and adaptability (Pachava, 2018).. It is expected that innovation acts as a critical enabler for SMEs to explore and penetrate new markets, improve product quality and differentiation, and, ultimately, achieve sustainable growth and development.

Recent research highlights the instrumental role of innovation in SMEs' internationalization efforts, showing that a firm's degree of innovation significantly impacts its performance on the global stage. Innovation, especially when mediated by market and entrepreneurial orientation, has a profound effect on enhancing SMEs' international competitiveness (Genc et al., 2019; Jafari-Sadeghi et al., 2021). The rapid evolution of the global business environment requires SMEs to not only innovate but also adopt a more open and collaborative approach to innovation.

Engaging in open innovation practices allows SMEs to leverage external knowledge, technologies, and competencies, thereby amplifying their innovative capacity and, by extension, their competitive edge in international markets (Osano, 2023). Furthermore, the mediating role of performance and innovation in the relationship between business strategies and competitive advantage underscores the strategic imperative for SMEs to foster an innovative culture. This entails not only the development of new products and services but also the continuous improvement of operational processes and business models to stay ahead in the competitive landscape (Chawinga & Chipeta, 2017; Farida et al., 2022; Mrkajic, 2017).

Environmental factors such as market and technological turbulence also significantly influence SMEs' perception of the importance of innovation. These turbulent conditions heighten the perceived value of innovation as a strategic tool for navigating uncertainties and securing a competitive position. This, in turn, propels SMEs towards more innovative behaviors and practices, highlighting the dynamic interplay between external challenges and internal strategic responses (Bodlaj & Cater, 2019; Sedyowidodo et al., 2018). Innovation stands out as an indispensable strategic asset for SMEs navigating the complexities of the global marketplace. This endeavor is complex, requiring a harmonious integration of internal strengths and external partnerships. Through championing innovation, SMEs not only boost their competitive stance but also set the foundation for enduring growth and progress within the vast and interconnected global economy.

Challenges in Global Competition

Although Small and Medium Enterprises (SMEs) play an important role in creating jobs and driving economic development, their ventures to enter global markets are encumbered by a myriad of challenges. In addition to the sharp increase in market competition, they confront issues such as global finance and economic crises, rapid advancements in information communication technology, the emergence of multinational and transnational corporations, changes in consumer preferences, trade dumping, international terrorism, religious conflicts, and trade wars (Gamage et al., 2020). These challenges are compounded by the need for a technologically skilled workforce and the identification of new technological opportunities in the competition. The dynamic global market environment requires SMEs to be agile, innovative, and capable of leveraging their unique strengths to navigate the complexities of global competition (Prasanna et al., 2019). They must innovate continuously and adopt productivity-enhancing technologies. Collaboration in research and development (R&D) can be a critical strategy to overcome hurdles and foster competitiveness in the global arena (Gamage et al., 2020; Prasanna et al., 2019).

The internationalization of R&D activities stands as a promising avenue for SMEs to enhance their technological and marketing capabilities, thereby improving their performance in international markets. This approach, however, presents its own set of challenges, including the need for a strategic alignment of Research and Development (R&D) efforts with the overall business goals and the capability to engage in innovative activities that are recognized and valued in the global marketplace (Kumar Sharma & Shilpa Jain, 2013; Sharma & Kamalanabhan, 2012). In the face of these challenges, SMEs are required to formulate and implement strategies that leverage their internal strengths and external opportunities. This includes embracing open innovation models, fostering collaborations with multinational corporations, leveraging social capital, and engaging in networking activities that enhance their innovation capacity and global competitiveness. Moreover, navigating the global market needs a deep understanding of cultural differences, regulatory environments, and the ability to adapt business models and operations to meet the diverse needs of global customers (Sadraei et al., 2024). Thus, SMEs face a multifaceted array of challenges in competing globally. Overcoming these challenges requires a comprehensive approach that emphasizes innovation, strategic collaboration, and adaptability. By leveraging their unique strengths and capabilities, SMEs can navigate the complexities of global competition, fostering growth, and ensuring their long-term sustainability in the global marketplace.

Utilization of Digital Technology

The integration of digital technology into small and medium enterprises (SMEs) is becoming increasingly critical in a modern business landscape characterized by rapid changes and fierce competition. The transition to digitalization offers a plethora of opportunities for these entities to innovate their products and processes, thereby enhancing their competitiveness and efficiency. In this regard, the adoption of digital technology is not a mere trend but a strategic imperative that can determine the survival and growth of SMEs in the global market (Adamczewski, 2019; Allan, 2020). Research indicates that the adoption of digital technology in manufacturing SMEs, including smart manufacturing practices aligned with Industry 4.0, has a profound impact on operational efficiency and market competitiveness (Ghobakhloo & Ching, 2019). This technology enables SMEs to achieve higher levels of automation, data integration, and process optimization, leading to significant improvements in product quality, cost efficiency, and customer satisfaction. Additionally, digital transformation of SMEs through the application of online resources such as social media, e-commerce platforms, and Industry 4.0 technologies is essential to improve their marketing performance and operational capabilities (Kumar et al., 2021). By leveraging these digital tools, SMEs can expand their market reach, interact with customers more effectively, and respond to market changes with greater agility (Agostini et al., 2023; Habib & Chimsom, 2019).

Factors influencing the adoption of information and communications technology (ICT) in SMEs have been systematically analyzed highlighting the importance of technological, organizational, and environmental contexts (Distanont & Khongmalai, 2022). Technological advances offer relative advantages over traditional practices, whereas organizational readiness and environmental pressures from competitors and regulatory bodies have a significant impact on SMEs' decisions to adopt digital technologies (Abdallah et al., 2021; Anshari & Almunawar, 2022). But the path to digitalization is fraught with challenges, including resource constraints, lack of digital literacy, and resistance to change. ICT adoption strategies in SMEs emphasize the need for affordability, ease of use, and clear value creation as the primary drivers of successful technology integration (Baporikar, 2020). SMEs need support in terms of knowledge transfer, financial assistance, and policy frameworks that encourage digital innovation and adoption. Despite all these challenges, the utilization of digital technology in SMEs is clearly important to achieve sustainable growth and competitiveness in the global market. The strategic application of digital technology enables these entities to innovate, optimize their operations, and better serve their customers. In overcoming barriers to adopting digitalization, joint efforts from SMEs, policymakers and industry stakeholders are needed to develop an ecosystem that supports innovation and technology integration.

Renewals of Business Models

In a rapidly evolving global economic landscape, small and medium enterprises (SMEs) are increasingly compelled to innovate their business models to remain competitive. Innovative business models not only open new avenues for revenue generation but also enable SMEs to effectively respond to changing market demands and technological advances. The importance of innovative business models for SMEs cannot be underestimated as they provide a framework for creating, delivering and capturing value in a unique way that can differentiate these entities in the global marketplace (Ibarra et al., 2020). Recent research confirms the need for SMEs to adopt dynamic business modeling approaches tailored to their specific characteristics. These customizations allow SMEs to experiment and innovate their business models, thereby facilitating growth patterns that align with their unique market position and operational capabilities (Cosenz & Bivona, 2021). In addition, studies have also identified the efficiency-centered, innovation-enabling business models of high-tech SMEs, showing how these firms manage the paradoxical challenge of needing to innovate while remaining efficient, despite not having the economies of scale of larger organizations (Loon & Chik, 2019).

The business model innovation (BMI) process is influenced by several drivers, including innovation activity, strategic orientation, and market and technological turbulence. These drivers contribute to SMEs' decision-making and ultimately impact their performance and innovativeness. The implementation of BMI practices creates strategic and architectural changes within the firms, thereby increasing competitiveness and the ability to innovate (Gatautis et al., 2019). When the

integration of Industry 4.0 technology is implemented, SMEs will certainly need to redesign their existing business models. The adoption of Industry 4.0 technology allows SMEs to achieve higher operational effectiveness, productivity and levels of automation. A study focusing on German SMEs identified four modalities of business models in the Industry 4.0 era, namely: focused, complementary, integrated innovation, and e-commerce supported; the design is critical to improving product quality, developing new markets, and improving customer relationships (Laudon & Traver, 2017).

Thus, the drive towards digital business model innovation is increasingly seen as a "silver bullet" to increase the competitiveness and sustainability of SMEs in the digital era. This approach allows SMEs to leverage digital technology to streamline business activities and deliver differentiated value to customers, thereby achieving a competitive advantage in both domestic and global markets (Teoh et al., 2022). Innovative business models serve as a critical lever for SMEs to navigate the complexities of global markets. By adopting a tailored, dynamic and digital-business modeling approaches, these entities can unlock new growth opportunities, increase competitiveness, and ensure long-term sustainability in the digital era.

Implementation Strategies

Implementing innovation in small and medium enterprises (SMEs) is critical to maintaining competitive advantage and meeting performance goals in dynamic global markets. Strategic collaboration, utilizing new technologies and adapting flexible business models are fundamental steps to embed innovation into the core of SME operations. As the business environment becomes increasingly complex and rapidly changing, SMEs are under constant pressure to innovate not just to survive but also to thrive (Haddad et al., 2019). The digital transformation journey, often referred to as 'SME 4.0', presents a structured path for SMEs to utilize digital technology. The journey encompasses identifying business trends, creating foresight strategies, conducting gap analysis, and developing technology blueprints. These steps, facilitated through triple helix collaboration between universities, technology institutions, and the enterprises themselves, are critical to addressing challenges such as skills gaps, technology investment needs, and improving production efficiency (Sopadang et al., 2021). For the effective implementation of innovation processes in SMEs, critical success factors (CSFs) apply, including commitment from project leaders, incentives and rewards for employees, customer involvement, and cooperation with external organizations. These factors facilitate innovation by providing a supportive environment that encourages creative thinking and problem-solving (Abu & Mansor, 2019).

Recently, innovative and sustainable business strategies have been increasingly adopted by SMEs as a means of achieving competitive advantage while generating positive social and environmental impacts. The shift towards sustainability is not only in line with global development goals but also opens up new market opportunities for SMEs (Piedra-Muñoz et al., 2018). In this regard, a configurational approach to

business model innovation (BMI) in established SMEs highlights the importance of long-term managerial orientation and the development of five BMI capabilities: sensing customer needs, technological options, conceptualizing and experimenting, collaborating, and BMI strategy. These capabilities, combined with open innovation practices, are critical to developing BMI and improving management processes (Ibarra et al., 2020). Additionally, understanding the dimensions of innovation strategy in SMEs allows these entities to better navigate the challenges of implementing innovation. It is therefore crucial for SME leaders to develop or analyze the performance of their firms, taking into account the effectiveness of innovation strategies in achieving their ultimate goals (Modi & Rawani, 2020).

In summary, implementing an innovation strategy in SMEs requires a multifaceted approach that includes developing a culture of innovation, strategic collaboration with key stakeholders, leveraging digital transformation initiatives, and a focus on sustainability. The strategy would enable SMEs to navigate the complexities of global markets, ensuring their growth, competitiveness and long-term success. Moreover, implementing Innovation strategies in SMEs within Indonesia's downstream sector has additional dimensions when considering the impending shift towards industry 5.0 paradigm. This new industrial paradigm emphasizes personalized production, environmental sustainability, and the integration of human creativity with advanced technologies, thereby offering a pathway to addressing the complexities of technological disruptions and globalization while capitalizing local and global opportunities.

Notes on the New Challenges of Industry 5.0

The transition to Industry 5.0 represents a global business paradigm shift, emphasizing the integration of advanced technology with human-centered values to create a more inclusive, sustainable and resilient economic system. For Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia, this shift offers a unique opportunity to redefine their business strategies, ensuring they are not only adaptable and innovative but also grounded in the principles of societal well-being and environmental stewardship (LOPES & GOMES, 2022). The aim is to harmonize advanced technological capabilities with human-centered values, emphasizing customization, sustainability, and societal well-being alongside economic efficiency (Petrillo et al., 2018). The agility of Indonesian SMEs to adapt and thrive depends on their strategic collaborations and their capacity to assimilate new technologies with an emphasis on sustainability and personalization. Indeed, strategic collaborations, especially those that prioritize sustainability and human-centered innovation, hold great promise.

By partnering with global entities focused on environmentally friendly technologies and sustainable practices, Indonesian SMEs can enter new markets and consumer segments, thereby increasing their competitiveness and contributing to the country's broader economic resilience and growth in an increasingly interconnected world (Haddad et al., 2020). In practice, for example, Indonesian SMEs in the downstream sector can implement a circular economy model through technology, which enables the efficient use of resources and the creation of sustainable products (Sopadang et al., 2021).

The above approach encourages SMEs to explore new business models that are not just profit-driven but also aim to solve pressing social issues, thereby opening up new avenues for growth and community engagement (Baptista et al., 2020; LOPES & GOMES, 2022). The concept of 'Tech for Good' becomes central, leveraging digital innovations in areas such as health care, education, and environmental protection to create value that transcends economic benefits, fostering a more inclusive and sustainable future. Business practices are oriented towards prioritizing long-term social and environmental health over short-term profits, by ensuring fair labor practices, supporting local economies, engaging in corporate social responsibility initiatives, and integrating circular economy principles into their operations. The shift towards Industry 5.0 presents Indonesian SMEs with a compelling call to action: to innovate not just for economic growth but for societal well-being and environmental sustainability, contributing to the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs). Embracing this shift requires a holistic view of innovation, where technology serves as a means to enhance human life and preserve our planet for future generations (LOPES & GOMES, 2022). However, this shift implies an urgent need for a skilled workforce that can collaborate with advanced technology and substantial investments in eco-friendly production processes (Schwab, 2013). To overcome such challenges, collaboration between technology providers, educational institutions and governments is essential to create an ecosystem that fosters innovation and sustainability. The support from policy-makers through incentives for green practices and investments in the workforce's future-readiness is crucial. The support could include tax breaks for SMEs that implement energy-efficient technologies, grants for research and development in sustainable products and processes, and funding for training programs focused on high-tech skills and sustainability practices (Porter & Heppelmann, 2014). Such policy measures would not only foster the adoption of sustainable practices among SMEs but also ensure that the workforce is adequately prepared for the transition towards a more advanced and eco-conscious industrial landscape.

Conclusion and Implications

At the heart of SMEs' ability to compete and grow in the global marketplace is innovation. It is not just about survival, but rather about thriving, expanding, and setting new benchmarks in their respective sectors. The implementation of well-thought-out strategies forms the backbone for leveraging innovation effectively. SMEs need to continuously evaluate and adapt their strategies in response to the dynamic global business environment. The integration and adoption of emerging technologies serve as a catalyst for innovation, enabling SMEs to enhance their operations, improve product offerings, and reach new markets. The development and adoption of new business models are essential for staying competitive. These models can open up new revenue streams, optimize operational efficiencies, and provide a more substantial value proposition to customers.

Challenges such as market entry barriers, limited resources, and technological complexities can be addressed through innovative solutions. By embracing a culture of innovation, SMEs can turn these challenges into opportunities for growth. Moreover, the global market offers vast opportunities for SMEs ready to innovate. Whether through exports, international collaboration, or leveraging global digital platforms, there are numerous ways to tap into these opportunities. Staying attuned to global consumer trends and needs is essential for innovation. SMEs that are responsive to these changes can develop products and services that meet or exceed market expectations. Strategic collaborations and partnerships with other businesses, academic institutions, and research organizations can significantly boost innovation capacity, offering access to new knowledge, technologies, and markets. With respect to the new challenges of industry 5.0, incorporating sustainability and social responsibility into the innovation process not only appeals to the growing global demand for ethical and eco-friendly products but also ensures long-term viability and success. In relation to this issue, the role of governmental and non-governmental support systems in fostering a conducive environment for innovation cannot be underestimated. Access to funding, mentorship and technological resources is critical to enabling SMEs to innovate and compete globally.

The implications of fostering innovation within Small and Medium Enterprises (SMEs) in the context of global competition, are profound and multifaceted. These implications not only affect the individual businesses but also have broader socio-economic impacts on regions and countries. Understanding these implications is crucial for policymakers, business leaders, and stakeholders involved in the SME sector. The right innovation strategies for SMEs can create increased productivity and efficiency, enhanced competitiveness, increased resilience, and access to new markets. This will lead to several positive impacts on the economy and society such as, for example: technological advances, economic diversification, job creation, and contribution to environmental sustainability. Therefore, it is recommended to public policy makers to create an ecosystem that can foster innovation and support SMEs in their role as drivers of economic growth and development, by providing funds for

research and development (R&D), tax incentives for innovation, supports for technology adoption, infrastructure for educational programs, assistance for international collaboration, and a conducive regulatory environment.

References

- Abdallah, Y. O., Shehab, E., & Al-Ashaab, A. (2021). Digital Transformation Challenges in the Manufacturing Industry. In *Advances in Transdisciplinary Engineering* (Vol. 15, Issue 1, pp. 9–14). <https://doi.org/10.3233/ATDE210004>
- Abu, N. H., & Mansor, M. F. (2019). The Critical Success Factors for Innovation Process Implementation in Malaysian SMEs. *Proceedings of the Second International Conference on the Future of ASEAN (ICoFA) 2017 - Volume 1*, 19–29. https://doi.org/10.1007/978-981-10-8730-1_3
- Adamczewski, P. (2019). Digital transformation of business entities in competitive environment. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 58(2), 105–116. <https://doi.org/10.15584/nsawg.2019.2.7>
- Agostini, L., Nosella, A., Sarala, R., & Nkeng, C. (2023). Emerging trends around strategic flexibility: a systematic review supported by bibliometric techniques. *Management Decision*, 62(13), 46–92. <https://doi.org/10.1108/MD-02-2023-0135>
- Allan, D. M. B. (2020). The rules of business transformation. *African Journal of Business Management*, 14(10), 447–456. <https://doi.org/10.5897/ajbm2020.9112>
- Anshari, M., & Almunawar, M. N. (2022). Adopting open innovation for SMEs and industrial revolution 4.0. In *Journal of Science and Technology Policy Management* (Vol. 13, Issue 2). <https://doi.org/10.1108/JSTPM-03-2020-0061>
- Aryani, S., Wiryono, S., Koesrindartoto, D., & Anggahegari, P. (2020). Global competition strategies for Indonesian SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 12, 395. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2020.109592>
- Baporikar, N. (2020). *Strategy for ICT Adoption in SMEs*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:214211000>
- Baptista, J., Stein, M. K., Klein, S., Watson-Manheim, M. B., & Lee, J. (2020). Digital work and organisational transformation: Emergent Digital/Human work configurations in modern organisations. *Journal of Strategic Information Systems*, 29(2), 101618. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2020.101618>
- Barzi, F., Cortelezzi, F., Marseguerra, G., & Zoia, M. G. (2015). Cooperative innovation: In quest of effective partners. Evidence from Italian firms. *Innovation: Management, Policy and Practice*, 17(3), 281–307. <https://doi.org/10.1080/14479338.2015.1036541>
- Biswas, U. N., Allard, K., Pousette, A., & Härenstam, A. (2017). *Understanding Attractive Work in a Globalized World*. 27–36. [102](https://doi.org/10.1007/978-981-</p></div><div data-bbox=)

- Bodlaj, M., & Cater, B. (2019). The Impact of Environmental Turbulence on the Perceived Importance of Innovation and Innovativeness in SMEs. *Journal of Small Business Management*, 57, 417–435. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:158801276>
- Chawinga, W. D., & Chipeta, G. T. (2017). A synergy of knowledge management and competitive intelligence: A key for competitive advantage in small and medium business enterprises. *Business Information Review*, 34(1), 25–36. <https://doi.org/10.1177/0266382116689171>
- Cosenz, F., & Bivona, E. (2021). Fostering growth patterns of SMEs through business model innovation. A tailored dynamic business modelling approach. *Journal of Business Research*, 130, 658–669. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.003>
- Distanont, A., & Khongmalai, O. (2022). The Adoption of Digital Technology in SMEs. *Proceedings of the European Conference on Management, Leadership and Governance, 2022-Novem*, 141–146. <https://doi.org/10.34190/ecmlg.18.1.541>
- Farida, F. A., Hermanto, Y. B., Paulus, A. L., & Leylasari, H. T. (2022). Strategic Entrepreneurship Mindset, Strategic Entrepreneurship Leadership, and Entrepreneurial Value Creation of SMEs in East Java, Indonesia: A Strategic Entrepreneurship Perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 14(16). <https://doi.org/10.3390/su141610321>
- Gamage, S. K. N., Ekanayake, E. M. S., Abeyrathne, G. A. K. N. J., Prasanna, R. P. I. R., Jayasundara, J. M. S. B. S. B., & Rajapakshe, P. S. K. K. (2020). A Review of Global Challenges and Survival Strategies of Small and Medium Enterprises (SMEs). *Economies*, 8(4). <https://doi.org/10.3390/ECONOMIES8040079>
- Gatautis, R., Vaiciukynaite, E., & Tarute, A. (2019). Impact of business model innovations on SME's innovativeness and performance. *Baltic Journal of Management*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:195478338>
- Genc, E., Dayan, M., & Genc, O. F. (2019). The impact of SME internationalization on innovation: The mediating role of market and entrepreneurial orientation. *Industrial Marketing Management*, 82, 253–264. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.01.008>
- Ghobakhloo, M., & Ching, N. T. (2019). Adoption of digital technologies of smart manufacturing in SMEs. *J. Ind. Inf. Integr.*, 16, 100107. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:211785648>
- Gnyawali, D. R., & Park, B. J. (2009). Co-opetition and technological innovation in small and medium-sized enterprises: A multilevel conceptual model. *Journal of Small Business Management*, 47(3), 308–330. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2009.00273.x>
- Habib, M. K., & Chimsom, C. (2019). Industry 4.0: Sustainability and design principles.

- In *Proceedings of the 2019 20th International Conference on Research and Education in Mechatronics, REM 2019* (Issue April).
<https://doi.org/10.1109/REM.2019.8744120>
- Haddad, M. I., Williams, I. A., Hammoud, M., & Dwyer, R. J. (2019). Strategies for implementing innovation in small and medium-sized enterprises. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*.
<https://api.semanticscholar.org/CorpusID:169096279>
- Haddad, M. I., Williams, I. A., Hammoud, M. S., & Dwyer, R. J. (2020). Strategies for implementing innovation in small and medium-sized enterprises. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 16(1), 12–29.
<https://doi.org/10.1108/WJEMSD-05-2019-0032>
- Hansson, F., Husted, K., & Vestergaard, J. (2005). Second generation science parks: From structural holes jockeys to social capital catalysts of the knowledge society. *Technovation*, 25(9), 1039–1049.
<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2004.03.003>
- Ibarra, D., Bigdeli, A. Z., Igartua, J. I., & Ganzarain, J. (2020). Business model innovation in established SMEs: A configurational approach. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3).
<https://doi.org/10.3390/JOITMC6030076>
- Jafari-Sadeghi, V., Garcia-Perez, A., Canelo, E., & Couturier, J. (2021). Exploring the impact of digital transformation on technology entrepreneurship and technological market expansion: The role of technology readiness, exploration and exploitation. *Journal of Business Research*, 124, 100–111.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.020>
- Kemp, S. (2020). Digital 2020: Indonesia — DataReportal – Global digital insights. DataReportal – Global Digital Insights. In *Global Digital Insights*.
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Kumar, A., Syed, A. A., & Pandey, A. (2021). Adoption of online resources to improve the marketing performance of SMEs. *Asia Pacific Journal of Health Management*, 16(3). <https://doi.org/10.24083/apjhm.v16i3.1009>
- Kumar Sharma, M., & Shilpa Jain, M. (2013). Leadership Management: Principles, Models and Theories. *Global Journal of Management and Business Studies*, 3(3), 2248–9878. <http://www.ripublication.com/gjmb.htm>
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E - commerce 2017: Business. Technology. Society. (13th ed.)*. Global Edition. (13TH (ed.)).
- Link, A. N., & Scott, J. T. (2017). U.S. science parks: The diffusion of an innovation and its effects on the academic missions of universities. *Universities and the Entrepreneurial Ecosystem*, 3–36. [https://doi.org/10.1016/S0167-7187\(03\)00085-7](https://doi.org/10.1016/S0167-7187(03)00085-7)

- Loon, M., & Chik, R. (2019). Efficiency-centered, innovation-enabling business models of high tech SMEs: Evidence from Hong Kong. *Asia Pacific Journal of Management*, 36, 87–111. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:158725199>
- LOPES, J. M., & GOMES, S. (2022). Innovative and Sustainable Business Strategies: The Case of Portuguese SMEs. *IBIMA Business Review*, 2022, 1–9. <https://doi.org/10.5171/2022.714613>
- Marchegiani, L., & Arcese, G. (2017). Collaborative spaces and coworking as hybrid workspaces: Friends or foes of learning and innovation? *Learning and Innovation in Hybrid Organizations: Strategic and Organizational Insights*, 51–71. https://doi.org/10.1007/978-3-319-62467-9_4
- Modi, P., & Rawani, A. M. (2020). Dimensions of Innovation Strategy in SMEs. *SSRN Electronic Journal*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:238092082>
- Mrkajic, B. (2017). Business incubation models and institutionally void environments. *Technovation*, 68, 44–55. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2017.09.001>
- Narula, R. (2004). R&D collaboration by SMEs: New opportunities and limitations in the face of globalisation. *Technovation*, 24(2), 153–161. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(02\)00045-7](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(02)00045-7)
- Osano, H. M. (2023). Global scaling by SMEs: Role of innovation and technology. *Journal of the International Council for Small Business*, 4(3), 258–281. <https://doi.org/10.1080/26437015.2023.2201896>
- Pachava, V. (2018). Innovation and Competitiveness – Small and Medium Enterprises in India. *International Journal of Management Studies*, 5(1(4)), 115. [https://doi.org/10.18843/ijms/v5i1\(4\)/18](https://doi.org/10.18843/ijms/v5i1(4)/18)
- Petrillo, A., Felice, F. De, Cioffi, R., & Zomparelli, F. (2018). Fourth Industrial Revolution: Current Practices, Challenges, and Opportunities. *Digital Transformation in Smart Manufacturing*. <https://doi.org/10.5772/intechopen.72304>
- Piedra-Muñoz, L., Vega-López, L. L., Galdeano-Gómez, E., & Zepeda-Zepeda, J. A. (2018). Drivers for efficient water use in agriculture: An empirical analysis of family farms in Almería, Spain. *Experimental Agriculture*, 54(1), 31–44. <https://doi.org/10.1017/S0014479716000661>
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2014). How smart, connected products are transforming competition. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2015/10/how-smart-connected-products-are-transforming-companies>
- Prasanna, R. P. I. R., Jayasundara, J. M. S. B., Gamage, S. K. N., Ekanayake, E. M. S., Rajapakshe, P. S. K., & Abeyrathne, G. A. K. N. J. (2019). Sustainability of SMEs in the competition: A systemic review on technological challenges and SME performance. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 5(4), 1–18. <https://doi.org/10.3390/joitmc5040100>

- Quintana-García, C., & Benavides-Velasco, C. A. (2004). Cooperation, competition, and innovative capability: A panel data of European dedicated biotechnology firms. *Technovation*, 24(12), 927–938. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(03\)00060-9](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(03)00060-9)
- Sadraei, R., Jafari-sadeghi, V., Marvi, R., & Yoruk, E. (2024). *Strategic Adaptation in a Dynamic Global Environment : Unleashing the Power of Dynamic Capabilities for International Organizational Performance*. 1–5.
- Schwab, K. (2013). *The Fourth Industrial Revolution*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:260705637>
- Sedyowidodo, U., Fortunisa, A., Djamaris, A. R. A., & Novianti, M. D. (2018). Sem Analysis of Innovative Behavior Influence Towards Human Resource Performance. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 81(9), 119–131. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2018-09.14>
- Sharma, N., & Kamalanabhan, T. J. (2012). Internal corporate communication and its impact on internal branding. *Corporate Communications: An International Journal*, 17(3), 300–322. <https://doi.org/10.1108/13563281211253548>
- Sopadang, A., Ramingwong, S., Anantana, T., & Tamvimol, K. (2021). Implementation strategies for SME 4.0: Insights on thailand. *Implementing Industry 4.0 in SMEs: Concepts, Examples and Applications*, 393–422. https://doi.org/10.1007/978-3-030-70516-9_12
- Teoh, M. F., Ahmad, N. H., Abdul-Halim, H., & Ramayah, T. (2022). Is Digital Business Model Innovation the Silver Bullet for SMEs Competitiveness in Digital Era? Evidence from a Developing Nation. *Vision: The Journal of Business Perspective*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:246852594>
- Zeng, S. X., Xie, X. M., & Tam, C. M. (2010). Relationship between cooperation networks and innovation performance of SMEs. *Technovation*, 30(3), 181–194. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2009.08.003>

Village Empowerment Strategies for Sustainable Development in Indonesia

Urip Sedyowidodo and Aurino Djamaris

Introduction

Indonesia, an archipelagic nation with over 83,000 villages, faces distinct challenges in its pursuit of sustainable development. Each village, with its unique geographical, cultural, and economic characteristics, shows a different set of opportunities and obstacles. These challenges are magnified by the need to ensure that development is not only economically viable but also culturally and environmentally sustainable (Muhtar et al., 2023).

Historically, Indonesian rural development has been influenced by a variety of social, economic, and political factors that have shaped its current policies. After gaining independence in 1945, the focus was on agrarian reforms to address inequalities in land distribution, crucial for rural stability (Elmhirst, 2001). During the New Order regime (1966-1998), the emphasis shifted towards industrialization and urban-centric growth, often at the expense of rural areas, leading to increased disparities (Hill, 2000). The post-New Order era has seen a resurgence of decentralized governance, providing local governments with more resources and autonomy to directly tackle these rural challenges (Vickers, 2013).

The imperative for sustainable development in these diverse villages involves striking a balance between rapid economic growth and the preservation of cultural and environmental integrity. This balance is crucial as it determines the long-term viability and resilience of both the local communities and the nation as a whole. Economic initiatives must therefore be designed and implemented in ways that respect and integrate traditional knowledge and natural conservation, rather than undermining them. In this context, national and local policies have shown to reflect an integrated approach. Initiatives like "Membangun Indonesia Dari Desa" (Building Indonesia from the Villages) and the promotion of Village-Owned Enterprises (BUMDes) illustrate the central government's strategy to empower villages by tapping into their specific strengths and cultural heritage. These efforts are aimed at fostering an environment where economic advancement and cultural and environmental preservation are not seen as conflicting goals but as complementary facets of development (Hilmawan et al., 2023).

Sustainable development, as defined by the World Commission on Environment and Development (1987), involves balancing various forms of growth to meet the needs of the present generations without compromising the ability of future generations to meet their own needs ("The World Commission on Environment and Development," 1987). This includes economic growth, environmental protection, and social equity. In the context of Indonesian villages, this involves promoting economic

development that is culturally sensitive and environmentally sustainable, while taking into account the distinct needs and characteristics of each village. The approach encompasses strategies such as community empowerment and establishing social safety nets to alleviate poverty and enhance social welfare as discussed by (Sumodiningrat, 2016).

Revisiting the Definitions

Sustainable Development involves balancing various forms of growth to meet the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs. This includes economic growth, environmental protection, and social equity ("The World Commission on Environment and Development," 1987). In the context of Indonesian villages, sustainable development means fostering economic development that is culturally respectful and environmentally sustainable, ensuring that the unique needs and characteristics of each village are considered (Muhtar et al., 2023).

BUMDes (Village-Owned Enterprises) are enterprises owned and operated by villages, intended to boost the local economy through various business activities that utilize local resources and cultural heritage (Kementerian Desa, PDT, 2019). BUMDes play a critical role in rural development by driving economic recovery, creating jobs, and preserving local cultures. They are seen as a means to operationalize sustainable development at the village level (Hilmawan et al., 2023).

"Membangun Indonesia Dari Desa" (Building Indonesia from the Villages) initiative or MIDD initiative aims to empower villages by leveraging their unique strengths and integrating them into the national development agenda Kementerian Desa, PDT, dan Transmigrasi Indonesia (Kementerian Desa, PDT, 2019). The initiative underscores the significance of villages in Indonesia's socio-economic landscape and focuses on enhancing infrastructure, healthcare, education, and economic opportunities at the grassroots level, thus supporting sustainable development directly where it is most needed (Muhtar et al., 2023).

Historical Context and Current Initiatives

Indonesia's approach to village empowerment has evolved significantly over decades, shaped by both historical and socio-economic factors. Historically, Indonesian villages have operated semi-autonomously, with unique cultural and governance structures. However, with the decentralization policies initiated in the late 1990s, there has been a greater push for village autonomy in managing resources and development projects, aligning with national sustainability goals.

One of the flagship initiatives in recent years has been "Membangun Indonesia Dari Desa" (MIDD) or "Building Indonesia from the Villages," which focuses on leveraging the potential of villages for national development. This initiative underscores the importance of villages in the broader socio-economic landscape of the country, aiming to improve infrastructure, healthcare, education, and economic opportunities directly at the grassroots level (Muhtar et al., 2023).

Alongside MIDD, the development of Village-Owned Enterprises (BUMDes) has been pivotal. In the post-pandemic era, BUMDes have been instrumental in driving economic recovery and cultural preservation. These enterprises operate across various sectors, including agriculture, manufacturing, and tourism, directly contributing to the economic resilience of the villages (Hilmawan et al., 2023). BUMDes not only fosters economic growth but also ensure that the cultural heritage of the communities is integrated into development activities, thereby promoting sustainable practices that respect local traditions and environments.

The success of these initiatives heavily relies on the collaboration of multiple stakeholders:

- **Governmental Agencies:** At both the national and local levels, governmental agencies provide regulatory support, funding, and strategic guidance. They ensure that village developments align with national development goals while respecting local autonomy.
- **Local Communities:** Residents of the villages are the primary beneficiaries and participants. Their involvement is crucial in planning and implementing development projects that are culturally sensitive and economically beneficial.
- **Private Sector:** Collaboration with the private sector, particularly in terms of investments and expertise, enhances the commercial viability of BUMDes initiatives, contributing to their sustainability and growth.
- **Non-Governmental Organizations (NGOs):** NGOs play a critical role in capacity building, providing training, resources, and support to empower village enterprises and local governance structures.
- **Academic Institutions:** Universities and research institutions contribute through research and development, providing data and innovative solutions that can be applied to tackle local challenges effectively.

These stakeholders together create a robust support system that drives the success of village empowerment strategies, ensuring that economic development is achieved without compromising cultural integrity or environmental sustainability. This comprehensive approach illustrates a dynamic integration of policy, practice, and participation, where traditional knowledge and modern development strategies coalesce to foster a sustainable and resilient future for Indonesia's villages.

The Role of BUMDes and the "Membangun Indonesia Dari Desa" (MIDD) initiative

Village-Owned Enterprises (BUMDes) are enterprises owned and operated by villages, intended to boost local economy through various business activities that utilize local resources and cultural heritage (Kementerian Desa, PDT, 2019). BUMDes play a critical role in rural development by driving economic development, creating jobs, and preserving local cultures. They are seen as a means to operationalize sustainable development at the village level, in line with Sumodiningrat's emphasis on building people's economy and integrating community-based economic development (Sumodiningrat, 2017). Consider the following Table 1 which shows the number of Village-Owned Enterprises (BUMDes) spread throughout Indonesia.

Table 1. Total Number of BUMDes and Their Development Stages

| Year | Total BUMDes | Active BUMDes | Developing BUMDes | Advanced BUMDes |
|----------------------|--------------|----------------|-------------------|-----------------|
| 2014 | 1,002 | - | - | - |
| 2015 | 11,945 | - | - | - |
| 2016 | 18,446 | - | - | - |
| 2017 | 39,149 | - | - | - |
| 2018 | 45,549 | - | - | - |
| 2019 | 54,902 | 26,492 (48.2%) | 18,130 (33.0%) | 9,010 (16.4%) |
| 2020 | 57,283 | 31,297 (54.8%) | 19,221 (33.6%) | 6,765 (11.6%) |
| 2021 | 61,107 | 35,201 (57.6%) | 20,412 (33.4%) | 5,494 (9.0%) |
| 2022 (Projection) | 64,931 | 39,103 (60.1%) | 21,620 (33.3%) | 4,208 (6.6%) |
| 2023 (Projection) | 68,755 | 43,005 (62.7%) | 22,828 (33.2%) | 2,922 (4.1%) |
| 2024 (Projection) | 72,579 | 46,907 (64.7%) | 24,036 (33.1%) | 1,636 (2.3%) |

Source: 2021 BUMDes Status Report, 2022 BUMDes Infographics (Lokadata, 2019; PRAYOGA, 2021)

The above table groups BUMDes based on their development stages, namely: (a) **Active**, for BUMDes that are operational and generating revenue; (b) **Developing**, for BUMDes that are operational but have not yet generating significant revenue; and (c) **Advanced**, for BUMDes that are operational, generating significant revenue, and having a positive impact on the village community. The data in the table is cumulative from 2014 to 2024, with data for 2022, 2023, and 2024 being projections based on BUMDes growth trends in previous years. The total number of BUMDes has shown a remarkable growth trajectory over the decade, with a nearly 72-fold increase from just 1,002 units in 2014 to a projected 72,579 units by 2024. It is a positive indicator of Indonesia's commitment to enhancing village economies. However, the decrease in the percentage of advanced BUMDes suggests a need for more focused interventions to help these enterprises scale and sustain themselves. Future policies could focus on:

(1) enhanced training and support, e.g. providing tailored training and development programs to help BUMDes manage growth and operational challenges; **(2) access to capital**, e.g. facilitating access to finance through micro-loans, grants, or investor networks particularly tailored to rural enterprises; **(3) market access**, e.g. helping the enterprises reach broader markets, perhaps through digital platforms or cooperative marketing efforts; **(4) sustainability practices**, e.g. encouraging sustainable practices that can lead to long-term viability and environmental stewardship within communities. The transition from active to advanced stages is a critical hurdle that requires targeted support and resources to ensure these enterprises can achieve and maintain higher levels of success.

BUMDes are not just business ventures but are pivotal components in sustaining cultural identity and ensuring development in line with local traditions and values. The information inferred from Table 1 highlights the growth and evolution of BUMDes, underscoring their increasing role in rural economic development in Indonesia. The "Membangun Indonesia Dari Desa" (MIDD) initiative and the development of BUMDes represent strategic efforts to activate the economic potentials of villages, emphasizing the importance of a balanced approach between economic advancement and cultural preservation (Hilmawan et al., 2023; Tarlani & Sirajuddin, 2020). Research by Sofianto and Risandewi (2021) as well as Kania, Anggadwita, and Alamanda (2021) highlights how BUMDes play a key role in the economic recovery of villages post-pandemic, showing the necessity for strategies that respect local cultural contexts for optimum effectiveness of economic development (Sofianto & Risandewi, 2021; Telly Rosdiyani et. al., 2021). Both national and local leadership have crucial roles in integrating and strengthening cultural values within village development. The dynamics of leadership change at various government levels provide opportunities to renew and enhance commitments to development strategies that consider cultural aspects. This not only helps in preserving local identity but also ensures harmonious and sustainable village development.

International Comparisons

Leadership in cultural integration plays a pivotal role in rural development across various nations. In **Indonesia**, the "Nawa Cita" philosophy emphasizes strengthening the nation starting from the villages, focusing on aligning development initiatives with local cultural identities (Muhtar et al., 2023). In **India**, the "Panchayati Raj" system empowers villages through local governance, integrating traditional governance structures with modern development needs. Whereas in **Bhutan**, the Gross National Happiness index directs development policies that prioritize cultural preservation alongside economic and environmental sustainability.

The synergy between economic development and cultural preservation is evident in various global initiatives. In Indonesia, BUMDes integrate cultural tourism and local crafts like batik-making, boosting the economy while preserving heritage. In Japan, the "Satoyama" initiatives demonstrate how traditional agricultural practices can enhance

biodiversity and community livelihoods (Tanaka, 2020). In Italy, the "Cittaslow" movement focuses on enhancing the quality of life in small towns, promoting economic strategies based on cultural and environmental sustainability (Rossi, 2019).

Researchers have produced significant contributions to the plethora of synergy between economic development and cultural preservation. In **Peru**, for example, community-based tourism in Quechua community showcases how indigenous practices and cultural heritage can attract tourism and support sustainable economic development (Astrachan et al., 2014).

In a **global perspective**, research from the United Nations University explores how integrating traditional knowledge systems into modern environmental management can sustain cultural and ecological health (Byker & Ezelle-Thomas, 2021). The results provide a robust scholarly framework that illustrates the global application of strategies that harmoniously blend economic development with cultural preservation. The referenced studies not only validate the approaches discussed but also enrich the comparative analysis, offering practitioners a comprehensive view of how similar challenges are addressed around the world. This enhances the credibility of the analysis and supports the discussion with empirical evidence from diverse contexts.

Some Cases in Real-World Implementations

Successful implementation of BUMDes was obtained in Central Java, Bali, and East Nusa Tenggara. A BUMDes has successfully ventured into agri-tourism in **Central Java**, effectively combining agricultural practices with tourism. This dual approach has significantly boosted local income and preserved local cultural heritage, promoting sustainable tourism practices that respect and uphold local traditions (Hilmawan et al., 2023). In **Bali**, a BUMDes focused on artisanal crafts has revitalized traditional arts by commercializing local crafts in a way that fairly compensates the artisans. This initiative has played a crucial role in preserving local crafts that were at risk of disappearing, demonstrating how BUMDes can act as catalysts for both economic development and cultural preservation. In **East Nusa Tenggara**, a BUMDes has been managing natural resources sustainably, focusing on water management and renewable energy projects. This not only provides a steady revenue stream but also ensures the long-term sustainability of the village's natural resources. Such projects involve extensive community participation and training, enhancing local skills and knowledge, thus contributing to the community's overall resilience and sustainability.

BUMDes has also successfully contributed to the economic recovery in the post-pandemic era in Java. BUMDes revitalized the local economy post-economic downturn by leveraging the region's renowned coffee production capabilities, aiming to boost economic activity and sustainability. The implemented strategies are: (1) **Diversification of Products**: Introduced value-added products like organic coffee and locally produced snacks, significantly expanding market access both within Indonesia and nationally (Hilmawan et al., 2023) and (2) **Partnerships with Local Cooperatives**:

Formed strategic partnerships with existing agricultural cooperatives to enhance production capabilities and ensure significant market penetration. The outcomes of the strategies are: (a) **Economic Impact:** The introduction of value-added products led to a 30% increase in local farmer incomes within the first year, and employment in the village increased by 15%, reflecting substantial economic growth and development (Sumodiningrat, 1999); and (b) **Cultural Impact:** Organized coffee festivals highlighted traditional Javanese music and dances, fostering a renewed sense of community pride and helping preserve the rich cultural heritage of the region (Sumodiningrat, 1999). Testimony of a local farmer mentioned "The BUMDes has not only helped increase my income but also brought back our village's cultural festivities, which we missed dearly", highlighting the dual economic and cultural benefits of the BUMDes initiatives (Sumodiningrat, 2016).

The status and outlook for BUMDes (2019-2024) are highly promising. Between 2019 and 2024, the scope and impact of BUMDes are expected to grow significantly. In 2019, approximately 54,902 BUMDes were operational across Indonesia, with a focus on diversifying local economies and enhancing community resilience post-pandemic. By 2020, the numbers saw an increase, reflecting a growing recognition of their value in rural development strategies. Projections for 2022 through 2024 indicate a further increase in the operational and financial scope of BUMDes, reflecting trends in economic recovery strategies and increased government support for rural enterprises (Sofianto & Risandewi, 2021). The real-world implementations of BUMDes illustrate their potential to serve as engines of sustainable development. These case studies and data projections underline the significant role of BUMDes in not just economic recovery and development but also in fostering a sustainable model that integrates economic growth with cultural and environmental stewardship. Through these multifaceted roles, BUMDes continue to redefine rural development in Indonesia, demonstrating that economic development and cultural preservation can indeed go hand in hand when strategically planned and thoughtfully executed.

The Dynamics of Village Empowerment and Sustainable Development in Indonesia

The dynamics of changing leadership significantly influence the adaptation of development strategies within Indonesian villages. Changes at both the national and local levels have a direct influence on the implementation of development and cultural integration strategies. National leaders typically set broad developmental agendas which are subsequently adapted by local leaders to meet the specific cultural and economic needs of their communities. This dynamic requires continual adaptation and flexibility in strategies to ensure their effectiveness and cultural appropriateness. For example, the transition from one presidential administration to another might shift policy focuses from infrastructure to education, or from economic development to cultural preservation. Each shift necessitates that local leaders reassess and realign their strategies to match new national priorities while continuing to honor and preserve local cultural values (Muhtar et al., 2023).

Village funds, a cornerstone of Indonesia's decentralization efforts, play a vital role in empowering villages to steer their own development, balancing economic growth with cultural preservation. These funds support diverse initiatives ranging from infrastructure development to promoting local arts and crafts, thus strengthening local economies and enriching cultural heritage (Hilmawan et al., 2023). A tangible example of this is how some villages invest in restoring traditional houses and temples, converting cultural landmarks into tourist destinations that bring economic advantages. Moreover, village funds are utilized to sponsor local festivals and art workshops, crucial for preserving unique cultural practices and languages at risk of extinction (Hilmawan et al., 2023) These funds serve not merely as economic tools but also as means to ensure the maintenance and transmission of cultural practices to future generations. This dual focus helps strike a balance between progress and preservation, ensuring that development efforts do not lead to cultural erosion.

It is important to ensure the effectiveness of village funds and how leadership changes affect their utilization. Studies have indicated that transparent management and active community involvement in the decision-making process regarding fund usage can significantly enhance the success of developmental initiatives (Sofianto & Risandewi, 2021). This implies the necessity of educating village leaders and community members about sustainable practices and cultural preservation to ensure that the funds are utilized in the most advantageous ways.

Conclusion and Implications

The key strategies for empowering Indonesian villages towards sustainable development have been effectively centered around the integration of economic development with cultural preservation, utilizing village funds and the development of Village-Owned Enterprises (BUMDes). Supported by both national and local leadership, these initiatives are tailored to the unique cultural and economic contexts of individual villages. This holistic approach ensures that development is not only economically beneficial but also culturally enriching and environmentally sustainable. BUMDes are instrumental in leveraging local cultural assets and natural resources to create sustainable economic opportunities. Additionally, village funds are strategically used to enhance local infrastructure, support cultural projects, and stimulate local economies, resulting in tangible benefits across Indonesia's diverse landscapes.

The effectiveness of development strategies critically depends on a deep understanding and respect for local cultural contexts. Each village in Indonesia possesses a unique cultural heritage that can significantly enhance development efforts if leveraged appropriately. Initiatives need to be crafted with a profound appreciation for these cultural nuances to ensure community acceptance and effectiveness in achieving developmental goals.

Local leadership plays an essential role in this process. Leaders who possess intimate knowledge of their communities' cultural and historical contexts are invaluable in adapting national development initiatives to local circumstances, ensuring these initiatives respect and reinforce the community's cultural identity.

The implications for stakeholders engaged in rural development are profound. Policymakers are tasked with continuing to provide robust frameworks and adequate funding to support village-level initiatives. Local government officials and village leaders must implement these policies and funds with transparency and inclusivity, engaging community members in the decision-making process to foster a sense of ownership and commitment to the initiatives. Additionally, private sector entities and NGOs can contribute by partnering with village enterprises to provide expertise, market access, and additional resources. Academic institutions have a crucial role in conducting research that addresses local challenges, offering data and insights that can refine and improve development strategies.

As Indonesia progresses in empowering its villages, the balance between development and cultural preservation will continue to be a pivotal theme. The successful implementation of these strategies promises not only economic growth but also the preservation of Indonesia's rich cultural mosaic, contributing to a more cohesive and sustainable national development trajectory. This comprehensive approach to village empowerment presents a model that other nations might consider, especially those with diverse cultural landscapes and significant rural populations seeking to harmonize modern development with traditional values. This forward-looking perspective underscores the potential for village-based strategies to globally influence rural development paradigms.

References

- Astrachan, C. B., Patel, V. K., & Wanzenried, G. (2014). A comparative study of CB-SEM and PLS-SEM for theory development in family firm research. *Journal of Family Business Strategy*, 5(1), 116–128. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2013.12.002>
- Byker, E. J., & Ezelle-Thomas, V. (2021). Preparing Teacher Candidates with Global Competencies: Taking Action on the Global Water Crisis with Service Learning. *Journal of Research in Childhood Education*, 35(2), 268–280. <https://doi.org/10.1080/02568543.2021.1880996>
- Elmhirst, R. (2001). Resource struggles and the politics of place in North Lampung, Indonesia. *Singapore Journal of Tropical Geography*, 22(3), 284–306. <https://doi.org/10.1111/1467-9493.00111>
- Hill, H. (2000). The Indonesian Economy: Trade and Industrial Policies. In *The Indonesian Economy: Trade and Industrial Policies* (Issue 9780521663670). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.4324/9781315161976>
- Hilmawan, R., Aprianti, Y., Vo, D. T. H., Yudaruddin, R., Bintoro, R. F. A., Fitrianto, Y., & Wahyuningsih, N. (2023). Rural development from village funds, village-owned

- enterprises, and village original income. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(4), 100159. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100159>
- Kania, I., Anggadwita, & Alamanda, D.T. (2021). A new approach to stimulate rural entrepreneurship through village-owned enterprises in Indonesia. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 15(3), 432-450. doi: 10.1108/JEC-07-2020-0137
- Kementerian Desa, PDT, dan T. I. (2019). *Dashboard*. <https://bumdes.kemendesa.go.id/>
- Muhtar, E. A., Abdillah, A., Widianingsih, I., & Adikancana, Q. M. (2023). Smart villages, rural development and community vulnerability in Indonesia: A bibliometric analysis. *Cogent Social Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2219118>
- Rossi, M. (2019). Cittaslow: Harnessing the pace of life for development in small towns. *European Journal of Development Research*, 31(4), 842-859.
- Sofianto, A., & Risandewi, T. (2021). Mapping of Potential Village-Owned Enterprises (BUMDes) for Rural Economic Recovery during the COVID-19 Pandemic in Central Java, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 887. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:242025935>
- Sumodiningrat, G. (1999). *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaringan Sosial*. Gramedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=-eDsAAAAMAAJ>
- Sumodiningrat, G. (2016). *Implementasi Membangun Indonesia Dari Desa*. Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada.
- Sumodiningrat, G. (2017). Membangun desa berbasis ekonomi kreatif ekonomi pancasila. In *Экономика Региона*, 32.
- Tanaka, A. (2020). Satoyama and the traditional agricultural landscape of Japan: An ecological and sociocultural perspective. *Journal of Rural Studies*, 15(2), 123-136.
- Tarlani, & Sirajuddin, T. (2020). Rural development strategies in Indonesia: Managing villages to achieve sustainable development. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 447(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/447/1/012066>
- Telly Rosdiyani, P., Prasetyo Artiwi, N., Hendra, Y., Nasri, E., Nuraida, I., Hidayanti, N., Intan Solihati, T., Ansorihyah, S., Farhani Maulida, H., Amilia, E., Rifai, A., Surahmat, A., Dedy Fu, T., Suhendar, B., Abdi Khairusy, M., Atmaja, S., Febriani, R., Hartika, N., Krisnaningsih, E., ... Fadilla Oktaviana, Mp. (2021). Changing trends pendidikan tinggi pada kampus merdeka (Gagasan konstruksi dan paradigma MBKM). *Media Madani*, 1, 1-31. https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/4472/1/MBKM_UNBAJA-21-pages-1-13,192-209.pdf

The World Commission on Environment and Development. (1987). *Environmental Policy and Law*, 14(1), 4–7. [https://doi.org/10.1016/S0378-777X\(85\)80026-3](https://doi.org/10.1016/S0378-777X(85)80026-3)

Vickers, A. (2013). *A History of Indonesia*. (2nd ed.). Cambridge University Press.

Profil Niat Pelaku UMKM untuk Membuat Laporan Keuangan dan Menerapkan Standar Akuntansi Keuangan

Jurica Lucyanda dan Dian Andriani

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang cukup berpengaruh dalam perekonomian negara, khususnya di Indonesia. Jumlah UMKM sudah mencapai 65.500.000 dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 60,5% atau senilai Rp. 9.580.760.000 serta mampu menyerap tenaga kerja sebesar 96,92% dari total tenaga kerja yang ada (Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah, 2019). Meskipun UMKM berkontribusi besar bagi perekonomian negara, namun perkembangan UMKM mengalami kendala dalam pengembangan usahanya. Salah satu kendala yang dihadapi UMKM dalam pengembangan usahanya adalah kurangnya pengetahuan tentang laporan keuangan dan keterbatasan kemampuan mereka dalam membuatnya (Hasyim, 2014). Saat ini banyak UMKM yang masih mengalami kesulitan dalam penyusunan laporan keuangan berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) khusus untuk UMKM.

Laporan keuangan menyajikan posisi dan kinerja keuangan suatu entitas usaha (Ikatan Akuntan Indonesia/IAI, 2021). Laporan keuangan memberikan informasi yang bermanfaat bagi penggunaannya untuk pengambilan keputusan (Sukamulja, 2019). Penyajian laporan keuangan yang tidak memadai akan mengurangi fungsi laporan keuangan yang biasanya dijadikan sebagai acuan pengambilan keputusan usaha. Agar laporan keuangan dapat memberikan informasi yang tepat, laporan keuangan harus disusun sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang berlaku. SAK di Indonesia diterbitkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). SAK khusus UMKM dikenal dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM). SAK EMKM yang disusun oleh IAI (2016) bertujuan untuk mendorong dan memberikan fasilitas khusus sesuai kebutuhan pelaporan keuangan UMKM.

Dalam sejarahnya, Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia (DSAK IAI) pada tahun 2009 memberlakukan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) untuk UMKM. Namun dalam perkembangannya, sumber daya manusia UMKM menghadapi masalah keterbatasan literasi dalam membuat laporan keuangan sehingga membutuhkan standar akuntansi yang lebih sederhana dari SAK ETAP. Untuk mengatasi masalah keterbatasan tersebut, DSAK IAI pada tanggal 24 Oktober 2016 mengesahkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK EMKM) dan mulai berlaku efektif tanggal 1 Januari 2018.

SAK EMKM merupakan standar akuntansi keuangan yang berdiri sendiri, disusun untuk memenuhi kebutuhan pelaporan keuangan entitas yang memenuhi definisi entitas tanpa akuntabilitas publik sebagaimana diatur dalam SAK ETAP dan memiliki karakteristik sesuai dengan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (IAI, 2016). Ketentuan SAK EMKM lebih sederhana dibandingkan dengan SAK ETAP karena hanya mengatur transaksi yang umum dilakukan oleh EMKM dengan dasar pengukuran murni menggunakan biaya historis, sehingga EMKM cukup mencatat aset dan liabilitas sebesar biaya perolehannya.

Rismawandi *et al.* (2022) menjelaskan bahwa dalam praktiknya pelaku UMKM masih banyak yang belum menyusun laporan keuangan. Hal ini didukung hasil penelitian Hasyim (2014) yang menyimpulkan bahwa sebanyak 77,5% UMKM tidak memiliki laporan keuangan. Dari 22,5% UKM yang telah Menyusun laporan keuangan, sebesar 23,2% telah menyusun neraca, 34,3% telah menyusun laporan laba rugi, 34,4% telah menyusun arus kas, dan 30,9% telah menyusun persediaan. Menurut Badan Ekonomi Kreatif, hanya sekitar 20% UMKM yang mampu menyusun laporan keuangan, sisanya belum memiliki kemampuan untuk menyusunnya (Mahrizal, 2017). Masih banyaknya UMKM yang belum menyusun laporan keuangan disebabkan oleh adanya keterbatasan pemahaman pelaku UMKM terkait dengan ilmu akuntansi, selain adanya anggapan bahwa penyusunan laporan keuangan sesuai dengan SAK dianggap rumit (Darmasari & Wahyuni, 2020). Meskipun disadari bahwa pelaku UMKM dapat memperoleh banyak manfaat dari pembuatan laporan keuangan untuk mendukung pengembangan usaha yang sedang dijalankan melalui pendanaan dari bank.

Pelaku UMKM yang menerima pendanaan dari bank masih tergolong sedikit karena adanya persyaratan laporan keuangan yang diminta oleh bank. Pihak bank sangat berhati-hati dalam memberikan kredit usaha. Bank membutuhkan informasi yang memadai terkait kondisi dan kinerja usaha UMKM agar tidak terjadi pembayaran kredit yang tertunda (macet). Saat ini, sebagian besar pelaku UMKM masih belum mampu memberikan informasi akuntansi melalui laporan keuangan terkait dengan kondisi dan kinerja usaha yang sedang dijalankannya (Risal & Wulandari, 2021). Oleh karena itu, penting untuk menyelidiki faktor-faktor yang memengaruhi niat pelaku UMKM untuk membuat laporan keuangan sesuai dengan SAK EMKM. *Theory of Planned Behavior* dipakai untuk maksud penyelidikan ini.

Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008, UMKM dipilah menjadi tiga kelompok. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang yang memenuhi kriteria usaha kecil, berdiri sendiri dan dikelola oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri,

dikelola oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha besar.

Kriteria jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan untuk klasifikasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 adalah sebagai berikut. Usaha Mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah). Usaha Kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah). Usaha Menengah adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

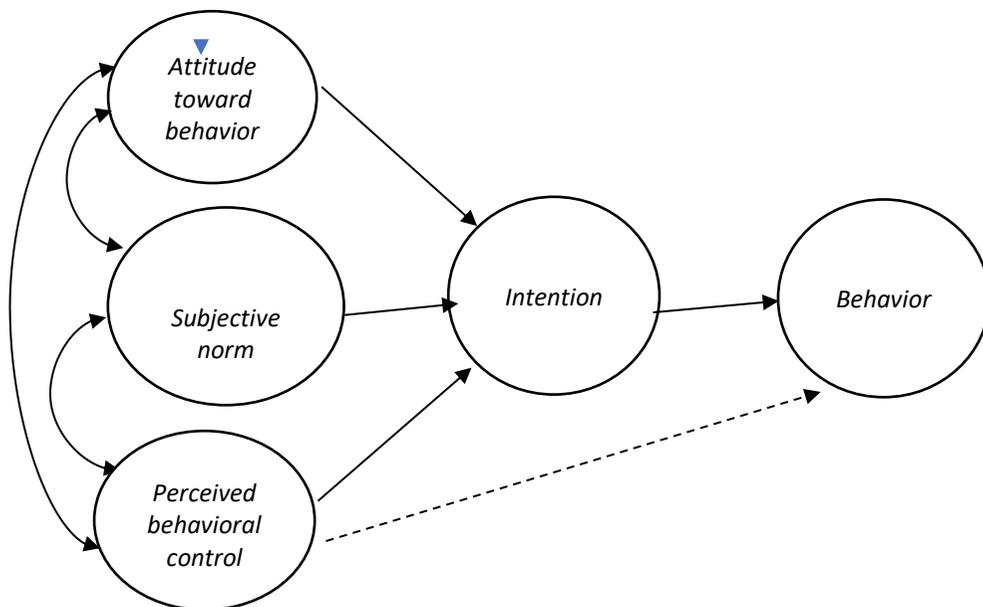
Tinjauan *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Theory of Planned Behavior/TPB (Ajzen, 1991) menjelaskan bahwa niat dan perilaku seseorang dipengaruhi oleh tiga hal yaitu *attitude toward behavior* (sikap terhadap perilaku), *subjective norm* (norma subjektif), dan *perceived behavioral control* (kontrol perilaku persepsian). Teori ini dapat digunakan untuk melihat bagaimana niat dan perilaku individual pelaku UMKM saat mengambil keputusan untuk membuat laporan keuangan sesuai SAK EMKM. Perilaku individu dimulai dengan niat terlebih dahulu, sedangkan niat ditentukan oleh tiga faktor, yaitu *attitude toward behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Jika pelaku UMKM sungguh-sungguh berniat untuk menyusun laporan keuangan usahanya maka niat tersebut akan menjadi prediktor perilakunya saat mengimplementasikan SAK EMKM.

Attitude towards behavior merupakan sikap individu yang mengacu pada konsekuensi positif atau negatif yang akan ditimbulkan oleh suatu perilaku dan konsekuensi itu dijadikan bahan pertimbangan untuk menerima atau menolak perilaku berdasarkan keyakinan terhadap perilaku tersebut (*behavioral beliefs*) (Ajzen, 1991). Keyakinan yang dimaksud berkaitan dengan penilaian subjektif individu terhadap perilaku apakah benar-benar memberikan manfaat atau kerugian apabila individu melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut (Ajzen, 2005).

Subjective norm merupakan keadaan lingkungan normatif sosial individu yang berpengaruh dalam penerimaan atau penolakan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Individu akan menunjukkan perilaku tertentu apabila lingkungan sosial menerima dan memotivasinya untuk patuh berperilaku, namun akan menghindari apabila lingkungan sekitar menolak dan tidak memotivasi dirinya untuk patuh berperilaku.

Perceived behavioral control merupakan keyakinan individu yang mengacu pada kemudahan atau kesulitan yang dirasakannya dalam melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Hal ini berlaku karena adanya ketersediaan sumber daya (*control belief strength*) yang mendukung atau sebaliknya menghambat perilaku yang dipertimbangkan serta besarnya peran sumber daya tersebut (*power of control factor*) dalam mewujudkan perilaku. Gambar 1 berikut ini mengilustrasikan skema *theory of planned behavior* yang dikembangkan oleh Ajzen (1991).



Gambar 1. *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991)

Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah

Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah (SAK EMKM) merupakan standar akuntansi keuangan yang disusun untuk memenuhi kebutuhan pelaporan keuangan entitas yang memenuhi definisi entitas tanpa akuntabilitas publik sebagaimana diatur dalam SAK ETAP (IAI, 2009) dan memiliki karakteristik sesuai Undang-Undang No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, diterapkan setidaknya selama 2 tahun berturut-turut (IAI, 2016). SAK EMKM dapat digunakan oleh entitas yang tidak memenuhi definisi dan kriteria di atas, jika otoritas mengizinkan entitas tersebut untuk menyusun laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM (IAI, 2016). SAK EMKM merupakan standar akuntansi yang menggantikan SAK ETAP.

SAK EMKM merupakan standar akuntansi keuangan yang lebih sederhana dibandingkan dengan SAK ETAP karena hanya mengatur transaksi yang umum dilakukan oleh EMKM dan dasar pengukurannya murni menggunakan biaya historis sehingga EMKM cukup mencatat aset dan liabilitas sebesar biaya perolehannya. Menurut IAI (2016), penyajian laporan keuangan berbasis SAK EMKM terdiri dari Laporan Posisi Keuangan, Laporan Laba Rugi, dan Catatan Atas Laporan Keuangan.

Laporan posisi keuangan (IAI, 2016) merupakan laporan keuangan yang menyajikan informasi mengenai aset, liabilitas, dan ekuitas pada akhir periode pelaporan. Laporan posisi keuangan entitas dapat mencakup pos kas dan setara kas, piutang, persediaan, aset tetap, utang usaha, utang bank, dan ekuitas. Entitas dapat menyajikan pos dan bagian dari pos dalam laporan posisi keuangan jika penyajian tersebut relevan untuk memahami posisi keuangan entitas. SAK EMKM tidak menentukan format atau urutan terhadap pos-pos yang disajikan namun entitas dapat menyajikan pos-pos aset berdasarkan urutan likuiditas dan pos-pos liabilitas berdasarkan urutan jatuh tempo (IAI, 2016).

Laporan laba rugi (IAI, 2016) merupakan laporan keuangan yang menyajikan informasi mengenai kinerja keuangan entitas untuk suatu periode tertentu. Laporan laba rugi mencakup pos pendapatan, beban keuangan, dan beban pajak. Entitas menyajikan pos dan bagian dari pos dalam laporan laba rugi jika penyajian tersebut relevan untuk memahami kinerja keuangan entitas. Laporan laba rugi memasukkan semua penghasilan dan beban yang diakui dalam suatu periode, kecuali SAK EMKM mensyaratkan lainnya (IAI, 2016).

Catatan atas laporan keuangan (IAI, 2016) memuat pernyataan bahwa laporan keuangan telah disusun sesuai dengan SAK EMKM, ikhtisar kebijakan akuntansi, dan informasi tambahan beserta rincian pos tertentu yang menjelaskan transaksi penting dan material sehingga bermanfaat bagi pengguna untuk memahami laporan keuangan. Jenis informasi tambahan dan rincian yang disajikan bergantung pada jenis kegiatan usaha yang dilakukan oleh entitas. Catatan atas laporan keuangan disajikan secara sistematis dan praktis, serta setiap pos dalam laporan keuangan merujuk ke informasi terkait dalam catatan atas laporan keuangan (IAI, 2016).

Determinan Niat Pelaku UMKM untuk Membuat Laporan Keuangan dan Menerapkan SAK EMKM

Niat mengimplementasikan SAK EMKM merupakan dorongan internal pelaku UMKM untuk menyusun laporan keuangan usahanya sesuai dengan SAK EMKM (Parhusip & Herawati, 2020). Tujuan penerbitan SAK EMKM ialah untuk mendorong dan memberikan fasilitas untuk pemenuhan kebutuhan pelaporan keuangan UMKM sehingga dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pelaporan keuangan dan sekaligus mendorong pertumbuhan sektor UMKM di Indonesia (IAI, 2016). Penerapan SAK EMKM memberikan manfaat bagi para pelaku UMKM untuk memberikan informasi keuangan usaha, mendapatkan kemudahan kredit dari bank, pengendalian aset, kewajiban, dan modal, serta melakukan perencanaan pada pendapatan dan efisiensi biaya yang pada akhirnya berguna sebagai media dalam proses pengambilan keputusan.

Dang-Duc (2011) menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang memengaruhi minat penerapan SAK EMKM, yaitu persyaratan legal dari pemerintah untuk mematuhi standar akuntansi keuangan, adanya pemangku kepentingan yang membutuhkan ketersediaan informasi keuangan UMKM, ketersediaan fasilitas informasi dan komunikasi, keterampilan manajemen, ukuran bisnis, keterampilan staf akuntansi, permintaan untuk peningkatan kualitas informasi, dan pertimbangan *cost-benefit* yang akan diperoleh.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, terdapat beberapa faktor yang menentukan niat dan perilaku UMKM untuk menerapkan SAK EMKM, antara lain: sosialisasi SAK EMKM (Syukrina & Janrosl, 2018; Badria & Diana, 2018; Sutapa, 2020; Larasati & Farida, 2021; dan Susilowati *et al.*, 2021), tingkat pendidikan pelaku UMKM (Kusuma & Lutfiany, 2018; Rahman *et al.*, 2021; Mutiari & Yudiantara, 2021), persepsi pelaku UMKM (Febriyanti & Wardhani, 2018; Badria & Diana, 2018; Wulandari *et al.*, 2020; Susilowati *et al.*, 2021; dan Rahman *et al.*, 2021), pemahaman akuntansi (Pardita *et al.*, 2019; Parhusip & Herawati, 2020; Darmasari & Wahyuni, 2020; Mutiari & Yudiantara, 2021), dan tingkat kesiapan pelaku UMKM (Darmasari & Wahyuni, 2020; Purnomo & Adyaksana, 2021).

Sosialisasi SAK EMKM merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi niat dan perilaku pelaku UMKM untuk menerapkan SAK EMKM. Sosialisasi adalah proses komunikasi interaktif yang melibatkan perkembangan individu dan pengaruh pribadi dari semua pesan sosial dalam dinamika pengaruh sosial (Maria, 2019). Sosialisasi SAK EMKM merupakan suatu mekanisme penyampaian informasi mengenai SAK EMKM kepada pelaku UMKM melalui berbagai pola dan bentuk kegiatan baik secara langsung maupun tidak langsung yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah atau lembaga terkait. Jika pelaku UMKM mendapatkan informasi standar akuntansi yang berlaku melalui sosialisasi SAK EMKM, maka pemahaman pelaku UMKM akan menjadi lebih baik dan mendukung niatnya untuk implementasi SAK EMKM (Dewi *et al.*, 2017). Penelitian Syukrina dan Janrosl (2018), Larasati dan Farida (2021), dan Sutapa (2020) menyimpulkan bahwa sosialisasi SAK

EMKM berpengaruh positif terhadap niat menerapkan SAK EMKM. Artinya, semakin banyak sosialisasi yang diberikan kepada pelaku UMKM, semakin tinggi niat pelaku UMKM untuk menerapkan SAK EMKM.

Faktor lain yang menentukan niat dan perilaku pelaku UMKM untuk menerapkan SAK EMKM adalah tingkat pendidikan pemilik. Tingkat pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai, dan kemampuan yang dikembangkan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003). Jika pelaku UMKM memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, maka pelaku UMKM memiliki pengetahuan dan literasi yang lebih baik terkait dengan SAK EMKM dan akan berdampak pada niat pelaku UMKM untuk menerapkan SAK EMKM (Parhusip & Herawati, 2020). Hasil penelitian Kusuma dan Lutfiany (2018), Rahman *et al.* (2021), dan Mutiari dan Yudiantara (2021) menyimpulkan bahwa tingkat pendidikan pemilik berpengaruh positif terhadap implementasi SAK EMKM. Artinya, semakin tinggi tingkat pendidikan pelaku UMKM, semakin tinggi pula niat pelaku UMKM untuk menerapkan SAK EMKM.

Persepsi pelaku UMKM merupakan salah satu faktor yang menentukan niat pelaku UMKM untuk menerapkan SAK EMKM. Thian (2021) menjelaskan bahwa persepsi adalah sebuah proses yang mana seorang individu dapat mengatur serta menginterpretasikan kesan sensorik yang ia terima untuk memberikan arti dari keberadaan lingkungan sekitarnya. Persepsi pelaku UMKM merupakan cara pandang seorang pelaku UMKM dalam menginterpretasikan SAK EMKM (Parhusip & Herawati, 2020). Persepsi pelaku UMKM merupakan persepsi pelaku UMKM atas kemudahan dan kebermanfaatannya dari penerapan SAK EMKM tersebut. Pelaku UMKM yang memiliki persepsi baik mengenai SAK EMKM akan berniat untuk menerapkan SAK EMKM dalam penyusunan laporan keuangannya (Badria & Diana, 2018). Hasil penelitian Febriyanti dan Wardhani (2018), Badria dan Diana (2018), dan Susilowati *et al.* (2021) menyimpulkan bahwa persepsi pelaku UMKM berpengaruh positif terhadap niat untuk menerapkan SAK EMKM. Artinya, semakin baik persepsi pelaku UMKM terkait dengan SAK EMKM, semakin tinggi niat pelaku UMKM untuk menerapkan SAK EMKM.

Faktor selanjutnya yang menentukan niat pelaku UMKM untuk menerapkan SAK EMKM adalah pemahaman akuntansi. Pemahaman akuntansi adalah kemampuan individu untuk memahami pengetahuan akuntansi yang meliputi pembukuan dan proses pelaporan keuangan dengan berpedoman atau mengacu pada prinsip dan standar akuntansi yang berlaku (Utomo & Wardani, 2021; Mutiari & Yudiantara, 2021). Menurut Rismawandi *et al.* (2022), semakin baik pemahaman akuntansi yang dimiliki pelaku UMKM dalam menyusun laporan keuangan, semakin tinggi niat pelaku UMKM untuk menerapkan SAK EMKM. Penelitian Pardita *et al.* (2019), Parhusip dan Herawati (2020), Darmasari dan Wahyuni (2020), dan Mutiari dan Yudiantara (2021) menyimpulkan bahwa pemahaman akuntansi berpengaruh positif terhadap niat pelaku UMKM untuk menerapkan SAK EMKM.

Tingkat kesiapan pelaku merupakan faktor yang juga menentukan niat pelaku UMKM untuk menerapkan SAK EMKM. Tingkat kesiapan pelaku UMKM merupakan kondisi dimana pelaku UMKM siap membuat laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM (Darmasari & Wahyuni, 2020). Pardita *et al.* (2019) menjelaskan bahwa pelaku UMKM yang memiliki kesiapan yang baik akan lebih mampu menyesuaikan diri dengan regulasi yang ada, termasuk untuk mempelajari SAK EMKM. Penelitian Pardita *et al.* (2019), Darmasari dan Wahyuni (2020), dan Purnomo dan Adyaksana (2021) menyimpulkan bahwa tingkat kesiapan pelaku UMKM berpengaruh positif terhadap niat pelaku UMKM untuk menerapkan SAK EMKM. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat kesiapan pelaku UMKM, semakin tinggi pula niat pelaku UMKM untuk menerapkan SAK EMKM.

Hasil Survei Niat Pelaku UMKM untuk Membuat Laporan Keuangan dan Menerapkan SAK EMKM

Untuk mengonfirmasi hasil penelitian sebelumnya yang menjelaskan faktor yang menentukan niat pelaku UMKM untuk membuat laporan keuangan dan menerapkan SAK EMKM, dilakukan survei ke pelaku UMKM yang menjalankan usaha di sektor perdagangan besar dan eceran, reparasi dan perawatan mobil dan sepeda motor di Kota Jakarta. Survei difokuskan kepada pelaku UMKM yang sudah mengetahui SAK EMKM. Pemilihan responden berdasarkan *purposive sampling* karena untuk kemudahan dalam melakukan survei, konfirmasi ke pelaku UMKM dilakukan terlebih dahulu. Survei menggunakan kuesioner sederhana untuk mengonfirmasi jawaban responden. Dari total 126 pelaku UMKM, sebanyak 100 responden mengisi kuesioner. Namun dari 100 isian kuesioner, hanya 97 isian saja yang memenuhi kriteria untuk dianalisis.

Demografi responden terdiri usia responden, jenis kelamin responden, tingkat pendidikan, domisili usaha, total penjualan usaha per tahun, dan total aset yang dimiliki. Rentang usia pelaku UMKM adalah usia 21-30 tahun sebanyak 19 orang (20%), 31-40 tahun sebanyak 28 orang (29%), 41-50 tahun sebanyak 32 orang (33%), dan 51-60 tahun sebanyak 18 orang (18%). Gender pelaku UMKM adalah pria sebanyak 56 orang (58%) dan wanita sebanyak 41 orang (42%). Pelaku UMKM yang memiliki tingkat pendidikan SLTP sederajat sebanyak 3 orang (3%), tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) dan sederajat sebanyak 68 orang (70%), tingkat Pendidikan Diploma sebanyak 11 orang (11%), dan tingkat pendidikan sarjana strata-1 sebanyak 15 orang (16%).

Domisili pelaku UMKM yang berada di Jakarta Utara sebanyak 15 orang (15%), Jakarta Selatan sebanyak 30 orang (31%), Jakarta Pusat sebanyak 7 orang (7%), Jakarta Barat sebanyak 23 orang (24%), dan Jakarta Timur sebanyak 22 orang (23%). Rata-rata total penjualan per tahun pelaku UMKM sebesar ≤ Rp. 300.000.000 (usaha mikro) sebanyak 43 orang (44%), Rp. 300.000.000 - Rp. 2.500.000.000 (usaha menengah) sebanyak 53%, dan Rp. 2.500.000.000 – Rp. 50.000.000.000 (usaha menengah) sebanyak 3 orang (3%). Pelaku UMKM dengan total aset sebesar ≤ Rp50.000.000

(usaha mikro) sebanyak 15 orang (15%), Rp. 50.000.000 – Rp. 500.000.000 (usaha kecil) sebanyak 76 orang (78%), dan Rp. 500.000.000 – Rp. 50.000.000.000 (usaha menengah) sebanyak 6 orang (6%). Dari demografi pelaku UMKM dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM terbanyak adalah pria dengan usia 41-50 tahun dengan tingkat pendidikan adalah SLTA dan berdomisili di Jakarta Selatan. Kategori pelaku UMKM adalah usaha menengah dengan total penjualan pertahun Rp. 300.000.000 – Rp. 2.500.000.000 dan total asset sebesar Rp. 50.000.001 - Rp500.000.000.

Selanjutnya pelaku UMKM diminta menjawab pertanyaan terkait dengan faktor yang menentukan niat mereka untuk membuat laporan keuangan sesuai dengan SAK EMKM. Dalam pengumpulan data sederhana ini, pelaku UMKM diminta membuat ranking faktor yang sudah diidentifikasi sebelumnya seperti sosialisasi SAK EMKM, tingkat pendidikan pemilik usaha, persepsi pelaku UMKM, pemahaman akuntansi, dan tingkat kesiapan pelaku UMKM. Hasil survei menunjukkan bahwa faktor yang paling menentukan niat pelaku UMKM untuk membuat laporan keuangan sesuai dengan SAK EMKM adalah sosialisasi SAK EMKM (urutan pertama), persepsi pelaku UMKM (urutan kedua), tingkat kesiapan pelaku UMKM (urutan ketiga), pemahaman akuntansi (urutan keempat), dan terakhir adalah tingkat pendidikan pelaku UMKM. Hasil ini menjelaskan pentingnya sosialisasi SAK EMKM bagi pelaku UMKM. Sosialisasi SAK EMKM merupakan suatu mekanisme penyampaian informasi mengenai SAK EMKM kepada pelaku UMKM melalui berbagai pola dan bentuk kegiatan baik secara langsung maupun tidak langsung yang dapat dilakukan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah atau lembaga terkait. SAK EMKM sudah dibuat oleh Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) untuk mempermudah pelaku UMKM membuat laporan keuangan sesuai dengan standar UMKM. Menjadi tugas Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah untuk mensosialisasikan SAK EMKM ini kepada UMKM. Jadi, perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan sosialisasi SAK EMKM kepada pelaku UMKM agar mereka lebih memahami dalam penyiapan laporan keuangan usahanya.

Kesimpulan

Tulisan ini bertujuan mengidentifikasi faktor apa saja yang memengaruhi niat pelaku UMKM untuk membuat laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM. Selama ini masih banyak UMKM yang belum menyusun laporan keuangan yang sesuai dengan SAK EMKM. Penyebabnya adalah adanya keterbatasan pemahaman pelaku UMKM terkait dengan ilmu akuntansi itu sendiri serta adanya anggapan bahwa penyusunan laporan keuangan yang sesuai dengan SAK merupakan sesuatu hal yang rumit dan bahkan dianggap tidak penting. Banyaknya pelaku UMKM yang belum membuat laporan keuangan yang sesuai dengan SAK EMKM berdampak pada rendahnya pelaku UMKM yang menerima pendanaan untuk pengembangan usaha dari bank. Bank mensyaratkan laporan keuangan untuk pengajuan pinjaman dana pengembangan usaha.

Adanya laporan keuangan akan menyakinkan pihak bank dalam memberikan kredit usaha, karena bank membutuhkan informasi yang memadai terkait kondisi dan kinerja usaha yang dijalani oleh pelaku UMKM agar terhindar dari kredit macet. Membuat laporan keuangan dan menerapkan SAK EMKM memberikan banyak manfaat bagi pelaku UMKM dalam pengambilan keputusan dan pengembangan usahanya.

Survei yang dilakukan kepada pelaku UMKM menunjukkan bahwa niat pelaku UMKM untuk membuat laporan keuangan sesuai dengan SAK EMKM dipengaruhi oleh faktor sosialisasi SAK EMKM (urutan pertama), persepsi pelaku UMKM (urutan kedua), tingkat kesiapan pelaku UMKM (urutan ketiga), pemahaman akuntansi (urutan keempat), dan terakhir adalah tingkat pendidikan pelaku UMKM. Berdasarkan hasil survei tersebut, Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah perlu lebih proaktif untuk melakukan sosialisasi SAK EMKM yang lebih ekstensif dan intensif kepada pelaku UMKM.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, And Behavior*. McGraw-Hill Education. <https://books.google.co.id/books?id=ZbDIAAAAQBAJ>
- Badria, N., & Diana, N. (2018). Persepsi Pelaku UMKM dan Sosialisasi SAK EMKM terhadap Diberlakukannya Laporan Keuangan yang Berbasis SAK EMKM. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 53(9), 1689–1699.
- Dang-Duc, S. (2011). Compliance with accounting standards by SMEs in transitional economies: evidence from Vietnam. *Journal of Applied Accounting Research*, 12(2), 96–107. <https://doi.org/10.1108/09675421111160673>
- Darmasari, L. B., & Wahyuni, M. A. (2020). Pengaruh Sosialisasi Sak Emkm, Pemahaman Akuntansi, Dan Tingkat Kesiapan Pelaku Umkm Terhadap Penggunaan Sak Emkm Dalam Penyusunan Laporan Keuangan Pada Umkm Di Kabupaten Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha e-ISSN: 2614-1930*, 11(2), 136–146.
- Dewi, N. A. P. U., Yuniarta, G. A., & Wahyuni, M. A. (2017). Pengaruh sosialisasi SAK ETAP, tingkat pendidikan pemilik, dan persepsi pelaku UKM terhadap penggunaan SAK ETAP pada UKM di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Akuntansi*, 7(1), 1–12.
- Febriyanti, G. A., & Wardhani, A. S. (2018). Pengaruh Persepsi, Tingkat Pendidikan, dan Sosialisasi Terhadap Penerapan SAK EMKM Pada UMKM Wilayah Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah ESAI*, 12(2), 112–127. <https://doi.org/10.25181/esai.v12i2.1100>
- Hasyim, D. (2014). Kualitas Manajemen Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) (Studi Kasus Pada Distribution Store (Distro) Di Kota Medan). *Jupiiis*:

Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial, 5(2), 105–114.
<https://doi.org/10.24114/jupiis.v5i2.1119>

- Ikatan Akuntan Indonesia. (2009). *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik*. Dewan Standar Akuntansi Keuangan.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2016). Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah. *SAK EMKM Ikatan Akuntan Indonesia*, 4, 1–54.
http://iaiglobal.or.id/v03/files/draft_ed_sak_emkm_kompilasi.pdf
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2021). *Prinsip Dasar Akuntansi*. Ikatan Akuntan Indonesia.
<https://web.iaiglobal.or.id/E-Knowledge/Reader/PDF/A384246EF29A27586EBA314004035347>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. (2019). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018-2019*. 2018–2019. <https://www.depkop.go.id>
- Kusuma, I. C., & Lutfiany, V. (2018). Persepsi Umkm Dalam Memahami Sak Emkm. *Jurnal Akunida*, 4(2), 1. <https://doi.org/10.30997/jakd.v4i2.1550>
- Larasati, U. A., & Farida, Y. N. (2021). Pengaruh Sosialisasi, Pemahaman atas Laporan Keuangan dan Tingkat Pendidikan Pelaku UKM terhadap Penerapan SAK EMKM pada UKM di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, 23(2), 62–76.
- Mahrizal, V. (2017). *80% UMKM Belum Mampu Susun Laporan Keuangan* - *Tribunjogja.com*. <https://jogja.tribunnews.com/2017/10/25/80-umkm-belum-mampu-susun-laporan-keuangan> Tribunnews.Com.
- Maria, P. (2019). *The Importance of the Socialization Process for the Integration of the Child in the Society*.
- Mutiari, K. N., & Yudiantara, I. G. A. P. (2021). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pemahaman Akuntansi, Sosialisasi, Dan Penerapan Akuntansi Terhadap Penyusunan Laporan Keuangan Umkm Berdasarkan Sak Emkm. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 12, 1–12.
- Pardita, W. A., Julianto, P., & Kurniawan, P. S. (2019). Pengaruh Tingkat Penerapan Sistem Pencatatan. *JIMAT(Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 10(3), 286–297.
- Parhusip, K., & Herawati, T. D. (2020). Pengaruh Sosialisasi Sak Emkm, Tingkat Pendidikan Pemilik, Persepsi Pelaku Umkm, Dan Pemahaman Akuntansi Terhadap Implementasi Sak Emkm Pada Umkm Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 1–21.
- Purnomo, A., & Adyaksana, R. (2021). Meningkatkan penerapan SAK EMKM dengan persepsi usaha dan kesiapan pelaku UMKM. *Journal of Business and Information*

- Systems (e-ISSN: 2685-2543)*, 3(1), 10–22. <https://doi.org/10.36067/jbis.v3i1.90>
- Rahman, K., Sari, R., & Nurfadila. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Implementasi SAK EMKM Pada UMKM Di Kabupaten Maros. *CESJ : Center Of Economic Students Journal*, 4(Vol 4 No 2 (2021): April), 15. <http://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/CESJ/article/view/1053>
- Risal, & Wulandari, R. (2021). Analisis Penerapan Akuntansi Pada Umkm Di Kota Pontianak. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 7(1), 14–26.
- Rismawandi, Lestari, I. R., & Meidiyustiani, R. (2022). Pemahaman UMKM , Sosialisasi SAK EMKM. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6, 580–592.
- Sukamulja, S. (2019). *Analisis Laporan Keuangan sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Investasi*. ANDI Dan BPFE.
- Susilowati, M., Marina, A., & Rusmawati, Z. (2021). Pengaruh Sosialisasi SAK EMKM, Persepsi Pelaku UMKM, Dan Pemahaman Akuntansi Terhadap Penerapan SAK EMKM Pada Laporan Keuangan UMKM Di Kota Surabaya. *Sustainable*, 1(2), 240. <https://doi.org/10.30651/stb.v1i2.10654>
- Sutapa, I. N. (2020). Tingkat Penerapan Sak Emkm Pada Pelaku Umkm Dan Upaya Peningkatan Penerapan Sak Emkm Dilihat Dari Persepsi Umkm Dan Sosialisasi Sak Emkm. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 12(1), 63–68. <https://doi.org/10.22225/kr.12.1.1847.63-68>
- Syukrina, V., & Janrosli, E. (2018). Analisis Persepsi Pelaku UMKM dan Sosialisasi SAK EMKM terhadap Diberlakukannya Laporan Keuangan yang Berbasis SAK EMKM. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 11(1), 97–105. <http://jurnal.pcr.ac.id>
- Thian, A. (2021). *Perilaku Organisasi*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=9zMmEAAAQBAJ>
- Republik Indonesia. (2003). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional*. Sekretaris Negara Republik Indonesia.
- Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008*. Sekretariat Negara Republik Indonesia, 1.
- Utomo, D. P., & Wardani, C. (2021). *Monograf Pemahaman Konsep Geometri Ditinjau Dari Kecerdasan Intrapersonal Dan Interpersonal*. UMM Press. <https://books.google.co.id/books?id=12dsEAAAQBAJ>
- Wulandari, R. E., Sutrisno, S. T., & Ghofar, A. (2020). Factors affecting the implementation of financial accounting standards for MSMEs with environmental uncertainty as moderating variables. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 9(7), 160–166. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v9i7.945>

Memahami Sistem Akuntansi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

Hermiyetti

Pendahuluan

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia (UU) Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, desa (termasuk desa adat dan nama lain yang setara) didefinisikan sebagai kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa, suatu desa dapat mendirikan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang secara legal berperan mengkonsolidasikan kegiatan usaha bidang ekonomi maupun pelayanan umum. Dasar hukum awal yang melatarbelakangi pendirian BUMDes tercantum dalam UU Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah yang kemudian diperbaharui dengan UU Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 72 Tahun 2005 tentang Desa, dimana pemerintah desa diberikan kewenangan untuk mendirikan badan usaha milik desa sesuai dengan kebutuhan dan potensi desa dan berpedoman pada peraturan perundang-undangan.

Kehadiran UU Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja yang diikuti oleh pengaturan BUMDes dalam PP Nomor 11 Tahun 2021 tentang Badan Usaha Milik Desa semakin menguatkan dasar hukum pendirian BUMDes. Dengan adanya Peraturan Pemerintah tersebut, Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (KemenDes & PDTT) menerbitkan Peraturan Menteri Desa PDTT Nomor 3 Tahun 2021 tentang Pendaftaran, Pendataan, dan Pemingkatan, Pembinaan dan Pengembangan, dan Pengadaan Barang dan/atau Jasa Badan Usaha Milik Desa/ Badan Usaha Milik Desa Bersama yang membawa konsekuensi baru bagi BUMDes di Indonesia dalam melaksanakan perannya sebagai penggerak ekonomi di desa. Berdasarkan peraturan perundang-undangan tersebut, BUMDes yang didirikan oleh suatu desa ataupun oleh desa-desa secara bersama-sama bisa disahkan sebagai badan hukum untuk mengelola usaha, memanfaatkan aset, mengembangkan investasi dan produktivitas, menyediakan jasa pelayanan, dan/atau menyediakan jenis usaha lainnya untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat Desa. Harapannya, BUMDes memberi kontribusi bagi terciptanya lapangan kerja dan tumbuhnya peluang usaha di desa.

Statusnya sebagai badan hukum membuka peluang bagi BUMDes untuk menjalin kerja sama usaha dengan pihak lain, serta mengakses modal formal dari perbankan. Dengan demikian peran BUMDes semakin penting sebagai konsolidator produk/jasa masyarakat, produsen berbagai kebutuhan masyarakat, inkubator usaha masyarakat, penyedia layanan publik, dan berbagai fungsi lainnya. BUMDes dapat menjadi penyumbang signifikan untuk pendapatan asli desa. Oleh karena itu, BUMDes diyakini

menjadi pengungkit kemandirian desa di masa mendatang. Implikasinya, sebagai suatu badan hukum, pengaturan BUMDes harus disesuaikan dengan prinsip-prinsip badan hukum pada umumnya dan dioperasionalkan secara profesional.

BUMDes adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian permodalannya berasal dari kekayaan desa yang dipisahkan khusus untuk mengelola aset, jasa pelayanan dan usaha-usaha lainnya dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Pengelolaan modal, aset dan usaha BUMDes ini harus secara regular selalu dimonitor dan dipertanggungjawabkan. Dalam rangka menyediakan sarana *monitoring* dan pertanggungjawaban, serta meningkatkan efektivitas dan efisiensi pengelolaan keuangan, BUMDes memerlukan penerapan Sistem Informasi Akuntansi (SIA). Sistem informasi akuntansi akan efektif diterapkan jika pengurus BUMDes yang mengelolanya memiliki pemahaman dan keterampilan yang mencukupi di bidang keuangan. Oleh karena itu, pemahaman sistem informasi akuntansi yang diterapkan untuk penyusunan laporan keuangan BUMDes sangat penting. Tulisan ini dimaksudkan untuk pengayaan dalam pemahaman tentang sistem akuntansi yang diterapkan di BUMDes bagi siapa saja yang memiliki ketertarikan atau berkepentingan dengan keberadaan BUMDes.

Akuntansi, Siklus Akuntansi dan Laporan Keuangan

Akuntansi merupakan sebuah sistem informasi keuangan yang memberikan pandangan mengenai tiga aktivitas yaitu mengidentifikasi, mencatat, dan melaporkan aktivitas ekonomi dari sebuah organisasi kepada penggunanya (Kieso *et al.*, 2018). Pengertian ini selaras dengan apa yang disampaikan Warren *et al.* (2018) bahwa akuntansi adalah sistem informasi yang menyajikan laporan kepada pengguna berkaitan dengan aktivitas ekonomi dan kondisi bisnis. Karena merupakan alat untuk mengomunikasikan informasi keuangan kepada para pemakainya, akuntansi sering juga disebut sebagai "*language of business*". Agar setiap informasi keuangan selalu tercatat dengan baik, akuntansi harus dilakukan mengikuti suatu siklus yang dinamakan 'siklus akuntansi'. Menurut Biswan & Mahrus (2020), siklus akuntansi merupakan suatu rangkaian proses akuntansi yang dimulai dari pengidentifikasian transaksi, pencatatan transaksi ke dalam jurnal, sampai dengan penyajian informasi dalam bentuk laporan keuangan. Siklus akuntansi biasanya memerlukan waktu satu tahun yang disebut periode akuntansi. Tahapan siklus akuntansi dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Siklus Akuntansi
(Sumber: Biswan & Mahrus, 2020)

Disini laporan keuangan didefinisikan sebagai catatan tertulis yang menyajikan informasi atas kegiatan bisnis dan kinerja keuangan dari suatu entitas dalam satu periode akuntansi (Kieso *et al.*, 2018). Secara pragmatis, laporan keuangan menyediakan data keuangan perusahaan yang relevan dan memiliki manfaat bagi pengguna internal maupun eksternal (Weygandt *et al.*, 2015). Bagi pihak internal, laporan keuangan dapat berpengaruh dalam pengambilan keputusan perusahaan seperti misalnya sebagai dasar untuk penyusunan strategi bisnis masa depan. Sedangkan bagi pihak eksternal, laporan keuangan dapat memberikan gambaran mengenai kinerja perusahaan dan kualitas proses bisnisnya. Berdasarkan pedoman utama dalam menyusun laporan keuangan perusahaan, yaitu Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 (2017), posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu perusahaan (entitas) harus disajikan secara terstruktur di dalam laporan keuangan. Tujuannya adalah untuk memberikan informasi lengkap berkaitan dengan posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas entitas tersebut agar mudah dipahami dan sungguh-sungguh memberikan manfaat bagi semua pengguna laporan keuangan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Di samping itu, laporan keuangan juga berfungsi sebagai bentuk pertanggungjawaban manajemen atas pengelolaan sumber daya yang dipercayakan pemegang saham kepada manajemen.

Menurut Weygandt *et al.* (2015), perusahaan harus mempersiapkan lima (5) jenis laporan keuangan yang menghimpun seluruh data akuntansi perusahaan. Kelima laporan keuangan tersebut adalah: (a) Laporan Laba Rugi (*Income Statement*), yaitu laporan yang di dalamnya tersaji jumlah pendapatan dan beban biaya serta laba/rugi bersih perusahaan selama periode tertentu; (b) Laporan atas Saldo Laba Ditahan (*Retained Earning Statement*), yaitu laporan yang di dalamnya tersaji total jumlah perubahan atas saldo laba ditahan dalam suatu periode tertentu; (c) Laporan Posisi Keuangan (*Statement of Financial Position*), merupakan laporan yang menyajikan posisi nilai aset, liabilitas, dan ekuitas perusahaan pada tanggal tertentu; (d) Laporan Arus Kas (*Statement of Cash Flows*), adalah laporan yang menyajikan informasi berkaitan dengan jumlah kas masuk dan kas keluar selama periode tertentu; (e) Laporan Laba Rugi Komprehensif (*Statement of Comprehensive Income Statement*), merupakan laporan yang mencakup laba/rugi komprehensif yang tidak termasuk dalam penentuan laba/rugi bersih.

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

Menurut Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 11 tahun 2021 tentang Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), suatu desa bisa mendirikan badan hukum usaha yang disebut "BUM Desa" atau bersama-sama desa lain mendirikan "BUM Desa Bersama". Tujuannya adalah memanfaatkan aset untuk mengelola usaha, mengembangkan investasi dan produktivitas, dan menyediakan jasa pelayanan atau usaha lainnya demi kesejahteraan masyarakat desa. Dampak yang diharapkan di antaranya berupa peningkatan pendapatan masyarakat desa, kemandirian ekonomi desa, perluasan lapangan kerja dan peluang usaha di desa, penguatan partisipasi dan keterlibatan masyarakat desa dalam pembangunan ekonomi desa, dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di desa.

Berdasarkan Undang-Undang (UU) Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa yang diperbaharui dengan UU Nomor 3 Tahun 2024 tentang Desa serta diintegrasikan dalam UU Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, BUMDes dikelola dengan semangat kekeluargaan dan kegotongroyongan. Implikasinya, BUMDes dapat menjalankan usaha di bidang ekonomi berorientasi keuntungan maupun pelayanan umum untuk masyarakat desa. Misi pendirian BUM Desa dalam pelaksanaan kegiatannya sangat khas bercirikan desa, yaitu membantu penyelenggaraan Pemerintahan Desa dan sekaligus memenuhi kebutuhan masyarakat desa. Karenanya, secara spesifik BUM Desa tidak dapat disamakan begitu saja dengan perseroan terbatas ataupun koperasi walaupun kegiatannya bisa seperti kegiatan perseroan terbatas dan koperasi, termasuk misalnya usaha simpan pinjam, serta bisa melakukan kerja sama dengan perseroan terbatas, koperasi, dan lembaga-lembaga pemerintah dan non-pemerintah lainnya. Kegiatan usaha BUMDes dan unit-unit usaha di bawahnya harus sesuai dengan Rencana Induk Pembangunan Daerah. Jika kegiatan usahanya sudah dapat berjalan dan berkembang dengan baik, sangat dimungkinkan BUM Desa mengikuti ketentuan bentuk badan hukum lainnya yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan.

Jadi, usaha BUMDes diorientasikan pada perbaikan kesejahteraan masyarakat desa, peningkatan ekonomi desa yang mandiri, berkelanjutan, dan berdaya saing tinggi melalui pengelolaan sumber daya alam dan segala potensi ekonomi yang ada di desa (Syarifudin & Astuti, 2020). Melalui BUMDes, masyarakat desa diberikan keluasaan akses pada lapangan kerja dan peluang usaha di desa sehingga partisipasi mereka dalam pembangunan ekonomi desa meningkat dan akhirnya membuat mereka semakin berdaya, mandiri dan sejahtera (Sudarmanto & Permadhi, 2020). Meskipun BUMDes dalam pelaksanaan kegiatan usahanya sangat khas bercirikan desa, BUMDes harus tunduk pada standar akuntansi dan laporan keuangan yang berlaku sebagai bentuk pertanggungjawaban manajemen atas pengelolaan sumber daya desa yang dipercayakan kepadanya.

Akuntansi dan Laporan Keuangan BUMDes

Sistem akuntansi BUMDes difungsikan untuk mencatat, mengelola, dan menganalisis keuangan usaha desa. Cakupan akuntansi BUMDes meliputi pengelolaan aktiva, kewajiban, modal, pendapatan, dan biaya, serta laporan keuangan yang diperlukan untuk mengevaluasi kinerja BUMDes. Di dalam laporan keuangan itu akan terungkap informasi posisi keuangan, kinerja keuangan, dan laporan arus kas BUMDes dalam periode tertentu, semuanya berguna untuk evaluasi para pengambil keputusan, menunjukkan apa yang telah dilakukan pelaksana operasional BUMDes atau pertanggungjawaban atas pemanfaatan sumber daya yang dipercayakan kepadanya (Darmasto, 2016). Penyajiannya harus mengacu pada standar yang berlaku umum di Indonesia, yaitu Standar Akuntansi Keuangan (SAK).

Khusus untuk penyajian laporan keuangan BUMDes, standar yang berlaku adalah Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) atau Standar Akuntansi Keuangan Entitas Privat (SAK EP). Prinsip-prinsip Dasar yang harus terpenuhi dalam penyusunannya adalah sebagai berikut: (1) BUMDes menyusun laporan keuangan minimal satu tahun sekali; (2) Laporan Keuangan BUMDes mencatat semua transaksi yang terjadi di BUMDes dan unit usaha di bawahnya; (3) Laporan keuangan disusun dengan berdasarkan kebijakan akuntansi yang sama untuk setiap transaksi dan peristiwa yang serupa; dan (4) Kepentingan pemilik disajikan sebagai komponen ekuitas di dalam laporan posisi keuangan, terpisah dari harta pemilik BUMDes.

Selanjutnya sebagai langkah akhir proses akuntansi, pengungkapan (*disclosure*) berupa penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh pernyataan (*statements*) keuangan harus dilakukan. Secara konseptual, pengungkapan (*disclosure*) merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan sebagaimana dinyatakan Evans (2003) dalam Suwardjono (2008) sebagai berikut: “*Disclosure means supplying information in the financial statements themselves, the notes to the statements, and the supplementary disclosure associated with the statements. It does not extend to public or private statements by made management or information provided outside the financial statement.*” Artinya, laporan keuangan BUMDes harus

mengungkapkan hal hal yang bersifat kebijakan maupun penjelasan dalam laporan keuangan. Pengungkapan dapat dilakukan dengan menggunakan catatan kaki (*footnote*) ataupun dengan mendeskripsikannya. Dalam laporan keuangannya, BUMDes umumnya mengungkapkan hal-hal berikut: (1) Informasi tentang dasar penyusunan laporan keuangan dan kebijakan akuntansi tertentu yang digunakan; dan (2) Penjelasan detail mengenai pos-pos dalam laporan keuangan.

Secara kualitatif, laporan keuangan BUMDes harus memiliki karakteristik sebagai berikut: dapat dipahami, relevan, materialitas, keandalan, substansi mengungguli bentuk, pertimbangan yang sehat, kelengkapan, dapat dibandingkan, tepat waktu, dan adanya keseimbangan antara biaya dan manfaat (Darmasto, 2016). BUMDes harus membuat laporan keuangan secara berkala untuk memenuhi kebutuhan transparansi dan akuntabilitas, sarana untuk memantau dan mengevaluasi kinerja BUMDes, sehingga setiap penggunaanya dapat mengambil keputusan yang tepat. Bentuk-bentuk laporan keuangan BUMDes yang dibuat meliputi:

- (1) **Laporan Neraca:** menunjukkan posisi keuangan BUMDes yang terdiri dari aset (misalnya: kas, piutang, inventaris, dan investasi), kewajiban (misalnya: hutang, gaji, dan pajak), dan ekuitas (misalnya: modal, laba ditahan, dan dana sosial) pada akhir periode pelaporan.
- (2) **Laporan Rugi/Laba:** menunjukkan informasi tentang pendapatan (misalnya: pendapatan dari penjualan produk atau jasa, bunga bank, dan lain-lain) dan biaya (misalnya: biaya produksi, gaji karyawan, listrik, dan biaya lainnya) yang dicatat BUMDes selama periode pelaporan.
- (3) **Laporan Arus Kas:** menunjukkan perubahan posisi kas BUMDes atau informasi tentang penerimaan kas (misalnya: penerimaan dari penjualan produk atau jasa, dana hibah, dan lainnya) dan pengeluaran kas (misalnya: pembelian bahan baku, biaya produksi, gaji karyawan, dan biaya lainnya) selama periode pelaporan.
- (4) **Laporan Perubahan Ekuitas:** menunjukkan perubahan modal BUMDes selama periode pelaporan.
- (5) **Catatan atas Laporan Keuangan (CaLK):** berisi ringkasan kebijakan akuntansi penting dan informasi penjelasan lainnya.

Pemenuhan prinsip kewajaran, kepatuhan pada standar akuntansi yang berlaku, dan konsistensi penyajian sangat ditekankan dalam laporan keuangan BUMDes. Penyajiannya mensyaratkan kejujuran terkait dampak dari transaksi, peristiwa, dan kondisi sesuai dengan definisi dan kriteria pengakuan aset, liabilitas, pendapatan dan beban yang diatur dalam Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan.

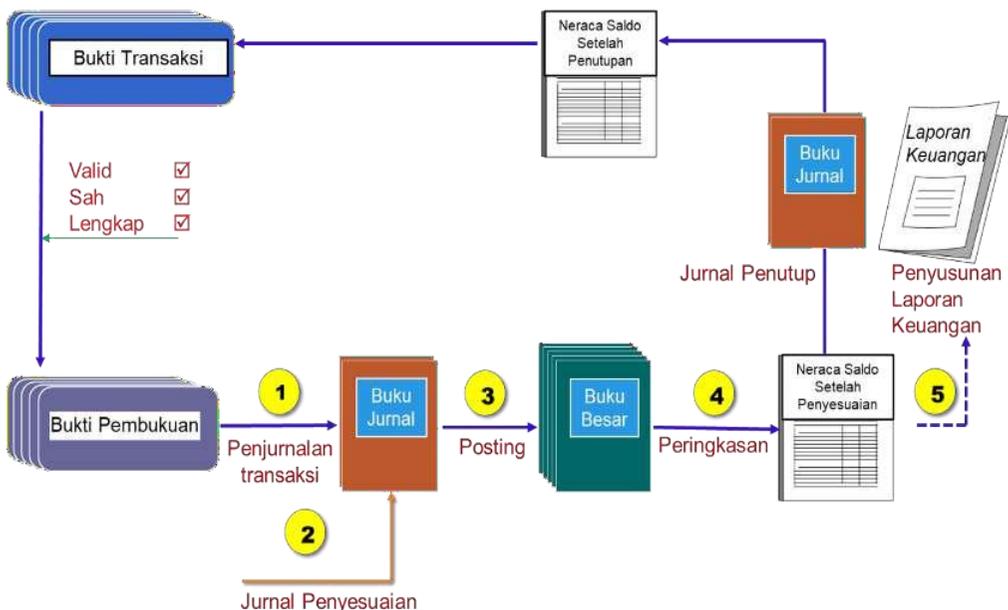
Kebijakan Akuntansi BUMDes dan Praktik Implementasinya

Kebijakan akuntansi BUMDes ditetapkan sebagai rujukan dan pedoman dalam praktiknya. Beberapa elemen kebijakan dapat disebutkan sebagai berikut: (1) Periode akuntansi BUMDes dimulai tanggal 1 Januari sampai dengan 31 Desember untuk setiap tahunnya; (2) Mata uang yang digunakan dalam pencatatan dan pelaporan keuangan adalah Rupiah; (3) BUMDes menyusun laporan keuangan berdasarkan asumsi kelangsungan usaha; (4) BUMDes menyajikan secara terpisah kelompok pos yang mempunyai sifat atau fungsi berbeda, kecuali pos tersebut tidak material; (5) BUMDes menyusun laporan keuangan berbasis akrual, kecuali laporan arus kas. Transaksi atau peristiwa bisnis diakui pada saat kejadian (bukan saat kas atau setara kas diterima) dan dicatat serta disajikan dalam laporan keuangan pada periode kejadiannya. Basis akrual bertujuan untuk mengaitkan secara langsung dan bersamaan antara pendapatan dan beban yang timbul dari upaya untuk memperoleh pendapatan; (6) BUMDes menyajikan laporan keuangan lengkap (termasuk informasi komparatif) semesteran dan tahunan. Jika akhir periode pelaporan BUMDes berubah dan laporan keuangan tahunan disajikan untuk periode yang lebih panjang atau lebih pendek daripada periode satu tahun, maka BUMDes harus mengungkapkan alasan perubahan itu dan fakta bahwa jumlah yang disajikan dalam laporan keuangan konsolidasian tidak dapat dibandingkan secara keseluruhan; (7) Informasi kuantitatif diungkapkan secara komparatif dengan periode sebelumnya untuk seluruh jumlah yang dilaporkan dalam laporan keuangan periode berjalan, kecuali dinyatakan lain oleh Panduan Laporan Keuangan; (8) Penyajian dan klasifikasi pos-pos dalam laporan keuangan antar periode dilakukan secara konsisten, kecuali telah terjadi perubahan yang signifikan terhadap sifat operasional entitas atau penyajian maupun pengklasifikasian lain dijustifikasi lebih tepat; (9) BUMDes menyajikan aset lancar dan tidak lancar serta liabilitas jangka pendek dan jangka panjang sebagai klasifikasi yang terpisah dalam laporan posisi keuangan, kecuali penyajian berdasarkan likuiditas memberikan informasi yang lebih relevan dan dapat diandalkan; (10) Penyusunan laporan keuangan yang membutuhkan estimasi dan asumsi harus disertai pengungkapan pengaruhnya atas nilai aset dan liabilitas kontinjensi pada tanggal laporan keuangan, serta jumlah pendapatan dan beban selama periode pelaporan; (11) Laporan arus kas disusun menggunakan metode langsung dimana arus kas dikelompokkan atas dasar kegiatan operasi, investasi dan pendanaan.

Secara umum, praktik penyusunan laporan keuangan BUMDes mengikuti langkah-langkah sebagai berikut: (1) Pengumpulan semua data keuangan yang diperlukan seperti jurnal, buku besar, dan catatan-catatan lainnya; (2) Pencatatan data keuangan ke dalam jurnal dan buku besar sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku; (3) Penyusunan laporan keuangan berbentuk neraca, laporan rugi/laba, laporan arus kas, laporan perubahan ekuitas, laporan analisis rasio keuangan dan laporan realisasi anggaran; (4) Penyajian laporan keuangan dalam format yang sesuai standar yang berlaku, dengan jelas, akurat, dan dapat diandalkan; (5) Pemeriksaan dan verifikasi atas laporan keuangan yang telah disusun untuk memastikan keakuratan dan kelengkapannya; (6) Penyajian laporan keuangan kepada pihak yang

berkepentingan pemerintah desa, masyarakat desa, dan pihak lain yang berkepentingan; (7) Penyimpanan laporan keuangan sesuai dengan peraturan yang berlaku agar diakses oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Dalam hal BUMDes memiliki lebih dari satu unit usaha, pencatatan transaksi dilakukan di kantor pusat dan setiap unit usaha, sedangkan laporan keuangan yang dihasilkan oleh setiap unit usaha disampaikan ke kantor pusat untuk dilakukan penggabungan atau konsolidasian sehingga dihasilkan Laporan Keuangan Gabungan/Konsolidasian. Agar memudahkan pengkonsolidasian, kode akun yang digunakan oleh setiap unit usaha dan kantor pusat pada dasarnya menggunakan klasifikasi yang sama meskipun rincian atas masing-masing bisa berbeda terutama untuk akun pendapatan. Laporan keuangan setiap unit usaha maupun laporan keuangan konsolidasian kantor pusat harus disusun untuk setiap periode pelaporan (semesteran atau tahunan). Namun jika ada hasil penyertaan modal di BUMDes harus dibagi secara bulanan atau *monitoring* kinerja bulanan setiap unit usaha harus dilakukan, maka setiap unit usaha dan kantor pusat perlu menyusun Laporan Rugi/Laba setiap bulan. Prosedur penyusunan laporan keuangan yang diawali dengan pembuatan jurnal saldo awal dan transaksi periode berjalan beserta jurnal penyesuaiannya diilustrasikan pada Gambar 2 sebagai berikut. Proses selanjutnya dapat dilakukan secara manual maupun dengan bantuan komputer sebagaimana diilustrasikan pada Gambar 3.



Gambar 2. Proses Awal Penyusunan Laporan Keuangan Unit Usaha dan Kantor Pusat (Sumber: Andy P. Hamzah)



Gambar 3. Proses Lanjut Penyusunan Laporan Keuangan Secara Manual atau Otomatis
(Sumber: Andy P. Hamzah)

Dengan menggunakan bantuan perangkat aplikasi komputer, setiap unit usaha dan kantor pusat hanya melakukan pencatatan (penjurnalan) atas transaksi sedangkan proses selanjutnya dilakukan oleh sistem komputer hingga secara otomatis menghasilkan laporan keuangan. Pola pencatatan (penjurnalan) transaksi menggunakan mekanisme double entry (tata buku berpasangan) dengan format buku jurnal yang umumnya memiliki kolom-kolom berurutan sebagai berikut: tanggal, nomor bukti, uraian transaksi, pos referensi, debit (kiri), kredit (kanan), dan keterangan yang menyertai transaksi. Pencatatan transaksi seperti itu memenuhi acuan persamaan dasar akuntansi [Aset = Ekuitas + Kewajiban + Pendapatan – Beban] atau [Aset + Beban = Ekuitas + Kewajiban], dimana sisi debit (kiri) sama dengan sisi kredit (kanan). Jadi dalam mekanisme penjurnalan, setiap transaksi pasti melibatkan dua akun (debit dan kredit) dengan saldo normal sesuai dengan letaknya yaitu sisi kiri atau sisi kanan. Sebagai contoh misalnya transaksi tanggal 2 Januari 2023, unit usaha wisata BUMDes menerima pendapatan jasa penjualan tiket sebesar satu juta tunai. Pencatatan yang harus dilakukan adalah sisi kiri (debit, aset) berupa kas tunai bertambah sebesar satu juta, sedangkan sisi kanan (kredit, pendapatan) berupa pendapatan jasa bertambah sebesar satu juta. Tabel 1 menunjukkan contoh pencatatan transaksi itu.

Tabel 1. Contoh Pencatatan Transaksi (*Penjurnalan*)

| Tgl. | No. Bukti | Uraian | Post Reff | Debit (Kiri) | Kredit (Kanan) | Keterangan |
|----------|--------------------|--|-----------|--------------|----------------|---------------------------------|
| 2/1/2023 | 001/1/UU W/2023 | 1.1.01.01 Kas Tunai 4.1.01.01 Pendapatan Tiket | | 1.000.000 | 1.000.000 | Menerima Pendapatan Tiket |
| | | | | | | |

Pada setiap periode pelaporan, BUMDes yang memiliki unit-unit usaha atau anak perusahaan menyusun Laporan Keuangan Gabungan/Konsolidasian. Proses penggabungan laporan keuangan menggunakan kertas kerja gabungan/konsolidasian dimana kolom eliminasi dan penyesuaian diisi dengan tujuan mengeliminasi/menghapus saldo akun-akun resiprokal atau akun yang saling berkaitan antara kantor pusat (BUMDes) dan unit-unit usaha (anak-anak perusahaan). Jika akun-akun resiprokal (timbang balik) antara kantor pusat dan unit-unit usaha dieliminasi, akun-akun tersebut tentunya menjadi bersaldo nol. Proses penggabungan/pengkonsolidasian bisa diselesaikan dengan menyelaraskan pos-pos dengan kode akun yang bersesuaian. Detail format akhir laporan keuangan BUMDes mengikuti ketentuan dalam Keputusan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 136 Tahun 2022 tentang Panduan Penyusunan Laporan Keuangan Badan Usaha Milik Desa.

Penutup

Pendirian BUMDes diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi terciptanya lapangan kerja dan tumbuhnya peluang usaha di desa, sehingga semua potensi yang dimiliki desa dapat dimanfaatkan dan dikelola untuk sebesar-besarnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa. BUM Desa harus dikelola dengan semangat kekeluargaan dan kegotongroyongan. Statusnya sebagai badan hukum membuka peluang bagi BUMDes untuk menjalin kerja sama usaha dengan pihak-pihak lain, termasuk perbankan dan badan hukum usaha lainnya, dalam rangka memperbesar kapasitas usahanya. Namun selain itu, status badan hukumnya juga menuntut profesionalitas dalam pengelolaan operasionalnya, terutama pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, pemahaman tentang sistem akuntansi yang diterapkan di BUMDes menjadi sangat penting.

Standar akuntansi yang berlaku untuk penyajian laporan keuangan BUMDes adalah Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) atau Standar Akuntansi Keuangan Entitas Privat (SAK EP). Bentuk-bentuk laporan keuangan BUMDes berupa laporan neraca, laporan rugi/laba, laporan arus kas, laporan perubahan ekuitas, dan catatan atas laporan keuangan. Dalam hal BUMDes memiliki

lebih dari satu unit usaha, pencatatan transaksi dilakukan di kantor pusat dan setiap unit usaha, sedangkan laporan keuangan yang dihasilkan oleh setiap unit usaha disampaikan ke kantor pusat untuk dikonsolidasikan menjadi Laporan Keuangan Gabungan/ Konsolidasian. Dengan tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip dasar akuntansi, sistem informasi akuntansi yang dibangun dengan bantuan perangkat aplikasi komputer dapat memudahkan BUMDes dalam mengelola keuangannya, karena setiap unit usaha dan kantor pusat hanya melakukan pencatatan (penjurnalan) atas transaksi sedangkan proses selanjutnya dilakukan oleh komputer hingga secara otomatis menghasilkan laporan keuangan yang diperlukan.

Daftar Pustaka

- Abdulghani, T., & Solehudin, T. (2018). Sistem informasi pengelolaan administratif Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) berbasis client-server studi kasus di Desa Sindangasih Kecamatan Karangtengah. *Jurnal Santika*, 8(2), 241-254. <https://jurnal.ummi.ac.id/index.php/santika/article/view/393>
- Ainiyah, G. Z. (2022). Implementasi sistem informasi akuntansi (SIA) dalam meningkatkan transparansi pengelolaan keuangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Astagina. *Medikonis*, 13(2), 44–62. <https://doi.org/10.52659/medikonis.v13i2.67>
- Armansyah, A. (2018). *Sistem informasi administrasi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) berbasis Web pada BUMDes Teguh Karya Desa Lubuk Rengas* [Thesis (Diploma), Universitas Islam Negeri Raden Fatah]. UPT. Perpustakaan UIN Raden Fatah. <http://eprints.radenfatah.ac.id/3040/>
- Biswan, A. T., & Mahrus, M. L. (2020). *Praktik Akuntansi Keuangan Menengah* (4th ed.). Unit Penerbitan PKN STAN.
- Darmasto, G. (2016). *Petunjuk teknis asistensi tata kelola keuangan dan kinerja Bum Desa # Penyusunan laporan keuangan Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa)*. Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP), Deputi Bidang Akuntan Negara.
- Hadiyanto. (2019). *Akuntabilitas laporan keuangan BUM Desa dalam rangka mewujudkan Bum Desa yang profesional sebagai pilar ekonomi desa*. Sekretaris Jenderal Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Hidayah, A.T., Pujiati, L., Hidayati, N., Hendrawan, S.A., Suprpto, S., & Ali, N. (2018). Pendampingan penyusunan laporan keuangan pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Lestari Desa Bandung Kecamatan Diwek Jombang. *Comvice: Journal of Community Service*, 2(1), 15-20. <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/COMVICE/article/view/123>
- Hamzah, A. P., Priharjanto, A., & Purwanti, D. (2019). Kebijakan akuntansi berdasarkan SAK ETAP dalam pelaporan keuangan pada BUMDes Tirta Mandiri, Desa Ponggok, Klaten. *Jurnal Kuat (Jurnal Keuangan Umum dan Akuntansi*

Terapan), 1(3), 198-214.

- Indrayeni, Rahmi, F., & Rahmaita. (2019). Pelatihan penyusunan laporan keuangan pada Badan Usaha Milik Nagari Mitra Palaluar Madani. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 3(2), 121-130. doi: 10.36341/jpm.v2i3.802
- Ismiyah, E., Sukaris, Rahim, A. R., Fauziyah, N., Alfiyanah, Q. H., Sulistiyowati, M. A., Husna, H., & Rahmadani, L. (2020). Pentingnya pencatatan dalam meningkatkan kinerja keuangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Desa Banteng putih. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 2(2), 346-355. <http://dx.doi.org/10.30587/dedikasimu.v2i2.1431>
- Kieso, E. D., Kimmel, P. D., & Weygant, J. J. (2018). *Accounting Principles* (13th ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999* tentang Pemerintahan Daerah.
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004* tentang Pemerintahan Daerah.
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014* tentang Desa.
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020* tentang Cipta Kerja.
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2024* tentang Desa.
- Republik Indonesia. *Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2005* tentang Desa.
- Republik Indonesia. *Peraturan Pemerintah Nomor 11 tahun 2021* tentang Badan Usaha Milik Desa.
- Republik Indonesia. *Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 4 Tahun 2015* tentang Pendirian, Pengurusan dan Pengelolaan, dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa.
- Republik Indonesia. *Peraturan Menteri Desa Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 3 Tahun 2021* tentang Pendaftaran, Pendataan, dan Pemeringkatan, Pembinaan dan Pengembangan, dan Pengadaan Barang dan/atau Jasa Badan Usaha Milik Desa/ Badan Usaha Milik Desa Bersama.
- Republik Indonesia. *Keputusan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 136 Tahun 2022* tentang Panduan Penyusunan Laporan Keuangan Badan Usaha Milik Desa.
- Salmiah, N., Tri Nanda, S., & Adino, I. (2022). Penyusunan laporan keuangan BUM Desa di Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan. *Jurnal Kuat (Jurnal Keuangan Umum dan Akuntansi terapan)*, 4(1), 68-78. <https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/KUAT/article/view/1489/827>
- Sudarmanto, & Permadi. (2020). *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM*. Pustaka Pelajar.

- Syarifudin, A., & Astuti, S. (2020). Strategi pengembangan BUMDes dalam optimalisasi potensi ekonomi desa dengan pendekatan *social entrepreneur* di Kabupaten Kebumen. *Research Fair Unisri*, 4(1). doi: 10.33061/rsfu.v4i1.3400
- Warren, C. S., Reeve, J. M., & Duchac, J. E. (2018). *Accounting* (27th ed.). Cengage Learning.
- Weygandt, J. J., Kimmel, P. D., & Kieso, D. E. (2015). *Financial Accounting* (3rd ed.). John Wiley & Sons, Inc.

Bagian Tiga
MANAJEMEN DAN BISNIS

Manajemen Etis Pengelolaan Sumber Daya Manusia Profesional dan Catatan untuk Manajemen Koperasi

Gunardi Endro

Pendahuluan

Dalam tiga tahun terakhir 2022-2024 di Indonesia, terjadi berbagai peristiwa yang menimbulkan keprihatinan terkait profesionalitas dari sosok-sosok yang seharusnya profesional dalam sikap, keputusan, tindakan dan perilakunya. Profesi penegak hukum di kepolisian tercemar oleh kasus pembunuhan dan narkoba yang melibatkan pejabat tinggi dan anggotanya, penegak hukum di Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) diduga terlibat dalam tindak pidana korupsi yang seharusnya diberantas, dan penegak hukum di Mahkamah Konstitusi (MK) melakukan pelanggaran etika berat yang seharusnya mereka junjung tinggi dalam pengambilan keputusan. Profesi guru dan dosen dipertanyakan profesionalitasnya ketika Survei Penilaian Integritas (SPI) Pendidikan menunjukkan skor Indeks Integritas Pendidikan (IIP) yang rendah sementara perilaku koruptif, gratifikasi, nepotisme, ketidaktransparanan pengelolaan lembaga, perbuatan curang dan plagiarisme masih marak (KPK, 4 Juli 2023). Profesi pelayanan medis (dokter, perawat dan institusi rumah sakit) juga dipertanyakan profesionalitasnya ketika dihadapkan pada kenyataan banyaknya warga negara Indonesia yang lebih menyukai menjalani pengobatan di luar negeri daripada di rumah sakit di Indonesia (Medical Tourism Magazine, 2023).

Pengelolaan sumber daya manusia profesional menjadi sorotan, terutama profesi dosen dan dokter mengingat keduanya memiliki kualifikasi dan kompetensi yang sangat tinggi namun jenjang karirnya justru paling sulit naik (CNBC, 4 Mei 2024). Dosen sering mengeluh karena diberi beban administratif pelaporan yang sangat banyak disamping beban tugas pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Sehingga, mereka tidak lagi merasakan diri sebagai dosen profesional melainkan sebagai buruh dosen (Irianto, 2023). Kebebasan akademik dosen terancam, padahal kebebasan akademik merupakan syarat esensial tegaknya institusi pendidikan tinggi. Sementara itu, kompensasi bagi sebagian besar dosen dan guru pun masih jauh dari harapan, sehingga mereka terpaksa kerja sampingan (Tempo.co.id, 2 Mei 2024) dan menjadi korban pinjaman *online* (Kompas.com, 9 November 2023). Adapun tenaga medis, dokter dan perawat, teridentifikasi paling rentan mengalami kelelahan akut dan depresi berat akibat tingginya beban kerja mereka, bahkan beberapa calon dokter spesialis yang magang di rumah sakit mengaku ingin bunuh diri lantaran parahnya depresi yang dirasakannya (Kompas, 2024).

Manajemen sumber daya manusia profesional jelas tidak mudah. Dibandingkan pekerja biasa (non-profesional), pekerja profesional memiliki karakteristik sosial hakiki yang khas dan tanggung jawab sosial-moral yang berbeda. Oleh karena itu, pengelolaan etis atau manajemen yang memmanusiakannya harus dilakukan dengan tepat. Dan sebagai titik pangkalnya, penegasan tentang makna profesi, profesionalisasi dan profesionalisme perlu diungkapkan terlebih dulu.

Profesi, Profesionalisasi dan Profesionalisme

Secara etimologis kata '**profesi**' (*profession*) mengandung makna: tindakan 'memiliki' dengan bebas, deklarasi *terbuka*, pekerjaan yang tidak mekanis melainkan yang membutuhkan tingkat pembelajaran tertentu, panggilan, dan lembaga kolektif dari orang-orang yang terikat dalam suatu panggilan (Findlater (Ed.), 1904; Williams & Smith, n.d.). Untuk memahaminya, asal-muasal pemakaian kata itu harus dikontekstualisasikan pada masyarakat liberal Eropa di abad 19 ketika peran spesialisasi yang tinggi dibutuhkan untuk pekerjaan yang sifatnya sangat kompleks. Di masyarakat liberal Eropa, seseorang bebas mengembangkan pengetahuan dan keterampilan tertentu yang kompleks, memilikinya dengan komitmen tinggi, membentuk komunitas orang-orang dengan kemampuan sejenis, dan mendeklarasikannya ke masyarakat untuk mendapatkan pengakuan dan penghargaan. Legitimasi masyarakat diberikan jika kelompok keahlian itu betul-betul menunjukkan komitmennya dalam menerapkan layanan keahlian untuk kepentingan masyarakat, sehingga warga masyarakat tinggal memercayai mereka saja ketika membutuhkan layanan keahlian itu dan membayarnya sesuai dengan tingkat penghargaan yang wajar. Ada relasi kuasa ketergantungan antara warga yang membutuhkan layanan dan ahli profesional yang memberi layanan keahlian. Ahli profesional memiliki kebebasan otonom saat mengambil keputusan pelayanan, namun sebagai konsekuensinya dibebani tanggung jawab sosial-moral untuk menunaikan janji atau komitmen kelompok keahlian kepada masyarakat. Pada tahap perkembangan lebih lanjut, legitimasi masyarakat untuk kelompok keahlian diformalkan negara dalam bentuk hukum yang mengesahkan lembaga kolektif yang menaungi kelompok keahlian itu. Seringkali, negara memberi hak ekonomi monopolistik ke lembaga kolektif tersebut, dan kemudian lembaga kolektif meminta sumpah setia anggotanya untuk patuh pada kode etik/perilaku yang berfungsi mempersatukan kelompok keahlian.

Kekuasaan dan prestise sosial yang diperoleh ahli profesional dan kelompok keahlian profesional membuat pekerja bidang-bidang pekerjaan lain berlomba mengikuti proses **profesionalisasi**. Tentu saja legitimasi masyarakat, pengesahan legal, dan kode etik/perilaku yang diberlakukan memiliki konten yang berbeda antara profesi satu dengan profesi lainnya. Fenomena profesi dan profesionalisasi menjadi lahan subur bagi studi sosiologi. Misalnya, Emile Durkheim (1933) memosisikan profesi dan lembaga kolektifnya sebagai pembagian kerja (*division of labor*) yang menyertai industrialisasi masyarakat modern dan dalam saling ketergantungan satu dengan lainnya secara fungsional membentuk solidaritas yang sifatnya organis. Max Weber (1930, 1968/1978) memosisikan profesionalisasi sebagai proses rasionalisasi tindakan

keahlian profesional, menjadikannya praktik disiplin prosedural-birokratis untuk mewujudkan nilai efektivitas dan efisiensi yang dihargai masyarakat modern. Sedangkan Karl Marx (1887/1999) menyoroti profesionalisasi sebagai proses struktural pembentukan kelas sosial yang menyertai akumulasi kapital dan ujungnya adalah konflik/pertentangan kelas. Menariknya, Talcott Parsons (1954) melihat profesi dari aspek kemuliaan yang terkandung di dalamnya, yaitu ketika profesi yang pada dasarnya berorientasi murni layanan bagi warga masyarakat dibedakannya dari bisnis yang berorientasi pada keuntungan. Berbagai sudut pandang, teori dan model dipakai untuk memotret profesi dan profesionalisasi, mulai dari sifat-sifat dasar untuk mendefinisikannya, bagaimana prosesnya hingga menjadi dominan di masyarakat, seperti apa kekuasaan dan prestise sosial yang diperolehnya, dinamika organisasional lembaga kolektif yang menaungi anggotanya, sampai pada kompetisi demarkasi antar profesi di masyarakat (Leicht, 2005).

Potret sosiologis profesi dan profesionalisasi yang beraneka ragam memberi ilustrasi bagaimana kecenderungan masyarakat mengapresiasi dan mengejar nilai yang melekat pada profesi atau disebut **profesionalisme**. Diskursus profesionalisme tak lepas dari penempatan profesi sebagai suatu pekerjaan bidang tertentu yang diberi komitmen serius dalam hidup seorang profesional, kontras berbeda dari absennya komitmen seorang amatir yang menganggapnya sebagai aktivitas biasa saja. Komitmen serius itu dimanifestasikan dalam upaya maksimal, baik dalam pengembangan kompetensi maupun dalam penerapan keahliannya. Maksimalisasi merupakan sifat dasar profesionalisme yang tak terhindarkan. Siapa pun yang tidak maksimal dalam upayanya dikatakan 'tidak profesional'.

Masalahnya, makna dan nilai 'pekerjaan' apapun tidaklah tunggal. Menurut Robert Bellah (1996), pekerjaan (*work*) bisa digolongkan menjadi tiga kategori yaitu paket-kerja (*job*), karier (*career*), dan panggilan jiwa (*calling*). Dalam maknanya sebagai paket-kerja (*job*), pekerjaan mengandung nilai instrumental untuk mencapai tujuan yang sifatnya ekonomis (*utility*). Dalam maknanya sebagai karier (*career*), pekerjaan juga mengandung nilai instrumental namun untuk tujuan yang sifatnya sosial (status sosial, prestise, kepuasan psikologis) di samping tujuan ekonomis. Sedangkan dalam maknanya sebagai panggilan jiwa (*calling*), pekerjaan mengandung nilai intrinsik di dalam dirinya sendiri sehingga bisa diposisikan sebagai ekspresi identitas diri pekerja dalam memberikan kontribusi untuk perwujudan masyarakat ideal dan kemanusiaan. Jadi, jika merujuk pada makna etimologisnya, 'profesi' adalah panggilan jiwa (*calling*) dan dengan demikian profesionalisme seharusnya merupakan upaya maksimal seseorang dalam menjalankan peran keahliannya untuk mewujudkan masyarakat ideal dan kemanusiaan. Bagi seseorang yang sungguh-sungguh profesional, kesadaran diri yang dihayati penuh kesabaran (*mindfulness*) dan ketulusan (*sincerity*) melandasi upaya maksimal kontribusi keahliannya, meskipun penghargaan berupa kompensasi wajar dari warga masyarakat yang menikmati kontribusi keahlian itu masih tentatif diperolehnya. Masalahnya, dengan semakin dominannya sistem ekonomi kapitalis global, mayoritas pekerjaan keahlian (profesional) bergeser maknanya dan lebih dimaknai sebagai paket-kerja (*job*) dan karier (*career*), sementara diskursus

profesionalisme semakin bergeser menjadi persoalan upaya maksimal untuk memperoleh besarnya kompensasi, status sosial, prestise, dan kepuasan psikologis. Pergeseran diskursus tersebut menimbulkan masalah etika dalam manajemen sumber daya profesional.

Manajemen Konvensional Pengelolaan Sumber Daya Manusia

Secara tradisional, manajemen sumber daya manusia merupakan aktivitas manajerial yang ditujukan untuk merekrut, mengembangkan dan mengelola tenaga kerja yang dianggap kompeten dari segi efektivitas dan efisiensi kerja. Prosesnya mengikuti empat (4) fungsi manajemen konvensional yang secara luas diterima, yaitu merencanakan (*planning*), mengorganisasi (*organizing*), memimpin pelaksanaan (*leading, actuating*), dan mengendalikan (*controlling*), disingkat POLC (Robbins & Coulter, 2018). Proses perencanaan meliputi analisis paket-paket pekerjaan (*jobs*) dan estimasi kebutuhan tenaga kerja; proses pengorganisasian melibatkan aktivitas seleksi dan perekrutan tenaga kerja yang sesuai kebutuhan baik melalui rekrutmen dari luar organisasi maupun promosi dari dalam organisasi; proses kepemimpinan dalam pelaksanaan ketenagakerjaan merupakan aktivitas pengembangan kompetensi tenaga kerja melalui pelatihan dan pemutakhiran kompetensi, penilaian kinerja, dan pemberian kompensasi yang adil dalam berbagai bentuknya; dan proses pengendalian meliputi aktivitas pengawasan dan evaluasi pelaksanaan ketenagakerjaan berdasarkan standar-standar yang ditetapkan, pengelolaan hubungan organisasi dengan tenaga kerja baik langsung maupun melalui serikat pekerja, dan pengelolaan suasana kerja yang kondusif.

Manajemen konvensional pengelolaan sumber daya manusia yang memperlakukan pekerjaan keahlian (profesional) sebagai paket-paket kerja (*jobs*) dengan standar proses tertentu yang sudah ditetapkan akan menjadi sangat problematis secara etika. Ketika paket kerja profesional dikuantifikasi ke dalam jumlah jam kerja pekerja (*man hours*), kontrak kerja dan penilaian kinerja didasarkan pada selang waktu tenaga pekerja dicurahkan, kemanusiaan dan keprofesionalan pekerja direndahkan. Karena, manusia bukanlah sekedar produsen tenaga yang bisa ditransaksikan. Lagi pula sebagai seorang profesional, dia dituntut untuk memiliki komitmen terhadap aktivitas hidup keprofesionalan yang lazimnya tidak tersegregasi berdasarkan waktu. Memang ada perbedaan signifikan antara pekerja non-profesional dan pekerja profesional. Pada pekerjaan non-profesional yang tidak memerlukan keahlian spesial, pemberi kerja lebih mengetahui apa yang harus dikerjakan pekerja sehingga relasi ketergantungan membuat pekerja non-profesional tinggal melakukan saja apa yang diminta pemberi kerja untuk kompensasi yang akan diperolehnya. Sebaliknya, pekerjaan profesional membutuhkan keahlian spesial yang kurang dimiliki dan dipahami pemberi kerja, sehingga relasi ketergantungan membuat pekerja profesional harus memiliki otonomi atau diskresi yang tinggi dalam bekerja dan sebagai konsekuensinya memiliki tanggung jawab yang besar untuk menerapkan keahlian semaksimal mungkin yang lazimnya diharapkan pemberi kerja. Otonomi atau diskresi pekerja profesional merupakan wujud rasionalitas dan kebebasan kehendak

khas manusia untuk memilih dan melakukan kewajiban sosial-moral yang harus dilakukan saat menerapkan keahliannya. Mengubah otonomi menjadi heteronomi atau menggantikannya dengan tekanan pada pekerja profesional agar memenuhi standar proses penyelesaian paket-paket kerja (*jobs*) dan memenuhi standar jam kerja (*man hours*), jelas merupakan pengabaian aspek keprofesionalan dan kemanusiaan, atau dengan kata lain tidak etis.

Meskipun ada perkembangan teori dan praktik manajemen yang lebih manusiawi, yaitu dari manajemen tradisional yang fokus pada fungsi manajemen, kuantifikasi, hirarki, efisiensi dan penekanan pada proses yang konsisten ke manajemen kontemporer yang lebih menekankan pada peran manajemen, kualitas, efektivitas keahlian (*expertise*), risiko, kerja sama tim (*teamwork*), empati, kreativitas dan inovasi, namun masalah etika belum juga teratasi. Manajemen kontemporer menuntut produksi output yang berkualitas dan pelaporan yang masif untuk pengendalian terpusat. Untuk maksud pengendalian terpusat itu, pekerja profesional, sebagai subjek, diobjektifikasi sedemikian rupa sehingga seringkali kehilangan statusnya sebagai subjek. Ketika produksi output yang berkualitas tunduk pada hegemoni sistem kapitalisme pasar, proses objektivikasi subjek menjadi semakin sempurna. Pekerja profesional semakin kehilangan otonominya, 'menghamba' pada sistem kapitalisme pasar, dan ini jelas tidak etis. Diskursus profesionalisme pun dikendalikan oleh mereka yang paling mendapatkan keuntungan dari sistem kapitalisme pasar, meskipun mereka sendiri tunduk pada sistem kapitalisme pasar juga. Dengan menetapkan produktivitas output yang berkualitas sebagai indikator kinerja, pekerja profesional yang tercatat produktif menghasilkan output berkualitas akan dianggap 'profesional'. Meskipun, profesionalitasnya bisa saja digugurkan jika ditemukan pelanggaran kode etik keprofesionalan yang ditetapkan berlaku. Memang prinsip otonomi bisa saja eksplisit dimasukkan dalam kode etik keprofesionalan, kode etik kedokteran misalnya. Tetapi, kode etik tetap saja merupakan eksternalitas bagi diri pekerja profesional, sehingga tidak selalu menjamin terwujudnya otonomi apalagi ketika pekerja profesional selalu didorong untuk produktif dalam menghasilkan output dan tunduk pada sistem kapitalisme pasar meskipun tak jarang tidak diakuinya. Baik berupa tekanan eksternal maupun berupa dorongan eksternal, keduanya tidak kondusif bagi terwujudnya otonomi pekerja profesional. Manajemen sumber daya manusia profesional perlu mewujudkan perlakuan yang lebih tepat daripada sekedar tekanan dan dorongan eksternal.

Manajemen Sumber Daya Manusia Profesional

Manajemen yang tepat untuk mengelola sumber daya manusia profesional haruslah memfasilitasi terwujudnya kerja yang sungguh-sungguh profesional dari pekerja profesional dan penghargaan yang wajar sebagai imbalannya. Sebagai manusia, pekerja profesional harus tetap terjamin kemampuannya dan konsistensinya dalam menegakkan terwujudnya otonomi ketika melaksanakan kerja profesionalnya. Artinya, pekerja profesional selalu disubjektifikasi manajemen menjadi subjek dari setiap aktivitas kerja yang dilakukannya. Kerja profesional yang dilakukannya

merepresentasikan kewajiban manusiawi dan rasional (kewajiban sosial-moral), dilandasi kesadaran diri yang dihayati penuh kesabaran (*mindfulness*) dan ketulusan (*sincerity*). Motivasi untuk memaksimalkan kerja profesional didasari oleh universalitas alasan rasional bahwa setiap individu manusia yang berada pada posisi pekerja profesional wajib memaksimalkan kerjanya karena dengan itu akan mengarahkan pada kebaikan tertinggi (*summum bonum*) yang dampaknya adalah kebahagiaan tertinggi bagi sebanyak mungkin individu manusia. Imbalan dalam bentuk materiil (uang, barang) maupun non-materiil (jabatan, pangkat, pujian, kepopuleran) tidaklah menjadi motivasi utama pekerja profesional. Namun dari sisi masyarakat, demi keadilan dan sustainabilitas kehidupan bermasyarakat, penghargaan wajar sebagai imbalan kerja profesional diharapkan mengalir sebagai konsekuensi logis dari dampak sosial-moral kerja profesional. Disini, peran manajemen sumber daya manusia profesional adalah untuk memfasilitasi sedemikian rupa sehingga penghargaan yang wajar itu dimungkinkan dan ditingkatkan. Singkatnya, manajemen sumber daya manusia profesional berperan memfasilitasi kerja profesional sebagai panggilan jiwa (*calling*) dan mengondisikan peningkatan penghargaan wajar bagi pekerja profesional berdasarkan dampak sosial-moral yang ditimbulkannya.

Jika otonomi pekerja profesional dijamin, sedangkan relasi keprofesionalan pada dasarnya bersifat kooperatif, saling-mendukung, dan kolektif-kolegial, maka kekuasaan operasional berada pada diri individu-individu pekerja, terakumulasi menjadi kekuasaan kolektif yang kemudian mengendalikan keselarasan kekuasaan operasional individu pekerja. Manajer sumber daya manusia lebih berperan sebagai fasilitator proses pengendalian kolektif tersebut. Dengan kata lain, manajemen sumber daya profesional dituntut fokus untuk memfasilitasi pengendalian kolektif pekerja-pekerja profesional. Dalam rangka memfasilitasi, objektifikasi manajerial dan standarisasinya tidak ditujukan pada proses kerja profesional maupun output kerja profesional melainkan pada suasana keprofesionalan (*professional environment*). Suasana keprofesionalan yang dikelola dengan baik akan memotivasi dan sekaligus memberi kesempatan yang sama kepada setiap pekerja profesional untuk memenuhi panggilan jiwanya dan mewujudkan kerja profesional, baik dalam tim kerja sama langsung (*teamwork*) maupun kerja sama tak langsung di jejaring masyarakat keprofesionalan (*professional network*). Prinsip kesetaraan antar pekerja profesional harus selalu ditegakkan dalam pengelolaan suasana keprofesionalan, karena hanya dengan kesetaraan dan keseimbangan kekuasaan maka pengendalian kolektif bisa terwujud.

Dalam rangka mengondisikan peningkatan penghargaan wajar bagi pekerja profesional, pengembangan budaya kecintaan pada pekerjaan dan transparansi, merupakan suatu keniscayaan. Budaya kecintaan pada pekerjaan sangat kontras berbeda dari kecintaan pada materi yang dapat dimiliki sebagai hasil dari pekerjaan. Karena melalui kecintaan pada pekerjaan, pekerja profesional menjalankan otonomi dan mengembangkan bakatnya (DesJardins, 2009), menemukan identitas dirinya (Al Gini, 1998), dan bekerjasama dengan individu manusia lainnya (Schumacher, 1979). Sebaliknya, kecintaan pada kepemilikan materiil membuat orang cenderung

disibukkan oleh kekhawatiran akan kehilangan kepemilikannya atau dengan kata lain dikendalikan oleh kepemilikannya, teralienasi oleh kepemilikannya, dan bersaing dengan individu manusia lainnya untuk mempertahankan dan menambah kepemilikan materiil. Memberi imbalan sebagai penghargaan wajar bagi pekerja profesional berdasarkan dampak sosial-moral yang ditimbulkannya, bisa dibaca sebagai 'kerja investasi' atau 'kerja sama investasi' tak langsung di jejaring masyarakat keprofesionalan. Namun 'kerja sama investasi' seperti ini mensyaratkan adanya budaya transparansi, baik transparansi sosial maupun transparansi individual (kejujuran terhadap diri sendiri), untuk menjaga rasa saling percaya (*mutual trust*) di jejaring masyarakat keprofesionalan.

Dalam kerangka kerja komunikasi, transparansi memiliki tiga unsur tak terpisahkan (Endro, 2015), yaitu: pengungkapan (*disclosure*), kebenaran (*truthfulness*), dan kesepahaman (*mutual understanding*). Setiap aktivitas penting harus diungkapkan, apa yang diungkapkan itu harus benar, dan apa yang benar diungkapkan harus dipahami setiap pihak. Untuk memastikan kesepahaman antarpihak, daya kritis dan kritik harus diberi ruang seluas-luasnya. Jadi, budaya transparansi tidak terpisahkan dari budaya pemfungsian daya kritis dan kritik, sedangkan daya kritis dan kritik merupakan wujud dari proses berpikir manusia. Artinya, pembudayaan transparansi mensyaratkan pembudayaan berpikir yang sesungguhnya, pengerahan daya kritis dan kritik untuk memahami apa yang belum dan harus dipahami.

Budaya kecintaan pada pekerjaan dan transparansi tidaklah mudah dikembangkan di Indonesia, apalagi pengaruh pesatnya perkembangan teknologi dan dependensi terhadap teknologi membuat warga Indonesia semakin tidak sabar ingin mendapatkan dan menikmati hasil materiil dari kerja yang dilakukannya. Teknologi finansial pinjam-meminjam memfasilitasi ketidaksabaran warga untuk segera meraih hasil materi, seolah-olah mereka dikejar untuk 'membeli masa depan'. Sampai saat ini, budaya kecintaan pada kepemilikan materi, operasi diam tidak transparan dan basabasi palsu (Endro, 2024), sikap mental feodal dan hipokrit (Lubis, 2001), dan sikap suka menerabas untuk cepat mendapatkan yang diinginkan dan tidak bertanggung jawab (Koentjaraningrat, 1979) sedikit banyak mewarnai budaya masyarakat Indonesia. Daya kritis dan kritik tidak disambut baik oleh penguasa wilayah publik maupun wilayah privat, karena dianggap mengganggu keamanan penguasa, meskipun teknologi media sosial sudah jauh berkembang dan diterapkan luas. Berpikir dengan wujudnya yang kritis hanya dilakukan dan diposisikan sebagai instrumen untuk tujuan tertentu, padahal berpikir adalah suatu keniscayaan (Endro, 2013). Berpikir kritis seharusnya menjadi *way of life* untuk mengembangkan budaya transparansi. Pengembangan budaya kecintaan pada pekerjaan dan transparansi memang harus dilakukan di tingkat nasional (makro), organisasional (meso) dan keluarga (mikro). Keteladanan pemimpin sangat vital dalam pengembangan budaya. Jika pengembangan budaya di tingkat nasional belum cukup memberi harapan, pengembangan masif di tingkat keluarga dan organisasional harus diupayakan maksimal agar lambat laun memberi dampak di tingkat nasional.

Sentralitas *Governance* dan *Leadership* dalam Manajemen yang Etis

Manajemen untuk mengelola sumber daya manusia profesional sebagaimana dideskripsikan sebelumnya akan menjadi pola manajemen masa depan karena setiap personel berusaha menjadi ahli yang spesifik sesuai dengan talenta dan gairah hidupnya. Profesionalisasi akan menjadi semakin masif. Pembagian kerja (*division of labor*) yang secara tradisional diorientasikan pada peningkatan efisiensi pemakaian tenaga pekerja untuk menghasilkan luaran (*output*), bergeser menjadi pembagian keahlian (*division of expert labor*) yang berorientasi pada efektivitas keahlian-keahlian dalam menimbulkan dampak sosial-moral ke masyarakat. Keputusan manajerial dituntut semakin mengedepankan dampak sosial-moral daripada perhitungan efisiensi proses dalam menghasilkan luaran materiil. Hal ini kontras berlawanan dengan keputusan manajerial yang selama ini berlangsung, dimana efisiensi proses dan ambisi pencapaian hasil luaran materiil dikedepankan meskipun akibatnya seringkali mengorbankan kepentingan masyarakat umum. Dalam manajemen yang etis, pengelolaan dampak harus lebih menjadi pertimbangan pertama dan utama daripada pengelolaan proses dan pencapaian hasil.

Keputusan manajerial yang memprioritaskan dampak sosial-moral merupakan kerja profesional dari setiap pekerja profesional yang memosisikan kerjanya itu sebagai panggilan jiwa (*calling*). Pengelolaan keputusan manajerial atau pengelolaan dampak sosial-moral secara kolektif dilakukan bersama-sama oleh pekerja-pekerja profesional, difasilitasi manajer sumber daya manusia. Pengelolaan ini sekaligus menjadi wahana pengendalian kolektif pekerja-pekerja profesional. Sehingga, *governance* dalam maknanya sebagai pengendalian kolektif (*collective control*) menjadi langkah yang pertama dan utama dalam manajemen sumber daya manusia profesional. Kepemimpinan (*leadership*) menjadi langkah selanjutnya, yaitu memfasilitasi dan memberdayakan pekerja-pekerja profesional untuk menjalankan kerja profesional sebagai panggilan jiwa (*calling*). Pembudayaan cinta pada pekerjaan dan transparansi menyertai kedua langkah tersebut untuk mengondisikan peningkatan penghargaan wajar kepada pekerja-pekerja profesional. Jadi berbeda dari pola manajemen konvensional *Planning – Organizing – Leading (Actuating) – Controlling* (POLC), pola manajemen sumber daya manusia profesional khususnya dan pola manajemen yang etis pada umumnya adalah *Governing – Leading – Organizing – Planning* (GLOP). Perencanaan (*planning*) yang disebut terakhir adalah perencanaan kolektif (*collective planning*).

Manajemen konvensional yang memosisikan perencanaan (*planning*) menjadi langkah yang pertama dan utama bisa dibaca sebagai suatu ‘kesombongan’, karena seolah-olah otoritas menginstrumentalisasi apapun dan siapapun melalui instruksi dan komando untuk mewujudkan apa yang direncanakan. Kekuasaan yang tersentralisasi cenderung rigid dengan standarisasi proses dan *output*, namun semakin tidak sesuai lagi dengan suasana dan tantangan masa kini dan masa depan yang kompleks dan disruptif. Kekuasaan perlu didesentralisasi, pekerjaan masing-masing perlu dispesialisasi, dimaksimalisasi dan diorkestrasi pelaksanaannya sedemikian sehingga

secara kolektif memberikan dampak sosial-moral yang bisa diterima semua pihak. Kebutuhan masa kini dan masa depan itu diakomodasi pola manajemen *Governing – Leading – Organizing – Planning* (GLOP). Manajemen konvensional *Planning – Organizing – Leading (Actuating) – Controlling* (POLC) yang dalam sejarah awalnya berorientasi pada *science & technology* (*sci-tech*) perlu bergeser menjadi manajemen yang berorientasi pada *art & ethics* (*art-eth*). Tanpa orientasi *art-eth*, kemanusiaan manajer dan pekerja profesional terancam. Meskipun demikian, kedua orientasi yang berbeda ini tidak mesti tidak kompatibel: orientasi *art-eth* memanusiakan sedangkan orientasi *sci-tech* mengefisienkan. Perbuatan yang tidak efisien (*boros*) tidaklah etis, dan demikian pula perbuatan yang tidak manusiawi pasti tidak etis. Etika menuntut pertimbangan kemanusiaan sekaligus keefisienan. Kompatibilitas antar dua orientasi diposisikan sebagai berikut: orientasi *art-eth* dengan pola manajemen GLOP berlaku di tingkat kolektif untuk memastikan kemanusiaan, sedangkan orientasi *sci-tech* dengan pola manajemen POLC berlaku di tingkat individu (termasuk institusi sebagai suatu individu) untuk memastikan keefisienan.

Suatu Catatan untuk Manajemen Koperasi

Manajemen berorientasi *art-eth* dengan pola GLOP tepat diterapkan untuk mengelola koperasi. Karena, mengikuti prinsip-prinsip Rochdale, koperasi merupakan institusi usaha bersama atau kerja sama untuk mencapai tujuan bersama, dimana secara individual setiap anggotanya tak terkecuali bertanggung jawab untuk bekerja memberikan kontribusi terbaik sedangkan secara kolektif kebersamaannya dikelola berdasarkan prinsip kesukarelaan, kesetaraan dan demokrasi, otonom dan kemandirian, pengembangan diri anggota melalui pendidikan dan pelatihan, pengembangan institusional melalui jejaring perkoperasian, dan tujuan akhirnya demi kemaslahatan masyarakat luas (Ibarra-Colado, 2009; Zeuli & Cropp, 2004). Karakteristik tersebut tak berbeda dari karakteristik komunitas pekerja-pekerja profesional yang bekerja bersama-sama untuk suatu tujuan bersama berupa terwujudnya dampak sosial-moral yang diharapkan masyarakat luas. Pada dasarnya koperasi merupakan persekutuan cita-cita luhur dari anggota-anggotanya, cita-cita yang tidak berhenti pada pemenuhan kebutuhan materiil, dimana individualitas dan solidaritas menjadi tiangnya (Hatta, 1954/2018). Individualitas memberi ruang bagi identitas khas individu dan sekaligus semangat bertanggung jawab untuk bekerja memberikan kontribusi bagi kebersamaan tujuan, sedangkan solidaritas menjaga hubungan sosial saling-menolong demi tujuan bersama. Jika manajemen berorientasi *art-eth* dengan pola GLOP mau diterapkan, institusi koperasi harus sungguh-sungguh berorientasi pada 'kerja', kecintaan pada 'kerja' dan akumulasi relasi sosial, bukan berorientasi pada keuntungan dan kecintaan pada akumulasi kapital. Koperasi memang seharusnya bukan persekutuan modal untuk mencari keuntungan, melainkan persekutuan manusia sebagai makhluk sosial untuk memperjuangkan kebutuhan dan tujuan bersama.

Masalahnya, kecenderungan pengelolaan koperasi saat ini lebih berorientasi pada hasil materiil untuk konsumsi, keuntungan dan akumulasi kapital. Tak heran ada saja koperasi yang didirikan atas dasar ambisi pendiri yang tamak, namun akhirnya menipu anggota-anggotanya yang tergiur keuntungan tak masuk akal yang dijanjikannya. Orientasi konsumsi dan akumulasi kapital mendorong kompetisi, padahal ide awal koperasi adalah ko-operasi atau kerja sama produktif. Jadi, koperasi harus diorientasikan pada kerja sama produktif untuk mewujudkan dampak sosial-moral yang diharapkan masyarakat, terutama anggota-anggota koperasi. Meskipun ada jenis koperasi konsumsi yang didirikan, koperasi jenis ini tetap merupakan kerja sama produktif untuk menghadirkan barang-barang konsumsi dengan harga yang terjangkau bagi warga masyarakat, terutama anggota-anggota koperasi. Bagi koperasi, sebagaimana pekerja profesional, kompensasi dan keuntungan bukanlah tujuan utama, melainkan konsekuensi logis penghargaan wajar dari dampak sosial-moral yang ditimbulkannya. Dan, untuk mengondisikan penghargaan wajar itu, transparansi menjadi kebutuhan yang niscaya. Jika ekonomi koperasi mau dijadikan soko guru perekonomian Indonesia dan manajemen berorientasi *art-eth* dengan pola *GLOP* mau diterapkan untuk mengelolanya, kecintaan pada pekerjaan dan transparansi harus dibudayakan di masyarakat.

Kesimpulan

Berdasarkan genealoginya, pekerjaan profesional adalah aktivitas panggilan jiwa (*calling*), bukan karier (*career*) maupun paket kerja (*job*). Otonomi, maksimalisasi upaya, dan orientasi upaya sesuai komitmen tanggung jawab sosial-moral demi kemaslahatan masyarakat, merupakan karakteristik dasar pekerjaan profesional. Etika manajemen sumber daya manusia profesional menuntut terjaminnya otonomi pekerja profesional, terhindar dari tekanan eksternal maupun dorongan eksternal. Untuk itu, pola manajemen konvensional *Planning – Organizing – Leading (Actuating) – Controlling* (POLC) harus bergeser menjadi *Governing – Leading – Organizing – Planning* (GLOP), atau orientasi *science & technology (sci-tech)* dalam manajemen perlu bergeser menjadi orientasi *art & ethics (art-eth)*. Meskipun demikian, kedua orientasi yang berbeda itu tidak mesti tidak kompatibel, orientasi *art-eth* dengan pola manajemen *GLOP* berlaku di tingkat kolektif sedangkan orientasi *sci-tech* dengan pola manajemen *POLC* berlaku di tingkat individu. Koperasi sebaiknya mengimplementasikan pola manajemen yang sama dengan manajemen sumber daya manusia profesional yang etis, karena pada dasarnya koperasi merupakan institusi usaha bersama atau kerja sama untuk mencapai tujuan bersama dimana secara individual setiap anggotanya tak terkecuali bertanggung jawab untuk bekerja memberikan kontribusi terbaik, sebagaimana institusi pekerja profesional.

Daftar Pustaka

- Al Gini. (1998). Work, identity and self: How we are formed by the work we do. *Journal of Business Ethics* 17, 707-714.
- Bellah, R. N., Madsen, R., Sullivan, W. M., Swidler, A., & Tipton, S. M. (1996). *Habits of the Heart: Individualism and Commitment in American Life*. University of California Press.
- CNBC Indonesia. (2024). Nasib pahit! Ternyata 2 profesi PNS ini paling susah naik pangkat. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20240504161613-4-535755/nasib-pahit-ternyata-2-profesi-pns-ini-paling-susah-naik-pangkat> (diakses 5 Mei 2024)
- DesJardins, J. (2009). *An introduction to business ethics* (3rd ed.). McGraw Hill.
- Durkheim, E. (1933). *The division of labor in society* (G. Simpson, Trans.). The Free Press.
- Endro, G. (2013). Berpikir sebagai proses: Sikap terhadap berpikir dan benturan budaya. *Etika* 5, 54-67.
- Endro, G. (2015). Keniscayaan etis transparansi dalam komunikasi politik. *Etika* 7: 12-33.
- Endro, G., & Meilasari-Sugiana, A. (2024). Building teamwork in the *gotong royong* based modern state: A conceptual investigation of the difficulties and challenges. *Humanities, Society, and Community* 1(2), 65-77.
- Findlater, A. (Ed.). (1904). *Chamber's etymological dictionary of the English language*. W. & R. Chambers, Ltd.
- Hatta, M. (2018). *Karya Lengkap Bung Hatta, Buku 6: Gerakan Koperasi dan Perekonomian Rakyat* (Emil Salim, Pengantar). LP3ES.
- Ibarra-Colado, E. (2009). Cooperatives. In C. Wankel (Ed.), *Encyclopedia of business in today's world* (pp. 389-390). Sage Publications.
- Irianto, S. (2023). Buruh Dosen. *Harian Kompas* 13 April 2023.
- Koentjaraningrat. (1969). Rintangan2 mental dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. *Terbitan Berkala Lembaga Research Kebudajaan Nasional – L.I.P.I No. 1/2*. Bhratara.
- Kompas.com. (2023). Mengapa banyak guru terjerat Pinjol? Ini penjelasan Rhenald Kasali dan OJK. *Kompas.com*. <https://money.kompas.com/read/2023/11/09/050000126/mengapa-banyak-guru-terjerat-pinjol-ini-penjelasan-rhenald-kasali-dan-ojk> (diakses 5 Mei 2024)
- Kompas. (2024). 399 calon dokter spesialis mengaku ingin akhiri hidup. *Harian Kompas* 16 April 2024.

- KPK. (2023). Lewat SPI Pendidikan, KPK potret rentannya integritas pendidikan di Indonesia. *Siaran Pers* 04 Juli 2023. <https://www.kpk.go.id/id/berita/siaran-pers/3159-lewat-spi-pendidikan-kpk-potret-rentannya-integritas-pendidikan-di-indonesia> (diakses 5 Mei 2024)
- Leicht, K. T. (2005). Professions. In G. Ritzer (Ed.), *Encyclopedia of social theory, volume II* (pp. 603-606). Sage Publications.
- Lubis, M. (2001). *Manusia Indonesia (Sebuah pertanggungjawaban)*. Yayasan Obor Indonesia.
- Marx, K. (1887/1999). *Capital, volume one: the process of production of capital* (F. Engels, Eds.; S. Moore & E. Aveling, Trans.). Progress Publishers/Marxists.org.
- Medical Tourism Magazine. (2023). Will Indonesia's Bali be able to rival Singapore, Malaysia, Thailand in medical tourism? *Medical Tourism Magazine*. <https://www.magazine.medicaltourism.com/article/indonesias-failing-healthcare-industry-and-how-medical-tourism-can-help> (diakses 5 Mei 2024)
- Parsons, T. (1939). The professions and social structure. *Social Forces* 17(4), 457-467.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (14th ed.). Pearson Education Limited.
- Schumacher, E. F. (1979). *Good work*. Harper & Row, Publishers.
- Tempo.co.id. (2024). Mayoritas Gaji Dosen di Bawah Rp 3 Juta, SPK: 76 Persen Terpaksa Kerja sampingan. *Tempo.co.id*. <https://bisnis.tempo.co/read/1863340/mayoritas-gaji-dosen-di-bawah-rp-3-juta-spk-76-persen-terpaksa-kerja-sampingan> (diakses 5 Mei 2024)
- Weber, M. (1930). *The protestant ethic and the spirit of capitalism* (T. Parsons, Trans.). Charles Scribner's Sons and George Allen & Unwin Ltd.
- Weber, M. (1968/1978). *Economy and society: An outline of interpretive sociology* (G. Roth & C. Wittich, Eds.). University of California Press.
- Williams, A. M., & Smith, F. T. (n.d.). *The "King's English" Dictionary: Etymological, Explanatory, Pronouncing*. British Book Ltd.
- Zeuli, K. A., & Cropp, R. (2004). *Cooperatives: Principles and practices in the 21st century*. University of Wisconsin – Extension.

The Role of Profitability in Affecting Earnings Management

Bambang Sudiyatno dan Titiek Suwarti

Introduction

Earnings management refers to the managerial decision to manipulate the level of profit reported in the company's financial statements. Akers et al. (2007) explain that earnings management is a manager's attempt to influence or manipulate reported earnings, which includes increasing or decreasing earnings in the expected direction. The phenomenon of earnings management has developed and attracted the attention of practitioners, academics, and researchers around the world. According to Nguyen et al. (2021), this phenomenon can have an impact on decreasing investor trust and transparency in financial markets.

Financial reporting and accounting information play a dominant role in the decision-making process and performance evaluation (Saleh et al., 2020). Financial reporting data and information are conveyed to investors and creditors to assist them in making decisions. Therefore, to convince and increase investor confidence, management is sometimes tempted to take action by implementing earnings management policies, which are managers' attempts to influence or manipulate reported earnings (Nguyen et al., 2021).

Ahmadpour & Shahsavari (2016) stated that the idea of earnings management is intended to demonstrate progressive earnings that can meet the requirements to obtain relevant authorization from the regulator or shareholder expectations. Earnings management can be viewed from two perspectives, namely financial reporting perspective and contract perspective. Viewed from a financial reporting perspective, managers can use earnings management to meet earnings analysis forecasts, thereby avoiding a bad reputation and negative reactions to stock price sentiment that quickly follow after failure to meet investor and creditor expectations. Meanwhile, from the contract perspective, earnings management can be used as a cost reduction effort to protect the company from the consequences of unexpected regulatory realization in rigid and incomplete contracts (Ariana, 2011).

In deciding the policy for implementing earnings management, managers consider factors that are considered to have the potential to affect earnings management. Capital structure, firm size, liquidity, and profitability are the factors in question, and this is evident from several previous research results. However, different from previous studies conducted by examining direct relationships, this study will show evidence that profitability actually acts as a mediating variable that connects other variables (factors) with earnings management. Therefore, this study seeks to reveal the role of profitability as a measure of firm performance and as a proxy for return on assets (ROA) in influencing earnings management.

Previous research conducted by Tran & Dang (2021) found that capital structure and profitability (ROA) have a positive effect on earnings management. Oktasari (2020) found that firm size and profitability (ROA) have a positive effect on earnings management. Meanwhile, Pournasir (2018), found that liquidity has a positive effect on earnings management. To prove whether the effect of capital structure, firm size and liquidity on earnings management is a direct or indirect effect, profitability (ROA) will be placed in the model as an intervening variable that functions as a mediator in influencing earnings management.

Agency Theory and Earnings Management

Agency theory discusses the problems that exist within the company related to the separation of owners and managers, dealing with questions of how to reduce conflicts of interest in the relationship between owners and managers. This theory in the management literature is one of the well-established financial theories and is still relevant today. The substance of agency theory is to assist in implementing various corporate governance mechanisms to control the behavior of managers as agents assigned by the owner to carry out the company's operations. As explained by Jensen & Meckling (1976) that, in companies whose share ownership is held by individuals or groups, shareholders (principals) delegate their authority to managers (agents) to run the business on their behalf, and this delegation has the potential to create a conflict of interest. The conflict of interest arises because of the potential for opportunistic behavior of managers, whether the managers do really work in the interests of the shareholders (principals) or work in their own interests.

In running the business, managers are given the authority to make decisions that should benefit shareholders (principals). For that position, managers are highly compensated. One of the important decisions they may make is the decision on the implementation of earnings management which is aimed to increase the trust of investors. The decision will likely benefit the managers, because with stable earnings shown in the earnings management the managers' performance is seen as good and thereby pleasing investors, the impact of which is stock market price increases. The managers expect to receive high compensations or bonuses because they are deemed to have succeeded in running the company in accordance with the interests of the owners (principals). This is in line with the first proposition of positive agency theory which states that if the outcome of the contract is based on incentives, the agent will act in the interests of the principal (Eisenhardt, 1989).

The company in each of its operating activities will generate profits or net income, the amount of which is accumulated for one year. Profit is an important indicator in financial reporting, a signal that helps direct the allocation of resources in the capital market (Bui & Le, 2021). Thus, profit can determine market price of the stock or an indication of the firm value, so that the better the prospect of future earnings, the better the prospect of increasing the firm value. The importance of profits is realized by managers, so that for some reasons, managers are tempted to manipulate financial

reports and learn how to manage earnings in order to convince and increase trust of investors and creditors.

Managers may use accounting techniques for earnings management to create financial reporting that presents more positive income so that the financial position looks better and more promising. Earnings management can be a legitimate practice if accounting rules are implemented in creating financial reports that present earnings to look stable. Therefore, earnings management can actually be a reasonable and legal management decision making and reporting intended to achieve stable and predictable financial results (Bui & Le, 2021). Earnings management is not a fraud if it includes the selection of accounting techniques and estimates in accordance with applicable accounting principles (GAPP). However, referring to the concept of agency theory, shareholders or owners (principals) should carry out a monitoring mechanism to prevent excessive behavior in inflating company earnings.

The Model Used to Explain Earnings Management

Considering the results of previous studies which show the potential influence of capital structure, company size, liquidity and profitability on the decision to implement earnings management, the model illustrated in Figure 1 below is used as a basis for evaluating the significance of the influences.

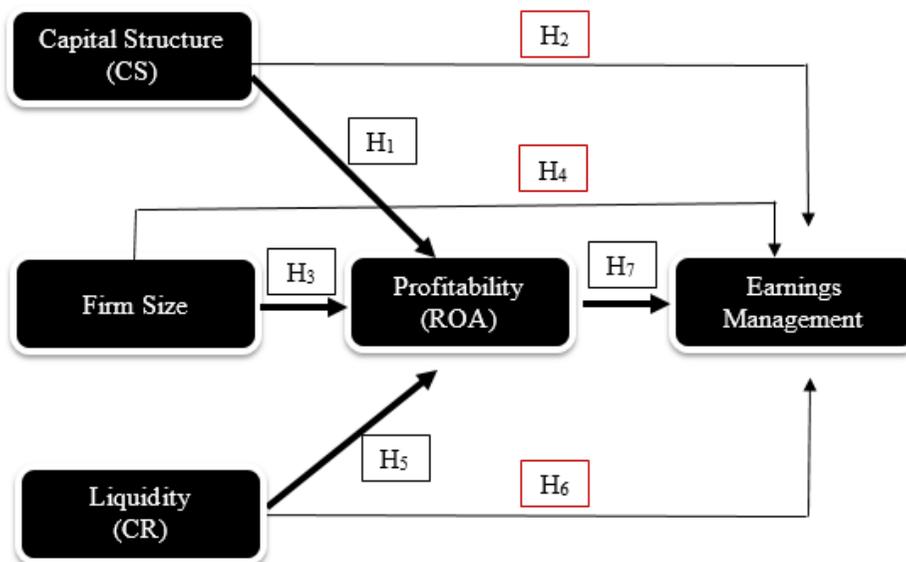


Figure 1. Empirical Model to Explain Earnings Management

The relationship between capital structure and company profitability has been widely studied in several countries, including research conducted by Dave et al. (2019) in the steel industry in India which found a negative relationship between a debt-laden capital structure and profitability. Helmy et al (2020) conducted research on 183

companies in the period 2007-2010 in Malaysia related to the impact of capital structure and governance mechanisms on firm performance with the result that capital structure has a positive impact on firm performance. Gharaibeh & Khaled (2020) conducted research on the factors that play an important role in the profitability of service sector companies in Jordan in the 2014-2018 period and found that debt has a negative relationship with profitability. For the purpose of this study, capital structure is hypothesized to have a positive relationship with profitability.

H₁: Capital structure has a positive effect on profitability.

The possibility of capital structure influencing the decision to implement earnings management exists when the company experiences financial difficulties. Several research results show that companies suffering financially due to using high debt often manage earnings to exploit possibilities for debt restructuring (Iman & Nejad, 2015; Bassiouny et al., 2016; Gombola et al., 2016). Managers implement earnings management practices to make earnings stable and look prospective in order to instill confidence and trust of investors and creditors. Mulyana et al (2018), Tran & Dang (2021), and Bui & Le (2021) found that leverage has a positive effect on earnings management. Likewise, Alzoubi (2016) in examining the impact of debt financing on earnings management found that high debt will increase the risk of earnings management. However, Park & Shin (2004) found different results, namely that if companies with high leverage are closely monitored by lenders, then the possibility of carrying out earnings management will decrease. Thus, capital structure can be hypothesized to have a positive relationship with earnings management, the higher the use of debt, the greater the likelihood of managers carrying out earnings management practices.

H₂: Capital structure has a positive effect on earnings management.

The relationship between firm size and profitability is complex and empirical studies show mixed results, some studies find a positive relationship while others find no significant relationship or even negative one, depending on the industry sector. But in general, larger firms can benefit from economies of scale, market power, and better access to financial resources, technology, and talent, which can result in more efficient operations and higher profitability. Therefore, for the purpose of this study, firm size is hypothesized to have a positive relationship with profitability.

H₃: Firm size has a positive effect on profitability.

Research conducted by Lee & Choi (2002) found that firm size influences the ability to control earnings because managers in large companies generally have better financial capabilities than managers in small companies. As stated by Barto & Simko (2002), when large companies are under a lot of pressure, managers are tempted to practice earnings management by exaggerating financial results and maintaining a positive reputation with their analysis to deceive investors. Consistent evidence for this was presented by Michaelson et al (1995). Likewise, Myers et al. (2007) provided empirical evidence from the results of their research that large companies tend to

declare inaccurate earnings. In line with those findings, Klai & Omri (2011) showed that firm size and earnings management have a positive relationship. Thus, for the purpose of this study, firm size is hypothesized to have a positive relationship with earnings management.

H₄: Firm size has a positive effect on earnings management.

With respect to the role of liquidity, companies need to control it carefully to optimize profitability. Liquidity is the company's ability to fulfill both internal obligations to finance company operations and external obligations to pay maturing debts. If liquidity is too low it will endanger the company's operations, but on the other hand, if it is too high it will result in idle cash which is counter-productive. It seems that there is a trade-off between liquidity and profitability, if the manager maintains a high liquidity policy then profitability will decrease, whereas if the manager emphasizes a low liquidity policy then profitability will increase. But empirical studies show mixed results. Research conducted by Irawan & Faturohman (2015) and Pandey & Diaz (2019) found that liquidity has a negative effect on profitability, Bibi & Amjad (2017) and Singh & Bagga (2019) found no significant influence, while Panigrahi & Joshi (2019) and Ahmed & Bhuyan (2020) found that liquidity has a positive effect on profitability. For the purpose of this study, liquidity is hypothesized to have a negative relationship with profitability.

H₅: Liquidity has a negative effect on profitability.

Liquidity is important to meet working capital needs to finance the company's daily operations and generate profitability. Managers must correctly estimate daily working capital needs to avoid excesses which can result in inefficiency and reduced profitability. Meanwhile, the best provision of working capital is from the company's own operational results, not from debt. But debt can motivate companies to increase production or become more productive. Therefore, managers must manage liquidity to achieve optimal profits and avoid declining profitability. Because declining profitability reduces investors' and creditors' confidence in the company, managers are sometimes tempted to engage in earnings management practices to keep their confidence high. For the purpose of this study, liquidity is hypothesized to have a positive relationship with earnings management.

H₆: Liquidity has a positive effect on earnings management.

The role of profitability is very important as an indicator of a company's efficiency in using the resources it has. The higher the profitability means the more efficient the company is in using company resources. The higher the profitability, the more efficient the company is in using company resources and the higher the stock price. When operating efficiency is high, according to Lee et al. (2006), managers tend to maintain it by referring to stock prices. Cheng & Warfield (2005) argue that managers manage earnings to increase the company's stock price, while Chen et al. (2006) suspect that inefficient companies are more likely to carry out earnings management. But empirical studies show mixed results. Nguyen et al. (2021) found that profitability (ROA) has a

negative effect on earnings management, Bui & Le (2021) found no significant influence, while Oktasari (2020) and Tran & Dang (2021) found a positive effect of profitability (ROA) on earnings management. For the purpose of this study, profitability is hypothesized to have a positive relationship with earnings management.

H₇: Profitability has a negative effect on earnings management.

Data Collection and Processing to Examine the Model

Empirical data for this study was obtained from the financial reports of manufacturing companies whose shares were actively traded in the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the 2018-2020 period. The following Table 1 depicts the total number of companies for each industry classification from which data was taken.

Table 1. Number of Manufacturing Companies Listed in BEI 2018-2020

| No | Industry Classification | Number of Companies |
|----|----------------------------|---------------------|
| 1 | Basic Industry & chemicals | 77 |
| 2 | Miscellaneous Industry | 51 |
| 3 | Consumer Goods Industry | 52 |
| | Total | 180 |

Source: ICMD 2020

The data was first processed to calculate variables involved in the empirical model, namely earnings management, profitability as proxied by return on assets (ROA), capital structure as proxied by debt to total assets ratio (DTAR), firm size as proxied by ln (natural log) of total assets, and liquidity as proxied by current ratio (CR).

Modified Jones model (Dechow et al., 1995) was used to calculate cumulative accounting variables to get a measure of earnings management. The modified model is an improvement of the original model by replacing changes in turnover with changes in accounts payable and by reducing the error of the original model in identifying abnormal cumulative variables. The use of the modified Jones model is carried out through the following three calculation steps.

- (1). Calculating total accruals (TA_{it}), namely net income of company i in year t (NI_{it}) minus Cash flow from operating activities of company i in year period t (CFO_{it}), or put it in the formula as $TAC = NI_{it} - CFO_{it}$. The total accruals (TA_{it}) is then estimated using the Ordinary Least Square:

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta Rev_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon$$

where TA_{it} = Total accruals of company i in year period t

A_{it-1} = Total assets of company i in year period t-1

Rev_{it} = Revenue of company i in year t minus the income of company i in year t-1

PPE_{it} = Property, plant and equipment of company i in year period t

e = error

- (2) With the regression coefficients obtained from step (1), non-discretionary accruals (NDA) are calculated by using the following formula:

$$NDA_{it} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta Rev_{it}}{A_{it-1}} - \frac{\Delta Rec_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$$

where NDA_{it} = Non-discretionary Accruals of company i in year period t

A_{it-1} = Total assets of company i in year period t-1

Rev_{it} = Revenue of company i in year t minus the income of company i in year t-1

Rec_{it} = Accounts receivable of company i in year t minus the income of company i in year t-1.

- (3) Finally, discretionary accruals (DA_{it}) as a measure of earnings management is calculated by the following formula:

$$DA_{it} = \frac{TA_{it}}{A_{it-1}} - NDA_{it}$$

Notes:

DA_{it} = Discretionary Accruals of company i in year period t

TA_{it} = Total accruals of company i in year period t

NDA_{it} = Non-discretionary Accruals of company i in year period t

A_{it-1} = Total assets of company i in year period t-1

The empirical model illustrated in Figure 1 was examined by running two (2) regression equations: regression equation 1 with return on assets (ROA) as the dependent variable and regression equation 2 with earning management (DA) as the dependent variable. Thus return on assets (ROA) is placed as a mediating variable or plays a dual role, namely on the one hand as a dependent variable and on the other hand as an independent variable so that data analysis must be carried out using path

analysis. According to Cox et al (1994), path analysis is a technique to analyze the causal relationship that occurs in multiple regression if the independent variable affects the dependent variable not only directly but also indirectly. The following Table 2 and Table 3 show a list of independent and dependent variables along with the expected effect of the independent variable on the dependent variable.

Table 2. Expected Effect of Independent Variables in the Regression Equation 1

| Variable | Expected Sign | Description |
|--|---------------|--|
| Dependent Variable: Profitability (ROA) | | Net profit divided total assets |
| Independent Variable: Capital Structure (DTAR) | Positive | Total debt to total assets |
| Firm Size (Ln Assets) | Positive | Ln of assets |
| Current Ratio (CR) | Negative | Current assets divided current liabilities |

Table 3. Expected Effect of Independent Variables in the Regression Equation 2

| Variable | Expected Sign | Description |
|---|---------------|---|
| Dependent Variable: Earning Management (DA) | --- | (Total accruals of the company in the year period t divided total assets of company i in year period t-1) minus Nondiscretionary accruals of company i in year period t |
| Independent Variable: Profitability (ROA) | Negative | Net profit divided total assets |
| Capital Structure (DTAR) | Positive | Total debt to total assets |
| Firm Size (Ln Assets) | Positive | Ln of assets |
| Current Ratio (CR) | Positive | Current assets divided current liabilities |

The regression model was specified as follows (Cox et al (1994):

$$Xre_{i,t} = \mathbf{x}'_{i,t}\boldsymbol{\beta} + \alpha_i + \varepsilon_{i,t}$$

where $Xre_{i,t}$ = Earning management or profitability for i at time t .

$\mathbf{x}'_{i,t}$ = a vector of explanatory variables (ROA, , DTAR, Ln Assets, CR) for i at time t .

$\boldsymbol{\beta}$ = a vector of slope parameters

α_i = group-specific constant term which embodies all the observable effects.

$\varepsilon_{i,t}$ = Composite error term which also takes care of other explanatory

variables that equally determines leverage but are not included in the model.

For mediating analysis on whether profitability acts as a mediating variable between capital structure (CS), firm size, and liquidity (CR) as independent variables and earnings management as the dependent variable, the Sobel test was exercised. The Sobel test uses a significance level of 5 percent, meaning that profitability acts as a mediating variable if the test results show a Z-value > 1.96.

Results of the Model Examination

The data for each calculated variable is presented in Table 4 below, describing the minimum and maximum values, the average value and the standard deviation.

Table 4. Descriptive Statistics of Each Variables

| Variables | N | Minimum | Maximum | Mean | Standard Deviation |
|--------------------------|----|---------|---------|---------|--------------------|
| Earning Management (DA) | 79 | -4.19 | 7.20 | -.2898 | 1.3803 |
| Profitability (ROA) | 79 | .00 | 2.47 | .1383 | .3031 |
| Capital Structure (DTAR) | 79 | .09 | 7.27 | .6790 | 1.1006 |
| Firm Size (Ln Assets) | 79 | .92 | 34.87 | 28.4620 | 3.7431 |
| Current Ratio (CR) | 79 | .34 | 10.50 | 2.9392 | 2.3677 |

The results of multiple regression in equation 1 with profitability (ROA) as the dependent variable and capital structure (DTAR), firm size (Ln Assets), and liquidity (CR) as independent variables are presented in Table 5 below.

Table 5. The Results of the Regression Equation 1

| Model | Unstandardized Coefficients | | t | Sig. |
|------------------|-----------------------------|-----------|-------|------|
| | B | Std Error | | |
| 1 (Constant) | -.033 | .218 | | |
| CS - DTAR | .168 | .025 | 3.636 | .000 |
| Size - Ln Assets | .001 | .007 | .142 | .888 |
| Liq - CR | .009 | .012 | .776 | .440 |

Dependent variable: Profitability (ROA)

The coefficient of determination R-Square of the above regression equation 1 is 0.345, whereas the F test shows the value of F = 14,693 with a significance value of F (sig F) = 0.000. Thus, profitability is 34.5 percent explainable by capital structure, firm size, and liquidity, while the remaining 63.5 percent is explainable by other variables outside the

equation. Observing the effect of each independent variable, it shows that capital structure (DTAR) has a value of $t = 3.636$ with a significance of 0.000 so that it has a positive and significant effect on profitability (ROA). Firm size (Ln Asset) with a value of $t = 0.142$ and a significance of 0.888 has no effect on profitability. Liquidity has no effect on profitability because of the value of $t = 0.776$ with a significance of 0.440.

The results of multiple regression in equation 2 with earnings management (DA) as the dependent variable and profitability (ROA), capital structure (DTAR), firm size (Ln Assets), and liquidity (CR) as independent variables are presented in Table 6 below.

Table 6. The Results of the Regression Equation 2

| Model | Unstandardized Coefficients | | t | Sig. |
|------------------|-----------------------------|-----------|--------|------|
| | B | Std Error | | |
| 1 (Constant) | -.368 | 1.125 | | |
| Prof – ROA | .687 | .165 | 4.167 | .000 |
| CS - DTAR | -.013 | .038 | -.352 | .726 |
| Size - Ln Assets | .087 | .061 | 1.419 | .160 |
| Liq - CR | -1.872 | .596 | -3.144 | .002 |

Dependent variable: Earning management (DA)

The coefficient of determination R-Square of the above regression equation 2 is 0.16, whereas the F test show the value of $F = 4.715$ with a significance value of F (sig F) = 0.002. Thus, earnings management is only 16 percent explainable by independent variables in the equation, while the remaining 84 percent is explainable by other variables outside the equation. Observing the effect of each independent variable, profitability (ROA) with a value of $t = 4.167$ and a significance of 0.000 has a positive and significant effect on earnings management. Liquidity (CR) with a value of $t = -3.144$ and a significance of 0.002 has a negative and significant effect on earnings management. Both capital structure (DTAR) and firm size (Ln Assets) have no effect on earnings management.

The results of the regression analysis of the two equations in table 5 and table 6 can be summarized and presented in Figure 2 below. The red line indicates a statistically significant relationship, whereas the black line indicates no statistically significant relationship.

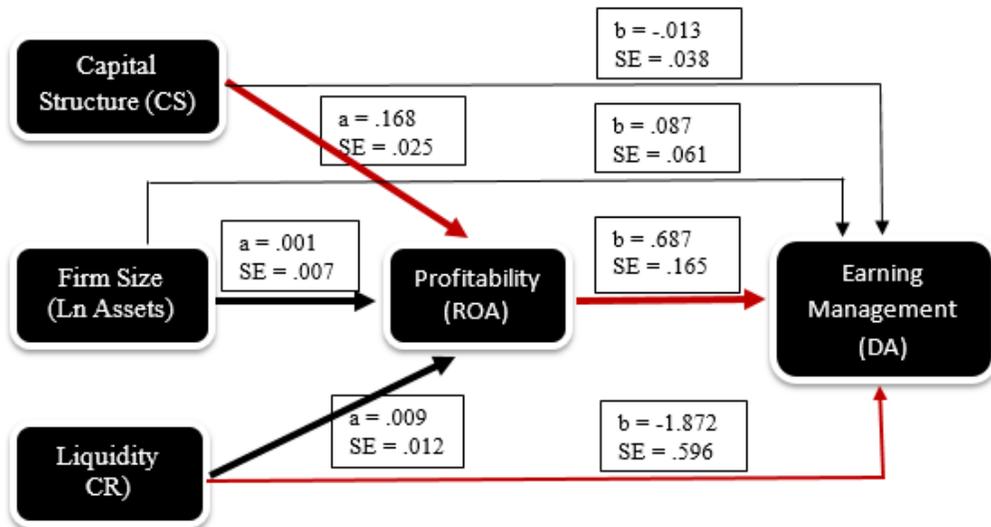


Figure 2. Results of the Regression Analysis

Capital structure has a direct effect on earnings management with a coefficient of -0.013 and an indirect effect on earnings management through profitability with a coefficient of 0.115 ($= 0.168 \times 0.687$). However, the direct effect of capital structure on earnings management is not statistically significant. The mediating effect of profitability in the model is tested using the Sobel test and the results show that all Z-values are less than 1.96, meaning that statistically profitability does not play a role as a mediating variable in the model. Meanwhile, path analysis results show that capital structure has an indirect effect on earnings management through profitability (as an intervening or mediating variable). Thus, this study empirically shows that profitability acts as a mediating variable for capital structure in influencing earnings management practices.

Referring to Table 6 and Figure 2, hypothesis 6, which posited a positive effect of liquidity on earnings management, is not supported by the results of the regression analysis. Instead, the analysis shows a negative effect of liquidity on earnings management ($\beta = -1.872$, $t = -3.144$, $\text{sig-t} = 0.002$). Liquidity as represented by current ratio (CR) has a negative and statistically significant effect on earnings management. In other words, companies with high liquidity will reduce earning management practices. The level of public trust in the companies remains high, investors believe that the companies have good earnings quality, so managers have less incentive to engage in earnings management. These empirical findings are different from the research findings of Pournasir (2018) which found a positive effect of liquidity on earnings management and the findings of Mulyana et al. (2018) which found no effect.

Hypothesis 7, which posited a negative effect of profitability on earnings management, is not supported by the results of the regression analysis. Instead, the analysis shows a positive effect of profitability on earnings management ($\beta = .687$, $t = 3.636$, and $\text{sig-t} = 0.000$). Profitability has a positive and statistically significant effect on earnings management. These results show that the higher the profitability, the higher the earnings management. It means that companies with high profitability tend to engage in earnings management policies to increase investor confidence in the company. The results of this study are in line with the research findings of Oktasari (2020), Saleh et al (2020), Hamzah et al (2021), and Tran & Dang (2021) which found a positive effect also, but in contrast with the research findings of Nguyen et al. (2021) which found a negative effect and the findings of Bui & Le (2021) which found no effect.

Hypothesis 1, which posited a positive effect of capital structure on profitability is supported by the results of the regression analysis ($\beta = .168$, $t = 3.636$, and $\text{sig-t} = 0.000$). Capital structure, represented by the debt to total assets ratio (DTAR), has a positive and statistically significant effect on profitability. These results strengthen the concept of using debt to increase company profitability. In particular, the use of debt in manufacturing companies in Indonesia has a positive relationship with policies to increase profitability. This is in line with the research findings of Pandey & Diaz (2019), Singh & Bagga (2019), Ahmed & Bhuyan (2020), Helmy et al (2020), and Saleh et al 2021.

Conclusion

Although this study is limited to the financial data of manufacturing companies listed on the Indonesian Stock Exchange (BEI) from 2018 to 2020, the results provide interesting empirical insights. The results of this study indicates that liquidity has a negative impact on earnings management, while profitability has a positive impact on earnings management. This means that when liquidity is low and profitability is high, managers engage in earnings management practices to present stable earnings and maintain investor trust in the company. The lower the liquidity and the higher the profitability, the greater the tendency of managers to engage in earnings management.

The Sobel test results indicate that profitability does not mediate the influence of capital structure, firm size, and liquidity on earnings management. However, path analysis suggests that capital structure positively affects earnings management through profitability. Profitability plays a dual role: it is positively influenced by capital structure and also positively impacts earnings management practices. This means that higher profitability driven by increased debt leads to a greater tendency for managers to engage in earnings management practices. Thus, alongside liquidity issues, profitability issues are crucial in influencing managers to engage in earnings management practices.

References

- Ahmadpour, A., & Shahsavari, M. (2016). Earnings Management and the Effect of Earnings Quality in Relation to Bankruptcy Level (Firms Listed at the Tehran Stock Exchange). *Iranian journal of management studies*, 9(1), 77-99. https://ijms.ut.ac.ir/article_55036.html
- Ahmed, R., & Bhuyan, R. (2020). Capital Structure and Firm Performance in Australian Service Sector Firms: A Panel Data Analysis. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(9), 214. <https://doi.org/10.3390/jrfm13090214>
- Akers, M., Giacomino, D., & Gissel, J. L. (2007). Earnings management and its implications. *The CPA Journal*, 77, 64-69. https://epublications.marquette.edu/account_fac/8/
- Al-Qadi, N. S., & Al-Balqa, I, M, K (2018). Relationship between liquidity and profitability: An empirical study of trade service sector in Jordan. *Research Journal of Financial and Accounting*, 9(7), 153-157. <https://www.iiste.org/Journals/index.php/RJFA/issue/view/3481>
- Alzoubi, E.S.S. (2016). Audit quality and earnings management: Evidence from Jordan. *Journal of Applied Accounting Research*, 17(2), 170-189. https://econpapers.repec.org/article/emejaarpp/v_3a17_3ay_3a2016_3ai_3a2_3ap_3a170-189.htm
- Ariana, I. (2011). Earnings Management: Why does Earning Management Persist. *Jurnal Valid*, 8(1), 142–146. <https://www.researchgate.net/publication/318237252>
- Barton, J., & Simko, P. J. (2002). The balance sheet as an earnings management constrain. *The Accounting Review*, 77, 1-27. <https://www.jstor.org/stable/3203322>
- Bibi, N., & Amjad, S. (2017). The Relationship between Liquidity and Firms' Profitability: A Case Study of Karachi Stock Exchange. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 9(1), 54. <https://doi.org/10.5296/ajfa.v9i1.10600>
- Bui, H. T., & Le, H. H. N. (2021). Factors affecting the earnings management: The case of listed firms in Vietnam. Advances in Economics, Proceedings of the International Conference on Emerging Challenges: Business Transformation and Circular Economy. *Business and Management Research*, 196, 246-256. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icech-21/125965404>
- Cox, M. C., Hogarth, D. M., & Hansen, P.B. (1994). Breeding and selection for high early season sugar content in a sugarcane (*Saccharum* spp. hybrids) improvement program. *Aust. J. Agric. Res.* 45(7): 1569–1575. <https://doi.org/10.1071/AR9941569>
- Chen, K. Y., Wu, S. Y., & Zhou, J. (2006). Auditor brand name, industry specialisation, and earnings management: Evidence from Taiwanese companies. *International*

- Journal of Accounting, Auditing and Performance Evaluation*, 3(2), 194–219.
<https://doi.org/10.1504/IJAAPE.2006.010301>
- Chen, K. Y., Wu., S. Y., & Zhou, J. (2006). Auditor brand name, industry specialization, and earnings management: Evidence from Taiwanese companies. *International Journal of Accounting, Auditing and Performance Evaluation*, 3(2), 147-181.
<http://ntur.lib.ntu.edu.tw/retrieve/174785/03.pdf>
- Cheng, Q., & Warfield, T. D. (2005). Equity incentives and earning management. *The Accounting Review*, 80(2), 441-476). <https://www.jstor.org/stable/4093065>
- Dave., Ashvin., Parwani, A., Joshi, A., & Dave, T. (2019). A study of capital structure and profitability on Indian steel sector companies. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 28(15), 866-873.
<http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/issue/view/242>
- Dechow, P., Sloan, R., & Sweeney, A. (1995). Deteting earning management. *The Accounting Review*, 70(2), 193-225. <https://www.jstor.org/stable/248303>
- Eisenhardt, K. M. (1989). Agency theory: An assessment and review. *Academy of Management Review*, 14(1), 57-74.
<http://www.jstor.org/stable/258191?origin=JSTOR-pdf>
- Gharaibeh, O. K., & Bani Khaled, M. H. (2020). “Determinants of profitability in Jordanian services companies.” *Investment Management and Financial Innovations*, 17(1), 277–290. [https://doi.org/10.21511/imfi.17\(1\).2020.24](https://doi.org/10.21511/imfi.17(1).2020.24)
- Hamzah, R. S., Gozali, E., & Khamisah, N. (2021). Earnings management and its determinant (Study of listed companies on Indonesia Stock Exchange). *AKUNTABILITAS*, 15(1), 89-102.
<https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/ja/issue/view/1170>
- Helmy., Noor, M. H. Z. B., Fei, G. C., Kowang, T.O., Hee., O.C., Teck, T.S., Yew, L. K., & Hoo, W.C. (2020). Capital structure, internal governance mechanisms and firm performance. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(7), 7313-7321. <https://www.psychosocial.com/article/PR270701/18546/>
- Irawan, A., & Faturhman, T. (2015). A Study of Liquidity and Profitability Relationship : Evidence from Indonesian Capital Market. *International Journal of Management and Applied Science*, (9), 64–68.
http://www.iraj.in/journal/journal_file/journal_pdf/14-195-144488483187-91.pdf
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976), Theory of the firm: Managerial behavior, agency and ownership structure, *Journal of Financial Economics*, 4(4), 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Klai, N., & Omri, A. (2010). Corporate Governance and Financial Reporting Quality: The Case of The Tunisian Firms. *International Business Research*, 4(1), 158–166.
<https://doi.org/10.5539/ibr.v4n1p158>

- Lee, B. B., & Choi, B. (2002). Company size, auditor type, and earnings management. *Journal of Forensic Accounting*, 3, 27-50. <https://maaw.info/JournalOfForensicAccounting.htm>
- Lee, C. W., J., Li, L. Y., & Yue, H. (2006). Performance, growth, and earnings management. *Review of Accounting Studies*, 11(2-3), 305-334. https://ink.library.smu.edu.sg/cgi/viewcontent.cgi?article=2614&context=soa_research
- Mulyana, A., & Saputra, M. (2017). The Influence of Liquidity, Profitability and Leverage on Profit Management and Its Impact on Company Value in Manufacturing Company Listed on Indonesia Stock Exchange Year 2011-2015. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 6(1), 8-14. <https://doi.org/10.20431/2349-0349.0601002>
- Naz, I., Bhatti, K., Ghafoor, A., Khan, HH. (2011). Impact of firm size and capital structure on earnings management: Evidence from Pakistan. *International Journal of Contemporary Business Studies*, 2(12), 22-31.
- Nguyen, H. A., Lien Le, Q., & Anh Vu, T. K. (2021). Ownership structure and earnings management: Empirical evidence from Vietnam. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1908006>
- Oktasari, D. P. (2020). Effects of capital structure, profitability, and firm size towards earning management in manufacturing companies. *EPRA International Journal of Research and Development (IJRD)*, 5(5), 74-83. <https://doi.org/10.36713/epra4334>
- Pandapotan, J., & Lastiningsih, N. (2020). The effect of capital structure, liquidity, and company size towards profitability. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 12(4), 59-66. <https://ojs.amhinternational.com/index.php/jebbs/article/view/3060>
- Pandey, R., & Diaz, J. F. (2019). Factors affecting return on assets of US technology and financial corporations. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(2), 134-144. <https://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/issue/view/3325>
- Panigrahi, A. K., & Joshi, V. (2019). Liquidity and Profitability Relationship and Financial Fallacy. *Think India Journal, Issn - 0971-1260*, 22(10), 971-1260. https://www.researchgate.net/publication/337323404_Liquidity_and_Profitability_Relationship_and_Financial_Fallacy
- Park, Y., & Shin, H. (2004). Board composition and earnings management in Canada. *Journal of Corporate Finance*, 10(3), 431-457. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0929119903000257>
- Pournasir, R. (2018). The effect of leverage and liquidity on earning and capital management in Tehran Stock Exchange. *International Journal of Business and Management*, 3(3), 130-139.

<https://sciarena.com/storage/models/article/I3zIGIdE5RfKdcY1I9JiA6WYXJ9vG GX3MzxD2NXHPEQsDKQ6dGSjmVDIPS8k/the-effect-of-leverage-and-liquidity-on-earnings-and-capital-management-in-tehran-stock-exchange.pdf>

- Saleh, I., Afifa, M. A., & Haniah, F. (2020). Financial factors affecting earnings management and earnings quality: New evidence from an emerging market. *ACRN Journal of Finance and Risk Perspectives*, 9(1), 198–216. <https://doi.org/10.35944/JOFRP.2020.9.1.014>
- Saleh, M. M. A., Jaradat, M. M., Wedyan, L. M., & Saleh, H. M. I. (2021). The Impact of Liquidity and Leverage on Profitability in Industrial Sector in Jordan. *Research in World Economy*, 12(1), 394. <https://doi.org/10.5430/rwe.v12n1p394>
- Samo, A. H., & Murad, H. (2019). Impact of liquidity and financial leverage on firm's profitability – an empirical analysis of the textile industry of Pakistan. *Research Journal of Textile and Apparel*, 23(4). <https://www.emerald.com/insight/publication/issn/1560-6074>
- Singh, N. P., & Bagga, M. (2019). The effect of capital structure on profitability: An empirical panel data study. *Jindal Journal of Business Research*, 8(1), 65-77. <http://dx.doi.org/10.1177/2278682118823312>
- Tailab, M, M, K. (2014). The effect of capital structure on profitability of Energy American Firms. *International Journal of Business and Management Invention*, 3(12), 54-61. [https://www.ijbmi.org/papers/Vol\(3\)12/Version-1/G031201054061.pdf](https://www.ijbmi.org/papers/Vol(3)12/Version-1/G031201054061.pdf)
- Tran, M. D., & Dang, N. H. (2021). The Impact of Ownership Structure on Earnings Management: The Case of Vietnam. *SAGE Open*, 11(3). <https://doi.org/10.1177/215824402111047248>
- Wibowo, A., & Rahim, R. (2019). The effect Of capital structure on Profitability of electricity companies in Southeast Asia. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 15(1), 54-67. <https://jurnal.ut.ac.id/index.php/jom/issue/view/1>

Kedudukan Badan Usaha Milik Negara dalam Perspektif Hukum Keuangan Publik

Metty Kusmayantie

Pendahuluan

Penyelenggaraan negara sebagaimana dinyatakan dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945) bertujuan untuk melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial.¹ Untuk mewujudkan tujuan tersebut, pemerintah selain berkedudukan sebagai badan hukum publik juga perlu memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan mendirikan badan hukum privat.

Tugas memajukan kesejahteraan umum tersebut kemudian dituangkan dalam Pasal 33 UUD 1945, khususnya ayat (2) dan ayat (3) yang menyatakan:² (2) Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara. (3) Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat.

Mahkamah Konstitusi dalam pengujian Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi berpendapat bahwa pengertian “dikuasai oleh negara” harus diartikan dalam makna luas, yaitu negara mengadakan kebijakan (*beleid*) dan tindakan pengurusan (*bestuurdaad*), pengaturan (*regelendaad*), pengelolaan (*beheersdaad*), dan pengawasan (*toezichtoudensdaad*). Fungsi pengurusan oleh negara dilakukan oleh pemerintah dengan kewenangannya untuk mengeluarkan dan mencabut fasilitas perizinan (*vergunning*), lisensi (*licentie*), dan konsesi (*consessie*). Fungsi pengaturan oleh negara (*regelendaad*) dilakukan melalui kewenangan legislasi oleh DPR bersama pemerintah, dan regulasi oleh pemerintah. Fungsi pengelolaan (*beheersdaad*) dilakukan melalui pemilikan saham (*shareholding*) dan/atau melalui keterlibatan langsung dalam manajemen Badan Usaha Milik Negara atau Badan Hukum Milik Negara sebagai instrumen kelembagaan, yang melaluinya negara c.q. pemerintah mendayagunakan penguasaannya atas sumber kekayaan itu untuk digunakan bagi sebesar-besar kemakmuran rakyat.³

Sejalan dengan pertimbangan hakim Mahkamah Konstitusi tersebut, Jimly

¹Catatan Kaki:

Republik Indonesia, *Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945*, Alinea ke-4.

² *Ibid.*

³ Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia, *putusan atas perkara nomor 002/PUU-I/2003*.

Asshiddiqie (2010) berpendapat bahwa maksud “dikuasai oleh negara” dalam Pasal 33 ayat (2) UUD 1945 tidak lain adalah penguasaan dalam arti yang luas, yaitu mencakup pengertian kepemilikan dalam arti publik sekaligus perdata, termasuk pula kekuasaan dalam mengendalikan dan mengelola bidang-bidang usaha secara langsung oleh pemerintah atau aparat-aparat pemerintah yang dibebani dengan tugas khusus. Oleh karena itu, perlu dibedakan antara pengertian yang bersifat prinsip bahwa pemerintah sendiri menjadi pemilik dan pelaku usaha dengan persoalan bentuk organisasi pengelolaannya di lapangan.⁴

Tugas utama pemerintah adalah sebagai pengawas dan pengatur dengan berpedoman pada tujuan kesejahteraan rakyat, sedangkan cara menjalankan eksploitasi cabang-cabang penting bagi negara dan rakyat dapat diserahkan kepada badan yang bertanggung jawab kepada pemerintah menurut aturan yang ditetapkan.⁵ Salah satu badan yang dibentuk untuk menjalankan tugas mewujudkan kesejahteraan umum dan kesejahteraan rakyat Indonesia sesuai amanat UUD 1945 adalah Badan Usaha Milik Negara. Sebagai turunan dari UUD 1945, kebijakan pembinaan Badan Usaha Milik Negara dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara. Akan tetapi ternyata terdapat pertentangan lingkup keuangan negara yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, UU Nomor Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara, dan UU Nomor 15 Tahun 2006 tentang Badan Pemeriksa Keuangan.

Mahkamah Konstitusi dalam putusan atas perkara nomor 48/PUU-XI/2013 mengenai pengujian UU Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara dan perkara nomor 62/PUU-XI/2013 mengenai pengujian UU Nomor Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara dan UU Nomor 15 Tahun 2006 tentang Badan Pemeriksa Keuangan, berpendapat bahwa pada hakikatnya Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), atau nama lain yang sejenisnya yang seluruh atau sebagian besar sahamnya merupakan milik negara adalah kepanjangan tangan negara (pemerintah atau pemerintah daerah) yang modal atau sahamnya sebagian atau seluruhnya berasal dari keuangan negara yang dipisahkan. Pemisahan kekayaan tersebut tidak dapat diartikan putusannya kaitan negara dengan BUMN, BUMD atau nama lain yang sejenis, namun hanya dimaksudkan untuk memudahkan pengelolaan dalam rangka bisnis. Dengan demikian, Mahkamah Konstitusi berpendapat bahwa keuangan BUMN merupakan keuangan negara.⁶

Namun, ternyata masih terdapat perbedaan pandangan mengenai status hukum Badan Usaha Milik Negara baik yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan, putusan Mahkamah Konstitusi, maupun pendapat para ahli. Oleh karena itu, penting

⁴ Jimly Asshiddiqie, *Konstitusi Ekonomi*, (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2010), hal. 272.

⁵ Sekretariat Jenderal MPR RI, *Risalah Perubahan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (1999-2002) Tahun Sidang 2000 Buku Enam*, (Jakarta: Sekretariat Jenderal MPR RI, 2008), hal. 498.

⁶ Mahkamah Konstitusi, Putusan atas perkara nomor 48/PUU-XI/2013 dan perkara nomor 62/PUU-XI/2013.

dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai “Kedudukan Badan Usaha Milik Negara dalam Perspektif Hukum Keuangan Negara.” Dan untuk menjawab pokok permasalahan ini, penelusuran data dalam peraturan perundang-undangan yang mengatur keuangan negara, perbendaharaan negara, dan Badan Usaha Milik Negara dan data lain terkait yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan, putusan Mahkamah Konstitusi, literatur, dan lain-lain perlu dilakukan. Melalui studi tekstual, data yang telah dikumpulkan kemudian disaring dan dianalisis untuk melihat lebih seksama pengaturan mengenai Badan Usaha Milik Negara.

Sejarah Pendirian dan Bentuk-Bentuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

Dalam rangka melaksanakan tugas untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, negara membentuk perusahaan negara yang dikenal dengan nama Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dimana seluruh atau sebagian besar modalnya berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan, dan ditugaskan untuk berperan sebagai salah satu pelaku ekonomi dalam sistem perekonomian nasional.⁷ Filosofi pembentukan BUMN didasari ketentuan UUD 1945 Pasal 33 khususnya ayat (2) dan (3), sedangkan faktor-faktor yang melatarbelakangi pendiriannya adalah:⁸ (a) perlunya pelopor atau perintis dikarenakan pelaku ekonomi swasta tidak tertarik untuk menggelutinya; (b) perlunya pengelola bidang usaha yang “strategis” sekaligus pelaksana pelayanan publik; (c) perlunya penyeimbang kekuatan-kekuatan swasta besar; (d) perlunya sumber pendapatan negara; dan (e) perlunya pengelola hasil dari nasionalisasi perusahaan-perusahaan Belanda.

Terbentuknya perusahaan negara di Indonesia, negara bekas jajahan, merupakan bagian tak terpisahkan dari perkembangan ekonomi Eropa Barat dan negara bekas penjajah khususnya. Ditinjau dari sejarah perusahaan negara sesudah Indonesia merdeka, bentuk operasional usahanya tidaklah begitu berbeda dari saat zaman Hindia Belanda melakukan usaha yang tujuannya untuk mendapatkan penghasilan bagi Pemerintah Belanda. Perkembangan perusahaan negara di Indonesia yang dikenal dengan BUMN lekat dengan kebijakan nasionalisasi perusahaan-perusahaan Belanda berdasar Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 1958 tentang Penguasaan Perusahaan-Perusahaan Belanda oleh Pemerintah Indonesia. Sebelum Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 1958 tentang Penguasaan Perusahaan-Perusahaan Belanda oleh Pemerintah Indonesia, pengambilalihan perusahaan-perusahaan milik Belanda didasarkan pada ketentuan yang diatur dalam “*Regeling op den Staat van Oorlog en Beleg*” (*Staatsblad* 1939 No. 582) atau SOB yang diubah dengan Undang-Undang Nomor 74 Tahun 1957 tentang Pencabutan *Regeling of de Staat van Oorlog en van Beleg* dan Penetapan Keadaan Bahaya.⁹ Melalui pengaturan ini seluruh

⁷ Pasal I huruf I Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, LN Nomor 70 TLN Nomor 4297.

⁸ Tana Mantiri (ed), *Pengkajian Hukum tentang Privatisasi Perusahaan Milik Negara Ditinjau dari UUD 1945*, (Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional, 2011), hal. 4.

⁹ Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 74 Tahun 1957 tentang Pencabutan *Regeling of*

perusahaan swasta Belanda beralih menjadi milik pemerintah Republik Indonesia. Perusahaan-perusahaan hasil pengambilalihan dan nasionalisasi dari perusahaan Belanda itulah yang sebagiannya merupakan cikal bakal perusahaan negara saat ini.

Sebelum Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara disahkan sebagai dasar hukum eksistensi Badan Usaha Milik Negara, Pemerintah telah menetapkan Undang-Undang Nomor 19 Prp. Tahun 1960 tentang Perusahaan Negara. Menurut Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang tersebut, perusahaan negara di Indonesia diposisikan untuk tugas memberikan jasa, menyelenggarakan kemanfaatan umum, dan memupuk pendapatan agar mencapai tujuannya yaitu turut serta membangun ekonomi nasional dengan mengutamakan kebutuhan rakyat dan ketentraman serta kesenangan kerja dalam perusahaan, menuju masyarakat yang adil dan makmur materiil dan spirituil.¹⁰

Kemudian pada tahun 1969 dikeluarkan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1969 tentang Bentuk-Bentuk Usaha Negara yang mengelompokkan badan usaha negara menjadi:¹¹

- (1) **Perusahaan Jawatan (*departmental agency*)**, suatu badan usaha yang disertai fungsi untuk menjalankan pelayanan kepada masyarakat dan sepenuhnya tunduk pada ketentuan *Indonesische Bedrijvenwet* (IBW, *Staatsblad* 1925 : 419).
- (2) **Perusahaan Umum (*public corporation*)**, suatu badan usaha yang berfungsi sebagai wadah penampungan bagi perusahaan negara yang tidak digolongkan sebagai Perusahaan Jawatan maupun Perusahaan Perseroan, dan sepenuhnya tunduk pada ketentuan Undang-undang Nomor 19 Prp. Tahun 1960.
- (3) **Perusahaan Perseroan (*Persero*)**, suatu badan usaha yang berfungsi untuk memupuk keuntungan dan sepenuhnya tunduk pada ketentuan Kitab Undang-undang Hukum Dagang (Stbl. 1847 : 23), khususnya pasal-pasal yang mengatur perseroan terbatas yang saat ini telah diganti dengan Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1969 tentang Bentuk-Bentuk Usaha Negara menyatakan bahwa apabila perusahaan-perusahaan negara telah didirikan berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang sebelum ini maka modal perusahaannya merupakan harta yang tercatat pada neraca kekayaan negara yang dipisahkan dari neraca kekayaan negara. Ketentuan ini menegaskan bahwa untuk selanjutnya perusahaan negara harus dapat berdiri tanpa membebankan lagi anggaran negara. Rudhi Prasetya (1975) menafsirkan bahwa pengaturan tersebut bertujuan agar tagihan terhadap perusahaan negara tidak dapat ditagihkan kepada

de Staat van Oorlog en van Beleg dan Penetapan Keadaan Bahaya, LN Nomor 160 Tahun 1957.

¹⁰ Republik Indonesia, Undang-Undang Prp Nomor 19 Tahun 1960 tentang Perusahaan Negara, LN Nomor 59 Tahun 1960.

¹¹ Rudhi Prasetya, *Beberapa Segi Hukum Perusahaan Negara*, dalam Jurnal Hukum, Nomor 2 Tahun II, 1975, hal. 42.

negara.¹²

Sejalan dengan amanat Undang-undang Nomor 9 Tahun 1969, Pemerintah kemudian membuat pedoman pembinaan BUMN yang mengatur secara rinci hal-hal yang berkaitan dengan mekanisme pembinaan, pengelolaan dan pengawasan yang tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 3 Tahun 1983 tentang Tata Cara Pembinaan dan Pengawasan Perusahaan Jawatan (Perjan), Perusahaan Umum (Perum) dan Perusahaan Perseroan (Persero), kemudian diperbaharui dengan Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 1998 tentang Perusahaan Perseroan (Persero), Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 1998 tentang Perusahaan Umum (Perum) dan Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2000 tentang Perusahaan Jawatan (Perjan).¹³

Rumitnya Status Kedudukan Keuangan Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

Rudhi Prasetya (1975) membedakan status keuangan perusahaan negara yang berbentuk Perusahaan Perseroan, Perusahaan Jawatan dan Perusahaan Umum berdasarkan intensitas fungsi pelayanan publiknya, yaitu sebagai berikut:¹⁴

- (1) **Status keuangan Perusahaan Jawatan:** Karena fungsinya menjalankan pelayanan kepada masyarakat (*public services*), maka sekalipun diberikan kebebasan dalam manajemen anggaran tersendiri namun anggaran perusahaan negara jenis ini masih tetap diperhitungkan dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN).
- (2) **Status keuangan Perusahaan Umum:** Karena fungsi kepentingan umumnya telah agak berkurang, maka status keuangan perusahaan negara jenis ini sama sekali terpisah dari keuangan negara. Akan tetapi karena perusahaan umum masih menjalankan fungsi yang menyangkut kepentingan umum, maka kebijakan strategis manajemennya harus terlebih dahulu mendapatkan persetujuan dan dipertanggungjawabkan kepada menteri teknis yang membawahnya, sekalipun kebijakan operasionalnya telah diserahkan kepada direksi. Selain itu, pengangkatan dan pemberhentian direksi masih dilakukan oleh pemerintah.
- (3) **Status keuangan Perusahaan Perseroan:** Karena fungsi sosial pada perusahaan perseroan sudah sangat kecil maka status keuangannya terpisah dan disamakan dengan persekutuan terbatas pada umumnya, yaitu sebagai badan usaha swasta biasa. Hal ini berarti bahwa hubungan perseroan dengan pihak ketiga sepenuhnya tunduk pada *Wetboek van Koophandel* (Kitab Undang-Undang Hukum Dagang).

¹² *Ibid.*, hal. 47.

¹³ Lihat Penjelasan Umum angka V Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara.

¹⁴ Rudhi Prasetya, *op. cit.*, hal. 49-51.

Berbeda dengan pendapat Rudhi Prasetya (1975) yang melihat status keuangan perusahaan negara berdasarkan intensitas fungsi pelayanan masyarakat, Arifin P. Soeria Atmadja (2009) melihat status kekayaan BUMN berdasarkan pemisahan kekayaannya. Namun, baik Rudhi Prasetya (1975) maupun Arifin P. Soeria Atmadja (2009) bersamaan pandang bahwa kedudukan keuangan pada perusahaan jawatan tidak terpisahkan dari kekayaan negara sedangkan kedudukan keuangan perusahaan umum dan perusahaan perseroan terpisah dari kekayaan negara.¹⁵

Memperhatikan sifat usaha BUMN masa kini, yaitu untuk memupuk keuntungan dan melaksanakan kemanfaatan umum, usaha BUMN dapat disederhanakan pengelompokannya menjadi dua bentuk saja: **Perusahaan Perseroan (Persero)** yang bertujuan memupuk keuntungan dan sepenuhnya tunduk pada ketentuan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas dan **Perusahaan Umum (Perum)** yang dibentuk oleh pemerintah untuk melaksanakan usaha sebagai implementasi kewajiban pemerintah guna menyediakan barang dan jasa tertentu untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Untuk bentuk usaha Perusahaan Umum (Perum), walaupun keberadaannya untuk melaksanakan kemanfaatan umum, namun sebagai badan usaha yang harus tetap mandiri, Perum harus diupayakan untuk mendapatkan laba agar bisa hidup berkelanjutan.¹⁶

Selanjutnya, masalah pemisahan kekayaan BUMN disebutkan secara tegas dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara Pasal 1 ayat (1) yang merumuskan pengertian “Badan Usaha Milik Negara sebagai badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan.” Perumusan tersebut sejalan dengan Pasal 4 ayat (1) yang menyatakan bahwa “Modal BUMN merupakan dan berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan”. Penjelasan Pasal 4 ayat (1) menjelaskan bahwa “Yang dimaksud dengan dipisahkan adalah pemisahan kekayaan negara dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara untuk dijadikan penyertaan modal negara pada BUMN untuk selanjutnya pembinaan dan pengelolaannya tidak lagi didasarkan pada sistem Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara, namun pembinaan dan pengelolaannya didasarkan pada prinsip-prinsip perusahaan yang sehat”.

Penyertaan modal negara dalam rangka pendirian atau penyertaan pada BUMN menurut Penjelasan Pasal 4 ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, bersumber dari: (a) APBN (termasuk proyek-proyek APBN yang dikelola oleh BUMN dan/atau piutang negara pada BUMN yang dijadikan sebagai penyertaan modal); (b) Kapitalisasi cadangan (penambahan modal disetor yang berasal dari cadangan); (c) Sumber lainnya (termasuk keuntungan revaluasi aset).

¹⁵ Arifin P. Soeria Atmadja, *Keuangan Publik dalam Perspektif Hukum Teori, Kritik, dan Praktik*, ed. 1, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hal. 115.

¹⁶ *Ibid.*, Penjelasan Umum Angka VII. Undang-Undang ini masih mendasarkan pada Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas karena dibentuk sebelum berlakunya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Dengan demikian menjadi jelas bahwa berdasarkan pengaturan yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, kekayaan BUMN bukan lagi kekayaan negara dan pengelolannya tidak lagi didasarkan pada sistem Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara.¹⁷

Kemudian muncul persoalan ketika penyertaan modal dari negara dalam BUMN dikaitkan dengan lingkup kekayaan negara sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara. Pasal 2 Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara merumuskan **cakupan keuangan negara** yang meliputi: (a) hak negara untuk memungut pajak, mengeluarkan dan mengedarkan uang, dan melakukan pinjaman; (b) kewajiban negara untuk menyelenggarakan tugas layanan umum pemerintahan negara; (c) penerimaan negara; (d) pengeluaran negara; (e) penerimaan daerah; (f) pengeluaran daerah; (g) kekayaan negara/kekayaan daerah yang dikelola sendiri atau oleh pihak lain berupa uang, surat berharga, piutang, barang, serta hak-hak lain yang dapat dinilai dengan uang, **termasuk kekayaan negara yang dipisahkan pada perusahaan negara/perusahaan daerah**; (h) kekayaan pihak lain yang dikuasai pemerintah dalam rangka penyelenggaraan tugas pemerintahan dan/atau kepentingan umum; dan (i) kekayaan pihak lain yang diperoleh dengan menggunakan fasilitas yang diberikan pemerintah.

Sementara itu, Pasal 9 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara membagi BUMN menjadi dua macam, yaitu Persero dan Perum yang pengertiannya ada di Pasal 1:¹⁸

- (a) **Persero**, adalah BUMN yang berbentuk perseroan terbatas yang modalnya terbagi dalam saham yang seluruh atau paling sedikit 51 % (lima puluh satu persen) sahamnya dimiliki oleh Negara Republik Indonesia yang tujuan utamanya mengejar keuntungan.
- (b) **Perum**, adalah BUMN yang seluruh modalnya dimiliki negara dan tidak terbagi atas saham, yang bertujuan untuk kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan sekaligus mengejar keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan.

Termasuknya kekayaan negara pada perusahaan negara sebagai bagian dari keuangan negara dalam konsep Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara didasarkan pada pemikiran bahwa pemerintah wajib menyelenggarakan pelayanan publik dalam rangka mencapai tujuan bernegara sebagaimana diamanatkan dalam pembukaan UUD 1945. Sementara itu Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara menganut pemikiran yang didasarkan pada teori badan hukum bahwa kekayaan negara yang telah dipisahkan akan menjadi milik BUMN sebagai badan hukum privat sedangkan negara akan memperoleh saham atas modal yang telah disetorkan. Saham inilah yang

¹⁷ Republik Indonesia, *op. cit.*, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara.

¹⁸ *Ibid.*, lihat pengaturan dalam Bab II dan Bab III.

dicatatkan sebagai kekayaan negara. Keuangan BUMN tidak bisa diperlakukan sebagai keuangan negara karena secara alamiah pengelolaan keuangan negara berbeda dari pengelolaan keuangan BUMN.¹⁹ Wakil Ketua Badan Pemeriksaan Keuangan Hasan Bisri, di sidang Mahkamah Konstitusi bulan September 2013 untuk pengujian Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara, mengatakan bahwa makna `kekayaan negara yang dipisahkan` sedemikian yang dimaksud dalam Undang-Undang Kekayaan Negara bukan berarti dipisahkan dari kepemilikan dan pengelolaan keuangan negara, tetapi dipisahkan dari APBN (Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara). Kepemilikan negara dalam kekayaan BUMN adalah sebesar ekuitas yang dimiliki oleh negara.²⁰

Ruang lingkup keuangan negara pada Pasal 2 huruf g Undang-Undang No 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara juga pernah dipersoalkan oleh Kementerian Keuangan dengan meminta fatwa Mahkamah Agung (MA) atas ketentuan tersebut. Mahkamah Agung kemudian mengeluarkan fatwa nomor WKMA/Yud/20/VIII/2006 yang menyebutkan bahwa Pasal 2 huruf g Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara yang menyatakan bahwa kekayaan negara yang dipisahkan pada perusahaan negara/perusahaan daerah tercakup dalam keuangan negara, tidak mempunyai kekuatan yang mengikat secara hukum.²¹

Namun Pasal 3 ayat (1) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2004 tentang Pemeriksaan dan Pengelolaan dan Tanggung Jawab Keuangan Negara menyatakan bahwa pemeriksaan oleh Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) mencakup seluruh unsur keuangan negara sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara. Dengan demikian, objek pemeriksaan keuangan negara tidak hanya sebatas APBN dan APBD saja, melainkan juga meliputi BUMN dan BUMD. Hal ini menunjukkan bahwa menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2004 tentang Pemeriksaan dan Pengelolaan dan Tanggung Jawab Keuangan, pengertian keuangan negara meliputi APBN, APBD, BUMN dan BUMD. Jika dikaitkan dengan Pasal 23 UUD 1945, maka definisi keuangan negara dalam Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara dan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2004 tentang Pemeriksaan dan Pengelolaan dan Tanggung Jawab Keuangan Negara tidaklah tepat karena Pasal 23 UUD 1945 mendefinisikan keuangan negara

¹⁹ Badan Pemeriksa Keuangan, *Siaran Pers Badan Pemeriksa Keuangan "Kekayaan Negara yang Dipisahkan: Apakah Tidak Termasuk Keuangan Negara?"*, http://www.bpk.go.id/assets/files/storage/2013/12/file_storage_1386563323.pdf. Diunduh 1 Juni 2024.

²⁰ Penjelasan Hasan Bisri di sidang pengujian Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara terhadap UUD 1945, di Mahkamah Konstitusi, September 2013.

²¹ Arifin P. Soeria Atmadja, Pola Pikir Hukum (*Legal mindscapes*) Definisi Keuangan Negara yang Membangun Praktik Bisnis Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang Mengakar (*Deep Rooted Business Practices*), dalam Yuli Indrawati (ed), *In Memoriam Prof. Dr. Arifin P. Soeria Atmadja Aktualisasi Hukum Keuangan Publik*, (Bandung: Mujahid Press, 2014), hal. 37.

hanyalah sebatas APBN dan APBD.²²

Dalam putusan atas perkara nomor 48/PUU-XI/2013 mengenai pengujian UU Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara dan perkara nomor 62/PUU-XI/2013 mengenai pengujian UU Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara dan UU Nomor 15 Tahun 2006 tentang Badan Pemeriksa Keuangan, Mahkamah Konstitusi menegaskan bahwa status hukum keuangan Badan Usaha Milik Negara merupakan keuangan negara sehingga Badan Pemeriksa Keuangan berwenang untuk melakukan pemeriksaan.²³ Menurut Mahkamah Konstitusi, pada hakikatnya BUMN, BUMD, atau nama lain yang sejenisnya yang seluruh atau sebagian besar sahamnya merupakan milik negara adalah kepanjangan tangan negara (pemerintah atau pemerintah daerah) yang modal atau sahamnya sebagian atau seluruhnya berasal dari keuangan negara yang dipisahkan. Pemisahan kekayaan tersebut tidak dapat diartikan putusya kaitan negara dengan BUMN, BUMD atau nama lain yang sejenis, namun hanya dimaksudkan untuk memudahkan pengelolaan dalam rangka bisnis. Dengan demikian, Mahkamah Konstitusi berpendapat bahwa keuangan BUMN merupakan keuangan negara.²⁴

²² Pasal 23 UUD 1945: (1) Anggaran pendapatan dan belanja negara sebagai wujud dari pengelolaan keuangan negara ditetapkan setiap tahun dengan undang-undang dan dilaksanakan secara terbuka dan bertanggung jawab untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. (2) Rancangan undang-undang anggaran pendapatan dan belanja negara diajukan oleh Presiden untuk dibahas bersama Dewan Perwakilan Rakyat dengan memperhatikan pertimbangan Dewan Perwakilan Daerah. (3) Apabila Dewan Perwakilan Rakyat tidak menyetujui rancangan anggaran pendapatan dan belanja negara yang diusulkan oleh Presiden, Pemerintah menjalankan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara tahun yang lalu.

²³ Selengkapnya lihat putusan Mahkamah Konstitusi nomor 48/PUU-XI/2013 dan nomor 62/PUU-XI/2013 yang sama-sama diucapkan dalam sidang pleno Mahkamah Konstitusi tanggal 18 September 2014

²⁴ Terhadap perkara nomor 62/PUU-XI/2013, hakim Harjono memiliki pendapat yang berbeda dengan hakim Mahkamah Konstitusi lainnya. Harjono berpendapat bahwa hubungan kepemilikan negara terhadap BUMN adalah karena negara telah memisahkan kekayaannya untuk menjadi modal BUMN. Ketika kekayaan negara yang dipisahkan tersebut menjadi modal perseroan dan dikonversi menjadi saham maka hubungan negara dengan kekayaan yang semula dimilikinya menjadi putus, artinya barang/benda tersebut tidak lagi milik negara melainkan bagian dari harta kekayaan persero. Apabila kepemilikan negara masih melekat, maka negara akan mempunyai dia titel hak atas satu barang/benda yang sama. Hak negara adalah sebagai pemegang saham menggantikan hak kepemilikan yang sebelumnya dipunyai oleh negara. Hal tersebut menjadi jelas jika dikaitkan dengan ketentuan dalam UU BUMN. Oleh karena itu menurut Hakim Harjono seharusnya MK memberikan tafsir konstitusional khususnya terhadap frasa "Badan Usaha Milik Negara" dalam Pasal 6 ayat (1) Pasal 9 ayat (1) huruf b, dan Pasal 11 huruf a UU BPK dan frasa "BUMN/BUMD" dalam Pasal 10 ayat (1) dan ayat (3) UU BPK dengan menyatakan bahwa, "BPK dalam menjalankan tugas dan wewenangnya untuk memeriksa BUMN/BUMD Persero didasarkan atas norma pemeriksaan keuangan yang berlaku sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan tentang Perseroan Terbatas dan tidak didasarkan pada norma pemeriksaan keuangan pada instansi

Ketika negara memasukkan modal ke dalam suatu BUMN (inbreng)²⁵, setelah inbreng dilakukan maka secara hukum segala sesuatu yang telah di-inbreng-kan tersebut sah menjadi bagian dari harta kekayaan BUMN itu sendiri. Akan tetapi konstruksi dalam Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara menyatakan bahwa kekayaan negara yang dijadikan penyertaan modal ke dalam BUMN masih merupakan bagian dari keuangan negara. Padahal saat Pemerintah melakukan penyertaan modal dalam BUMN (Persero), saat itu pula hubungan hukum Pemerintah dengan kekayaannya tersebut putus. Uang yang semula termasuk keuangan negara menjadi keuangan BUMN (keuangan privat) yang seharusnya tunduk pada Undang-Undang Perseroan Terbatas.

Hubungan negara dengan BUMN (Persero) adalah hubungan kepemilikan sebagaimana pemegang saham yang hak dan kewajibannya tunduk pada Undang-Undang Perseroan Terbatas. Negara tidak lagi mempunyai kekuasaan yang bebas terhadap sebagian kekayaan negara yang dipisahkan untuk menjadi modal perseroan karena telah dikonversi menjadi hak pemegang saham sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas. Kekayaan negara yang dipisahkan dalam BUMN secara fisik adalah dalam bentuk saham yang dipegang oleh negara, bukan harta kekayaan BUMN itu. Secara yuridis penyertaan negara dalam suatu badan usaha yang berbentuk Persero, merupakan kekayaan negara yang dipisahkan. Ketika negara menyertakan kekayaan tersebut maka seketika itu juga secara hukum kekayaan tersebut menjadi kekayaan persero. Dengan demikian telah terjadi transformasi hukum dari “uang publik” menjadi “uang Privat”.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis tekstual diatas, ternyata masih terdapat perbedaan pendapat mengenai status atau kedudukan keuangan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) apakah termasuk keuangan negara ataukah bukan, akibat adanya kontradiksi pengertian keuangan negara yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2004 tentang Pemeriksaan dan Pengelolaan dan Tanggung Jawab Keuangan menunjukkan pengertian bahwa keuangan negara meliputi APBN, APBD, BUMN dan BUMD, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara yang menyebutkan bahwa kekayaan negara yang dipisahkan pada perusahaan negara/perusahaan daerah termasuk dalam cakupan keuangan negara. Namun jika dikaitkan dengan Pasal 23 UUD 1945, maka definisi keuangan negara dalam kedua undang-undang tersebut tidaklah tepat karena Pasal 23 UUD 1945 mendefinisikan keuangan negara hanyalah sebatas APBN dan APBD. Disini dibutuhkan *political will* dari pemerintah dan DPR untuk memperjelas pengaturan kedudukan BUMN sesuai dengan prinsip-prinsip hukum keuangan publik.

pemerintahan.”

²⁵ Tindakan negara melakukan penyertaan modal merupakan tindakan negara sebagai sebuah badan hukum privat.

Daftar Pustaka

- Asshiddiqie, J. (2010). *Konstitusi ekonomi*. Penerbit Buku Kompas.
- Atmadja, A. P. S. (2009). *Keuangan publik dalam perspektif hukum: teori, praktik, dan kritik*. RajaGrafindo Persada.
- Badan Pemeriksa Keuangan. (2023, 12 September). *Kekayaan negara yang dipisahkan: Apakah tidak termasuk keuangan negara?* (Siaran pers Badan Pemeriksa Keuangan).
<http://www.bpk.go.id/assets/files/storage/2013/12/file_storage_1386563323.pdf>.
- Indrawati, Y. (Ed). (2014). *In memoriam Prof. Dr. Arifin P. Soeria Atmadja: Aktualisasi hukum keuangan publik*. Mujahid Press.
- Mahkamah Konstitusi. *Putusan atas perkara nomor 002/PUU-I/2003*.
_____. *Putusan atas perkara nomor 48/PUU-XI/2013*.
_____. *Putusan atas perkara nomor 62/PUU-XI/2013*.
- Mantiri, T. (Ed). (2011). *Pengkajian hukum tentang privatisasi perusahaan milik negara ditinjau dari UUD 1945*. Badan Pembinaan Hukum Nasional.
- Prasetya, R. (1975). Beberapa segi hukum perusahaan negara. *Jurnal Hukum*, 2(2).
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945*.
_____. *Undang-Undang Nomor 74 Tahun 1957 tentang Pencabutan Regeling of de Staat van Oorlog en van Beleg dan Penetapan Keadaan Bahaya*. LN Nomor 160 Tahun 1957.
_____. *Undang-Undang Prp Nomor 19 Tahun 1960 tentang Perusahaan Negara*. LN Nomor 59 Tahun 1960.
_____. *Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003*. LN Nomor 47 tahun 2003. TLN Nomor 4286.
_____. *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara*. LN Nomor 70 Tahun 2003. TLN Nomor 4297.
_____. *Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara*. LN Nomor 5 Tahun 2004. TLN Nomor 4355.
_____. *Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2006 tentang Badan Pemeriksa Keuangan*. LN Nomor 85 Tahun 2006. TLN Nomor 4654.
- Sekretariat Jenderal MPR RI. (2008). *Risalah Perubahan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (1999-2002) Tahun Sidang 2000 Buku Enam*. Sekretariat Jenderal MPR RI.

Perspektif Manajemen Kritis Terhadap Pemilu Curang dan Solusinya dari Aspek Teknologi

Jerry Heikal

Pendahuluan

Pemilihan umum (pemilu) merupakan suatu proses pembentukan salah satu pilar demokrasi yaitu kedaulatan rakyat, ketika warga negara bisa menggunakan haknya untuk memilih pemimpin mereka secara bebas dan adil. Pemilu yang jujur dan adil memastikan bahwa pemerintahan yang terbentuk benar-benar mencerminkan kehendak rakyat. Masalahnya, di berbagai belahan dunia, praktik pemilu curang tak jarang terjadi dan menjadi ancaman serius integritas demokrasi. Manipulasi suara dan berbagai bentuk kecurangan pemilu lainnya tidak hanya mencederai prinsip-prinsip demokrasi, tetapi juga memiliki dampak signifikan pada legitimasi kepemimpinan dan stabilitas politik. Yang tak kalah penting adalah dampaknya pada ekonomi negara. Pemilu curang mencerminkan pemborosan anggaran negara, potensial menyemaikan budaya kecurangan dan korupsi di berbagai kegiatan ekonomi masyarakat sehingga ketidakefisienan meluas, dan akhirnya menciptakan iklim buruk investasi yang menghambat pertumbuhan ekonomi.

Oleh karena itu, pemilu curang merupakan persoalan yang sangat serius. Disini, telaah ringkas akan dilakukan terhadap berbagai bentuk pemilu curang, dampaknya pada aspek politik, sosial dan ekonomi nasional, serta peninjauan solusi potensial untuk mengatasinya. Dengan memahami kompleksitas dan implikasi dari pemilu curang, diharapkan dapat ditemukan strategi yang efektif untuk memerangi kecurangan dan memperkuat proses demokrasi.

Bentuk-Bentuk Pemilu Curang

Pemilu curang dapat didefinisikan sebagai pemilihan umum yang prosesnya dicampuri tindakan-tindakan ilegal oleh individu atau sekelompok individu yang tujuannya untuk mempengaruhi hasil akhir. Tindakan mencampuri proses pemilu seperti itu jelas merupakan cara-cara kerja yang tidak sah. Bentuk-bentuk pemilu curang di dunia saat ini sangat beragam, misalnya pengelembungan suara, penciptaan pemilih fiktif, manipulasi logistik pemilu, manipulasi surat suara elektronik, kolusi dengan penyelenggara pemilu, dan manipulasi penghitungan suara. Semua bentuk pemilu curang bermuara pada satu tujuan, yaitu menaik-naikkan suara kandidat atau partai politik yang disukai dan/atau menyusutkan suara kandidat atau partai politik yang tidak disukai.

Pengelembungan suara merupakan salah satu bentuk pemilu curang yang paling umum terjadi, melibatkan penambahan suara secara ilegal untuk mendukung kandidat atau partai politik tertentu. Pengelembungan suara biasanya dilakukan dengan beragam teknik di dalam tahap-tahap proses pemilu, misalnya pengisian kotak dengan

suara fiktif yang didahului manipulasi surat suara fiktif, penambahan surat suara fiktif, dan penciptaan pemilih fiktif. Pengisian kotak dengan suara fiktif dilakukan dengan cara petugas pemilu atau pihak tertentu memasukkan surat suara fiktif atau duplikat surat suara ke dalam kotak suara. Surat suara yang dimasukkan itu tentu sudah ditandai atau dimanipulasi untuk kandidat atau partai tertentu sebelum pemungutan suara dimulai. Kadang-kadang, kesempatan untuk melakukan penambahan surat suara fiktif diperoleh di pusat penghitungan, ketika proses penghitungan tidak disertai pengawasan yang memadai.

Penciptaan pemilih fiktif biasanya dilakukan dengan cara mendaftarkan nama-nama pemilih yang tidak ada dalam daftar pemilih atau yang tidak berhak memilih. Nama-nama ini kemudian digunakan untuk tujuan pembuatan suara palsu atas nama mereka. Alternatif lainnya adalah dengan menggunakan identitas orang yang sudah meninggal untuk dimasukkan ke dalam daftar pemilih dan kemudian membuatkan suara palsu atas namanya. Penggunaan identitas orang yang sudah meninggal seperti itu bisa terjadi akibat daftar kematian sering kali tidak diperbarui secara rutin.

Manipulasi logistik pemilu dipraktikkan melalui distribusi surat suara dengan jumlah berlebihan ke daerah tertentu yang diyakini akan mendukung kandidat atau partai tertentu. Surat suara yang berlebih ini kemudian digunakan untuk menggelembungkan hasil di daerah tersebut. Varian tekniknya bisa berupa pemalsuan surat suara tidak sah atau perubahan surat suara yang awalnya dinyatakan tidak sah menjadi sah dengan cara memalsukan tanda pengenal atau memberikan tanda yang mendukung kandidat atau partai tertentu.

Manipulasi sistem pemungutan suara elektronik berupa peretasan sistem *e-voting* bisa terjadi ketika sistem pemungutan suara elektronik yang tidak aman diretas untuk menambah jumlah suara bagi kandidat atau partai tertentu. Praktik manipulasi sistem *e-voting* bisa juga dilakukan dengan cara perubahan data pemilih, yaitu ketika pihak tertentu bisa mengakses dan mengubah data pemilih dalam sistem pemungutan elektronik untuk menambah suara palsu atau mengalihkan suara dari satu kandidat ke kandidat lain. Sistem pemungutan suara elektronik yang tidak dipersiapkan dengan baik dan tidak aman justru bisa lebih rentan dimanipulasi daripada sistem pemungutan suara konvensional.

Kolusi antara petugas pemilu dengan kandidat atau partai politik tertentu bisa terjadi untuk tujuan menambahkan surat suara palsu atau memanipulasi hasil penghitungan suara. Terjadinya kolusi bisa dilatarbelakangi adanya intimidasi terhadap petugas pemilu ataupun penyuapan petugas pemilu yang korup. Adanya kolusi membuat penghitungan suara rentan dimanipulasi. Manipulasi penghitungan dan rekapitulasi suara bisa terjadi mulai di tingkat Tempat Pemungutan Suara (TPS) dengan penambahan suara ilegal ketika surat suara dihitung ulang dengan cara yang tidak transparan, di tingkat daerah dengan manipulasi rekapitulasi suara, dan di tingkat nasional dengan manipulasi penambahan suara palsu atau perubahan jumlah suara yang sebenarnya. Tindakan ilegal pengelembungan suara kandidat tertentu atau penyusutan suara kandidat lain dengan teknik apapun akan merusak integritas proses

pemilu dan merampas hak rakyat untuk memilih pemimpin atau wakil mereka secara bebas dan adil.

Dampak Pemilu Curang

Pemilu curang menimbulkan dampak serius pada merosotnya kepercayaan publik terhadap proses pemilu dan hasilnya. Masyarakat akan menganggap sia-sia proses panjang pemilu yang diawali kasak-kusuk pencalonan kandidat, kemeriahan pendaftaran kandidat, kehebohan kampanye dan debat publik antar kandidat, pengorbanan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pemberian suara dan penghitungannya, dan tercurahnya harapan untuk mendapatkan hasil yang adil. Nuansa kepalsuan dari proses panjang itu berujung pada kekecewaan. Hasil pemilu dipandang tidak memiliki legitimasi yang kuat.

Dari perspektif politik, krisis legitimasi hasil pemilu menimbulkan anggapan bahwa pemerintahan hasil pemilu curang tidak sah dan kehilangan wibawa di mata rakyat. Perasaan kecewa masyarakat bisa berkembang menjadi keresahan yang memicu protes dan kerusuhan massal. Ketidakstabilan politik pun dipertaruhkan. Kepemimpinan politik hasil pemilu curang akan menghadapi oposisi yang kuat dari dalam parlemen dan/atau masyarakat sipil sehingga sering kali kesulitan menjalankan pemerintahan yang efektif. Pendekatan otoritarian kadang-kadang harus diterapkan untuk mengkonsolidasikan kekuasaan dan melemahkan oposisi politik secara paksa. Ongkos yang harus dibayar adalah pembatasan kebebasan sipil dan pengabaian hak asasi manusia untuk mempertahankan kekuasaan.

Dari perspektif sosial, kekecewaan pada proses dan hasil pemilu curang berpotensi menimbulkan disintegrasi sosial. Hubungan antar individu dan antar kelompok individu pendukung kandidat yang mencurangi dengan pendukung kandidat yang dicurangi menjadi renggang. Muncul kelompok termarginalkan yang cenderung apatis dan enggan berpartisipasi dalam program-program kemasyarakatan. Ketidakadilan sosial yang terasa semakin kuat akan memperkuat ketegangan antar kelompok sosial dan keresahan di tengah masyarakat. Tak jarang suasana seperti itu menjadi lahan subur bagi munculnya kebencian dan kerusuhan sosial, tumbuhnya kelompok kriminal, kekerasan dalam rumah tangga, kenakalan remaja, dan meningkatnya perilaku kriminal.

Dari perspektif ekonomi, pemilu curang merupakan usaha sia-sia negara untuk mendapatkan pemimpin dan kepemimpinan terbaik. Karena prosesnya dibiayai anggaran negara, pemilu curang jelas merupakan pemborosan yang menafikkan prinsip efektivitas dan efisiensi dalam ekonomi. Pelaku pemilu curang umumnya sudah mengorbankan dana besar untuk membiayai kecurangannya dan, oleh karena itu, mereka cenderung menuntut pengembalian dana melalui penyalahgunaan kekuasaan jabatan pemerintahan yang dimenangkannya. Artinya, korupsi dan pemilu curang sulit dipisahkan. Bahkan secara paradigmatis, pemilu curang sendiri dapat diklasifikasikan sebagai korupsi. Akibat lebih lanjut adalah tumbuhnya suasana yang mendorong masyarakat untuk berperilaku korup di berbagai kegiatan ekonomi, karena masyarakat

melihat contoh buruk perilaku korup pemimpin dan kepemimpinan hasil pemilu curang. Budaya ekonomi koruptif dan kecurangan akan meluas di berbagai sektor industri, mengabaikan efisiensi yang penting untuk memperkuat daya saing ekonomi. Potensi ketidakefisienan ekonomi dan lemahnya daya saing akan mengganggu kepercayaan investor lokal maupun asing, apalagi jika tercium adanya ketidakstabilan politik, sehingga investasi dan pertumbuhan ekonomi terhambat. Jika ekonomi tidak tumbuh, tingkat pengangguran akan meningkat dan berujung pada peningkatan ketimpangan sosial, kerusuhan sosial, dan ketidakstabilan politik.

Prospek Solusi Teknologi untuk Memerangi Pemilu Curang

Memerangi pemilu curang butuh pendekatan komprehensif dari seluruh pihak yang berkepentingan. Pendekatan hukum tentu saja merupakan suatu keniscayaan. Penguatan regulasi pemilu melalui penetapan peraturan perundang-undangan yang lebih ketat untuk mengatur proses pemilu dan penegakannya yang konsisten dengan menghukum pelaku kecurangan sangat penting untuk diwujudkan. Transparansi di setiap tahap proses pemilu, termasuk pendaftaran pemilih, pemungutan suara, dan penghitungan suara perlu dipastikan keberlangsungannya. Salah satu cara untuk meningkatkan kepastian keberlangsungan transparansi adalah dengan penerapan teknologi yang tepat. Tentu saja, penerapan teknologi untuk tujuan peningkatan transparansi perlu ditopang peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Penerapan sistem pemungutan suara elektronik dengan teknologi *e-voting* merupakan langkah tepat dan amat menjanjikan untuk mengurangi risiko manipulasi suara. Kemudian, teknologi *blockchain* dimanfaatkan untuk meningkatkan transparansi, keamanan data suara pemilih, dan ketahanannya terhadap manipulasi data. Serangan manipulasi menjadi sangat sulit dilakukan karena blok-blok penyimpanan data saling terhubung satu dengan lainnya membentuk rantai data yang tak bisa diubah dan dipalsukan. *Blockchain* menggunakan enkripsi yang canggih untuk memastikan bahwa setiap suara yang diberikan tidak dapat diubah atau dimanipulasi. Ini jelas menghindarkan sistem pemungutan suara elektronik dari risiko peretasan dan manipulasi data. Transparansi pun terjamin, karena setiap transaksi (suara) yang dicatat dalam *blockchain* dapat dilihat oleh semua pihak yang berkepentingan, menciptakan transparansi total dalam proses pemilu.

Selain peningkatan keamanan data, ketahanan dan transparansi sistem pemilu, pemanfaatan teknologi *blockchain* juga membuka aksesibilitas pemilih yang luas, auditabilitas yang cermat, dan pengendalian sistem yang lebih kokoh. Secara aksesibilitas, *blockchain* memungkinkan pemungutan suara jarak jauh yang aman, memudahkan partisipasi pemilih yang berada di luar negeri atau di daerah terpencil, sehingga jangkauan partisipasi pemilih yang luas dapat diwujudkan. Semua suara yang diberikan pemilih dicatat atau direkam dalam *blockchain* bersifat permanen dan tidak dapat diubah, sehingga memungkinkan dilakukannya audit hasil pemilu kapan saja dengan mudah dan cermat. Pelacakan dan verifikasi setiap suara dapat dilakukan dengan mudah sehingga kepercayaan publik terhadap proses pemilu diharapkan

menguat. Karakteristik unik dari blockchain adalah sifat pengendalian sistemnya yang terdesentralisasi, tidak ada entitas tunggal yang mengendalikan seluruh proses pemilu. Pengendalian sistem pemungutan suara elektronik dengan pemanfaatan teknologi *blockchain* menjadi kokoh karena memiliki jangkar banyak. Risiko korupsi dan kolusi di antara petugas pemilu atau pihak lain yang berkepentingan untuk merusak sistem pemilu semakin jauh berkurang.

Kesimpulan

Penggunaan teknologi *blockchain* dalam pemilu menawarkan solusi inovatif untuk mengatasi berbagai bentuk kecurangan pemilu, termasuk penggelembungan suara dan manipulasi penghitungan. Dengan sifatnya yang terdesentralisasi, transparan, dan aman, *blockchain* akan memberikan manfaat signifikan untuk meningkatkan integritas proses pemilu dan memperkuat kepercayaan publik terhadap hasil pemilu. Suara rakyat akan benar-benar dihormati demi terwujudnya kedaulatan rakyat.

Teknologi *blockchain* memiliki potensi besar untuk merevolusi proses pemilu dengan meningkatkan transparansi, keamanan data, dan integritas sistem pemilu. Namun, untuk mencapai potensi penuh dari pemanfaatan teknologi *blockchain*, diperlukan upaya kolaboratif dalam mengatasi tantangan teknis, biaya, dan penerimaan publik. Implementasi pemanfaatan *blockchain* dalam pemilu harus disertai dengan regulasi yang tepat, pelatihan yang memadai, dan perencanaan yang holistik dan terkoordinasi, agar *blockchain* sungguh-sungguh dapat memperkuat demokrasi dan memastikan pemilu yang jujur dan adil di masa depan. Ongkos implementasi sistem pemungutan suara elektronik dengan teknologi *e-voting* dan *blockchain* memang tidak murah, tetapi manfaat yang akan didapatkan dari aspek politik, sosial, budaya, dan ekonomi akan jauh melampaui pengorbanan ongkosnya.

Daftar Pustaka

- Alam, M., Yusuf, M. O., & Sani, N. A. (2020). Blockchain technology for electoral process in Africa: a short review. *International Journal of Information Technology* 12(3), 861-867.
- Cooley, R., Wolf, S., & Borowczak, M. (2018). Blockchain-based election infrastructures. In *2018 IEEE international smart cities conference (ISC2)* (pp. 1-4). IEEE.
- Hjálmarsson, F. Þ., Hreiðarsson, G. K., Hamdaqa, M., & Hjálmtýsson, G. (2018). Blockchain-based e-voting system. In *2018 IEEE 11th international conference on cloud computing (CLOUD)* (pp. 983-986). IEEE.
- Mohammedali, N., & Al-Sherbaz, A. (2019). Election system based on Blockchain technology. *AIRCC's International Journal of Computer Science and Information Technology*, 13-31.
- Wang, B., Sun, J., He, Y., Pang, D., & Lu, N. (2018). Large-scale election based on blockchain. *Procedia Computer Science*, 129, 234-237.

Bagian Empat
KEWIRAUSAHAAN

Empat Pilar Ekosistem Kewirausahaan di Kampus untuk Mendukung Pertumbuhan Wirausahawan Muda

Raden Aryo Febrian Moedanton

Pendahuluan

Di era globalisasi ekonomi yang dinamis dan penuh dengan persaingan ketat, kewirausahaan telah menjadi salah satu kunci utama untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan pekerjaan baru. Wirausahawan muda, dengan semangat dan inovasi mereka, berperan penting dalam menggerakkan roda perekonomian dan menjadi motor penggerak bagi perubahan sosial. Namun, untuk menciptakan wirausahawan yang tangguh dan sukses, dibutuhkan suatu ekosistem yang mendukung dan memfasilitasi pertumbuhan mereka. Perguruan tinggi, sebagai pusat pengembangan ilmu pengetahuan dan inovasi, memiliki peran strategis dalam membangun ekosistem kewirausahaan yang kondusif bagi mahasiswa (Rifa'i & Nugraha, 2019). Dengan menyediakan pendidikan kewirausahaan yang komprehensif dan berkualitas, kampus dapat menjadi inkubator bagi lahirnya wirausahawan-wirausahawan muda yang memiliki keterampilan, pengetahuan, dan sikap mental yang diperlukan untuk menavigasi tantangan dunia bisnis (Siregar, 2023).

Pentingnya pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi tidak dapat dipandang sebelah mata. Tidak hanya memberikan bekal teori dan konsep bisnis, pendidikan kewirausahaan juga mampu mengembangkan keterampilan praktis seperti mengidentifikasi peluang bisnis, merumuskan model bisnis yang inovatif, mengelola sumber daya secara efisien, serta membangun jaringan dan kemitraan yang strategis. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya memperoleh pengetahuan akademis semata, tetapi juga pengalaman nyata dalam menjalankan sebuah usaha (Arifin & Arini, 2023). Namun, pendidikan kewirausahaan hanya akan efektif jika didukung ekosistem kewirausahaan yang kuat di lingkungan kampus. Sebuah studi yang dilakukan oleh Universitas Stanford mengungkapkan bahwa adanya program kewirausahaan dan inkubator bisnis di kampus memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah *startup* yang lahir dari mahasiswa (Zulkarnain & Andini, 2020). Studi ini juga menyoroti bahwa keberhasilan program kewirausahaan kampus sangat bergantung pada keterlibatan aktif dari dunia industri, investor, dan pemerintah dalam memberikan mentoring, akses modal, serta jaringan pasar yang luas.

Kesimpulan serupa diperoleh dari penelitian Jaringan Kewirausahaan Universitas Eropa (*European University Network for Entrepreneurship*) yang dilakukan di Eropa. Bagi mereka, pengintegrasian pendidikan kewirausahaan ke dalam kurikulum akademik di berbagai disiplin ilmu, tidak terbatas pada fakultas bisnis saja, memiliki peran yang sangat penting. Terungkap juga bahwa mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan ekstrakurikuler kewirausahaan, seperti kompetisi bisnis dan program

mentoring, memiliki kecenderungan besar untuk memulai usaha sendiri setelah lulus (Ndou, *et al.*, 2018). Sementara itu, penelitian yang dilakukan di Asia, khususnya di Singapura, menunjukkan bahwa kampus yang memiliki fasilitas dan sumber daya yang memadai, seperti ruang *co-working*, laboratorium bisnis, dan akses ke teknologi terkini, dapat mendorong minat mahasiswa untuk berwirausaha (Christy & Mingchang, 2021). Minat itu akan menguat jika ada dukungan finansial, baik dari pemerintah maupun investor swasta, untuk memfasilitasi pertumbuhan *startup* yang dilahirkan di lingkungan kampus

Meskipun studi dan penelitian tersebut diatas memberikan wawasan yang berharga tentang pentingnya membangun ekosistem kewirausahaan di kampus, masih banyak yang perlu dieksplorasi dengan cermat lebih lanjut. Misalnya, bagaimana merancang kurikulum kewirausahaan yang paling efektif untuk mengembangkan keterampilan dan *mindset* wirausaha pada mahasiswa, atau bagaimana mengukur dampak jangka panjang dari program kewirausahaan kampus terhadap pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja (Lehmann, *et al.*, 2020). Studi lanjut diperlukan untuk terus menyempurnakan dan mengoptimalkan peran perguruan tinggi dalam mendukung pertumbuhan wirausahawan muda. Memang, menciptakan ekosistem kewirausahaan yang kondusif di kampus tidak hanya terbatas pada kurikulum dan pembelajaran di kelas. Diperlukan upaya yang lebih luas dan terintegrasi, melibatkan berbagai pemangku kepentingan seperti pemerintah, industri, investor, dan komunitas bisnis lokal. Kolaborasi yang erat antara perguruan tinggi dengan para pemangku kepentingan ini dapat membuka peluang untuk pengembangan program inkubator bisnis, akses ke sumber daya modal, mentoring dari pelaku bisnis yang berpengalaman, serta jaringan dan peluang pasar yang lebih luas (Guerrero, *et al.*, 2020).

Alangkah kondusifnya kampus bagi tumbuhnya kewirausahaan jika terbangun komunitas dan jaringan kewirausahaan di dalam kampus. Dengan adanya komunitas yang kuat, mahasiswa dapat saling berbagi ide, berkolaborasi, dan memperoleh dukungan dari sesama calon wirausahawan. Kegiatan seperti kompetisi bisnis, seminar, dan lokakarya kewirausahaan menjadi jalan bagi mahasiswa untuk mengasah keterampilan dan membangun koneksi yang bernilai. Fasilitas pendukung untuk kegiatan-kegiatan itu perlu disediakan, seperti ruang *co-working*, laboratorium bisnis, serta akses ke teknologi dan sumber daya yang dibutuhkan untuk mengembangkan ide-ide bisnis. Lingkungan yang mendukung kreativitas dan inovasi akan membantu memupuk semangat kewirausahaan di kalangan mahasiswa (Schaeffer, *et al.*, 2021). Untuk mewujudkan pembangunan ekosistem kewirausahaan yang kuat di kampus, diperlukan komitmen yang kuat dari seluruh pemangku kepentingan, mulai dari pimpinan perguruan tinggi, dosen, hingga mahasiswa sendiri. Berdasarkan penelusuran hasil studi yang telah dilakukan peneliti-peneliti sebelumnya di berbagai negara, observasi dan pengalaman reflektif selama pembinaan calon wirausaha muda di kampus, teridentifikasi empat (4) pilar ekosistem kewirausahaan yang perlu ditegakkan jika kampus diharapkan mendukung pertumbuhan wirausahawan muda.

Pilar Pertama, Rancangan Kurikulum Kewirausahaan yang Efektif

Merancang kurikulum kewirausahaan yang efektif merupakan langkah fundamental dalam membangun ekosistem kewirausahaan yang kuat di lingkungan kampus. Kurikulum yang baik tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis tentang kewirausahaan, tetapi juga mengembangkan keterampilan praktis dan *mindset* yang dibutuhkan untuk menjadi wirausahawan yang sukses. Beberapa aspek penting yang perlu diadopsi dalam merancang kurikulum kewirausahaan yang efektif adalah integrasi kurikulum kewirausahaan lintas disiplin ilmu, keseimbangan bobot pengetahuan teoretis dan pengalaman praktis, pengembangan keterampilan bisnis yang relevan, pelibatan praktisi bisnis dan wirausahawan dalam proses pembelajaran, dan pelibatan metode pembelajaran *experiential*.

Integrasi kurikulum kewirausahaan lintas disiplin ilmu yang dimaksud disini ditujukan untuk menghindari eksklusivitas kewirausahaan pada bidang bisnis dan ekonomi semata. Karena, peluang berwirausaha dapat muncul dari berbagai disiplin ilmu, seperti sains, teknologi, seni, dan bahkan bidang sosial-humaniora. Kurikulum kewirausahaan sebaiknya diintegrasikan ke dalam program studi lintas disiplin ilmu di perguruan tinggi. Dengan demikian, mahasiswa dari berbagai latar belakang akademik dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan yang relevan dengan minat dan bidang studi mereka. Sebagai contoh, mahasiswa teknik dapat belajar bagaimana mengomersialkan temuan atau inovasi teknologi mereka melalui perkuliahan kewirausahaan yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik bidang teknik. Sementara itu, mahasiswa seni dapat mengembangkan keterampilan untuk membangun bisnis kreatif dan memasarkan produk atau jasa mereka secara efektif (Sumarno, dkk., 2018).

Agar efektif, kurikulum kewirausahaan harus menjaga **keseimbangan bobot pengetahuan teoretis dan pengalaman praktis** dalam struktur dan isinya. Mahasiswa tidak hanya perlu memahami konsep-konsep bisnis seperti perencanaan bisnis, manajemen keuangan, dan pemasaran, tetapi juga harus memiliki kesempatan untuk mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam situasi dunia nyata. Pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*) dapat menjadi metode yang efektif dalam mengintegrasikan teori dan praktik (Sari, & Angreni, 2018). Mahasiswa dapat diberikan tugas untuk mengembangkan ide bisnis, melakukan riset pasar, menyusun rencana bisnis, dan bahkan memulai usaha skala kecil sebagai bagian dari kurikulum. Pengalaman *hands-on* ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang tantangan dan dinamika yang akan dihadapi seorang wirausahawan.

Dalam merancang kurikulum kewirausahaan, perguruan tinggi perlu memberi ruang yang mencukupi untuk **pengembangan keterampilan bisnis yang relevan dan spesifik** dibutuhkan oleh wirausahawan muda, antara lain: (1) *Identifikasi peluang bisnis*, yaitu kemampuan untuk mengidentifikasi peluang bisnis yang potensial, melalui misalnya analisis pasar, identifikasi kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi, dan menemukan celah yang dapat diisi dengan solusi inovatif; (2) *Pengembangan model bisnis yang berkelanjutan*, meliputi kemampuan untuk

merancang proposisi nilai yang unik, membangun strategi pemasaran yang efektif, dan mengoptimalkan operasional bisnis dan rantai pasokan; (3) *Manajemen sumber daya*, yaitu kemampuan mengelola sumber daya secara efisien, baik sumber daya manusia, keuangan, maupun sumber daya lainnya, sehingga topik seperti manajemen keuangan, manajemen sumber daya manusia, dan manajemen operasi perlu diberi perhatian; dan (4) *Keterampilan kepemimpinan dan komunikasi*, yaitu keterampilan untuk memotivasi dan menginspirasi tim kerja dan berkomunikasi efektif dalam membangun hubungan dengan pelanggan, mitra bisnis, dan investor.

Untuk memberikan pengalaman belajar yang lebih otentik dan relevan, kurikulum kewirausahaan sebaiknya **melibatkan praktisi bisnis dan wirausahawan** yang sukses. Mereka dapat berperan sebagai pengajar tamu, mentor, atau pembicara dalam seminar dan lokakarya. Keterlibatan praktisi bisnis dalam kurikulum kewirausahaan dapat memberikan wawasan yang berharga tentang tantangan nyata yang dihadapi oleh wirausahawan, serta strategi dan praktik terbaik yang dapat diterapkan. Selain itu, mahasiswa dapat membangun jaringan yang bermanfaat dengan para profesional bisnis ini dan juga dapat membuka peluang untuk mentoring atau bahkan kemitraan bisnis dengan mereka di masa depan.

Selain pembelajaran berbasis proyek, **metode pembelajaran experiential** seperti simulasi bisnis, permainan peran, dan studi kasus perlu diintegrasikan ke dalam kurikulum kewirausahaan. Metode-metode ini memungkinkan mahasiswa untuk mengalami situasi bisnis secara langsung, mengambil keputusan, dan menganalisis konsekuensi dari keputusan tersebut dalam lingkungan yang aman dan terkontrol. Studi kasus tentang wirausahawan sukses atau bahkan kegagalan bisnis dapat memberikan pembelajaran yang berharga bagi mahasiswa. Dengan menganalisis studi kasus, mahasiswa dapat mengidentifikasi faktor-faktor penting yang berkontribusi terhadap keberhasilan atau kegagalan suatu usaha, serta mengembangkan strategi untuk menghadapi tantangan serupa di masa depan.

Dalam merancang kurikulum kewirausahaan yang efektif, perguruan tinggi perlu mempertimbangkan kebutuhan dan konteks lokal, serta tren dan perkembangan terkini dalam dunia bisnis dan kewirausahaan. Kurikulum harus bersifat dinamis dan responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis yang cepat, sehingga mahasiswa dapat memperoleh keterampilan dan pengetahuan yang paling mutakhir untuk menghadapi tantangan masa depan. Dengan mengintegrasikan aspek-aspek diatas, kurikulum kewirausahaan di perguruan tinggi dapat menjadi fondasi yang kuat bagi lahirnya wirausahawan-wirausahawan muda yang tangguh dan inovatif. Kurikulum yang dirancang dengan baik akan membekali mahasiswa dengan keterampilan dan mindset yang diperlukan untuk menavigasi tantangan dunia bisnis yang dinamis dan menciptakan peluang baru bagi pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja.

Pilar Kedua, Fasilitas Inkubator Bisnis dan Akselerator

Penyediaan fasilitas inkubator bisnis dan akselerator di lingkungan kampus merupakan langkah penting dalam membangun ekosistem kewirausahaan yang solid. Inkubator bisnis dan akselerator memberikan dukungan komprehensif bagi mahasiswa yang ingin memulai usaha, mulai dari pengembangan ide hingga membangun bisnis yang berkelanjutan (Anggresta & Septariani, 2022). Beberapa aspek kunci dalam penyediaan fasilitas inkubator bisnis dan akselerator di kampus adalah penyediaan ruang *co-working* dan pendukungnya, program inkubasi bisnis dengan mentoring intensif, akses ke sumber daya modal, kemitraan dengan industri dan jaringan pasar, program akselerator untuk pertumbuhan cepat, dan pengukuran dan evaluasi kinerja.

Penyediaan ruang *co-working* yang nyaman dengan fasilitas pendukungnya seperti ruang rapat, laboratorium, dan akses internet yang memadai merupakan fondasi penting bagi inkubator bisnis dan akselerator di kampus. Lingkungan kerja yang kondusif dapat mendorong kolaborasi, pertukaran ide, dan produktivitas di antara para calon wirausahawan muda. Selain itu, perguruan tinggi dapat mempertimbangkan untuk menyediakan fasilitas tambahan seperti ruang pameran atau *showroom* untuk memamerkan produk atau layanan yang dikembangkan oleh mahasiswa, serta area *prototyping* atau fabrikasi awal untuk pengembangan produk fisik.

Bagi mahasiswa yang sedang mengembangkan bisnis pada tahap awal, institusi inkubator bisnis sangat diperlukan. Inti dari inkubator bisnis adalah **program inkubasi yang memberikan bimbingan dan mentoring intensif** kepada mahasiswa dalam mengembangkan ide bisnis mereka. Program ini dapat mencakup sesi pelatihan, workshop, dan bimbingan *one-on-one* dengan mentor yang berpengalaman dalam bidang kewirausahaan. Mentor dapat berasal dari kalangan akademisi, praktisi bisnis, wirausahawan sukses, atau bahkan alumni yang telah membangun bisnis mereka sendiri. Mereka dapat memberikan umpan balik yang berharga tentang model bisnis, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, serta tantangan dan peluang yang mungkin dihadapi oleh calon wirausahawan muda.

Ketika mahasiswa memulai dan mengembangkan bisnis, salah satu tantangan utamanya adalah akses ke sumber daya modal. Inkubator bisnis di kampus dapat memfasilitasi **akses ke sumber daya modal**, baik dari pemerintah maupun investor swasta. Perguruan tinggi dapat bekerja sama dengan pemerintah untuk mengakses program-program pendanaan atau hibah bagi *startup* yang lahir dari lingkungan kampus. Di sisi lain, inkubator bisnis juga dapat menjalin kemitraan dengan investor ventura, *angel investor*, atau bahkan alumni yang tertarik untuk berinvestasi pada ide-ide bisnis yang menjanjikan.

Salah satu manfaat besar dari inkubator bisnis di kampus adalah peluang untuk membangun **kemitraan dengan industri dan mengakses jaringan pasar** yang lebih luas. Inkubator bisnis dapat menjalin hubungan dengan perusahaan-perusahaan besar atau industri terkait, yang dapat membuka peluang bagi mahasiswa untuk

melakukan magang, mendapatkan mentoring dari profesional industri, atau bahkan memasarkan produk atau layanan mereka. Kemitraan dengan industri juga dapat memungkinkan mahasiswa untuk mengakses sumber daya, teknologi, atau bahkan fasilitas produksi yang dibutuhkan untuk mengembangkan bisnis mereka. Selain itu, jaringan pasar yang lebih luas dapat membantu wirausahawan muda memperluas basis pelanggan dan meningkatkan peluang keberhasilan bisnis mereka.

Setelah melalui fase inkubasi, *startup* yang lahir dari lingkungan kampus dapat mengikuti program **akselerator yang dirancang untuk mendorong pertumbuhan bisnis yang cepat**. Program akselerator biasanya berjangka waktu singkat, antara tiga hingga enam bulan, dan memberikan mentoring intensif, pelatihan, serta akses ke investor dan jaringan bisnis yang lebih luas. Dalam program akselerator, *startup* dapat mengembangkan model bisnis mereka, mempersiapkan strategi pemasaran yang efektif, serta mengasah keterampilan *pitching* dan presentasi untuk menarik investor potensial. Selain itu, program akselerator juga dapat memfasilitasi peluang untuk berkolaborasi dengan perusahaan besar atau bahkan ekspansi ke pasar internasional.

Untuk memastikan efektivitas inkubator bisnis dan akselerator di kampus, perguruan tinggi perlu melakukan pengukuran dan evaluasi kinerja secara berkala. Indikator kinerja seperti jumlah *startup* yang berhasil dilahirkan, tingkat keberhasilan bisnis, jumlah lapangan kerja yang diciptakan, atau bahkan pendanaan yang diperoleh dapat digunakan sebagai tolok ukur keberhasilan program. Evaluasi kinerja dapat memberikan wawasan tentang area-area yang perlu ditingkatkan, seperti kurikulum kewirausahaan, fasilitas inkubator, atau jaringan kemitraan dengan industri dan investor. Dengan menggunakan data dan umpan balik yang diperoleh, perguruan tinggi dapat terus menyempurnakan program inkubator bisnis dan akselerator untuk mencapai hasil yang lebih baik di masa depan. Penyediaan fasilitas inkubator bisnis dan akselerator di lingkungan kampus membutuhkan komitmen jangka panjang dari perguruan tinggi, serta kolaborasi yang erat dengan pemangku kepentingan seperti pemerintah, industri, dan investor.

Pilar Ketiga, Lingkungan Kampus yang Kondusif bagi Kewirausahaan

Membangun ekosistem kewirausahaan yang kuat di lingkungan kampus tidak hanya terbatas pada kurikulum akademik dan program inkubasi bisnis. Untuk benar-benar mendorong semangat kewirausahaan di kalangan mahasiswa, perguruan tinggi perlu menciptakan lingkungan kampus yang kondusif dan mendukung aktivitas kewirausahaan (Rahmawati, dkk., 2023). Beberapa aspek penting dalam menciptakan lingkungan kampus yang kondusif bagi kewirausahaan adalah infrastruktur dan fasilitas yang mendukung kreativitas dan inovasi, integrasi teknologi terkini dalam proses pembelajaran dan pengembangan bisnis, budaya yang menghargai pengambilan risiko dan kegagalan, gelora semangat kewirausahaan di seluruh kampus, dan jaringan kolaboratif dengan ekosistem kewirausahaan eksternal.

Membangun ekosistem kewirausahaan yang kuat di kampus membutuhkan **infrastruktur dan fasilitas yang memadai untuk mendukung kreativitas dan inovasi**. Perguruan tinggi dapat menyediakan ruang khusus seperti *maker space*, laboratorium teknologi, atau pusat inovasi yang dilengkapi dengan peralatan dan teknologi terkini yang diperlukan untuk mengembangkan ide-ide bisnis. Fasilitas ini tidak hanya bermanfaat bagi mahasiswa dari disiplin ilmu tertentu, seperti teknik atau desain, tetapi juga dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa dari berbagai latar belakang akademik untuk berkolaborasi dan mengeksplorasi ide-ide inovatif. Dengan adanya akses ke fasilitas dan peralatan yang memadai, mahasiswa dapat bereksperimen, membangun *prototipe*, dan mengembangkan produk atau layanan baru yang dapat menjadi dasar bagi usaha mereka di masa depan.

Di era digital saat ini, teknologi memegang peranan penting dalam mendukung kewirausahaan dan pertumbuhan bisnis. Oleh karena itu, perguruan tinggi perlu **mengintegrasikan teknologi terkini ke dalam proses pembelajaran dan pengembangan bisnis** di lingkungan kampus. Ini dapat dilakukan dengan menyediakan akses ke perangkat lunak dan platform digital yang relevan untuk mengelola bisnis, seperti perangkat lunak akuntansi, pemasaran digital, manajemen proyek, atau bahkan pengembangan aplikasi. Selain itu, kampus juga perlu menyelenggarakan pelatihan dan workshop tentang pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing bisnis. Dengan membekali mahasiswa dengan keterampilan teknologi yang relevan, mereka akan lebih siap untuk menghadapi tantangan dan peluang di dunia bisnis modern yang semakin bergantung pada teknologi digital.

Salah satu tantangan utama dalam mendorong semangat kewirausahaan di kalangan mahasiswa adalah mengatasi rasa takut akan kegagalan. Banyak mahasiswa yang memiliki ide-ide bisnis yang menjanjikan enggan untuk memulai karena khawatir akan risiko kegagalan yang mungkin terjadi. Untuk mengatasi hal ini, perguruan tinggi perlu membangun **budaya yang menghargai pengambilan risiko dan memperlakukan kegagalan** sebagai bagian dari proses belajar. Kampus dapat mengadakan acara atau kegiatan yang mempromosikan pembelajaran dari kegagalan, seperti sesi sharing dari wirausahawan yang pernah mengalami kegagalan dalam usaha mereka. Dosen dan pimpinan perguruan tinggi pun dapat memberikan contoh dengan menunjukkan sikap yang positif terhadap pengambilan risiko dan belajar dari kesalahan. Dengan budaya yang mendukung keberanian mencoba dan pembelajaran dari kegagalan, mahasiswa akan lebih berani untuk mengambil risiko dan mencoba ide-ide baru dalam berwirausaha.

Untuk menciptakan lingkungan yang benar-benar kondusif bagi kewirausahaan, perguruan tinggi perlu mempromosikan **gelora semangat kewirausahaan di seluruh kampus**, tidak hanya terbatas pada program studi atau fakultas tertentu. Ini dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti mengadakan acara atau kampanye kewirausahaan yang melibatkan seluruh mahasiswa, dosen, dan staf. Acara seperti kompetisi bisnis, pameran *startup*, atau bahkan kelas kewirausahaan terbuka dapat

membantu menanamkan semangat kewirausahaan di seluruh komunitas kampus. Perguruan tinggi juga perlu mengundang pembicara tamu yang sukses dalam dunia kewirausahaan untuk berbagi pengalaman dan menginspirasi mahasiswa. Kehadiran *role model* seperti ini dapat memberikan motivasi dan inspirasi bagi mahasiswa untuk menjadi wirausahawan yang tangguh.

Meskipun lingkungan kampus sangat penting dalam membangun ekosistem kewirausahaan, namun perguruan tinggi juga perlu membangun **jaringan dan kolaborasi dengan ekosistem kewirausahaan yang lebih luas di luar kampus**. Ini dapat dilakukan dengan menjalin kemitraan dengan organisasi kewirausahaan lokal, komunitas bisnis, inkubator bisnis eksternal, atau bahkan pemerintah daerah. Kolaborasi seperti ini dapat membuka peluang bagi mahasiswa untuk terlibat dalam program-program kewirausahaan yang lebih luas, mengakses sumber daya dan jaringan yang lebih beragam, serta memperoleh wawasan dari pelaku usaha dan wirausahawan yang sukses di luar lingkungan kampus. Perguruan tinggi juga perlu mengadakan program pertukaran atau studi banding dengan kampus lain yang memiliki ekosistem kewirausahaan yang kuat. Ini akan memungkinkan mahasiswa untuk belajar dari praktik terbaik dan berbagi pengalaman dengan mahasiswa dari perguruan tinggi lain.

Dengan membangun lingkungan kampus yang kondusif bagi kewirausahaan, perguruan tinggi dapat menciptakan iklim yang mendorong kreativitas, inovasi, dan semangat untuk mengambil risiko di kalangan mahasiswa. Lingkungan kampus tidak hanya menjadi tempat untuk belajar secara akademis, tetapi juga menjadi inkubator yang sesungguhnya bagi pengembangan ide-ide bisnis dan pertumbuhan wirausahawan muda yang akan membawa perubahan positif bagi perekonomian dan masyarakat secara keseluruhan.

Pilar Keempat, Kolaborasi dengan Pemangku Kepentingan Eksternal

Membangun ekosistem kewirausahaan yang kuat di lingkungan kampus membutuhkan kolaborasi yang erat dengan berbagai pemangku kepentingan eksternal. Perguruan tinggi tidak dapat berjuang sendiri dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan wirausahawan muda (Chrismardani, 2016). Kolaborasi dengan pemangku-pemangku kepentingan merupakan elemen penting dalam membangun ekosistem kewirausahaan yang solid di lingkungan kampus (Krisnanik, dkk., 2021). Oleh karena itu, beberapa upaya perlu dilakukan untuk memperluas jejaring kemitraan dan memperkuat lingkungan yang kondusif bagi tumbuhnya wirausahawan, misalnya menjalin kemitraan dengan pemerintah, melibatkan industri dan komunitas bisnis lokal, berpartisipasi aktif dalam inisiatif penyelenggaraan atau program kewirausahaan tingkat regional maupun nasional, mengadakan program pertukaran dan studi banding, dan menjalin kemitraan dengan investor dan institusi keuangan.

Pemerintah, baik di tingkat nasional maupun daerah, memiliki peran penting dalam mendukung dan memfasilitasi pertumbuhan kewirausahaan di kalangan muda. Perguruan tinggi perlu **menjalin kemitraan dengan pemerintah** untuk mengakses berbagai program dan inisiatif yang bertujuan mendorong kewirausahaan, seperti skema pendanaan, hibah, atau bahkan insentif pajak bagi *startup* yang lahir dari lingkungan kampus. Kolaborasi dengan pemerintah juga dapat memfasilitasi akses kepada sumber daya lain seperti infrastruktur, akses pasar, atau bahkan peluang untuk berpartisipasi dalam program-program kewirausahaan nasional atau regional. Kemitraan seperti ini memberikan dukungan yang sangat berharga bagi pengembangan ekosistem kewirausahaan di kampus.

Perguruan tinggi juga perlu **melibatkan industri dan komunitas bisnis lokal** dalam upaya membangun ekosistem kewirausahaan yang kuat. Kolaborasi dengan perusahaan-perusahaan besar atau industri terkait dapat membuka peluang bagi mahasiswa untuk melakukan magang, mendapatkan mentoring dari profesional industri, atau bahkan memasarkan produk atau layanan mereka. Di sisi lain, keterlibatan dengan komunitas bisnis lokal, seperti asosiasi pengusaha, kamar dagang, atau bahkan wirausahawan sukses di daerah setempat, dapat memberikan wawasan yang berharga tentang dinamika pasar lokal, peluang bisnis, serta tantangan yang mungkin dihadapi oleh wirausahawan pemula. Kolaborasi dengan industri dan komunitas bisnis lokal juga dapat memfasilitasi peluang untuk membangun jaringan dan kemitraan bisnis yang strategis, serta mengakses sumber daya dan pasar yang lebih luas bagi *startup* yang lahir dari lingkungan kampus.

Selain kemitraan dengan pemerintah dan industri lokal, perguruan tinggi juga perlu **berpartisipasi aktif dalam inisiatif penyelenggaraan dan program kewirausahaan** yang lebih luas, baik di tingkat regional maupun nasional. Ini dapat mencakup program-program seperti kompetisi bisnis, konferensi kewirausahaan, atau bahkan jaringan kewirausahaan yang melibatkan perguruan tinggi lain di wilayah atau negara yang sama. Partisipasi dalam inisiatif dan program semacam ini dapat memberikan paparan yang lebih luas bagi mahasiswa dan *startup* yang lahir dari lingkungan kampus. Mereka dapat belajar dari praktik terbaik di perguruan tinggi lain, memperluas jaringan mereka, serta mengakses sumber daya dan peluang yang lebih beragam di luar lingkungan kampus.

Untuk terus memperkuat pengembangan ekosistem kewirausahaan di kampus, perguruan tinggi perlu **mengadakan program pertukaran dan studi banding** dengan kampus lain yang memiliki ekosistem kewirausahaan yang kuat dan mapan. Program ini dapat melibatkan pertukaran mahasiswa, dosen, atau bahkan staf yang terlibat dalam program-program kewirausahaan di kampus. Melalui pertukaran dan studi banding, mahasiswa dan staf dapat belajar dari praktik terbaik di kampus lain, mengamati bagaimana ekosistem kewirausahaan dibangun dan dikelola, serta memperoleh wawasan baru yang dapat diterapkan di lingkungan kampus mereka sendiri. Selain itu, program pertukaran dan studi banding juga dapat memfasilitasi kolaborasi penelitian atau bahkan proyek kewirausahaan bersama antara perguruan

tinggi yang terlibat, sehingga memperluas jaringan dan peluang bagi mahasiswa dan wirausahawan muda.

Dalam membangun ekosistem kewirausahaan yang kuat, akses ke sumber daya modal menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan. Oleh karena itu, perguruan tinggi perlu **menjalin kemitraan dengan investor**, baik investor ventura, *angel investor*, maupun **institusi keuangan** seperti bank dan lembaga pembiayaan lainnya. Kemitraan dengan investor dapat memfasilitasi akses ke pendanaan bagi *startup* yang lahir dari lingkungan kampus, baik dalam bentuk investasi ekuitas, pinjaman, atau bahkan skema hibah. Investor juga dapat berperan sebagai mentor atau penasihat bagi wirausahawan muda, memberikan arahan dan bimbingan dalam mengembangkan model bisnis yang solid dan menarik bagi investor. Di sisi lain, kemitraan dengan institusi keuangan dapat memberikan akses kepada skema pembiayaan atau kredit yang lebih fleksibel dan ramah bagi *startup*, serta membantu mahasiswa dalam mengelola keuangan dan aspek finansial bisnis dengan lebih baik.

Jadi, dengan menjalin kemitraan yang erat dan saling menguntungkan, perguruan tinggi dapat mengakses sumber daya, jaringan, dan peluang yang lebih luas untuk mendukung pertumbuhan wirausahawan muda. Namun, kolaborasi ini harus dibangun atas dasar kepercayaan, komunikasi yang terbuka, dan pemahaman yang jelas tentang peran dan tanggung jawab masing-masing pihak. Perguruan tinggi perlu proaktif dalam menginisiasi dan memelihara hubungan dengan para pemangku kepentingan eksternal, serta terus mencari peluang untuk berkolaborasi dalam mengembangkan ekosistem kewirausahaan yang lebih kuat dan berkelanjutan. Dengan kolaborasi yang efektif dengan pemangku kepentingan eksternal, kampus tidak hanya menjadi pusat pembelajaran akademis, tetapi juga menjadi katalis bagi pertumbuhan ekonomi dan inovasi, serta melahirkan wirausahawan-wirausahawan muda yang memiliki dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

Kesimpulan

Membangun ekosistem kewirausahaan yang kuat di lingkungan kampus merupakan langkah strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru melalui wirausahawan-wirausahawan muda yang inovatif. Perguruan tinggi perlu menegakkan empat (4) pilar ekosistem kewirausahaan di kampus agar mampu mendukung pertumbuhan wirausahawan muda yang dicita-citakan. Empat pilar itu adalah rancangan kurikulum kewirausahaan yang efektif, fasilitas inkubator bisnis dan akselerator, lingkungan kampus yang kondusif bagi kewirausahaan, dan kolaborasi dengan pemangku kepentingan eksternal. Hanya dengan upaya yang terkoordinasi dan holistik, melibatkan seluruh pemangku kepentingan, kampus dapat benar-benar menjadi lokus lahirnya wirausahawan-wirausahawan muda yang tangguh, inovatif, dan membawa perubahan positif bagi perekonomian dan masyarakat secara keseluruhan.

Rancangan kurikulum kewirausahaan yang efektif mensyaratkan keseimbangan bobot teori dan praktik, pengembangan keterampilan bisnis yang relevan, pelibatan praktisi bisnis dan wirausahawan, penerapan metode *experiential*, dan perlunya mengintegrasikan semua itu ke dalam kurikulum program studi lintas disiplin ilmu. Inkubator bisnis dan akselerator menyediakan ruang *co-working*, program inkubasi dengan mentoring yang intensif, akses ke sumber daya modal, kemitraan dengan industri dan jaringan pasar, dan bantuan pertumbuhan cepat bagi *startup* yang lahir dari lingkungan kampus. Lingkungan kampus yang kondusif bagi kewirausahaan memerlukan infrastruktur dan fasilitas untuk berkreasi dan berinovasi, integrasi teknologi terkini dalam proses pembelajaran, budaya yang menghargai pengambilan risiko dan kegagalan, dan gelora semangat kewirausahaan di seluruh kampus. Sedangkan, kolaborasi aktif dengan berbagai pemangku kepentingan eksternal seperti pemerintah, industri, komunitas bisnis lokal, investor, dan institusi keuangan menjadi pelengkap tetapi bisa menjadi penentu karena perguruan tinggi tidak dapat berjuang sendiri dalam menciptakan lingkungan kondusif bagi pertumbuhan wirausahawan muda.

Daftar Pustaka

- Anggresta, V., Maya, S., & Septariani, D. (2022). Pengaruh literasi digital dan mata kuliah kewirausahaan terhadap kesiapan berwirausaha. *Research and Development Journal of Education* 8(1), 153-159.
- Arifin, Z., & Arini, R. E. (2023). Peran teknologi dan inovasi dalam kesuksesan bisnis wirausaha muda. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science* 1(04), 301-311.
- Chrismardani, Y. (2016). Model pembelajaran kewirausahaan yang berkelanjutan. *Eco- Entrepreneur* 2(1), 106-119.
- Christy, N. N. A., & Mingchang, W. (2021). A study on the implementation approaches of University Incubation Centres to reinforce entrepreneurship-taking the example of Singapore. *International Journal of Contemporary Management* 57(3), 39-49.
- Guerrero, M., Urbano, D., & Gajón, E. (2020). Entrepreneurial university ecosystems and graduates' career patterns: do entrepreneurship education programmes and university business incubators matter?. *Journal of Management Development* 39(5), 753-775.
- Krisnanik, E., Saphira, Q., & Indriana, I. H. (2021). Desain model MBKM dan kolaborasi kerja sama model pentahelix guna meningkatkan daya saing lulusan. *Proceeding KONIK (Konferensi Nasional Ilmu Komputer)* 5, 138-142.
- Lehmann, E. E., Meoli, M., Paleari, S., & Stockinger, S. A. (2020). The role of higher education for the development of entrepreneurial ecosystems. *European Journal of Higher Education* 10(1), 1-9.

- Ndou, V., Secundo, G., Schiuma, G., & Passiante, G. (2018). Insights for shaping entrepreneurship education: Evidence from the European entrepreneurship centers. *Sustainability* 10(11), 4323.
- Rahmawati, F. N., Subiyantoro, S., & Hayati, B. N. (2023). Efektifkah kurikulum dan materi berbasis entrepreneurship di perguruan tinggi indonesia saat ini?. *Judika (Jurnal Pendidikan Unsika)* 11(1), 1-14.
- Rifa'i, A., & Nugraha, T. E. (2019). Rencana strategi dalam menerapkan pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi melalui proses pembelajaran yang berkelanjutan. (Studi kasus pada Universitas Banten Jaya Kota Serang-Banten). *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 1(02), 71-90.
- Sari, R. T., & Angreni, S. (2018). Penerapan model pembelajaran project based learning (PjBL) upaya peningkatan kreativitas mahasiswa. *Jurnal varidika* 30(1), 79-83.
- Schaeffer, P. R., Guerrero, M., & Fischer, B. B. (2021). Mutualism in ecosystems of innovation and entrepreneurship: A bidirectional perspective on universities' linkages. *Journal of Business Research* 134, 184-197.
- Siregar, P. P., Julmasita, R., Ananda, S., & Nurbaiti, N. (2023). Pentingnya pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi. *Asatiza: Jurnal Pendidikan* 4(1), 43-50.
- Sumarno, S., Gimin, G., Haryana, G., & Saryono, S. (2018). Desain pendidikan kewirausahaan mahasiswa berbasis technopreneurship. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* 6(2), 171-186.
- Zulkarnain, W., & Andini, S. (2020). Inkubator bisnis modern berbasis I-Learning untuk menciptakan kreativitas startup di Indonesia. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(1), 77-86.

Design Thinking Untuk Keterampilan Higher-Order Thinking Kaum Muda di Perguruan Tinggi

M. Taufiq Amir

Pendahuluan

Seorang anak kelas dua SMP bersama kakak kelasnya diminta menangani pengaturan “roster” atau jadwal kelas sekolahnya: skedul guru mengajar dan pendaftaran kelas siswa. Lakeside School nama sekolahnya, Bill Gates nama si anak dan Paul Allen nama kakak kelasnya. Keduanya memang mahir di bidang pemrograman komputer dan ingin menjadikan pengaturan roster ini sebagai proyek pertama mereka. Parahnya, tenggat waktu yang tersedia hanya sekitar dua minggu sebelum sekolah dimulai. Jadilah mereka begadang di laboratorium, tidur di sekolah, untuk membereskan masalah pemrograman. Kerjasama kedua anak ini berbuah manis dan akhirnya mereka sukses. Kesuksesan proyek roster di sekolah ini membuat nama mereka populer. Sekolah-sekolah lain jadi tertarik untuk meminta bantuan yang sama. Bahkan, nama harum mereka menjalar dan perusahaan-perusahaan pun mulai tertarik menggunakan jasa mereka. Masih sekolah, tapi sudah bisa membuat program komputer. Bill Gates dan Paul Allen inilah yang akhirnya mendirikan perusahaan nomor satu dunia “Microsoft”. Banyak yang kaget, karena mereka ternyata masih tergolong anak-anak!

Bill Gates dan Paul Allen mungkin contoh ekstrim, bahwa di tingkat SMP-SMA siswa sudah mampu dan terbiasa menyelesaikan masalah dan menciptakan solusinya. Sesuatu yang tidak mungkin terjadi, kalau mereka tidak terampil menggunakan *higher-order thinking*. Tapi, perguruan tinggi memang memiliki aspirasi agar mahasiswa dan lulusannya tidak menjalani perkuliahan hanya sekedar untuk mengingat, memahami atau paling jauh menerapkan. Perguruan tinggi perlu membuat mahasiswa terbiasa dan terampil untuk menganalisis, mengevaluasi dan kemudian – seperti Bill Gates dan Paul Allen – mampu mencipta, menyelesaikan satu masalah di dunia pekerjaan nyata.

Setiap tahun ada sekitar dua jutaan lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) yang melanjutkan studi di perguruan tinggi di Indonesia. Mereka belajar di berbagai perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta, dan berharap memperoleh semua bekal yang diperlukan untuk sukses memasuki dunia kerja. Namun faktanya, tenaga kerja yang mampu diserap oleh dunia kerja sangat terbatas. Menurut data tahun 2021, hanya sekitar 12% dari lulusan perguruan tinggi yang diserap oleh tenaga kerja (Caterine, 2021).

Dengan persaingan yang begitu ketat, lulusan perguruan tinggi perlu memastikan dirinya terbekali dengan berbagai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan. Kini, para lulusan semakin dituntut memiliki keterampilan untuk mengatasi tantangan kompleks yang akan mereka hadapi dalam pekerjaan dan dalam kehidupannya di masyarakat. Mereka dituntut dapat memikirkan permasalahan secara kolaboratif, menggabungkan berbagai perspektif, dan memfasilitasi serta mendorong perubahan.

Kini orang sulit memprediksi lapangan kerja di masa depan, bahkan sulit juga memprediksi seperti apa masa depan itu sendiri. Oleh karena itu, perguruan tinggi perlu membekali lulusannya dengan keterampilan agar mampu unggul di masa depan yang tidak menentu.

Di sisi lain, perguruan tinggi melakukan berbagai upaya agar para mahasiswanya relatif siap berkarya sewaktu lulus. Mulai dari konten kurikulum hingga metode pembelajaran pun dikembangkan. Rumusan profil lulusan dan standar capaian pembelajaran lulusan dirancang, kesemuanya bertujuan agar lulusan terampil dan menang bersaing dari rekan-rekannya yang lain saat melamar pekerjaan. Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) dirumuskan dengan merujuk pada *taksonomi bloom* (lihat tabel 1) agar memiliki kompetensi yang sesuai, sehingga Capaian Mata Kuliah (CPMK) dapat dinyatakan secara spesifik. Para dosen menyelaraskan hirarki tujuan pembelajaran berdasarkan kompleksitasnya, yaitu “mengingat”, “memahami”, “menerapkan”, “menganalisis”, “mengevaluasi” dan “menciptakan” sesuai dengan konten mata-kuliahnya. Sebagai contoh, mahasiswa di kelas Manajemen Pemasaran ditargetkan mampu menerangkan apa yang dimaksud dengan konsep 4P dalam pemasaran: produk – *product*, harga – *price*, lokasi/distribusi – *place*, dan promosi – *promotion* (memahami). Mereka bisa ditargetkan mampu menerapkan 4P secara spesifik untuk perusahaan tertentu, misalnya perusahaan produsen barang konsumsi (menerapkan). Lebih lanjut, mereka juga bias ditargetkan mampu menganalisis praktik yang terjadi di suatu perusahaan, termasuk menunjukkan keefektifan, kekurangan maupun kelebihanannya (menganalisis dan mengevaluasi). Pada tahap yang lebih kompleks, mereka bisa ditargetkan mampu membuat program komunikasi pemasaran (mencipta) untuk suatu perusahaan.

Tabel 1. Taksonomi Bloom

| | |
|--------------|---|
| Mengingat | Mengingat fakta dan konsep dasar (misalnya: membuat daftar, mendefinisikan, mendeskripsikan) |
| Memahami | Menjelaskan ide atau konsep (misalnya: merangkum, menjelaskan, menafsirkan) |
| Menerapkan | Menggunakan informasi dalam situasi baru (misalnya: menggunakan, mendemonstrasikan, memecahkan) |
| Menganalisis | Menggambarkan hubungan antar ide (misalnya: membandingkan, membedakan, mengkategorikan) |
| Mengevaluasi | Membenarkan keputusan atau tindakan (misalnya: berdebat, menghakimi, mengkritik) |
| Menciptakan | Menghasilkan karya baru atau karya orisinal (misalnya: merancang, membangun, merumuskan) |

Banyak upaya telah dilakukan dengan berbagai metode pembelajaran untuk memastikan agar mahasiswa memiliki kompetensi yang dituntut seperti di atas. Daripada sekadar *mengingat* dan *memahami*, tiga elemen pembelajaran yang relatif lebih sulit tapi lebih diperlukan adalah: *menganalisis*, *mengevaluasi* dan *mencipta*. Tiga

elemen tersebut sering juga dikenal sebagai *higher-order thinking (HOT)*. Metode pembelajaran seperti *Problem-based Learning* dan *Project-Based Learning* telah populer di kalangan perguruan tinggi untuk memfasilitasi HOT. Namun, metode *Design Thinking* yang berpotensi besar memfasilitasi HOT dan memberi penekanan pada penciptaan masih jarang dibahas. *Design Thinking* merupakan metode berbasis empati pembelajar, memfasilitasinya dalam perumusan masalah dan pemilihan solusi yang inovatif (Kelley & Kelley, 2019). Dalam ranah praktik bisnis, metode ini cukup populer. Memang, metode ini lebih banyak diterapkan di tingkat pascasarjana. Tapi menurut Wright & Wrigley (2019), *Design Thinking* sudah sewajarnya dipertimbangkan untuk diterapkan di tingkat sarjana karena mendorong HOT, khususnya aspek penciptaan. Di program sarjana manajemen bisnis, niat untuk menghasilkan lulusan yang terbiasa “mencipta” sangat potensial untuk diwujudkan melalui penerapan *Design Thinking*. Bukan saja karena di organisasi bisnis praktik *Design Thinking* semakin populer dan dibutuhkan, tapi karena pengembangan keterampilan HOT pada mahasiswa, terutama kemampuan mencipta, sangat penting.

Higher-Order Thinking di Perguruan Tinggi

Higher-Order Thinking (HOT) adalah proses kognitif yang lebih dari sekadar mengingat dan memahami. Dalam konteks perguruan tinggi, proses ini sekaligus juga berkaitan dengan pemikiran yang lebih kompleks, seperti *menganalisis, mengevaluasi, melakukan* sintesis dan akhirnya dapat *menciptakan*. Keterampilan ini sangat penting agar mahasiswa mampu menguasai secara lebih mendalam satu subjek ilmu tertentu dan bahkan bisa menerapkan pengetahuannya dengan cara yang lebih efektif dan inovatif. Sudah sejak lama diketahui bahwa HOT menentukan capaian pembelajaran dan juga kesuksesan lulusan dalam pekerjaan. Kini, strategi pedagogis untuk HOT sudah berkembang, dengan tetap mendorong proses pembelajaran aktif, mempromosikan partisipasi dan berpikir kritis demi efektivitas peningkatan HOT. Tujuan lain dari penekanan pentingnya menyertakan HOT dalam *setting* pendidikan adalah untuk mendorong pengalaman belajar yang lebih mendalam, meningkatkan *engagement* mahasiswa, dan meningkatkan kemampuan mereka dalam pemecahan masalah.

Hasil dari suatu studi menyarankan pengkombinasian dengan pendekatan 3P: *problem founding* – penemuan masalah, *definition of program* – penentuan program, dan *solving the problem* – penyelesaian masalah (Heron & Palfreyman, 2023). Pendekatan ini menunjukkan perlunya menyelenggarakan seminar, menggunakan metode pengajaran dialogis agar mahasiswa berpartisipasi dalam diskusi yang mendalam, mendorong mereka menantang asumsi, dan menyelesaikan masalah kompleks secara kolaboratif. Selain itu, pengkombinasian dengan pendekatan konstruktivisme sosial juga bisa diterapkan. Dalam pembelajaran berbasis prinsip konstruktivisme sosial, pengetahuan dikonstruksi mahasiswa melalui interaksi sosial. Pelaksanaannya disesuaikan dengan kategori mahasiswa, seperti: *high achieving class*, *average achieving class*, dan *low achieving class* (Zohar & Dori, 2003).

Strategi untuk Memfasilitasi *Higher-Order Thinking* (HOT)

Beberapa strategi sudah dipraktikkan para pendidik untuk memfasilitasi tumbuhnya HOT, khususnya terkait penciptaan dengan mengintegrasikannya dengan tingkat pengetahuan “menganalisis” dan “mengevaluasi”. Sebagian besar merupakan praktik yang berkaitan dengan penggalakan daya kreativitas, berpikir kritis, dan orientasi pada tingkat pengetahuan “mencipta”. Dari literatur yang tersedia luas, tiga metode atau model pembelajaran seringkali menjadi pilihan strategis, yaitu *Project-Based Learning*, *Problem-Based Learning*, dan *Flipped Classroom*.

1. ***Project-Based Learning***: suatu metode pembelajaran di mana mahasiswa menerapkan pengetahuannya dalam sebuah proyek untuk menciptakan sesuatu yang baru. Di antaranya, mahasiswa membuat rencana bisnis atau proposal untuk aktivitas tertentu (Bell, 2010).
2. ***Problem-Based Learning***: suatu metode pembelajaran yang populer di tahun 2000-an di mana prosesnya dimulai dengan penyajian secara mengambang terhadap masalah yang kadang-kadang bersifat cukup kompleks, terkait dengan situasi nyata, dan membutuhkan pendekatan yang inovatif (Allen et al., 2011). Misalnya, mahasiswa diminta untuk memecahkan masalah perubahan iklim di komunitas lokal dengan menciptakan praktik-praktik yang dapat dikonversi menjadi suatu bisnis, termasuk mengembangkan kampanye kesehatan publik.
3. ***Flipped Classroom***: suatu model pembelajaran yang bisa dirancang untuk membangun proyek kolaborasi di mana mahasiswa mempelajari terlebih dahulu materi yang sifatnya konsep di luar kelas, seperti misalnya lewat pembelajaran *online* (Munir et al., 2018). Tugas akhir berupa *Capstone Project* yang dirancang untuk memberikan pengalaman langsung bagi mahasiswa dalam memecahkan masalah nyata di dunia kerja bisa diterapkan untuk membangun tingkat pengetahuan “menciptakan”. Baru-baru ini, pendekatan *mentorship* dan proyek industrial yang dibimbing oleh karyawan di industri semakin populer diterapkan untuk maksud yang sama.

Design Thinking dan Karakteristik Pendekatannya

Saat ini semakin banyak kampus di dunia menerapkan *Design Thinking* dalam kurikulumnya, baik di level program studi maupun departemen (Wright & Wrigley, 2019). *Design Thinking* dipercaya bisa memfasilitasi mahasiswa untuk merasakan kerjasama tim yang kolaboratif, bahkan memaparkan mereka pada keterampilan dan pengetahuan di luar disiplin ilmu mereka. Sebagai sebuah proses, *Design Thinking* akan membiasakan mahasiswa dengan dinamika kegagalan dan keberhasilan dalam bereksperimen.

Suasana belajar yang dianggap sukses dalam *Design Thinking* adalah suasana di mana mahasiswa merasa dapat membuat kesalahan dan belajar dari kesalahan tersebut tanpa dihakimi. Dosen perlu menciptakan lingkungan di mana mahasiswa merasakan diri mereka rentan dalam menyajikan semua ide mereka, namun memungkinkan mereka untuk menciptakan solusi inovatif terhadap permasalahan sehari-hari dengan menggunakan desain sebagai sarannya.

Dalam hubungannya dengan HOT, khususnya tingkat kognitif “mencipta”, *Design Thinking* memiliki karakteristik khas yang membedakannya dari pendekatan lain. Berikut adalah karakteristik *Design Thinking* yang dirangkum dari beberapa studi:

1. **Berpusat pada manusia.** Prosesnya dimulai dari sudut pandang pembelajar, kemudian dicoba untuk mengajukan *insight* yang baru atas masalah yang dihadapi pembelajar. Prakonsepsi yang telah ada bisa diabaikan sementara dengan semangat keterbukaan dalam menyampaikan data-data dan merumuskan permasalahan yang pantas untuk dipelajari. Proses ini mendorong mereka untuk membangun empati, merasakan hubungan dengan subjek yang dipelajari, serta melibatkan kombinasi kemampuan kognisi, emosi, intuisi dan inspirasi.
2. **Ada observasi.** Tujuannya menghasilkan empati juga, memperoleh *insights* dan analisis yang lengkap untuk memahami permasalahan lebih dalam. Setelah *insights* diperoleh, dilakukan proses sintesis yang dengannya pembelajar membangun keterampilan konseptual.
3. **Visualisasi.** Setelah informasi diperoleh dan dicerna, konsep dirumuskan dan visualisasi dilakukan agar makna dari informasi dapat dimengerti oleh anggota tim dan para pihak terkait. Proses ini diharapkan memicu hubungan baru, perspektif dan *insights* baru. Intuisi serta logika akan kembali memfasilitasi penemuan pola dan tema.
4. **Curah gagasan.** Setelah merumuskan satu masalah, tim diajak untuk mencurahkan gagasan yang bervariasi untuk menemukan solusinya.
5. **Membuat purwarupa (*prototype*).** Tujuan pembuatan purwarupa adalah merepresentasikan ide untuk memperoleh umpan balik dan belajar lagi atas masukan dari pihak-pihak yang relevan.
6. **Bereksperimen dan belajar aktif.** *Design Thinking* mendorong aktivitas yang melibatkan subjek secara langsung. Pendekatan ini lebih dari sekadar kemampuan rasional dalam menjelaskan, tetapi juga membuat pemaknaan lebih akurat atas situasi yang dihadapi. Dalam praktik profesionalnya, seorang manajer selalu harus mengambil tindakan sebagai hasil pemahaman informasi baru dan akhirnya menghasilkan *insights* baru. Di sisi lain, karena sedang berhadapan dengan situasi baru yang tidak terstruktur, bereksperimen merupakan langkah lebih tepat. Jika dalam pendekatan perencanaan seorang manajer pada umumnya cenderung melakukan “*think first*”, maka *Design Thinking* dengan eksperimennya menggiring orang untuk “*seeing first*” dan “*doing first*” dalam memutuskan sesuatu.

Design Thinking di Sekolah Bisnis

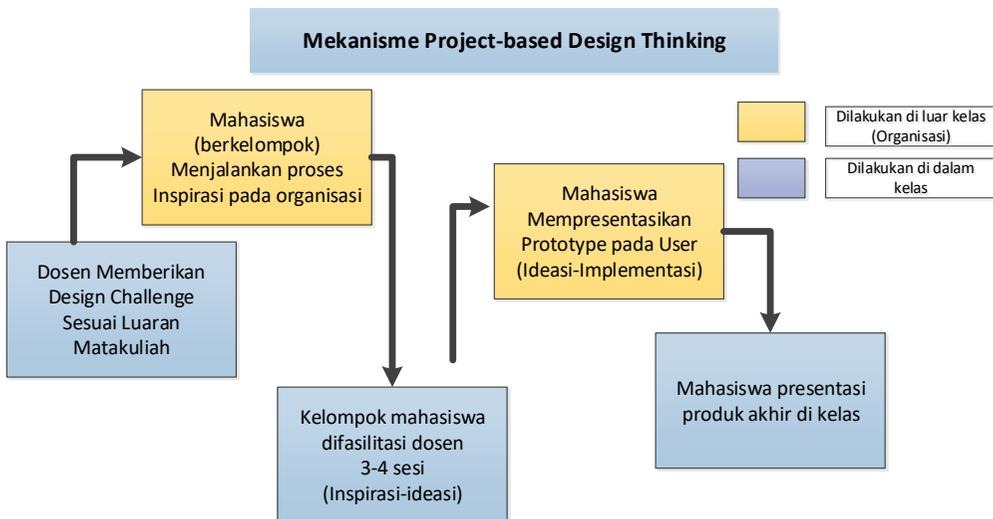
Beberapa studi menunjukkan pentingnya penerapan *Design Thinking* dalam proses pembelajaran di pendidikan tinggi, karena *Design Thinking* telah diadopsi secara luas di berbagai bidang usaha dan industri, seperti misalnya bidang bisnis dan manajemen, kewirausahaan, dan teknologi informasi. Penerapannya lebih dari sekadar konteks bidang studi “perancangan” seperti penerapannya di sekolah desain di Universitas Stanford. Khusus untuk sekolah bisnis, memang awalnya hanya diterapkan di sekolah-sekolah jenjang pasca sarjana, seperti misalnya program *Master of Business Administration* (MBA) yang terlebih dahulu mengadopsinya. Salah satu alasan penerapannya adalah bahwa sekolah bisnis cenderung dianggap fokus menghasilkan lulusan yang hanya fokus mencari untung berlebihan atau menjadi kaya dalam jangka pendek.

Di antara studi yang khusus mendalami perlunya sekolah manajemen bisnis untuk menerapkan pendekatan *Design Thinking* adalah studi yang dilakukan Glen, Suci, Baugh, & Anson (2015). Studi mereka menggambarkan pemikiran desain sebagai proses berulang dan eksploratif yang melibatkan penemuan masalah, observasi, visualisasi, pemahaman, pembuatan ide, pembuatan prototipe, pengujian, dan perancangan model bisnis. Kerangka kerja ini membekali mahasiswa dengan keterampilan untuk menangani masalah yang kompleks dan tidak terstruktur serta mengelola proses inovasi. Argumen utama yang merekomendasikan penerapannya adalah bahwa *Design Thinking* berbeda dari pendekatan analitik yang hanya menekankan perencanaan dan optimalisasi tujuan dengan kriteria yang telah ditentukan, suatu pendekatan yang dinilai hanya lebih sesuai untuk masalah yang telah dipahami, data yang dibutuhkan telah tersedia untuk pengambilan tindakan, serta informasi masa lalu sudah dapat menjadi penduga masa depan (Wright & Wrigley, 2019). Ketika situasi yang dihadapi manajer lebih kompleks dan tidak pasti, dan manajer menjadi kunci solusi yang baik, maka pendekatan *Design Thinking* akan jauh lebih bermanfaat. Kelebihan lain dari penerapan *Design Thinking* adalah kekuatannya dalam memfasilitasi manajer belajar cepat dan memahami situasi lapangan, memungkinkan mereka untuk menghasilkan dan menguji kemungkinan solusi yang inovatif.

Belakangan, dengan semakin populer dan berkembangnya *Design Thinking* sebagai pendekatan instruksional di perguruan tinggi, muncul komunitas yang anggotanya institusi atau pengajar yang menerapkan *Design Thinking*. Salah satu komunitas itu adalah *Global Design Thinking Alliance* (GDTA) yang berpusat di Jerman (<https://www.gdta.org>), anggotanya terdiri dari universitas-universitas dari berbagai negara. Pengelola komunitas ini cukup aktif menginisiasi kegiatan-kegiatan seperti pertemuan tahunan, sesi berbagi pengalaman secara *online*, dan mengundang para ahli yang terkait dengan *Design Thinking* untuk berdiskusi. Program Studi Manajemen Universitas Bakrie adalah anggota GDTA yang masuk sebagai anggota dengan menawarkan praktik *Project-Based Design Thinking*.

Project-Based Design Thinking

Melalui *Project-Based Design Thinking*, Program Studi (Prodi) Manajemen Universitas Bakrie mewujudkan moto Universitas Bakrie “*experience the real things*” dan menerapkan salah satu *core values* universitas yaitu “inovatif”. Dalam pelaksanaannya, *creativity & innovation* berfungsi sebagai pilar *positioning*. Langkah awalnya adalah mengadakan mata kuliah *Pengembangan Kreativitas dengan Design Thinking* yang kontennya berupa pengenalan praktik *Design Thinking* pada semester 3. Matakuliah ini menjadi dasar bagi mahasiswa untuk menjalankan pendekatan *Project-Based Design Thinking (PBDT)*. PBDT adalah kombinasi belajar berbasis proyek dengan menjalankan prosedur *Design Thinking*. Mahasiswa dibina untuk terampil merumuskan masalah hingga mengusulkan solusi yang inovatif dalam bentuk *prototype* produk/jasa, langsung pada perusahaan/organisasi. Rancangan masalahnya berupa *design challenge* yang disesuaikan secara tematik dari mata kuliah yang diikuti. Dalam pelaksanaan PBDT, minimal tiga sesi yang memuat proses PBDT akan difasilitasi dosen dan satu sesi berupa presentasi *prototype* sebagai luaran proyek. Kedua hal ini menjadi bagian dari Kurikulum Operasional Prodi Manajemen Universitas Bakrie dan sudah dijalankan sejak tahun 2020. Diagram di bawah ini menggambarkan semester dan matakuliah yang memuat penerapan PBDT.



Gambar 1. Mekanisme Penerapan PBDT Pada Matakuliah

Melalui penerapan PBDT ini, mahasiswa membangun kompetensi dan kecakapan yang sesuai dengan Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL). Enam prinsip yang mendasarinya adalah: (1) belajar dari kegagalan; (2) “*Make it*” atau sikap ingin mewujudkan dan berorientasi pada tindakan; (3) *creative confidence*; (4) empati; (5) merangkul ketidakpastian; dan (6) optimis. PBDT memungkinkan mahasiswa melatih keterampilan HOTS dan belajar mencipta sejak kuliah (lihat tabel 2). Mahasiswa diberi kepercayaan untuk mampu terlibat pada masalah-masalah nyata di dalam organisasi dengan menerapkan ilmu yang mereka sudah pelajari.

Tabel 2 *Design Thinking* dan *Higher-Order Thinking* (HOT)

| Taksonomi Bloom | Proses Design Thinking | Deskripsi |
|-----------------|--|--|
| Menganalisis | Empati dan memahami masalah | Mengumpulkan dan menafsirkan data riset untuk identifikasi pola, menguraikan perilaku yang kompleks. |
| | Perumusan masalah | Mensintesis temuan riset untuk mendefinisikan masalah, mengidentifikasi akar penyebabnya dan memahami hubungan antar komponen. |
| | Pengusulan ide dan berpikir <i>divergent</i> | Menghasilkan ide-ide, menganalisis solusi yang ada, mengidentifikasi kesenjangan, dan mengeksplorasi kemungkinan-kemungkinan baru. |
| Mengevaluasi | Membuat <i>prototype</i> dan pengujian. | Mengembangkan dan menguji <i>prototype</i> dengan penggunaannya, menilai kelayakan dan keinginan solusi. |
| | Pengintegrasian umpan balik | Menilai umpan balik dari pengujian, membuat keputusan dengan melibatkan pemikiran kritis. |
| | Refleksi dan perbaikan | Merefleksikan dan menyempurnakan ide berdasarkan penilaian berkelanjutan dan siklus perbaikan. |
| Menciptakan | Pengusulan ide dan curah gagasan | Menghasilkan ide-ide untuk tumbuhnya pola pikir kreatif, mendorong eksplorasi solusi non-konvensional. |
| | Implementasi dan inovasi | Merealisasikan gagasan, menciptakan produk/jasa, mengusulkan program dan mengeskusinya. |

Tantangan yang Dihadapi Mahasiswa, Dosen dan Institusi

Menerapkan *Design Thinking* dalam pendidikan bisnis memiliki tantangan yang tidak mudah, karena proses yang kompleks dan berulang. Mahasiswa sering kali mengalami kebingungan dan frustrasi pada awalnya, sehingga kadang kala menghambat keterlibatan dan hasil belajar mereka. Namun, dengan bimbingan yang tepat dan kegiatan yang terstruktur, tantangan-tantangan itu dapat diatasi.

Inovasi, termasuk dalam hal pendidikan, selalu tidak mudah. Karena, ide baru selalu berimplikasi pada tuntutan untuk berubah. Untuk mendorong perubahan dalam menjalankan Problem-Based Design Thinking, perlu upaya sistemik yang dilakukan secara konsisten. Bila suatu program studi memutuskan untuk menjalankannya, mayoritas dosen perlu menguasainya. Tantangan yang seringkali dihadapi adalah adanya resistensi para dosen yang cukup tinggi, terutama karena tuntutan untuk mempelajari dan menguasai *Design Thinking* membutuhkan perhatian serius, upaya ekstra dan investasi waktu yang tidak sedikit. Dalam menjalankan suatu keterampilan, adakalanya tidak langsung mahir dan membutuhkan latihan yang berulang-ulang. Dosen acapkali enggan menjalani proses ini dan akhirnya kembali ke gaya mengajar lama yang sudah mereka kuasai. Kebijakan universitas sangat dibutuhkan agar kendala-kendala seperti itu dapat diatasi.

Penutup

Perguruan tinggi memiliki peran vital dalam melatih mahasiswa dan lulusannya untuk terampil dalam *higher-order thinking*. Lebih dari sekadar mengingat, memahami, dan menerapkan ilmu pengetahuan, mahasiswa dan lulusan perguruan tinggi perlu mahir dalam menganalisis, mengevaluasi dan menciptakan produk/jasa berdasarkan pengetahuan dan keterampilan yang diakuisisinya. Seperti Bill Gates dan Paul Allen pada kasus di awal tulisan ini, potensi mahasiswa untuk mengusulkan dan menciptakan sesuatu kini terbuka lebih luas. Dunia kerja memiliki berbagai ranah baru yang memungkinkan lulusan perguruan tinggi langsung berperan lebih banyak. Mereka bisa berlatih dengan *Project-Based Design Thinking*, pendekatan yang mengkombinasikan tugas berbasis proyek dengan mekanisme *design thinking*. Seperti layaknya berbagai upaya perubahan, mendorong perguruan tinggi untuk mengubah pendekatan dalam belajar-mengajar membutuhkan pengelolaan yang sistemik. Bukan saja pelatihan dan berbagai perangkat yang memfasilitasi dosen menjadi lebih terampil dalam *design thinking*, diperlukan juga kebijakan dan berbagai insentif untuk memotivasinya.

Daftar Pustaka

- Allen, D. E., Donham, R. S., & Bernhardt, S. A. (2011). Problem-based learning. *New Directions for Teaching and Learning*, 2011(128), 21–29. <https://doi.org/10.1002/TL.465>
- Bell, S. (2010). Project-Based Learning for the 21st Century: Skills for the Future. *The Clearing House*, 83(2), 39–43. <https://doi.org/10.1080/00098650903505415>
- Caterine, R. N. (2021). Kemenaker Sebut Pengangguran Terbuka Banyak dari Lulusan Perguruan Tinggi. *Kompas.Com*. <https://nasional.kompas.com/read/2021/07/06/15171381/kemenaker-sebut-pengangguran-terbuka-banyak-dari-lulusan-perguruan-tinggi.%0A>
- Glen, R., Suci, C., Baughn, C. C., & Anson, R. (2015). Teaching design thinking in business schools. *The International Journal of Management Education*, 13(2),

182–192. <https://doi.org/10.1016/J.IJME.2015.05.001>

Heron, M., & Palfreyman, D. M. (2023). Exploring Higher-Order Thinking in Higher Education Seminar Talk. *College Teaching*, 71(4), 252–259. <https://doi.org/10.1080/87567555.2021.2018397>

Kelley, T., & Kelley, D. (2019). *Creative confidence* (2nd ed.). Crown Currency.

Munir, M. T., Baroutian, S., Young, B. R., & Carter, S. (2018). Flipped classroom with cooperative learning as a cornerstone. *Education for Chemical Engineers*, 23, 25–33. <https://doi.org/10.1016/J.ECE.2018.05.001>

Wright, N., & Wrigley, C. (2019). Broadening design-led education horizons: conceptual insights and future research directions. *International Journal of Technology and Design Education*, 29(1), 1–23. <https://doi.org/10.1007/s10798-017-9429-9>

Zohar, A., & Dori, Y. J. (2003). Higher Order Thinking Skills and Low-Achieving Students: Are They Mutually Exclusive? *The Journal of the Learning Sciences*, 12(2), 145–181. https://doi.org/10.1207/S15327809JLS1202_1

Research Potentials for Entrepreneurship Development in the Digital Landscape

Agus Suroso

Introduction

In today's rapidly changing digital landscape, entrepreneurship has been greatly influenced by digital transformation taking place in the field of education. As technology continues to revolutionize the way we learn and do business, it is important to understand the potential avenues for entrepreneurship development research in this dynamic environment. Additionally, identifying the main challenges and barriers that entrepreneurs face in utilizing digital technologies for their businesses is crucial for addressing and overcoming these obstacles.

Future research could delve deeper into the specific strategies that successful entrepreneurs have employed to overcome the challenges associated with digital transformation in education. Understanding the best practices and innovative approaches used by these entrepreneurs could provide valuable insights for aspiring business owners seeking to leverage digital technologies effectively.

By delving deeper into the following topics, researchers can contribute to a more comprehensive understanding of the opportunities and challenges at the intersection of digital transformation, education, and entrepreneurship. The expanded knowledge base will offer invaluable guidance for entrepreneurs and policymakers striving to navigate and harness the potential of the digital landscape for entrepreneurial success.

Educational Programs, Government Policies and Unintended Consequences

It is necessary to conduct a deeper study of the role of educational institutions and government policies in supporting entrepreneurship through digital transformation. Expanding the study to examine the interplay between educational institutions, government policies, and entrepreneurship in the digital age can provide valuable insights into the ecosystem that supports entrepreneurial endeavors. Understanding the effectiveness of educational programs and policies in fostering digital literacy and an entrepreneurial mindset among students, as well as analyzing the influence of government initiatives on digital technology adoption by small and medium-sized enterprises, can provide a comprehensive view of the ecosystem supporting entrepreneurial endeavors in the digital era or can lend depth to the research landscape.

Further exploration of the interplay between government policies, educational programs, and entrepreneurship should also consider potential unintended consequences. Research is necessary to understand how policies and programs may inadvertently stifle innovation or create barriers for certain groups of entrepreneurs, despite aiming to foster digital literacy and technological adoption. Darling and

Nguyen's research offers valuable insights into the unintended consequences that can arise from well-intentioned initiatives (Stolz, 1981). Through their research, it becomes apparent that the interplay between government policies, educational programs, and entrepreneurship demands careful consideration to prevent inadvertent barriers to innovation and technological adoption.

Thus, an in-depth exploration of the interplay between government policies, educational programs, and entrepreneurship must consider potential unintended consequences. Understanding how well-intentioned initiatives may inadvertently create barriers or hinder innovation is essential for designing effective support systems that foster digital literacy and technology adoption without inadvertently stifling entrepreneurial endeavors.

Psychological Barriers and Resistance to Digital Transformation

Understanding the main challenges and barriers faced by entrepreneurs in utilizing digital technologies for their businesses requires a deep dive into various dimensions. In addition to technological infrastructure and literacy, a deeper understanding of the psychological barriers faced by entrepreneurs in embracing digital transformation is imperative. Researching the fears of technology obsolescence, resistance to change, and the psychological challenges associated with adopting digital technologies can provide crucial insights for developing strategies to support entrepreneurs in overcoming these obstacles.

However, it is important to consider the potential drawbacks of solely focusing on individual entrepreneurs. Research should also consider the impact of broader societal and economic factors on digital adoption and transformation, acknowledging that addressing psychological barriers at the individual level may not be sufficient to overcome systemic challenges in embracing digital technologies. The research highlighted by Smith emphasizes the need to consider broader societal and economic factors alongside individual-level interventions when promoting digital adoption and transformation (Swartz et al., 2021). Research that considers the systemic challenges and unintended consequences on individual entrepreneurs can lead to more holistic strategies for promoting digital adoption and transformation, encompassing both individual and structural dimensions.

The Evolving Role of Social Media and Digital Marketing in Entrepreneurial Ventures

The study to examine the evolving role of social media and digital marketing in entrepreneurial ventures presents an enriching avenue for exploration. Investigating the impact of social media on brand development, customer engagement, and market reach within the context of digital transformation and entrepreneurship can uncover valuable strategies for leveraging the digital landscape to enhance business success. However, it is also crucial to consider the potential drawbacks, such as information overload, algorithmic uncertainties, and reliance on fleeting online trends. Exploring

the potential downsides of social media in the context of entrepreneurial ventures can provide a more balanced understanding of its role in business development.

Wang et al. (2020) discusses the implications of information overload and algorithmic uncertainties on business development. They underscore the necessity of informed approaches to leveraging social media for entrepreneurial endeavors. Balancing the influence of social media on entrepreneurial ventures necessitates an examination of its potential drawbacks alongside its benefits. By exploring the risks of information overload, algorithmic uncertainties, and transient trends, stakeholders can develop informed approaches to harnessing social media for business development while mitigating its potential downsides.

Virtual Reality and Augmented Reality in Entrepreneurial Skill Development

The potential avenues for entrepreneurship development research using digital transformation in education are multifaceted. One avenue is exploring the impact of virtual reality and augmented reality technologies on entrepreneurial skill development. These emerging technologies have the potential to provide entrepreneurs with immersive and practical learning experiences by simulating real-world business scenarios and challenges. By delving into the effectiveness of these technologies in cultivating essential entrepreneurial skills, such as decision-making, problem-solving, and innovative thinking, researchers can offer valuable insights into their role in shaping the next generation of digitally savvy business owners.

While virtual reality and augmented reality technologies offer immersive learning experiences, it is essential to consider potential downsides. One argument to explore is the concern that overreliance on simulated business scenarios may hinder entrepreneurs' ability to adapt to real-world unpredictability and challenges. According to a study conducted by Poblete (2022), the overreliance on simulated business scenarios may indeed hinder entrepreneurs' adaptability to real-world unpredictability. Additionally, the accessibility and cost of implementing these technologies could create disparities in entrepreneurial skill development, particularly for individuals and businesses with limited resources.

The insights gained from delving into the potential drawbacks of virtual reality and augmented reality in entrepreneurial skill development can inform the responsible integration of these technologies into educational curricula. By considering the impact of overreliance and accessibility concerns, educators and policymakers can take proactive measures to ensure a balanced approach to leveraging immersive technologies for entrepreneurial skill development.

AI-Powered Educational Platforms and Their Ethical Implications

Another area worthy of deeper exploration is the examination of AI-powered educational platforms tailored to individual entrepreneurial aspirations and needs. These platforms, leveraging artificial intelligence, have the capability to customize learning experiences, providing entrepreneurs with specific knowledge and skills essential for success in the digital era. Delving into the adaptability and effectiveness of such platforms can shed light on their potential to revolutionize entrepreneurial education and skill development.

Delving deeper into AI-powered educational platforms raises ethical considerations surrounding data privacy, algorithm biases, and potential reinforcement of existing inequalities. It is crucial to examine the ethical implications of personalizing entrepreneurial education through AI, ensuring that these platforms do not inadvertently perpetuate systemic disadvantages or compromise individuals' privacy. Poblete (2022) sheds light on the potential reinforcement of existing inequalities through personalized entrepreneurial education. A comprehensive understanding of the ethical implications of AI-powered educational platforms is essential for their responsible implementation. Research into data privacy, algorithm biases, and societal implications can guide the development of ethical guidelines and regulatory frameworks to mitigate potential harms and ensure equitable access to AI-powered educational resources for aspiring entrepreneurs.

Conclusion

By examining the opposing arguments and potential drawbacks in these areas, researchers and policymakers can develop a more nuanced understanding of the complexities at the intersection of digital transformation, education, and entrepreneurship. This balanced perspective will contribute to more effective strategies for supporting entrepreneurs in navigating the digital landscape while mitigating potential challenges and ethical concerns. In conclusion, the intersection of digital transformation, education, and entrepreneurship presents a complex landscape of opportunities and challenges that require nuanced exploration. As scholars and practitioners continue to examine the various facets of this intersection, it is crucial to acknowledge and address potential downsides and ethical considerations associated with cutting-edge technologies and evolving paradigms.

Entrepreneurial education plays a crucial role in preparing individuals for the dynamic landscape of business and innovation. As the discussion delves into the potential drawbacks and considerations associated with various educational and technological advancements in entrepreneurship, it is important to recognize the need for integrated approaches to address these complexities.

By integrating the references to these topics, the discussion emphasizes the necessity of a comprehensive and nuanced understanding of the complexities at the intersection of digital transformation, education, and entrepreneurship. This integrated approach will facilitate the development of more effective strategies for supporting entrepreneurs in navigating the digital landscape while mitigating potential challenges and ethical concerns.

References

- Stolz, S. B. (1981). Adoption of innovations from applied behavioral research: "Does anybody care?". *Journal of Applied Behavior Analysis* 14(4), 491-505. <https://doi.org/10.1901/jaba.1981.14-491>
- Swartz, A., LeFevre, A. E., Perera, S., Kinney, M., & George, A. S. (2021). Multiple pathways to scaling up and sustainability: An exploration of digital health solutions in South Africa. *Globalization and Health* 17(77). <https://doi.org/10.1186/s12992-021-00716-1>
- Wang, W., Liang, Q., Mahto, R. V., Deng, W., & Zhang, S. X. (2020). Entrepreneurial entry: The role of social media. *Technological Forecasting and Social Change* 161, 120337-120337. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120337>
- Poblete, C. (2022). The joint effects of hubris, growth aspirations, and entrepreneurial phases for innovative behavior. *Frontiers in Psychology* 13, 831058-831058. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.831058>

Bagian Lima

PERILAKU

GENERASI MUDA DAN

ISU *SUSTAINABILITY*

Nilai Ekonomi Karbon dan Penerapan Kebijakan Pengurangan Emisi di Indonesia

Adi Budipriyanto, Shalma Putri Merindyan, Mayang Dafal,
dan Rizky Adi Firmansyah

Pendahuluan

Perubahan iklim merupakan isu yang sangat hangat dan terus menjadi perhatian di dunia internasional. Perubahan iklim terjadi karena kenaikan suhu atmosfer bumi, atau biasa disebut pemanasan global (*global warming*). Para pakar di dunia sepakat bahwa pemanasan global diakibatkan oleh meningkatnya konsentrasi gas rumah kaca di atmosfer bumi. Gas rumah kaca adalah jenis gas, utamanya karbon dioksida (CO_2), yang dapat memerangkap radiasi matahari yang sebagian seharusnya dipantulkan lagi oleh bumi. Semakin tinggi konsentrasi gas rumah kaca di atmosfer, semakin tinggi pula radiasi energi matahari yang terperangkapnya, sehingga mengakibatkan semakin meningkatnya suhu atmosfer. Fenomena ini dikenal dengan istilah efek rumah kaca (*green house effect*).

Konsentrasi CO_2 selama ribuan tahun sampai sebelum revolusi industri di tahun 1900-an berkisar antara 260 dan 280 ppm, namun sejak revolusi industri konsentrasi CO_2 meningkat pesat. Tahun 2009, konsentrasi CO_2 sudah mencapai sekitar 387 ppm dengan pertumbuhan peningkatan sebesar 35% (Rizki, Yulinawati, & Silalahi, 2016). Peningkatan konsentrasi gas rumah kaca di atmosfer bukan hanya semata-mata berasal dari CO_2 , tetapi juga konsentrasi kumulatif dari gas lain seperti CH_4 , N_2O , $HFCs$, $PFCs$, SF_6 , dengan indeks daya penyebab pemanasan global yang berbeda-beda. Konsentrasi seluruh gas tersebut biasanya diekuivalenkan dengan emisi karbon dioksida (CO_2e) (Purnomo, 2013). Jadi, ukuran emisi karbon dioksida (CO_2e) selalu menjadi patokan.

Telah dipahami secara luas bahwa pemanasan global yang disebabkan oleh peningkatan suhu permukaan bumi melebihi $2^\circ C$ akan memberikan dampak signifikan pada iklim di seluruh negara. Selain itu, pemanasan global juga berpengaruh langsung terhadap sektor perekonomian, ketahanan pangan, ketahanan air, dan sektor-sektor lainnya. Sebagai upaya untuk mengurangi dampaknya pada perubahan iklim, beberapa negara pada tahun 1992 sepakat untuk membentuk konvensi kerangka kerja Perserikatan Bangsa-Bangsa mengenai perubahan iklim (*United Nation Framework Convention on Climate Change*) atau disingkat *UNFCCC*.

UNFCC merupakan institusi internasional yang didirikan PBB untuk fokus menangani masalah pemanasan global. Saat berdirinya, sebanyak 74 negara menandatangani kesepakatan untuk melaporkan kondisi dan mengurangi emisi gas rumah kaca (GRK) di negara masing-masing. Namun kesepakatan untuk mengurangi emisi ini hanya bersifat sukarela dan belum ada sanksi bagi negara yang melanggarnya.

Pada tahun 1997, diadakan pertemuan antar negara anggota yang disebut *Conference of the Parties (COP) III* di Kyoto. Pertemuan ini menghasilkan *Kyoto Protocol* yang berisi kewajiban bagi negara maju yang disebut *Annex-1* untuk mengurangi emisi GRK sebesar 5% di bawah level tahun 1990 pada periode 2008 sampai 2012. Protokol Kyoto membuat terobosan untuk membantu negara maju mengurangi emisi GRK dengan *flexible mechanism* yang bisa berbentuk tiga skema, yaitu: *joint implementation (JI)*, *international emission trading (IET)*, dan *clean development mechanism (CDM)*. *Joint implementation* merupakan perjanjian bilateral antara dua institusi di negara maju untuk menjalankan proyek mitigasi emisi GRK. *International emission trading* merupakan pertukaran kredit emisi atau batas emisi yang diijinkan antarnegara maju. Sedangkan *clean development mechanism* merupakan proyek kerja sama antara negara maju yang akan mengurangi emisi GRK-nya dengan negara berkembang.

Pada tahun 2007, diselenggarakan *COP-13* di Bali yang menghasilkan kerja sama jangka panjang antara negara maju dan negara berkembang untuk melakukan upaya-upaya dalam menurunkan tingkat emisi. Pada tahun 2011, diselenggarakan *COP-17* di Durban dengan kesepakatan bahwa negara berkembang (*non-Annex 1*) wajib menyampaikan laporan dua tahunan (*biennial update report*) pada setiap *penyelenggaraan COP*. Pada tahun 2015, *COP-21* diselenggarakan di Paris dan menghasilkan kesepakatan yang kini dikenal sebagai *Paris Agreement*. *Paris Agreement* merupakan kesepakatan yang mengikat semua partisipan dengan tujuan untuk menjaga peningkatan suhu rata-rata global di bawah ambang 2°C dibandingkan suhu pada masa pra-industri dan mengupayakan sebisa mungkin untuk membatasi kenaikan suhu hingga 1,5°C di atas tingkat pra-industri.

Indonesia sebagai salah satu anggota *UNFCCC*, berkomitmen untuk menurunkan emisi gas rumah kaca (GRK) di tahun 2030 dari tingkat *business as usual (BaU)* sebesar 29% melalui upaya sendiri dan 41% dengan bantuan luar negeri. Sebagai wujud komitmen Indonesia terhadap *UNFCCC*, pemerintah Indonesia pada 19 Oktober 2017 memberlakukan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2016 tentang Pengesahan *Paris Agreement to the United Nations Framework Convention on Climate Change*. *Paris Agreement* mewajibkan setiap *negara* untuk melaporkan capaian pengurangan emisi dan hasil mitigasi dan adaptasi perubahan iklim di sektor energi, limbah, proses produksi dan penggunaan produk, pertanian, kehutanan, dan juga utamanya di sub sektor pembangkit, transportasi, bangunan, limbah padat, limbah cair, sampah, industri, persawahan, peternakan, perkebunan, kehutanan, pengolahan gambut dan mangrove, dan sektor/sub-sektor lain. Prinsipnya, setiap aktivitas yang menghasilkan emisi gas rumah kaca harus membayar “dosa” terhadap lingkungan (*polluters-pay-*

principles) atau membayar ongkos untuk sejumlah unit emisi gas rumah kaca yang dihasilkan. Mekanisme pembayarannya dikenal dengan istilah **nilai ekonomi karbon (NEK)**. Penyelenggaraan NEK dapat dilakukan melalui mekanisme pungutan atas karbon (pajak karbon), perdagangan karbon, pembayaran berbasis kinerja, dan/atau mekanisme lain sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Upaya yang dilakukan setiap negara untuk mengurangi emisi CO_2 berbeda-beda, baik dalam penerapan kebijakan maupun pelaksanaannya, termasuk penetapan prioritas sektornya. Salah satu kebijakan yang diambil pemerintah Indonesia adalah rencana untuk menerapkan pungutan atas karbon atau pajak karbon (*carbon taxes*). Indonesia sudah menunda rencana penerapan pajak karbon sebanyak tiga kali. Pertama pemerintah berencana menerapkan pada 1 April 2022, namun rencana tersebut tidak terealisasi *dan* ditunda di tahun 2023 karena berbagai pertimbangan. Pada tahun 2023, pemerintah kembali menunda rencananya. Setidaknya sampai tulisan ini dibuat belum ada tanda-tanda konkrit diterapkannya pajak karbon, bahkan ada kecenderungan akan ditunda kembali penerapannya entah sampai kapan. Pemerintah masih mempertimbangkan berbagai aspek terkait dengan dampak penerapan pajak karbon, khususnya penerapan pajak karbon di sektor industri.

Studi Tentang Dampak Penerapan Kebijakan Pengurangan Emisi Karbon

Untuk membatasi emisi karbon dan mencapai emisi *net-zero* pada tahun 2060, pemerintah di seluruh dunia telah *menyusun* berbagai peraturan tentang emisi karbon. Saat ini, kebijakan terkait pengurangan emisi karbon secara umum dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu pajak karbon (*carbon taxes*), perdagangan karbon (*carbon trade*), dan pembayaran berbasis kinerja (*result-based payment*). Tanggapan perusahaan terhadap pemberlakuan kebijakan tersebut jelas akan berbeda-beda, tergantung kondisi internal perusahaan dan tentunya berlandaskan pertimbangan ekonomis atau optimalisasi dari analisis ongkos dan manfaatnya. Banyak opsi tanggapan bisa dilakukan perusahaan. Perusahaan bisa juga mengambil opsi pengurangan emisi melalui penerapan teknologi hijau (*green technology*), *carbon capture*, *carbon capture and use*, dan *carbon offset*. Beberapa studi dilakukan untuk menginvestigasi dampak penerapan kebijakan pengurangan emisi dari berbagai tanggapan yang diperlihatkan perusahaan.

Salah satu kebijakan yang populer untuk mengurangi emisi karbon adalah pemberlakuan pajak karbon (Appelbaum, 2021; Luo, Zhou, Song, & Fan, 2022; H. Wang & Wang, 2022; Zhang, Qi, Lin, Pan, & Sharp, 2022). Studi Luo et al. (2022) mengembangkan model pengaruh penerapan tarif pajak terhadap keuntungan perusahaan. Model itu diujicobakan pada dua perusahaan yang saling berkompetisi dimana salah satu perusahaan memiliki tingkat emisi tinggi (misalnya sekedar menjalani *business as usual*) sedangkan perusahaan lain memiliki tingkat emisi rendah (misalnya berinvestasi *green technology*). Hasilnya menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat emisi lebih tinggi lebih terpengaruh keuntungannya dibandingkan dengan perusahaan dengan emisi karbon yang lebih rendah. Terkait tawaran untuk

penerapan teknologi hijau (*green technology*), hasilnya menunjukkan bahwa perusahaan yang tidak efisien karbon lebih diuntungkan daripada perusahaan yang efisien karbon. Artinya, teknologi hijau merupakan salah satu cara bagi perusahaan yang tidak efisien karbon untuk mengurangi atau menghilangkan kerugian akibat emisi karbon.

Perbedaan skala industri menghasilkan tingkat emisi karbon yang berbeda, sedangkan di pilah lain penerapan tarif pajak karbon biasanya bersifat asimetri. Studi Fu et al. (2023) menunjukkan bahwa pada kondisi *business as usual* (tak hemat karbon), ketika tingkat asimetri pajak emisi relatif rendah, penerapan regulasi karbon menyebabkan perusahaan mengurangi jumlah produksinya dan akibatnya berdampak langsung pada penurunan laba perusahaan. Ketika tingkat asimetri pajak emisi relatif tinggi, perusahaan yang hemat karbon dapat meningkatkan jumlah produksinya dan mendapatkan keuntungan yang meningkat. Asimetri pajak emisi karbon berdampak langsung terhadap profitabilitas perusahaan. Namun, kebijakan pengenaan pajak berbasis batas emisi karbon (*carbon caps*) perlu diterapkan secara cermat dan hati-hati. Meskipun pembatasan emisi karbon dimaksudkan untuk memaksa perusahaan ke arah strategi proses produksi yang rendah karbon, namun bagi perusahaan, strategi produksi rendah karbon tidak selalu lebih baik dibandingkan dengan produksi biasa yang telah ada (Wang & Wang, 2022).

Studi dampak kebijakan pajak karbon juga dilakukan oleh Ratanakuakangwan & Morita (2022). Menurut mereka, kebijakan pajak karbon memberikan pengaruh secara simultan terhadap biaya, lingkungan dan dampak sosial. Mereka mengembangkan model multi tujuan untuk perencanaan energi di Thailand dengan mempertimbangkan ketiga dampak secara simultan. Hasil analisisnya menunjukkan bahwa kebijakan yang memprioritaskan lingkungan terlebih dahulu, diikuti dengan dampak sosial dan dampak terkait biaya, merupakan kebijakan yang paling efisien di antara alternatif yang dipertimbangkan. Pengubahan prioritas fungsi tujuan menghasilkan kebijakan energi yang berbeda. Model yang mereka kembangkan menawarkan dukungan kuantitatif bagi para pembuat kebijakan dalam menyusun kebijakan energi yang efisien dan memenuhi persyaratan ekstensif di tengah faktor ketidakpastian.

Namun bagi sejumlah peneliti lain, pajak karbon dan perdagangan karbon (*Emission Trading System* atau ETS) yang merupakan kebijakan populer untuk mengurangi emisi karbon masih belum menampilkan efektivitas yang signifikan. Hübler et al. (2014) yang menggunakan model *computable general equilibrium (CGE)* untuk mengevaluasi ETS di Cina menemukan bahwa ETS mengakibatkan hilangnya Produk Domestik Bruto (PDB) sekitar 1% tahun 2020 dan sekitar 2% di tahun 2030 dan akibatnya kehilangan kesejahteraan sekitar 2%. Hasil serupa disampaikan Chi et al. (2014) bahwa pajak karbon berguna untuk penghematan energi dan pengurangan emisi, tetapi pada akhirnya menimbulkan efek berbahaya pada PDB. Demikian pula Nong et al. (2017) menyatakan bahwa penerapan kebijakan ETS memiliki dampak negatif terhadap PDB di Australia, sedangkan Nong et al. (2020) mengungkapkan bahwa kebijakan ETS di Vietnam bisa mengakibatkan kerugian PDB masing-masing

1,78% dan 4,57%, pada sektor yang berbeda. Membandingkan efektivitas pajak karbon dan ETS, Jia & Lin (2020) menunjukkan bahwa pajak karbon sedikit lebih baik daripada ETS dalam jangka panjang dari segi efek mitigasi.

Goulder & Schein (2013) menyarankan penerapan kebijakan hibrid yang menggabungkan pajak karbon dan perdagangan karbon (ETS) atau instrumen lain untuk menurunkan emisi karbon secara efektif sekaligus mengurangi kelemahan atau kontroversi terkait dengan penetapan nilai karbon yang harus dibayar (harga karbon). Zhang et al., (2022) menunjukkan bahwa model hibrid dengan basis pajak karbon tahun 2022 sebesar 10 Yuan per ton dan meningkat sebesar 4 Yuan per ton per tahun akan membantu mencapai puncak pengurangan emisi karbon sebelum tahun 2030. Pendekatan hibrid juga dapat dilakukan dengan biaya ekonomi yang lebih rendah dibandingkan strategi tunggal dengan ETS. Selain itu, penggunaan pajak karbon dan ETS secara hibrid dapat mendorong optimalisasi konsumsi energi dan mempercepat penurunan intensitas karbon. Penerapan kebijakan hibrid dipandang lebih efektif daripada penerapan kebijakan tunggal.

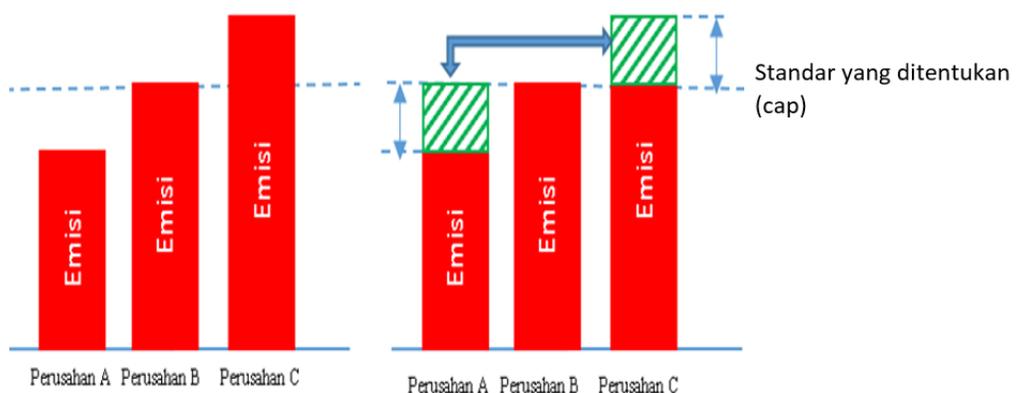
Mudah diduga bahwa ada harga yang harus dibayar masyarakat konsumen untuk penerapan kebijakan pengurangan emisi karbon. Pengenaan pajak karbon, misalnya, akan meningkatkan biaya produksi yang pada akhirnya akan mempengaruhi harga produk. Harju et al. (2022) menyelidiki harga bahan bakar minyak (solar dan bensin) yang dipengaruhi kebijakan penerapan pajak karbon di Finlandia. Hasilnya menunjukkan bahwa pajak karbon pada bahan bakar minyak berpengaruh terhadap harga yang harus dibayar masyarakat kota maupun masyarakat pedesaan. Pengguna atau pembeli produk merupakan pihak yang harus menanggung pengenaan pajak karbon. Studi lain dilakukan oleh Lin & Jia (2017) mengungkapkan bahwa perbedaan harga karbon dalam ETS (\$10-57 per ton CO_2e) akan berpengaruh terhadap harga komoditi sebesar 0.12% sampai 1,64%. Sedangkan Cao, He, & Liu (2020) dan Cao, Xu, & Wang (2020) menunjukkan bahwa kebijakan pajak karbon tidak selalu bermanfaat bagi lingkungan dan kesejahteraan sosial. Namun hasil sebaliknya ditunjukkan Wessell & Lin (2018) bahwa pajak karbon berperan penting dalam mengurangi emisi karbon dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Demikian pula analisis Pizer (2017) dan Tyler & Cloete (2015) menunjukkan bahwa kebijakan pajak karbon ataupun ETS memberikan dampak ekonomi dan lingkungan yang lebih baik. Banyak studi lain telah dilakukan untuk menganalisis kinerja tarif pajak yang berbeda pada efek kesejahteraan sosial atau dividen di berbagai negara (Beck, Rivers, Wigle, & Yonezawa, 2015; Renner, 2018; Rosas-Flores, Bakhat, Rosas-Flores, & Fernández Zayas, 2017; Q. Wang, Hubacek, Feng, Wei, & Liang, 2016). Mungkin kesimpulan Chiu et al. (2015) benar bahwa negara yang ingin mengurangi emisi karbon melalui pajak karbon atau ETS perlu mempertimbangkan struktur pasar energi di negara tersebut.

Lalu siapa yang seharusnya menanggung beban biaya penerapan kebijakan pengurangan emisi karbon? Setiap kebijakan emisi karbon bertujuan untuk mengubah perilaku perusahaan dan individu serta memberikan insentif untuk berinovasi mengatasi masalah. Jadi, karena persoalan lingkungan hidup adalah persoalan

bersama yang menimpa setiap warga, baik perusahaan maupun individu, maka semua warga harus menanggungnya. Insentif untuk berinovasi menggunakan teknologi hijau (*green technology*) mungkin bisa menjadi strategi yang baik, karena tidak semua perusahaan memiliki kondisi finansial yang memadai untuk berinvestasi dalam teknologi hijau (*green technology*). Beberapa negara memberikan kebijakan fasilitas kredit investasi prioritas, mudah, tanpa kolateral, dan pinjamannya dijamin pemerintah. Pada konteks ini, studi Appelbaum (2021) yang mengembangkan model penetapan pajak karbon untuk menghindari kerugian pemerintah akibat penyediaan fasilitas kredit tersebut perlu diperhatikan. Jadi jelas bahwa kebijakan yang bertujuan untuk mengurangi emisi karbon tidak hanya memengaruhi keputusan produksi dan inovasi perusahaan, tetapi juga berdampak terhadap biaya operasi dan investasi. Oleh karena itu, penilaian dampak penerapan kebijakan pengurangan emisi karbon harus dilakukan secara komprehensif.

Nilai Ekonomi Karbon (NEK) dan Opsi Kebijakan Pengurangan Emisi Karbon

Penetapan nilai ekonomi karbon (NEK) didasarkan pada *carbon caps*, yaitu standar batas emisi yang boleh dihasilkan aktivitas industri sesuai dengan nilai kewajaran (batasan normal) yang ditentukan. Pedoman penetapannya mengacu pada *Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) Guidelines* yang ditetapkan tahun 2006. Dalam *IPCC Guidelines*, setiap negara wajib menginventarisasi, memonitor, menyusun pelaporan dan verifikasi gas rumah kaca (GRK). Hasil penetapan nilai ekonomi karbon (NEK) menghasilkan tiga kemungkinan, yaitu lebih rendah, sama dengan, dan lebih tinggi dibandingkan standar yang ditetapkan atau *business as usual* (*cap*). Gambar 1 mengilustrasikan tiga perusahaan yang menghasilkan emisi karbon berbeda-beda, dibandingkan dengan standar batas emisi karbon (*carbon caps*) yang ditentukan berdasarkan *business as usual*. Perusahaan A menghasilkan emisi karbon lebih rendah daripada standar, perusahaan B menghasilkan emisi sama dengan standar, dan perusahaan C menghasilkan emisi lebih daripada standar.



Gambar 1. Skema *Carbon Caps*

Karena perusahaan A menghasilkan emisi karbon yang lebih rendah dari standar, perusahaan A memiliki selisih kuota karbon yang dapat dikreditkan kepada perusahaan lain yang membutuhkan. Sebaliknya, karena perusahaan C menghasilkan emisi karbon melebihi standar, perusahaan C memiliki kewajiban untuk “membayar” kelebihan emisi yang dihasilkan. Berdasarkan mekanisme tersebut, emisi karbon dapat diperjualbelikan atau diperdagangkan sebagaimana komoditas lainnya, sehingga karbon memiliki nilai ekonomi atau disebut **nilai ekonomi karbon (NEK)**. Perusahaan yang menghasilkan emisi karbon lebih besar daripada standar harus melakukan pembayaran atas kelebihan emisinya. Pembayaran kelebihan emisi karbon dapat dilakukan kepada pemerintah dengan mekanisme pembayaran pajak karbon (*carbon caps and tax*) atau membeli kuota karbon dari perusahaan lain yang emisi karbonnya lebih rendah daripada standar (*carbon caps and trade*).

Saat ini, penyelenggaraan dan pemanfaatan nilai ekonomi karbon (NEK) dilakukan melalui mekanisme: (1) **perdagangan karbon (*carbon trade*)**, yaitu mekanisme berbasis pasar atau kegiatan jual beli (transaksi) unit karbon antara pelaku usaha yang memiliki emisi karbon melebihi standar batas dan pelaku usaha yang memiliki emisi lebih rendah daripada standar batas; (2) **pembayaran berbasis kinerja (*result-based payment*)**, yaitu pembayaran yang diperoleh dari hasil capaian pengurangan emisi GRK yang telah diverifikasi dan manfaat aksi mitigasi/adaptasi perubahan iklim yang telah divalidasi; (3) **pungutan atas karbon (*carbon taxes*)**, yaitu pungutan negara, baik pusat maupun daerah, yang dikenakan terhadap barang, jasa, usaha, dan kegiatan yang memiliki emisi karbon atau potensinya dapat menimbulkan dampak negatif bagi lingkungan hidup ataupun kinerja aksi mitigasi; dan (4) **mekanisme lain** sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang ditetapkan oleh Pemerintah.

Dalam **perdagangan karbon (*carbon trading*)**, kredit karbon (*carbon credit*) dijual ke pihak yang menghasilkan emisi karbon melebihi batas yang ditetapkan. Kredit karbon (*carbon credit*) merepresentasikan ‘hak’ suatu perusahaan untuk mengeluarkan sejumlah emisi karbon atau gas rumah kaca lainnya dalam proses industrinya, karena perusahaan itu mengelola proyek-proyek hijau atau menghasilkan emisi di bawah ambang batas yang ditetapkan. Karbon yang terserap oleh proyek-proyek hijau dan sisa kuota emisi karbon akan diverifikasi oleh lembaga independen seperti *Verra* dan *Gold Standard*. Lembaga tersebut akan menerbitkan kredit karbon berbentuk sertifikat. Satu unit kredit karbon setara dengan penurunan emisi satu ton karbon dioksida (*CO₂e*). Selanjutnya, kredit karbon bisa diperjual-belikan di pasar karbon lintas sektor industri, baik berupa bursa karbon maupun perdagangan langsung dalam negeri dan luar negeri. Perdagangan karbon dilakukan melalui mekanisme perdagangan emisi dan *offset* emisi GRK. Mekanisme perdagangan emisi bisa diterapkan untuk usaha/kegiatan yang memiliki batas atas emisi GRK dan juga melakukan aksi mitigasi, sedangkan mekanisme *offset* emisi GRK bisa diterapkan untuk usaha/kegiatan yang tidak memiliki batas atas emisi dan juga melakukan aksi mitigasi dari usaha/kegiatan lain. Jika perdagangan karbon berlangsung efektif, setiap negara dapat mengontrol jumlah emisi atau jejak karbon yang dihasilkan dan mengurangi dampak gas rumah kaca.

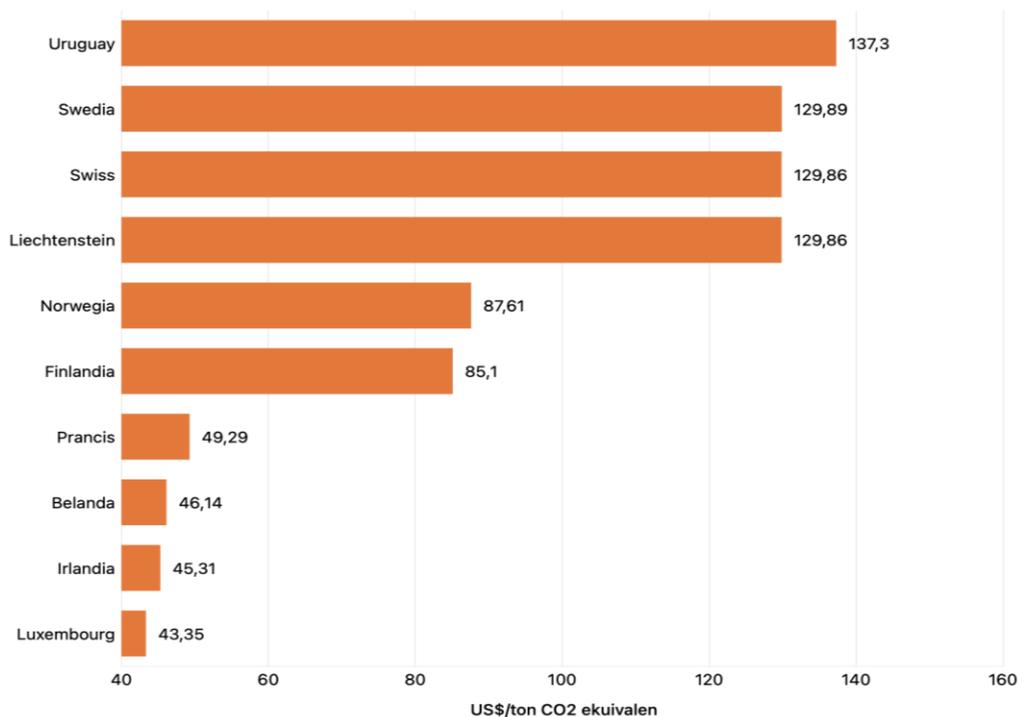
Dalam **pembayaran berbasis kinerja (*result-based payment*)**, verifikasi kinerja dilakukan atas capaian pengurangan emisi GRK dan konservasi/peningkatan cadangan karbon yang diklaim suatu usaha/kegiatan. Kinerja yang dimaksud terdiri atas tiga golongan (*cluster*), yaitu: (1) penggunaan teknologi hijau (*green technology*) dan penggunaan energi hijau (*green energy*); (2) penggunaan teknologi untuk mengontrol dan menyimpan emisi karbon (*carbon capture and storage* atau *CCS*) dan penggunaan teknologi untuk mengontrol, menyimpan dan memanfaatkan emisi karbon (*carbon capture storage and using* atau *CCSU*); dan (3) *carbon offset*. Kluster pertama merupakan upaya perusahaan untuk mengurangi emisi karbon dari kegiatan produksinya. Kluster kedua merupakan upaya perusahaan untuk mengendalikan emisi karbon yang dihasilkan dengan menangkap dan menyimpan emisi karbon (*carbon capture and storage*) atau menangkap menyimpan dan menggunakan emisi karbon. Sedangkan kluster ketiga merupakan upaya perusahaan untuk membangun proyek yang bertujuan untuk menyerap emisi karbon secara alami (*carbon offset*), seperti membangun hutan untuk menyerap emisi karbon. Ketiga kluster merepresentasikan jasa perusahaan dalam mengurangi emisi karbon yang dilepaskan ke atmosfer. Oleh karena itu, wajar jika kompensasi diberikan atas dasar jumlah emisi yang berhasil ditekan atau dikurangi.

Dalam hal **pungutan atas karbon (*carbon taxes*)**, pajak karbon dikenakan atas emisi karbon yang memberikan dampak negatif bagi lingkungan hidup, artinya sebagai “hukuman denda” bagi subjek pajak yang telah berperan serta mencemari lingkungan hidup. Subjek pajak karbon yaitu orang pribadi atau badan yang membeli barang mengandung karbon dan/atau melakukan aktivitas yang menghasilkan emisi karbon. Pajak karbon dikenakan atas pembelian barang yang mengandung karbon atau aktivitas yang menghasilkan emisi karbon dalam jumlah tertentu pada periode tertentu. Tarif pajak karbon biasanya ditetapkan lebih tinggi atau sama dengan harga karbon di pasar karbon agar subjek pajak termotivasi mengurangi emisi karbon, bukan mencari jalan mudah dengan menggeser beban melalui pembelian kuota karbon dari subjek lain. Penerimaan dari pajak karbon dapat dialokasikan untuk pengendalian perubahan iklim. Pada umumnya, perusahaan sebagai wajib pajak yang berpartisipasi aktif dalam program pengurangan emisi karbon, pengimbangan emisi karbon, dan mekanisme lain untuk memperbaiki kualitas lingkungan hidup diberikan pengurangan pajak karbon atau perlakuan lainnya atas pemenuhan kewajiban pajak karbon.

Penerapan Kebijakan Pengurangan Emisi Karbon di Indonesia

Pada tanggal 29 Oktober 2021, pemerintah mengesahkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan yang memuat aturan pungutan atas karbon (pajak karbon). Dalam undang-undang tersebut dinyatakan bahwa tarif pajak karbon ditetapkan lebih tinggi atau sama dengan harga karbon di pasar karbon per kilogram karbon dioksida ekuivalen (CO_2e) atau satuan yang setara. Apabila harga karbon di pasar karbon lebih rendah daripada Rp. 30 (tiga puluh rupiah) per kilogram karbon dioksida ekuivalen (CO_2e) atau satuan yang setara, maka tarif pajak karbon ditetapkan paling rendah sebesar Rp 30 (tiga puluh rupiah) per kilogram

karbon dioksida ekuivalen (CO_2e) atau satuan yang setara. Tarif pajak karbon di Indonesia tersebut masih jauh lebih rendah dibandingkan dengan tarif pajak di beberapa negara lain yang dilaporkan Ahdiat (2022) sebagaimana ditunjukkan pada gambar 2. Uruguay merupakan negara dengan tarif pajak karbon tertinggi yaitu sebesar 137,3 US\$/ton CO_2e , diikuti oleh Swedia dengan tarif pajak karbon sebesar 129,89 US\$/ton CO_2e dan Swiss dengan tarif pajak karbon sebesar 129,86 US\$/ton CO_2e . Meskipun tarif pajak karbon di Indonesia relatif kecil, jika penerapannya ditegakkan secara serius sudah bisa dikatakan sebagai suatu awal yang baik. Meskipun penerapan kebijakan pajak karbon memberikan dampak finansial bagi perusahaan dan PDB, namun kebijakan pajak karbon memiliki dampak positif pada pengendalian emisi karbon. Penerapan pajak karbon diharapkan menjadi pemicu perusahaan melakukan inovasi untuk menghasilkan teknologi hijau atau mendorong perusahaan beralih ke penggunaan energi hijau.



Gambar 2. Sepuluh Negara dengan Tarif Pajak Karbon Tertinggi
(Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>)

Pada tanggal 29 Oktober 2021 juga, pemerintah Indonesia menerbitkan Peraturan Presiden (PERPRES) Nomor 98 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Nilai Ekonomi Karbon untuk Pencapaian Target Kontribusi yang Ditetapkan Secara Nasional dan Pengendalian Emisi Gas Rumah Kaca dalam Pembangunan Nasional. Menurut Perpres ini, pengendalian emisi karbon dilakukan melalui mekanisme perdagangan karbon, pembayaran berbasis kinerja, pungutan atas karbon (pajak karbon), dan mekanisme

lain yang ditetapkan pemerintah berdasarkan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Landasan dari keseluruhan mekanisme pengendalian emisi karbon tersebut adalah penyelenggaraan nilai ekonomi karbon (NEK). Artinya, efektif tidaknya mekanisme tergantung dari kualitas penyelenggaraan NEK. Oleh karena itu, pengembangan model penyelenggaraan NEK yang dapat mengakomodir penetapan standar batas emisi (*caps*) secara cermat, komprehensif, adil dan memenuhi asas *equality* mutlak diperlukan. Jangan sampai penetapan standar batas emisi (*caps*) berat sebelah, lebih menguntungkan perusahaan daripada warga masyarakat atau sebaliknya, lebih menguntungkan sektor industri tertentu daripada sektor lain atau sebaliknya, dan lain sebagainya. Keadilan merupakan syarat keberhasilan penerapan kebijakan pengurangan atau pengendalian emisi karbon.

Meskipun Perpres Nomor 98 Tahun 2021 lengkap meliputi semua mekanisme pengurangan emisi karbon, pemerintah tampaknya lebih memilih penerapan pungutan karbon dibandingkan dengan mekanisme lain. Paling tidak ada dua alasan yang mungkin mendasarinya. Pertama, pungutan atas karbon yang dimanifestasikan dalam bentuk pajak karbon lebih mengikat seluruh entitas untuk membatasi kegiatan yang menghasilkan emisi karbon atau membayar denda/pungutan atas emisi karbon yang dihasilkan. Kedua, pemerintah dapat “memaksa” perusahaan untuk berinovasi menghasilkan teknologi hijau (*green technology*) atau beralih menggunakan energi hijau (*green energy*). Pemaksaan terhadap perusahaan bisa efektif apabila inovasi yang dihasilkan atau penggunaan energi hijau lebih murah dibandingkan dengan nilai pungutan yang ditanggung oleh perusahaan, paling tidak untuk jangka panjang. Faktanya, saat ini baik inovasi untuk menghasilkan teknologi hijau atau beralih menggunakan energi hijau membutuhkan biaya yang lebih besar, jauh lebih besar daripada nilai pungutan berdasarkan tarif pajak yang relatif rendah sebagaimana ditunjukkan sebelumnya. Oleh karena itu, pemerintah seharusnya bisa lebih kreatif meyakinkan dan mendorong pelaku usaha untuk menghasilkan inovasi teknologi atau beralih ke penggunaan energi hijau, dan jika memungkinkan, memberikan insentif atas keberhasilan menghasilkan emisi karbon di bawah standar batas emisi (*caps*).

Insentif yang dimaksudkan di atas akan dengan sendirinya diperoleh perusahaan secara sistemik jika pemerintah menghidupkan mekanisme-mekanisme lainnya selain pungutan atas karbon (pajak karbon). Perdagangan karbon dan pembayaran berbasis kinerja akan menciptakan pasar karbon dan sistem kompensasi lain dimana talenta-talenta terbaik bidang teknologi akan termotivasi menciptakan berbagai teknologi pengurangan emisi karbon yang dapat dijual atau diklaim untuk mendapatkan kompensasi atas kinerja mitigasi/adaptasi perubahan iklim. Teknologi hijau (*green technology*), energi hijau (*green energy*), *carbon capture and storage (CCS)*, *carbon capture, storage and using (CCSU)*, dan proyek penyerapan emisi karbon secara alami (*offset project*), dan lain sebagainya bisa mereka kembangkan dalam rangka upaya mengurangi emisi gas rumah kaca (GRK) dan menghasilkan produk hijau (*green product*). Penerapan kebijakan hibrid memang sangat disarankan, karena berdasarkan studi Goulder & Schein (2013) dan Zhang et al., (2022), penerapan kebijakan hibrid lebih efektif daripada penerapan kebijakan tunggal.

Selain upaya pemerintah, upaya positif dilakukan PT Perusahaan Listrik Negara atau PLN (Persero) dengan program penerbitan *Renewable Energy Certificate* (REC). *Renewable Energy Certificate* adalah sertifikat yang membuktikan bahwa produksi tenaga listrik per *megawatt-hour* (MWh) berasal dari pembangkit listrik terbarukan. Setiap REC yang terbit mendapat pengakuan sesuai standar internasional. Sebagaimana diketahui, listrik yang dihasilkan PLN berasal dari berbagai jenis tenaga pembangkit, seperti tenaga uap, tenaga air, tenaga angin, tenaga surya, tenaga panas bumi, bioenergi, dan lain-lain. Semua listrik dari berbagai pembangkit dikirim ke jaringan transmisi dalam satu grid, sehingga tidak bisa dipisahkan lagi dari mana asal pembangkitnya. Dengan semakin besarnya tuntutan untuk menggunakan energi terbarukan, PLN terus menerus mengembangkan dan memproduksi listrik dari *renewable energy*. Untuk setiap unit listrik dari *renewable energy*, diterbitkan satu (1) unit sertifikat mewakili produksi energi 1 MWh, senilai Rp. 35.000. Sebelum mengeluarkan sertifikat, *renewable energy* yang dihasilkan PLN terlebih dahulu harus dinilai kelayakannya oleh Lembaga internasional, yaitu TGER. Lembaga ini yang selanjutnya akan melakukan kontrol, pengawasan, dan pelacakan penerbitan REC oleh PLN. Sebagai ilustrasi, jika pelanggan PLN menggunakan daya sebesar 100 MWh, maka pelanggan tersebut membayar sesuai dengan tarif standar PLN. Jika pelanggan tersebut membutuhkan klaim penggunaan *renewable energy*, maka pelanggan tersebut harus membeli sertifikat sebanyak 100 lembar dengan harga beli Rp. 35.000 per lembar sertifikat. Dengan membeli sertifikat, pelanggan tersebut dapat mengklaim penggunaan *renewable energy* yang diakui secara internasional.

Kesimpulan

Ancaman kenaikan suhu atmosfer bumi (pemanasan global) dan perubahan iklim akibat meningkatnya gas rumah kaca, utamanya karbon dioksida (CO_2), merupakan masalah mendesak yang harus segera diatasi umat manusia. Tak terelakkan, kontribusi Indonesia dalam konvensi kerangka kerja Perserikatan Bangsa-Bangsa mengenai perubahan iklim (*United Nation Framework Convention on Climate Change*) harus diwujudkan. Ditetapkannya Peraturan Presiden (PERPRES) Nomor 98 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Nilai Ekonomi Karbon untuk Pencapaian Target Kontribusi yang Ditetapkan Secara Nasional dan Pengendalian Emisi Gas Rumah Kaca dalam Pembangunan Nasional adalah bentuk formal rencana kontribusi Indonesia. Setidaknya ada tiga mekanisme pengendalian emisi karbon dalam perpres, yaitu perdagangan karbon, pembayaran berbasis kinerja, dan pungutan atas karbon (pajak karbon). Namun tampaknya, pemerintah lebih fokus memilih penerapan pajak karbon dibandingkan dengan mekanisme lain, terutama setelah disahkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan yang memuat aturan pungutan atas karbon (pajak karbon). Tarif pajak yang ditetapkan pun relatif kecil dibandingkan negara-negara lain. Belum lagi kebijakan penerapan pajak karbon tersebut sudah berulang kali tertunda sampai saat ini.

Belajar dari beberapa studi tentang dampak penerapan kebijakan pengurangan emisi karbon, penerapan kebijakan hibrid seharusnya dikedepankan karena lebih efektif daripada penerapan kebijakan tunggal. Artinya semua opsi mekanisme pengurangan emisi karbon perlu dihidupkan secara bersamaan. Sebab, penerapan tunggal kebijakan pajak karbon saja ternyata bisa berpengaruh negatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), meskipun mampu mengurangi tingkat emisi karbon. Sedangkan penerapan hibrid kebijakan dengan menghidupkan semua opsi mekanisme pengurangan emisi karbon bisa berpengaruh positif terhadap PDB sekaligus efektif mengurangi tingkat emisi karbon, setidaknya dalam jangka panjang, karena perusahaan memiliki opsi banyak untuk diambil sebagai keputusan terbaik yang menguntungkan. Akan tetapi, model penyelenggaraan nilai ekonomi karbon (NEK) yang dipakai sebagai landasan kesemua mekanisme pengurangan emisi karbon tersebut harus mengakomodir penetapan standar batas emisi (*caps*) secara cermat, komprehensif, adil dan memenuhi asas *equality*. Keadilan merupakan syarat keberhasilan penerapan kebijakan pengurangan emisi karbon.

Daftar Pustaka

- Ahdiat, A. (2022). *Bukan Eropa, ini negara dengan tarif pajak karbon tertinggi pada 2022*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/07/bukan-eropa-ini-negara-dengan-tarif-pajak-karbon-tertinggi-pada-2022>
- Appelbaum, E. (2021). Improving the efficacy of carbon tax policies. *Journal of Government and Economics* 4(July), 100027. <https://doi.org/10.1016/j.jge.2021.100027>
- Beck, M., Rivers, N., Wigle, R., & Yonezawa, H. (2015). Carbon tax and revenue recycling: Impacts on households in British Columbia. *Resource and Energy Economics* 41, 40–69. <https://doi.org/10.1016/j.reseneeco.2015.04.005>
- Cao, K., He, P., & Liu, Z. (2020). Production and pricing decisions in a dual-channel supply chain under remanufacturing subsidy policy and carbon tax policy. *Journal of the Operational Research Society* 71(8), 1199–1215. <https://doi.org/10.1080/01605682.2019.1605471>
- Cao, K., Xu, B., & Wang, J. (2020). Optimal trade-in and warranty period strategies for new and remanufactured products under carbon tax policy. *International Journal of Production Research* 58(1), 180–199. <https://doi.org/10.1080/00207543.2019.1617448>
- Chi, Y., Guo, Z., Zheng, Y., & Zhang, X. (2014). Scenarios analysis of the energies' consumption and carbon emissions in china based on a dynamic CGE model. *Sustainability (Switzerland)* 6(2), 487–512. <https://doi.org/10.3390/su6020487>
- Chiu, F. P., Kuo, H. I., Chen, C. C., & Hsu, C. S. (2015). The energy price equivalence of carbon taxes and emissions trading—Theory and evidence. *Applied Energy* 160, 164–171. <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2015.09.022>

- Fu, K., Li, Y., Mao, H., & Miao, Z. (2023). Firms' production and green technology strategies: The role of emission asymmetry and carbon taxes. *European Journal of Operational Research* 305(3), 1100–1112. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2022.06.024>
- Harju, J., Kosonen, T., Laukkanen, M., & Palanne, K. (2022). The heterogeneous incidence of fuel carbon taxes: Evidence from station-level data. *Journal of Environmental Economics and Management* 112, 102607. <https://doi.org/10.1016/j.jeem.2021.102607>
- Hübler, M., Voigt, S., & Löschel, A. (2014). Designing an emissions trading scheme for China-An up-to-date climate policy assessment. *Energy Policy* 75, 57–72. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2014.02.019>
- Jia, Z., & Lin, B. (2020). Rethinking the choice of carbon tax and carbon trading in China. *Technological Forecasting and Social Change* 159, 120187. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120187>
- Lin, B., & Jia, Z. (2017). The impact of Emission Trading Scheme (ETS) and the choice of coverage industry in ETS: A case study in China. *Applied Energy* 205, 1512–1527. <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2017.08.098>
- Luo, R., Zhou, L., Song, Y., & Fan, T. (2022). Evaluating the impact of carbon tax policy on manufacturing and remanufacturing decisions in a closed-loop supply chain. *International Journal of Production Economics* 245, 108408. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2022.108408>
- Nong, D., Meng, S., & Siriwardana, M. (2017). An assessment of a proposed ETS in Australia by using the MONASH-Green model. *Energy Policy* 108, 281–291. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2017.06.004>
- Nong, D., Nguyen, T. H., Wang, C., & Van Khuc, Q. (2020). The environmental and economic impact of the emissions trading scheme (ETS) in Vietnam. *Energy Policy* 140, 111362. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2020.111362>
- Peraturan Presiden (PERPRES) Nomor 98 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Nilai Ekonomi Karbon untuk Pencapaian Target Kontribusi yang Ditetapkan Secara Nasional dan Pengendalian Emisi Gas Rumah Kaca dalam Pembangunan Nasional.
- Pizer, W. A. (2017). Combining price and quantity controls to mitigate global climate change. *Climate Change* 85, 391–416.
- Ratanakuakangwan, S., & Morita, H. (2022). An efficient energy planning model optimizing cost, emission, and social impact with different carbon tax scenarios. *Applied Energy* 325, 119792. <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2022.119792>
- Renner, S. (2018). Poverty and distributional effects of a carbon tax in Mexico. *Energy Policy* 112, 98–110. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2017.10.011>
- Rizki, D. F., Yulinawati, H., & Silalahi, M. D. S. (2016). Kajian Inventarisasi dan Estimasi

- Upaya Penurunan Emisi Karbon Dioksida di PLTU Suralaya Unit 1-7 Banten. *Seminar Nasional Cendekia* (pp. 6.1-6.8).
- Rosas-Flores, J. A., Bakhat, M., Rosas-Flores, D., & Fernández Zayas, J. L. (2017). Distributional effects of subsidy removal and implementation of carbon taxes in Mexican households. *Energy Economics* 61, 21–28. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2016.10.021>
- Tyler, E., & Cloete, B. (2015). Combining price and quantity instruments: insights from South Africa. *Climate Policy* 15(3), 374–387. <https://doi.org/10.1080/14693062.2014.937382>
- Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2016 tentang Pengesahan *Paris Agreement to the United Nations Framework Convention on Climate Change* (Persetujuan Paris atas Konvensi Kerangka Kerja Perserikatan Bangsa-Bangsa mengenai Perubahan Iklim)
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan
- Wang, H., & Wang, L. (2022). Product line strategy and environmental impact oriented to carbon tax constraints. *Sustainable Production and Consumption* 32, 198–213. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.04.015>
- Wang, Q., Hubacek, K., Feng, K., Wei, Y. M., & Liang, Q. M. (2016). Distributional effects of carbon taxation. *Applied Energy* 184, 1123–1131. <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2016.06.083>
- Wesseh, P. K., & Lin, B. (2018). Optimal carbon taxes for China and implications for power generation, welfare, and the environment. *Energy Policy* 118, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2018.03.031>
- Zhang, Y., Qi, L., Lin, X., Pan, H., & Sharp, B. (2022). Synergistic effect of carbon ETS and carbon tax under China’s peak emission target: A dynamic CGE analysis. *Science of the Total Environment* 825, 154076. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2022.154076>

Praktik Akuntansi Berkelanjutan dan Dampaknya

Monica Weni Pratiwi

Pendahuluan

Perubahan iklim dan degradasi lingkungan hidup telah menjadi isu krusial yang menuntut perhatian serius dari berbagai pihak, termasuk sektor bisnis. Aktivitas perusahaan yang telah berjalan masif selama ini menjadi salah satu penyebab terjadinya hal tersebut. Pembangunan yang bertumpu pada sumber daya alam dan bergantung pada lingkungan hidup hendaknya dikelola dengan baik, tidak hanya memperhatikan kondisi sosial dan lingkungan hidup saat ini tetapi juga kondisi sosial dan lingkungan hidup masa mendatang. Prinsip pembangunan seperti itu disebut pembangunan berkelanjutan.

Berkelanjutan tidak lagi dianggap sebagai tren sementara, tetapi sudah menjadi pendekatan integral yang harus diadopsi oleh setiap perusahaan untuk memastikan kelangsungan hidup jangka panjang bagi umat manusia. Konsep pembangunan berkelanjutan telah dimulai dipromosikan sejak tahun 1987 oleh *The World of Commission on Environment and Development* atau yang kemudian disebut *Brundtland Report*. Dalam *report* tersebut dijelaskan bahwa pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan yang memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi masa depan dalam memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Pembangunan berkelanjutan bertujuan untuk mempromosikan harmoni antara manusia dan alam.

Akuntansi berkelanjutan muncul sebagai respons terhadap kebutuhan mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan hidup ke dalam praktik bisnis, selain tentu saja pelaporan keuangan. Kebutuhan ini sudah diperkenalkan sebelumnya di tahun 1997 oleh John Elkington dengan sebutan *triple bottom line* dalam bukunya yang berjudul *"Cannibal with Forks"*. Elkington menjelaskan bahwa konsep *triple bottom line* merupakan pengukuran kinerja suatu usaha secara "holistik" dengan memperhatikan ukuran kinerja ekonomis (*profit*), ukuran kepedulian sosial (*people*), dan pelestarian lingkungan hidup (*planet*). Kinerja perusahaan tidak hanya dilihat dari aspek ekonomi yaitu keuntungan *financial* perusahaan saja, tetapi juga aspek sosial dan lingkungan hidup yaitu bagaimana perusahaan bisa bertahan lama dan berkelanjutan dalam relasi sosial dan lingkungan hidup yang ada di sekitarnya (Basar, et al., 2023).

Akuntansi berkelanjutan bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih holistik tentang kinerja perusahaan dengan memperhitungkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup dari aktivitas bisnisnya. Penelitian oleh Eccles et al. (2014) menunjukkan bahwa perusahaan yang mengadopsi praktik berkelanjutan cenderung memiliki kinerja finansial yang lebih baik dalam jangka panjang karena adanya efisiensi operasional yang lebih tinggi, pengurangan risiko, dan peningkatan loyalitas pelanggan. Karena dampak yang tampaknya sangat menjanjikan ini, maka eksplorasi praktik akuntansi berkelanjutan dan bukti-bukti dampak yang nyata perlu dilakukan.

Standar dan Instrumen Pelaporan Akuntansi Berkelanjutan

Teori *stakeholder* merupakan salah satu dasar munculnya praktik akuntansi berkelanjutan. Dalam teori yang dikembangkan oleh Freeman (1984) ini, perusahaan harus memperhitungkan di dalam operasionalnya kepentingan semua pemangku kepentingan, bukan hanya kepentingan pemegang saham. Pemangku kepentingan yang dimaksud mencakup semua individu atau kelompok yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh kegiatan perusahaan, seperti karyawan, pelanggan, pemasok, komunitas lokal, dan lingkungan hidup. Menurut teori ini, perusahaan yang mempertimbangkan kepentingan semua pemangku kepentingan cenderung sukses dalam jangka panjang karena dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan semua pemangku kepentingan, mengurangi risiko konflik, dan meningkatkan reputasinya. Pada konteks akuntansi berkelanjutan, teori *stakeholder* mendukung pentingnya melaporkan dampak sosial dan lingkungan hidup dari kegiatan operasional bisnis perusahaan agar dapat memberikan gambaran yang lengkap tentang kinerjanya. Laporan lengkap seperti itu berfungsi untuk meyakinkan setiap pemangku kepentingan untuk konsisten mendukung kegiatan operasional perusahaan.

Akuntansi berkelanjutan adalah sistem akuntansi yang mengintegrasikan tiga aspek utama: ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup, yang dikenal sebagai *triple bottom line* (TBL). Akuntansi berkelanjutan tidak hanya fokus pada aspek keuangan, tetapi juga mempertimbangkan faktor sosial dan lingkungan hidup. Konsep akuntansi berkelanjutan muncul sebagai respons terhadap tantangan global, berupa perubahan iklim, ketidakadilan sosial, dan kelangkaan sumber daya alam (Gray et al., 2014). Berbeda dari akuntansi konvensional yang fokus hanya pada pelaporan keuangan sebagai cerminan kinerja ekonomi perusahaan dalam jangka pendek, akuntansi berkelanjutan memperluas fokus dengan memasukkan kriteria pertimbangan jangka panjang terkait hubungan sosial perusahaan dan hubungan perusahaan dengan lingkungan hidupnya. Meskipun kedua pendekatan ini memiliki tujuan yang berbeda, keduanya saling melengkapi dan dapat digunakan bersama untuk memberikan gambaran yang lebih holistik tentang kinerja perusahaan (Schaltegger & Burritt, 2010). Tujuan utama dari akuntansi berkelanjutan adalah untuk menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan sekaligus meminimalkan dampak negatif perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan hidupnya.

Pada konteks bisnis modern, akuntansi berkelanjutan menjadi semakin relevan. Perusahaan yang menerapkan praktik ini tidak hanya berusaha untuk memenuhi kewajiban hukum dan etika mereka, tetapi juga untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi risiko, dan memperkuat reputasinya (Eccles et al., 2014). Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang mengintegrasikan prinsip berkelanjutan dalam operasinya cenderung memiliki kinerja keuangan yang lebih baik dan lebih tahan terhadap guncangan ekonomi (Clark et al., 2015). Prinsip-prinsip utama akuntansi berkelanjutan meliputi transparansi, akuntabilitas, dan tanggung jawab. Transparansi berarti keharusan perusahaan untuk menyediakan informasi yang jujur dan terbuka tentang kinerjanya, termasuk dampak sosial dan lingkungan hidup dari kegiatan operasionalnya. Akuntabilitas mengacu pada kewajiban perusahaan untuk mempertanggungjawabkan tindakan mereka kepada pemangku kepentingan. Sedangkan, tanggung jawab mencakup komitmen perusahaan untuk mengurangi dampak negatif dan meningkatkan kontribusi positif perusahaan ke masyarakat dan lingkungan hidup (Bebbington, et, al. 2014).

Konsep *Triple Bottom Line* (TBL) diperkenalkan oleh John Elkington pada tahun 1997 sebagai kerangka kerja untuk mengukur kinerja bisnis yang tidak hanya berdasarkan keuntungan finansial tetapi juga berdasarkan dampak sosial dan lingkungan. Menurut Elkington (1997), TBL terdiri dari tiga komponen utama:

- (1) **Profit:** Mengukur kinerja finansial perusahaan.
- (2) **People:** Mengukur dampak sosial dari kegiatan bisnis perusahaan, termasuk kesejahteraan karyawan, kontribusi terhadap komunitas lokal, dan keadilan sosial.
- (3) **Planet:** Mengukur dampak lingkungan hidup dari kegiatan bisnis perusahaan, termasuk emisi karbon, penggunaan sumber daya, dan pengelolaan limbah.

Elkington (1997) menyatakan bahwa perusahaan yang mengadopsi TBL dapat meningkatkan reputasinya, menarik investasi yang bertanggung jawab sosial, dan mencapai posisi berkelanjutan dalam jangka panjang.

Salah satu standar yang digunakan dalam pengimplementasian akuntansi berkelanjutan adalah GRI *standard* yang dikembangkan oleh *Global Report Initiative* (GRI). *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah organisasi internasional yang fokus pada pengembangan standar pelaporan berkelanjutan. *GRI Standards* menyediakan kerangka kerja bagi perusahaan untuk melaporkan dampak ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial dari kegiatan operasionalnya. Menurut *Global Report Initiative* (2020), "*GRI Standards are designed to be used by organizations of all sizes and sectors to report their impacts in a consistent and credible way*". Dengan menggunakan *GRI Standards*, perusahaan dapat meningkatkan transparansi, memenuhi tuntutan pemangku kepentingan, dan meningkatkan kinerja berkelanjutannya. Berdasarkan *Global Report Initiative* (2020), beberapa topik dan aspek yang bisa digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan adalah:

- (1) **GRI 200 (Economic):** *economic performance, market presence, tax, anti-corruption, anti-competitive behaviour, indirect economic impact.*
- (2) **GRI 300 (Environment):** *energy, material(s), supplier environmental assessment, waste, emission, biodiversity, water & effluents.*
- (3) **GRI 400 (Social):** *employment, labour/management relation, occupation health & safety, training & education, diversity & equal opportunity, freedom or association & collective bargaining, child labour, fore & compulsory labour, security practice, right of indigenous people, human right assessment, supplier social assessment, public policy, customer privacy, socioeconomic compliance.*

Selain *GRI standards*, terdapat juga *SASB standards* yang dikembangkan oleh *Sustainability Accounting Standard Board (SASB)*. *Sustainability Accounting Standards Board (SASB)* adalah organisasi nirlaba yang mengembangkan standar pelaporan berkelanjutan spesifik untuk industri. Menurut SASB (2020), *SASB Standards* dirancang untuk membantu perusahaan seluruh dunia mengidentifikasi, mengelola, dan melaporkan isu-isu berkelanjutan yang material bagi kinerja keuangannya kepada para investor (*SASB Standards enable businesses around the world to identify, manage, and communicate financially-material sustainability information to investors*). Standar ini mencakup berbagai topik, seperti perubahan iklim, pengelolaan air, kesejahteraan karyawan, dan etika bisnis. Dengan menggunakan *SASB Standards*, perusahaan dapat meningkatkan kualitas laporan berkelanjutannya, memenuhi ekspektasi investor, dan mengurangi risiko terkait isu berkelanjutan. Adapun *SASB sustainability topic(s)* yang bisa digunakan terorganisir dalam 5 bidang berkelanjutan, yaitu dimensi lingkungan, *social capital, human capital, business model & innovation*, dan *leadership & governance*.

Praktik Akuntansi Berkelanjutan dan Dampaknya

Implementasi praktik akuntansi berkelanjutan dalam bisnis memerlukan perubahan signifikan dari pendekatan tradisional akuntansi dan pelaporan keuangan. **Pertama**, perusahaan perlu mengidentifikasi dan menetapkan indikator kinerja utama atau *Key Performance Indicator (KPI)* yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup. Indikator ini bisa meliputi emisi karbon, penggunaan energi, kesejahteraan karyawan, kontribusi terhadap komunitas lokal, dan lain-lain. **Kedua**, perusahaan harus mengembangkan sistem dan proses untuk mengumpulkan, mengukur, dan melaporkan data terkait indikator tersebut. Hal ini mungkin memerlukan investasi dalam teknologi baru dan pelatihan bagi staf untuk memastikan data yang dikumpulkan akurat dan relevan. Selain itu, perusahaan juga harus memastikan bahwa laporan berkelanjutan disusun sesuai dengan standar dan pedoman internasional, seperti *Global Reporting Initiative (GRI)* atau *Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*. **Ketiga**, integrasi praktik berkelanjutan ke dalam strategi bisnis perusahaan menjadi langkah yang penting. Ini berarti bahwa keputusan bisnis harus mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup secara bersamaan untuk mencapai keseimbangan yang optimal.

Dalam pengimplementasiannya, perusahaan multinasional sering kali berada di garis depan dalam mengadopsi praktik akuntansi berkelanjutan. Hal ini disebabkan oleh tekanan dari pemangku kepentingan global, regulasi yang ketat, dan kebutuhan untuk mempertahankan reputasi internasional. Perusahaan yang telah berhasil mengimplementasikan praktik akuntansi berkelanjutan dapat memberikan wawasan berharga tentang proses dan manfaat dari praktik berkelanjutan ini. Sebagai contoh, Unilever, salah satu perusahaan multinasional terbesar di dunia, telah mengadopsi strategi berkelanjutan yang komprehensif. Pada laporan tahunan Unilever tahun 2020, disebutkan bahwa Unilever telah berhasil mengurangi emisi karbon dari kegiatan operasionalnya sebesar 65% sejak tahun 2008 dan meningkatkan efisiensi penggunaan air sebesar 44%. Selain itu, Unilever berkomitmen bahwa semua bahan baku yang digunakan berasal dari sumber yang berkelanjutan pada tahun 2030. Keberhasilan Unilever dalam mengimplementasikan praktik akuntansi berkelanjutan telah meningkatkan reputasi perusahaan, menarik investasi yang bertanggung jawab sosial, dan menciptakan nilai jangka panjang bagi pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya.

Selain Unilever, perusahaan multinasional IKEA juga telah berhasil mengintegrasikan praktik berkelanjutan ke dalam strategi bisnisnya. Pada laporan tahunan IKEA tahun 2020, disebutkan bahwa IKEA telah berhasil menurunkan volume sampah sebesar 36% dari 60% tokonya di dunia, memberikan pelatihan kepada 4.100 petani tentang praktik produksi tanaman yang bisa mengurangi resiko dampak negatif perubahan iklim, serta berkomitmen untuk menjadi perusahaan *net-zero carbon* pada tahun 2030. Keberhasilan perusahaan-perusahaan multinasional ini menunjukkan bahwa praktik akuntansi berkelanjutan dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja perusahaan dan meningkatkan reputasinya di tingkat global.

Perusahaan lokal di Indonesia juga mendapatkan manfaat dari praktik akuntansi berkelanjutan. Meskipun tantangan yang dihadapi mungkin berbeda dari tantangan perusahaan multinasional, manfaat yang diperolehnya serupa. Sebagai contoh, PT Sinar Mas telah mengadopsi praktik berkelanjutan dalam kegiatan operasionalnya, termasuk pengelolaan hutan yang berkelanjutan, pengurangan emisi, dan peningkatan kesejahteraan karyawan. Pada laporan tahunan PT Sinar Mas tahun 2023, anak Perusahaan SMART beserta perusahaan induknya, GAR, telah mengalokasikan sumber daya dan waktu yang sangat besar untuk memastikan proses produksi minyak sawit yang dijalankannya tidak terkait dengan deforestasi, menggunakan *Artificial Intelligence* (AI) untuk mengurangi penggunaan air, menaikkan bantuan sosial sebesar 23% kepada sekolah agar menjadi sekolah yang sadar lingkungan, dan berkomitmen mengurangi 34% emisi karbon dari penggunaan listrik pada tahun 2034.

Jelas sudah banyak bukti kuat bahwa praktik akuntansi berkelanjutan memberi dampak positif pada kinerja perusahaan. Menurut Eccles et al. (2014), perusahaan yang mengadopsi praktik berkelanjutan cenderung memiliki kinerja finansial yang lebih baik dalam jangka panjang. Hal ini disebabkan oleh efisiensi operasional yang lebih tinggi, pengurangan risiko, dan peningkatan loyalitas pelanggan. Selain itu,

perusahaan yang melaporkan kinerja berkelanjutan secara transparan dapat meningkatkan reputasinya dan menarik investasi yang bertanggung jawab sosial. Studi lain yang dilakukan oleh Friede, Busch, & Bassen (2015) menemukan bahwa integrasi faktor-faktor lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) ke dalam strategi bisnis dapat meningkatkan kinerja finansial perusahaan.

Selain dampak yang sifatnya kinerja finansial atau ekonomis, praktik akuntansi berkelanjutan juga memberikan dampak positif pada aspek tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang mengadopsi praktik berkelanjutan cenderung lebih memperhatikan kesejahteraan karyawannya, memberikan kondisi kerja yang lebih baik, dan berkontribusi pada kehidupan komunitas lokal. Menurut laporan *International Labour Organization* (ILO, 2019), perusahaan yang mengadopsi praktik berkelanjutan cenderung menimbulkan tingkat kepuasan dan produktivitas karyawan yang lebih tinggi. Selain itu, perusahaan yang bertanggung jawab sosial dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan komunitas lokal, mengurangi risiko konflik, dan meningkatkan dukungan dari pemangku kepentingan.

Dampak lain yang utama dari praktik akuntansi berkelanjutan adalah pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan hidup. Perusahaan yang mengadopsi praktik berkelanjutan cenderung lebih efisien dalam penggunaan sumber daya, mengurangi emisi gas rumah kaca, dan mengelola limbah dengan lebih baik. Menurut laporan *United Nations Environment Programme* (UNEP, 2019), perusahaan yang mengadopsi praktik berkelanjutan mampu mengurangi jejak karbon dari kegiatan operasionalnya, meningkatkan efisiensi energi, dan mengurangi polusi. Selain itu, perusahaan yang bertanggung jawab terkait lingkungan hidupnya mampu meningkatkan reputasinya dan menarik pelanggan yang peduli terhadap lingkungan hidup.

Meskipun dampaknya ternyata positif, praktik akuntansi berkelanjutan tidaklah tanpa hambatan dan tantangan. Salah satu tantangan utamanya adalah biaya yang terkait dengan pengumpulan, pengukuran, dan pelaporan data berkelanjutan. Perusahaan perlu berinvestasi dalam teknologi dan sistem yang tepat untuk memastikan akurasi dan relevansi data yang dikumpulkan. Selain itu, perusahaan juga perlu melatih stafnya untuk memahami dan mengimplementasikan akuntansi berkelanjutan dengan benar. Tantangan lainnya adalah belum adanya standar pelaporan berkelanjutan yang seragam dan diterima secara global. Meskipun GRI dan SASB telah mengembangkan standar yang diakui secara luas, namun masih terdapat variasi dalam cara perusahaan melaporkan kinerja berkelanjutannya. Hal ini dapat menyebabkan ketidakjelasan dan kesulitan dalam membandingkan kinerja antar perusahaan.

Kesimpulan

Praktik akuntansi berkelanjutan dalam bisnis berpotensi besar memberikan dampak positif pada kinerja perusahaan pada aspek ekonomi dan sosial, serta kontribusinya pada kelestarian lingkungan hidup. Melalui pendekatan komprehensif

dan terintegrasi dalam praktik akuntansi berkelanjutan, perusahaan dapat meningkatkan kinerja finansialnya, meningkatkan kesejahteraan karyawan, dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan hidup. Selain itu, perusahaan yang melaporkan kinerja berkelanjutan secara transparan dapat meningkatkan reputasinya dan menarik investasi yang bertanggung jawab sosial. Karena dampaknya positif bagi bisnis, masyarakat, dan kelestarian lingkungan hidup, pembuat kebijakan publik perlu mendorong perusahaan-perusahaan mengadopsi praktik akuntansi berkelanjutan, misalnya dengan pemberian insentif berupa pengurangan pajak dan pemberian akses ke pendanaan hijau, peningkatan kesadaran melalui edukasi dan pelatihan, regulasi yang efektif dan adil, dan penetapan standar pelaporan berkelanjutan yang seragam.

Daftar Pustaka

- Basar, N. F., Hamzah, F., & Aisyah, N. (2023). Penerapan konsep Triple Bottom Line pada usaha ayam potong UD. Firman di Maros, Sulawesi Selatan. *Jurnal Akuntansi Kompetitif* 6(1), 104-114. DOI:
- Bebbington, J., Unerman, J., & O'Dwyer, B. (2014). *Sustainability accounting and accountability*. Routledge.
- Brundtland, G.H. (Ed.). (1987). *Report of The World Commission on Environment and Development*, The United Nation.
- Burritt, R. L., & Schaltegger, S. (2010). Sustainability accounting and reporting: Fad or trend? *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 23(7), 829-846.
- Clark, G. L., Feiner, A., & Viehs, M. (2015). *From the stockholder to the stakeholder: How sustainability can drive financial outperformance*. University of Oxford and Arabesque Partners.
- Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). The impact of corporate sustainability on organisational processes and performance. *Management Science* 60(11), 2835-2857.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Oxford: Capstone.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
- Friede, G., Busch, T., & Bassen A., (2015). ESG and financial performance: aggregating evidence from more than 2000 empirical study. *Journal of Sustainable Finance and Investment* 5(14), 210-233
- Global Reporting Initiative (GRI). (2020). *GRI Standards*. Retrieved from <https://www.globalreporting.org/standards>
- Gray, R., Adams, C., & Owen, D. (2014). *Accountability, social responsibility, and sustainability: Accounting for society and the environment*. Pearson.
- IKEA. (2020). *Ikea sustainability report 2020*.

https://www.ikea.com/se/sv/files/pdf/c3/e2/c3e2b54b/ikea_sustainability_report_fy20.pdf.

International Labour Organization (ILO). (2019). *Work for a brighter future – Global Commission on the Future of Work*. Geneva: ILO.

SASB. (2020). *SASB Standards*. http://sasb.ifrs.org/wp-content/uploads/2019/05/SASB-Conceptual-Framework.pdf?source=post_page

Schaltegger, S. & Burritt, R. L., (2010). Sustainability accounting and reporting: Fad or trend? *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 23(7), 829-846.

Sinarmas Land. (2024, April 2). *Annual Report 2023*. <https://www.sinarmasland.com/investors/annual-report/>

Unilever. (2020). *Annual report and accounts 2020*. <https://www.unilever.com/annualreport2020>

United Nations Environment Programme (UNEP). (2019). *Emissions gap report 2019*. Nairobi: UNEP.

Keteladanan Perilaku Hijau Wanita Karir Generasi Y

Dominica Arni Widyastuti dan Holila Hatta

Pendahuluan

Generasi Y, dikenal juga sebagai Milenial, adalah kelompok demografis yang lahir antara awal 1980-an hingga pertengahan 1990-an. Mereka tumbuh di era digital dengan perubahan sosial cepat yang menjadikan mereka generasi yang sangat adaptif, dinamis, dan inovatif. Salah satu aspek yang semakin penting dalam kehidupan wanita karir generasi Y adalah perilaku hijau atau *green behavior*. Perilaku ini mencakup berbagai tindakan yang mendukung keberlanjutan lingkungan hidup, termasuk dalam pilihan gaya hidup sehari-hari seperti pemilihan produk perawatan kulit (*skincare*) dan pengelolaan sumber daya.

Green behavior didefinisikan sebagai tindakan individu yang bertujuan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan hidup (Steg & Vlek, 2009). Perilaku ini mencakup berbagai aspek, seperti penggunaan produk yang ramah lingkungan, pengelolaan limbah, dan efisiensi penggunaan sumber daya. Menurut Kollmuss dan Agyeman (2002), *green behavior* dipengaruhi oleh pengetahuan lingkungan, nilai-nilai pribadi, dan norma sosial. Sedangkan menurut Williams dan Dair (2007), kesadaran akan isu-isu lingkungan dan sikap positif terhadap keberlanjutan lingkungan berkontribusi secara signifikan terhadap adopsi perilaku hijau.

Penelitian Chen et al. (2015) menunjukkan bahwa generasi Y memiliki tingkat kesadaran lingkungan yang lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya, yang kemudian diterjemahkan ke dalam perilaku konsumsi yang lebih bertanggung jawab. Temuan ini didukung Nielsen (2015), yang menunjukkan bahwa 73% dari milenial bersedia membayar lebih untuk produk yang ramah lingkungan. Dalam konteks wanita karir generasi Y, Moore (2012) menunjukkan bahwa mereka cenderung lebih memilih produk yang ramah lingkungan dan mendukung merek yang berkomitmen terhadap praktik bisnis yang berkelanjutan. Perilaku wanita karir generasi Y ini penting untuk dieksplorasi lebih lanjut karena posisinya di rumah dan di masyarakat dipandang terhormat, apalagi umurnya saat ini sedang berada pada tingkat puncak kedewasaannya. Wanita karir generasi Y cenderung akan dijadikan contoh keteladanan bagi generasi selanjutnya. Gaya hidup berkelanjutan yang dipilihnya, diharapkan akan ditularkan, diikuti dan diteruskan oleh generasi selanjutnya.

Teknik Eksplorasi Perilaku Hijau yang Dilakukan

Wawancara semi-terstruktur dilakukan terhadap 20 wanita karir berusia 25-35 tahun yang aktif mengadopsi perilaku hijau di kota besar Indonesia, seperti Jakarta, Surabaya, dan Bandung. Generasi Y di kota-kota seperti ini cenderung lebih tersadarkan pada isu-isu keberlanjutan dan memiliki akses lebih baik terhadap produk-produk ramah lingkungan (Nielsen, 2015). Dengan wawancara semi-terstruktur, narasumber tetap fleksibel untuk mengungkapkan pandangannya secara bebas (Cresswell, 2014). Pertanyaan-pertanyaan yang disusun dalam wawancara dirancang untuk mengungkap motivasi, preferensi, dan praktik *green behavior* yang diterapkan narasumber dalam kehidupan sehari-hari. Berikut ini beberapa kode dan formulasi pertanyaan yang ditujukan kepada narasumber:

- **PQ1:** Bagaimana anda memilih produk *skincare* yang ramah lingkungan?
- **PQ2:** Sejauh apa anda memperhatikan kemasan produk *skincare* yang dapat didaur ulang?
- **PQ3:** Bagaimana anda mengelola penggunaan air dalam rutinitas kecantikan Anda?
- **PQ4:** Seperti apa cara anda memilih produk *skincare* yang mendukung keberlanjutan terhadap lingkungan?

Analisis tematik dilakukan terhadap data hasil wawancara dengan cara mengidentifikasi kode-kode yang relevan, mengelompokkannya ke dalam tema-tema utama, dan mengorganisasikannya secara sistematis untuk memahami polanya (Braun & Clarke, 2006). Tema yang diungkap mencakup motivasi di balik pemilihan produk *skincare* ramah lingkungan, perhatian terhadap kemasan yang dapat didaur ulang, praktik pengelolaan sumber daya seperti air, dan tantangan yang dihadapi dalam menerapkan *green behavior*. Tema-tema ini memberikan wawasan mendalam tentang faktor-faktor yang melatarbelakangi perilaku hijau pada wanita karir generasi Y, serta bagaimana mereka mengintegrasikan nilai-nilai keberlanjutan dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Perilaku Hijau Wanita Karir Generasi Y

Eksplorasi mengungkap berbagai preferensi dan praktik *green behavior* pada wanita karir generasi Y. Para narasumber menunjukkan berbagai cara dalam memilih produk *skincare* yang ramah lingkungan, memperhatikan kemasan produk, dan mengelola sumber daya dalam kehidupan sehari-hari. Tabel 1 berikut ini menunjukkan hasil wawancara dengan narasumber wanita karir generasi Y tentang preferensi mereka terhadap produk *skincare* yang ramah lingkungan.

Tabel 1. Rekap Jawaban Narasumber Wanita Karir Generasi Y

| No | Nara-sumber | Preferensi Produk | Alasan | Kelebihan | Kekurangan | Keberlanjutan |
|----|-------------|-------------------|-----------------------------|-----------------------------------|---|--------------------------------|
| 1 | Sarah | Produk A | Menggunakan bahan alami | Lebih aman untuk kulit sensitif | Harga lebih mahal | Kemasan dapat didaur ulang |
| 2 | Diana | Produk B | Tanpa paraben dan sulfat | Tidak menyebabkan iritasi | Tidak selalu tersedia di pasaran | Program daur ulang kemasan |
| 3 | Lina | Produk C | Bahan organik | Ramah lingkungan | Perlu penyimpanan khusus | Sertifikasi organik |
| 4 | Nina | Produk D | Produk vegan | Tidak ada bahan hewani | Tidak semua jenis kulit cocok | Mengurangi jejak karbon |
| 5 | Maria | Produk E | Tidak diuji pada hewan | Etis | Kurang awet dibanding produk konvensional | <i>Leaping Bunny certified</i> |
| 6 | Yuni | Produk F | Kemasan biodegradable | Mengurangi limbah | Biodegradable tidak selalu tahan lama | Kemasan ramah lingkungan |
| 7 | Rina | Produk G | Efek lembap alami | Melembapkan lebih baik | Lebih sulit didapat | Kemasan dari bahan daur ulang |
| 8 | Sari | Produk H | Mendukung petani lokal | Ekonomi lokal berkembang | Tidak tersedia di semua daerah | Fair Trade certified |
| 9 | Dina | Produk I | Bahan minimalis | Aman untuk kulit sensitif | Kurang beragam pilihan | Penggunaan bahan minimalis |
| 10 | Anita | Produk J | Produk refillable | Mengurangi limbah kemasan | Harus membeli isi ulang | Sistem isi ulang |
| 11 | Fina | Produk K | Menggunakan minyak esensial | Aroma alami | Beberapa orang alergi minyak esensial | Minyak esensial alami |
| 12 | Indah | Produk L | Produk multifungsi | Praktis dan ekonomis | Efektivitas bervariasi | Mengurangi konsumsi produk |
| 13 | Ratna | Produk M | Mendukung konservasi | Berdampak positif pada lingkungan | Harga lebih tinggi | Inisiatif konservasi |

| No | Narasumber | Preferensi Produk | Alasan | Kelebihan | Kekurangan | Keberlanjutan |
|----|------------|-------------------|------------------------|------------------------------|---|------------------------|
| 14 | Wulan | Produk N | Bahan daur ulang | Mengurangi limbah plastik | Kualitas kemasan lebih rendah | Produk daur ulang |
| 15 | Fitri | Produk O | Tanpa pewarna sintetis | Aman untuk semua jenis kulit | Kurang menarik secara visual | Penggunaan bahan alami |
| 16 | Kartika | Produk P | Penggunaan bahan lokal | Mengurangi jejak karbon | Tidak tersedia di semua tempat | Mendukung produk lokal |
| 17 | Rani | Produk Q | Sertifikasi organik | Terjamin kualitasnya | Lebih mahal | Sertifikasi organik |
| 18 | Nia | Produk R | Kemasan dari kaca | Lebih tahan lama | Berat dan mudah pecah | Dapat didaur ulang |
| 19 | Ayu | Produk S | Produk DIY kit | Kreatif dan personal | Perlu waktu untuk meracik | Mengurangi limbah |
| 20 | Dewi | Produk T | Bahan nabati | <i>Vegan friendly</i> | Kurang efektif untuk beberapa masalah kulit | Sertifikasi vegan |

Catatan: Nama narasumber merupakan nama samaran.

Pilihan Skincare yang Ramah Lingkungan

Wanita karir generasi Y menunjukkan preferensi yang kuat terhadap produk *skincare* yang ramah lingkungan. Preferensi ini terlihat dari berbagai aspek pilihan mereka, mulai dari bahan-bahan alami yang digunakan hingga kemasan yang dapat didaur ulang. Banyak dari mereka yang merasa bahwa menggunakan produk dengan bahan alami tidak hanya memberikan manfaat bagi kesehatan kulit mereka, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian lingkungan. Kesadaran akan dampak lingkungan dari produk-produk yang mereka gunakan membuat mereka lebih selektif dan kritis dalam memilih produk *skincare*. Mereka menghindari produk yang mengandung bahan kimia berbahaya seperti paraben, sulfat, dan pewarna sintetis. Mereka lebih memilih produk yang menggunakan bahan-bahan organik dan ramah lingkungan.

Selain itu, wanita karir generasi Y juga sangat memperhatikan aspek keberlanjutan dari kemasan produk *skincare* yang mereka beli. Mereka cenderung memilih produk dengan kemasan yang dapat didaur ulang atau terbuat dari bahan daur ulang. Banyak dari mereka yang mendukung merek-merek yang memiliki program daur ulang kemasan, di mana mereka bisa mengirim kembali kemasan kosong untuk didaur ulang oleh perusahaan. Pendekatan ini tidak hanya membantu mengurangi jejak karbon tetapi juga mendukung praktik bisnis yang berkelanjutan. Dari wawancara narasumber, preferensi dan perilaku hijau yang menonjol dari wanita

karir generasi Y dalam memilih produk *skincare* digambarkan secara naratif sebagai berikut (nama informan merupakan nama samaran).

(1) Memilih produk berbahan alami.

Sarah, seorang manajer pemasaran di sebuah perusahaan teknologi, mengatakan: "Saya selalu mencari produk *skincare* yang menggunakan bahan-bahan alami. Saya menghindari produk yang mengandung bahan kimia berbahaya seperti paraben, sulfat, dan pewarna sintetis. Produk berbahan alami lebih baik untuk kulit saya dan juga lebih aman untuk lingkungan karena bahan-bahan tersebut dapat terurai secara alami dan tidak mencemari air." Narasi seperti ini sesuai dengan temuan Gebrina et al. (2022).

(2) Memperhatikan kemasan yang dapat didaur ulang.

Diana, karyawan yang bekerja di firma hukum besar, mengatakan: "Saya sangat memperhatikan kemasan produk *skincare* yang saya beli. Saya memilih produk yang menggunakan kemasan yang dapat didaur ulang atau terbuat dari bahan daur ulang. Saya bahkan berlangganan pada merek yang menawarkan program daur ulang kemasan, di mana saya bisa mengirim kembali kemasan kosong untuk didaur ulang oleh perusahaan. Ini adalah salah satu cara saya mengurangi jejak karbon saya dan mendukung praktik bisnis yang berkelanjutan." Narasi seperti ini sesuai dengan temuan Chin et al. (2018).

(3) Menyelidiki *brand* yang mendukung keberlanjutan.

Lina, seorang desainer grafis, mengatakan: "Sebelum membeli produk *skincare*, saya selalu melakukan riset tentang *brand* tersebut. Saya mencari informasi mengenai bagaimana *brand* tersebut memproduksi produknya dan apakah mereka memiliki komitmen terhadap keberlanjutan. Saya lebih memilih *brand* yang transparan tentang praktik bisnis mereka, seperti penggunaan energi terbarukan dalam produksi, pengelolaan limbah, dan inisiatif untuk mengurangi emisi karbon." Narasi seperti ini sesuai dengan temuan Ali et al. (2022).

Kepedulian pada Pengelolaan Limbah dan Sumber Daya

Wanita karir generasi Y tidak hanya peduli dengan pilihan produk yang mereka beli, tetapi juga bagaimana mereka mengelola limbah dan sumber daya dalam kehidupan sehari-hari. Mereka menyadari bahwa tanggung jawab terhadap lingkungan hidup tidak berhenti pada pemilihan produk, tetapi juga mencakup bagaimana produk tersebut digunakan dan bagaimana sumber daya lain dimanfaatkan secara efisien. Misalnya, banyak dari mereka yang memilih produk multifungsi untuk mengurangi konsumsi berlebihan, seperti membeli pelembap dengan kandungan SPF atau *foundation* yang sekaligus berfungsi sebagai pelembap. Dengan cara ini, mereka tidak hanya mengurangi jumlah produk yang digunakan tetapi juga mengurangi limbah kemasan.

Selain itu, wanita karir generasi Y juga menerapkan praktik hemat air dalam rutinitas perawatan kecantikan mereka. Beberapa dari mereka menggunakan *micellar water* yang tidak memerlukan pembilasan atau mengurangi waktu mandi untuk menghemat air. Kesadaran akan pentingnya daur ulang juga tinggi, dengan banyak dari mereka yang memilah sampah rumah tangga, termasuk kemasan produk *skincare*, untuk memastikan bahwa barang-barang yang bisa didaur ulang tidak berakhir di tempat pembuangan akhir. Mereka juga mendukung inisiatif isi ulang produk, yang memungkinkan mereka mengisi ulang kemasan yang sudah ada daripada setiap kali membeli produk dengan kemasan baru. Dengan demikian, mereka secara aktif berkontribusi dalam mengurangi limbah dan mengelola sumber daya secara berkelanjutan dalam kehidupan sehari-harinya. Dari wawancara narasumber, perilaku hijau yang menonjol dari wanita karir generasi Y dalam menyikapi pengelolaan limbah dan sumber daya digambarkan secara naratif sebagai berikut (nama informan merupakan nama samaran).

(1) Menggunakan produk multifungsi.

Nina, seorang konsultan keuangan, mengatakan: "Untuk mengurangi konsumsi berlebihan, saya sering memilih produk *skincare* yang multifungsi. Misalnya, saya memilih pelembap yang juga mengandung SPF atau *foundation* yang sekaligus berfungsi sebagai pelembap. Dengan menggunakan produk multifungsi, saya bisa mengurangi jumlah produk yang dibeli dan digunakan, yang pada gilirannya mengurangi limbah kemasan." Narasi seperti ini sesuai dengan temuan Ruslim et al. (2022).

(2) Mengurangi penggunaan air.

Rina, seorang analis data, berbagi pengalamannya: "Saya lebih bijaksana dalam penggunaan air. Misalnya, saya menggunakan *micellar water* yang tidak memerlukan pembilasan untuk mencuci muka, atau mandi lebih singkat untuk menghemat air. Saya juga beralih ke produk-produk yang tidak memerlukan banyak air dalam penggunaannya, seperti sampo kering atau tisu pembersih wajah." Narasi seperti ini sesuai dengan temuan Fakhrunissa et al. (2020).

(3) Memedulikan pendaurulangan dan pengelolaan sampah.

Yuni, seorang manajer proyek, mengatakan: "Kesadaran akan pentingnya daur ulang sangat tinggi dalam diri saya. Saya selalu memilah sampah rumah tangga, termasuk kemasan produk *skincare*, dan memastikan bahwa barang-barang yang bisa didaur ulang tidak berakhir di tempat pembuangan akhir. Saya juga terlibat dalam komunitas atau program lingkungan yang fokus pada daur ulang dan pengelolaan sampah." Narasi seperti ini sesuai dengan temuan Suphasomboon & Vassanadumrongdee (2022).

(4) Menggunakan produk isi ulang (*refill*).

Maria, seorang guru, menyatakan: "Saya mendukung inisiatif isi ulang produk. Beberapa *brand skincare* menawarkan produk dengan sistem isi ulang, yang

memungkinkan saya untuk mengisi ulang kemasan produk yang sudah ada daripada membeli kemasan baru setiap kali. Ini membantu mengurangi limbah kemasan." Narasi seperti ini sesuai dengan temuan Lin & Lin (2015).

(5) Meminimalkan pembelian berlebihan.

Sari, seorang perancang busana, berbagi: "Saya cenderung lebih minimalis dalam pendekatan terhadap *skincare*. Alih-alih membeli berbagai macam produk, saya lebih memilih untuk memiliki beberapa produk kunci yang saya percayai dan gunakan secara konsisten. Pendekatan ini tidak hanya membantu mengurangi konsumsi dan limbah, tetapi juga lebih ekonomis dan praktis." Narasi seperti ini sesuai dengan temuan Williams (2012).

Sikap Menghadapi Tantangan dalam Implementasi Green Behavior

Wanita karir generasi Y menghadapi beberapa tantangan dalam implementasi *green behavior*. Salah satu tantangan terbesar adalah harga produk *skincare* ramah lingkungan yang sering kali lebih tinggi dibandingkan dengan produk konvensional. Hal ini bisa menjadi hambatan bagi mereka yang memiliki anggaran terbatas. Meskipun mereka berkomitmen untuk menggunakan produk yang lebih baik bagi lingkungan, biaya yang lebih tinggi sering kali membuat mereka harus mencari alternatif yang lebih terjangkau atau menunggu diskon dan promosi agar dapat membeli produk yang diinginkan.

Selain masalah biaya, ketersediaan produk juga menjadi tantangan signifikan. Tidak semua produk *skincare* ramah lingkungan tersedia di setiap daerah, dan sering kali mereka harus memesan secara online, sehingga menambah biaya pengiriman dan waktu tunggu. Tantangan lain adalah kurangnya informasi dan edukasi yang memadai tentang produk ramah lingkungan. Banyak wanita karir generasi Y yang merasa kesulitan menemukan informasi yang akurat dan terpercaya, sehingga mereka harus berupaya lebih keras untuk mencari dan memverifikasi informasi dari berbagai sumber. Meskipun demikian, mereka terus berusaha untuk meningkatkan pengetahuan mereka dan berbagi informasi dengan sesama mereka untuk mengatasi tantangan-tantangan ini. Dari wawancara narasumber, sikap wanita karir generasi Y ketika menghadapi tantangan dalam implementasi *green behavior* digambarkan secara naratif sebagai berikut (nama informan merupakan nama samaran).

(1) Menyikapi harga produk yang lebih tinggi.

Dina, seorang akuntan, menyatakan: "Produk *skincare* yang ramah lingkungan sering kali memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk konvensional. Ini bisa menjadi hambatan, terutama jika anggaran terbatas. Solusinya adalah mencari merek-merek yang menawarkan produk berkualitas dengan harga terjangkau atau menunggu diskon dan promosi untuk membeli produk yang diinginkan." Narasi seperti ini sesuai dengan temuan Aggarwal (2023).

(2) Menyikapi ketidaktersediaan Produk.

Anita, seorang ahli gizi, mengatakan: "Tidak semua produk *skincare* yang ramah lingkungan tersedia di setiap daerah. Kadang saya kesulitan menemukan produk-produk tersebut di toko-toko lokal dan harus memesan secara online, yang kadang memerlukan biaya tambahan untuk pengiriman. Untuk mengatasi hal ini, saya mencari produk substitusi yang memiliki karakteristik serupa atau mendukung toko-toko lokal yang mulai menawarkan produk ramah lingkungan." Narasi seperti ini sesuai dengan temuan Darmo (2015).

(3) Menyikapi kelangkaan informasi dan edukasi.

Fina, seorang psikolog, berbagi: "Tidak semua orang memiliki akses atau pengetahuan yang memadai tentang produk ramah lingkungan dan *green behavior*. Edukasi dan informasi yang kurang bisa menjadi penghambat. Oleh karena itu, saya terus mencari informasi dari sumber yang terpercaya, bergabung dengan komunitas yang peduli lingkungan, dan saling berbagi informasi dengan sesama wanita karir." Narasi seperti ini sesuai dengan temuan Lin (2013).

Pelajaran dari Eksplorasi Perilaku Hijau Wanita Karir Generasi Y

Karena wanita karir generasi Y cenderung akan dijadikan contoh keteladanan bagi generasi selanjutnya, perilakunya potensial menjadi tren masa mendatang. Bisnis perlu belajar dari gambaran eksploratif perilaku wanita karir generasi Y, terutama ketika tuntutan untuk melakukan segmentasi berbasis perilaku (*behavioral segmentation*) belakangan ini semakin menguat. Salah satu langkah utama adalah inovasi produk ramah lingkungan. Perusahaan dapat menciptakan produk dengan bahan-bahan alami dan organik serta menggunakan kemasan yang dapat didaur ulang atau terbuat dari bahan daur ulang. Bisnis perlu menghindari penggunaan bahan kimia berbahaya seperti paraben, sulfat, dan pewarna sintetis yang telah diketahui memiliki dampak negatif pada kesehatan dan lingkungan. Opsi kemasan isi ulang yang memungkinkan konsumen untuk mengisi ulang kemasan yang sudah mereka miliki akan mengurangi kebutuhan untuk kemasan baru setiap kali membeli produk. Dengan menawarkan produk yang aman bagi lingkungan, bisnis dapat menarik perhatian konsumen yang semakin peduli terhadap isu-isu keberlanjutan.

Selain inovasi produk, transparansi dan edukasi juga penting. Transparansi dalam praktik bisnis adalah kunci untuk membangun kepercayaan konsumen yang semakin peduli terhadap isu-isu keberlanjutan. Bisnis perlu meningkatkan transparansi mengenai praktik bisnis yang berkelanjutan, seperti penggunaan energi terbarukan, pengelolaan limbah, dan upaya untuk mengurangi emisi karbon, untuk menunjukkan komitmennya yang kuat terhadap lingkungan hidup dan menarik konsumen yang peduli dengan keberlanjutan. Edukasi konsumen tentang manfaat produk ramah lingkungan dan praktik berkelanjutan dapat meningkatkan kesadaran dan mendorong perilaku hijau. Program loyalitas untuk pengelolaan sampah kemasan produk, seperti program daur ulang kemasan, dapat pemberian insentif kepada konsumen untuk mengembalikan kemasan kosong agar dapat didaur ulang oleh perusahaan.

Penawaran produk multifungsi dapat mendukung tren *green behavior*. Mengembangkan produk yang memiliki beberapa fungsi sekaligus dapat mengurangi konsumsi dan limbah kemasan yang berlebihan. Perusahaan sebaiknya juga terlibat dalam kampanye kesadaran lingkungan. Kampanye itu dapat meningkatkan kesadaran konsumen akan isu-isu lingkungan dan mempromosikan gaya hidup hijau. Kampanye tidak hanya memberikan nilai tambah bagi konsumen tetapi juga membantu membangun citra positif perusahaan sebagai pelopor dalam keberlanjutan. Dengan langkah-langkah tersebut, bisnis dapat meningkatkan loyalitas konsumen sekaligus menciptakan dampak positif bagi lingkungan hidup.

Kesimpulan

Green behaviour adalah aspek penting dalam gaya hidup wanita karir generasi Y. Mereka secara aktif memilih produk *skincare* yang ramah lingkungan, menunjukkan preferensi terhadap bahan-bahan alami dan kemasan yang dapat didaur ulang. Kesadaran mereka terhadap dampak lingkungan dari pilihan produk sehari-hari mendorong mereka untuk menjadi lebih selektif dan bertanggung jawab dalam konsumsi. Selain itu, mereka juga berusaha untuk mengelola sumber daya dengan bijaksana dalam kehidupan sehari-hari, seperti mengurangi penggunaan air dan mendukung program daur ulang. Meskipun ada tantangan yang dihadapi, seperti harga yang lebih tinggi dan ketersediaan produk yang terbatas, komitmen wanita karir generasi Y terhadap keberlanjutan tetap kuat. Mereka terus mencari cara untuk mengatasi hambatan itu, baik melalui edukasi diri maupun berbagi informasi dengan komunitas mereka.

Mengingat posisi wanita karir generasi Y di rumah dan di masyarakat dipandang terhormat, apalagi umurnya saat ini sedang berada pada tingkat puncak kedewasaannya, perilaku hijau dan komitmen mereka potensial akan dijadikan contoh keteladanan bagi generasi selanjutnya. Dengan semakin banyaknya wanita karir generasi Y yang mengadopsi *green behavior*, mereka dapat menjadi agen perubahan yang signifikan. Gaya hidup berkelanjutan yang dipilihnya bisa menjadi tren masa mendatang. Dunia bisnis pun perlu menyambut tren tersebut sebagai peluang dengan segmentasi berbasis perilaku (*behavioral segmentation*) yang bersesuaian. Optimisme perlu terus-menerus dipupuk semua pemangku kepentingan dengan mendorong praktik berkelanjutan dan meningkatkan kesadaran lingkungan secara luas.

Daftar Pustaka

- Aggarwal, D. (2023). Green Education for a Sustainable Future. *Journal of Environmental Education*, 34(1), 27-30. doi:10.55529/jeimp.34.27.30
- Ali, M., Ullah, S., Ahmad, M. S., Cheok, M. Y., & Alenezi, H. (2022). Assessing the impact of green consumption behavior and green purchase intention among millennials toward sustainable environment. *Environmental Science and Pollution Research*, 29(36), 54529-54542. doi:10.1007/s11356-022-23811-1
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Chen, T. B., Ng, S. S., & Lau, T. C. (2015). Attitude towards the environment and green products: Consumers' perspective. *Management of Environmental Quality*, 26(2), 205-216. doi:10.1108/MEQ-02-2014-0024
- Chin, J., Jiang, B., Mufidah, I., Persada, S. F., & Noer, B. (2018). The Investigation of Consumers' Behavior Intention in Using Green Skincare Products: A Pro-Environmental Behavior Model Approach. *Sustainability*, 10(11), 3922. doi:10.3390/SU10113922
- Cresswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Darmo, I. S. (2015). Millennials Green Culture: The Opportunity And Challenge (A Case Study of Higher Education Students). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 184, 112-120.
- Fakhrunissa, R. A., Kusdibyo, L., & Kania, R. (2020). Persepsi Wanita Millennial terhadap Produk Kecantikan Hijau. *Indonesian Research Journal of Communication and Media*, 11(1), 2159. doi:10.35313/IRWNS.V1111.2159
- Gebrina, G., Biby, S., Hasan, A., & Zulkifli, Z. (2022). The influence of millennial women's lifestyle, perceptions, and consumer preferences on skincare purchasing decisions: A case study on millennial women in East Aceh Regency. doi:10.29103/mrbj.v2i1.7536
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research*, 8(3), 239-260. doi:10.1080/13504620220145401
- Lin, Y. (2013). A Study on the Attitude and Behavior of Green Consumption of Residents in City and Countryside. *Modern Organic Materials*, 34(06), 126-137. doi:10.12677/MOM.2013.34006
- Lin, Y. L., & Lin, H.-W. (2015). The Benefits and Values of Green Lifestyle Consumers. *International Journal of Marketing Studies*, 7(1), 24. doi:10.5539/IJMS.V7N1P24
- Moore, M. (2012). Intergenerational influences on the ethical perceptions of retail business practices: The case of Gen Y and Baby Boomers. *Journal of Business*

Ethics, 110(1), 25-37. doi:10.1007/s10551-011-1144-9

- Nielsen. (2015). *The Sustainability Imperative: New Insights on Consumer Expectations*. Retrieved from Nielsen Report
- Ruslim, T. S., Kartika, Y., & Hapsari, C. (2022). Effect Of Environmental Concern, Attitude, Subjective Norms, Perceived *Behavioral* Control And Availability On Purchase Of Green Skincare Products With Intention To Purchase As A Mediation Variable. *Journal of Indonesian Marketing and Branding*, 8(1), 14499. doi:10.22441/jimb.v8i1.14499
- Suphasomboon, T., & Vassanadumrongdee, S. (2022). Toward sustainable consumption of green *cosmetics* and personal care products: The role of perceived value and ethical concern. *Sustainable Production and Consumption*, 30, 24-34. doi:10.1016/j.spc.2022.07.004
- Steg, L., & Vlek, C. (2009). Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda. *Journal of Environmental Psychology*, 29(3), 309-317. doi:10.1016/j.jenvp.2008.10.004
- Williams, K., & Dair, C. (2007). What is stopping sustainable building in England? Barriers experienced by stakeholders in delivering sustainable developments. *Sustainable Development*, 15(3), 135-147. doi:10.1002/sd.308
- Williams, S. (2012). Databases & Hot Topics: Living Green: Living a Sustainable Lifestyle. *Information Services & Use*, 32(3-4), 163-172.

Peran Sosial Media dalam Membangun *Personal Branding* Generasi Muda Milenial

Ananda Fortunisa, Agnes Teresia, Alda Dwi Putri, Annisa Ayu Winarni, Ghina Hana Rifat, dan Indira Aurelia Ramadhani

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga sarana untuk membangun *personal branding*. Generasi milenial, lahir antara tahun 1980 hingga 2000, menjadi pengguna utama media sosial. Mereka tumbuh di era digital dan memiliki akses luas terhadap informasi dan teknologi sejak usia dini, membuat mereka berbeda dari generasi sebelumnya seperti generasi X atau *baby boomers*. Generasi milenial dikenal kreatif, percaya diri, dan cenderung narsis. Mereka memanfaatkan media sosial untuk mengekspresikan diri dan membangun citra diri mereka di hadapan publik (Smith, 2011; Gillieard, 2014). Media sosial memang telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk bagaimana individu membangun identitas dan reputasinya. Melalui platform Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn, individu dapat berinteraksi, berbagi konten, membangun jaringan sosial, dan menunjukkan keterampilan, keahlian, dan kepribadiannya. Platform media sosial telah menjadi alat utama bagi milenial untuk membangun *personal branding*, suatu proses penciptaan dan promosi citra dirinya yang positif dan unik. Dengan *personal branding* yang kuat, individu dapat tampak lebih menonjol di antara banyaknya pesaing dalam dunia kerja dan sosial (Johnson, 2017).

Peran media sosial dalam membangun *personal branding* memang semakin penting di era digital ini. Media sosial memungkinkan individu pengguna untuk menciptakan dan mengelola citra diri mereka dengan cara yang lebih fleksibel dan dinamis. Melalui postingan, foto, video, dan interaksi *online*, pengguna dapat mempengaruhi bagaimana mereka dilihat oleh orang lain (Labrecque, Markos, & Milne, 2011). Penggunaan media sosial oleh generasi milenial tidak hanya terbatas pada kegiatan sosial dan hiburan, tetapi juga mencakup aspek profesional. Ini termasuk membangun reputasi profesional, menarik perhatian perekrut atau klien potensial, dan memperluas jaringan profesional (Montoya & Vandehey, 2002). Mengingat generasi milenial cenderung memiliki nilai-nilai yang berbeda dibandingkan dengan generasi sebelumnya, identifikasi peran media sosial dalam membangun *personal branding* mereka menjadi cukup menarik untuk dikaji.

Sebagaimana umumnya diketahui, karakter generasi milenial adalah lebih menghargai keseimbangan antara kehidupan kerja dan kehidupan pribadi (*work-life balance*) dan lebih tertarik pada pekerjaan yang memberikan makna dan dampak positif bagi masyarakat. Selain itu, mereka juga memiliki kecenderungan untuk lebih kritis dan selektif dalam memilih pekerjaan dan perusahaan tempat mereka bekerja

(Howe & Strauss, 2000). Oleh karena itu, beberapa pertanyaan muncul tentang bagaimana penggunaan media sosial mempengaruhi *personal branding* mereka dan seperti apa strategi yang mereka pakai dalam membangun personal branding melalui media sosial. Dengan memahami masalah ini, wawasan yang lebih mendalam akan dapat diperoleh terkait dinamika *personal branding* dalam konteks penggunaan media sosial oleh generasi milenial.

Basis Penyelidikan Penggunaan Media Sosial oleh Mahasiswa Generasi Milenial

Media sosial merupakan platform digital seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan membangun jaringan sosial. Saat digunakan untuk berinteraksi antar pengguna, media sosial berfungsi layaknya sebagai sarana komunikasi. Sedangkan ketika digunakan untuk membangun jaringan sosial dan berbagi konten, media sosial membuka kemungkinan fungsional sebagai sarana tebar pengaruh sehingga seorang pengguna bisa mempromosikan citra dirinya ke pengguna-pengguna lain di dalam jaringan sosialnya. Manfaat media sosial untuk promosi citra diri inilah yang menarik pengguna-penggunanya untuk membangun personal branding, termasuk mahasiswa generasi milenial.

Personal branding adalah proses bagaimana seseorang mempresentasikan diri, menciptakan dan mempromosikan citra diri yang positif dan konsisten melalui berbagai media yang tersedia ke publik. Personal branding yang kuat dapat membantu individu untuk menonjol di antara pesaing, meningkatkan peluang karir, memperluas jaringan profesional, dan membangun reputasi yang baik (Montoya & Vandehey, 2002; Hwang & Griffiths, 2017). Fleksibilitas yang disediakan media sosial memungkinkan media sosial berperan penting dalam personal branding. Pengguna dapat memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk menampilkan diri mereka, berbagi konten yang relevan, dan berinteraksi dengan audiens. Status diri dapat mereka perbaharui setiap saat melalui postingan, foto, video, dan rekaman interaksi online. Hal inilah yang memberikan peluang besar bagi pengguna media sosial untuk membangun personal branding yang kuat dan efektif (Ekhlasi, 2015; De Cooman & Dries, 2012). Menurut Banet-Weiser (2012), media sosial memungkinkan pengguna untuk menampilkan kehidupan pribadi dan profesional mereka dengan cara yang menarik dan autentik, meningkatkan keterlibatan audiens dan membangun hubungan yang lebih dalam dan berarti. Caraher (2015) menambahkan bahwa personal branding yang efektif melalui media sosial melibatkan konsistensi dalam pesan dan konten, serta keaslian dalam menampilkan diri.

Bagi generasi milenial (disebut juga Generasi Y) yang lahir antara tahun 1980 dan 2000, tumbuh dan besar bersamaan dengan perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi, media sosial merupakan sarana kehidupan sosial yang vital. Mereka menggunakan media sosial untuk berbagai tujuan, mulai dari hiburan hingga keperluan profesional. Media sosial memberi peluang untuk membangun dan memelihara hubungan dengan orang lain di mana pun di seluruh dunia, serta memperluas jaringan profesional (Lee & Kotler, 2016). Dalam konteks personal branding, media sosial memungkinkan seseorang untuk menciptakan dan mengelola citra diri dengan cara yang lebih fleksibel dan dinamis (Labrecque, Markos, & Milne, 2011; Chukwuere, 2017). Tak terkecuali, generasi muda milenial di Indonesia yang akhir-akhir ini berstatus sebagai mahasiswa/pelajar dan profesional/wiraswasta muda sangat antusias memanfaatkan media sosial untuk membangun personal branding mereka.

Tulisan ini menyajikan hasil penyelidikan terhadap perilaku generasi muda milenial Indonesia, utamanya mahasiswa/pelajar dan profesional/wiraswasta muda, yang aktif menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn untuk membangun personal branding mereka. Jumlah total subjek (informan) yang diselidiki 23 orang. Teknik penyelidikan yang dipakai adalah wawancara mendalam (in-depth interview), observasi, dokumentasi, dan analisis konten. Dalam wawancara mendalam, fokus penyelidikannya mengenai pengalaman dan pandangan subjek tentang penggunaan media sosial untuk personal branding. Topik wawancara yang dieksplorasi meliputi: latar belakang alasan dan motivasinya dalam menggunakan media sosial, strateginya dalam membangun personal branding, caranya menjaga konsistensi dan autentisitas, aktivitas interaksi dengan audiens-nya, dan manfaat yang dirasakan serta tantangan yang dihadapinya dalam membangun personal branding. Adapun dalam analisis konten, fokus penyelidikannya adalah konsistensi, autentisitas, interaksi dengan audiens, dan intensitas visualisasi yang ditemukan pada postingan, foto, video, dan interaksi online yang relevan dengan personal branding. Data yang terkumpul dari wawancara dan analisis konten dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Tujuan akhirnya adalah mendalami pengaruh media sosial terhadap personal branding generasi muda milenial dan mengidentifikasi strategi mereka dalam membangun personal branding melalui media sosial. Tabel 1 berikut ini memperlihatkan data ringkas hasil wawancara mendalam yang dilaksanakan 10 Januari – 1 Februari 2023 terhadap 23 subjek (informan).

Table 1. Data Ringkas Hasil Wawancara

| No | Subjek, Jenis Kelamin, Usia, dan Pekerjaan | Data Ringkas |
|----|--|--|
| 1 | Subjek-A, perempuan, 20 th, mahasiswa | "Personal branding bagi saya adalah cara untuk memperkenalkan diri kepada orang lain dan membentuk citra yang ingin saya tampilkan. Manfaatnya adalah untuk membentuk citra yang positif di dunia sosial dan pekerjaan. Saya menggunakan media sosial untuk menampilkan sisi diri yang ingin saya perlihatkan dan tetap menjadi diri sendiri." |
| 2 | Subjek-B, perempuan, 19 th, mahasiswa | "Personal branding adalah bagaimana kita mempromosikan diri kita dengan menampilkan keterampilan dan pengalaman yang kita miliki. Manfaatnya adalah untuk dikenal orang dengan kelebihan yang kita punya dan untuk mempengaruhi orang di sekitar kita. Pengaruhnya cukup besar karena personal branding penting dalam dunia kerja." |
| 3 | Subjek-C, perempuan, 20 th, mahasiswa | "Personal branding membantu saya untuk dikenali dengan cara yang saya inginkan. Media sosial memungkinkan saya untuk menampilkan diri saya dengan cara yang autentik dan konsisten." |
| 4 | Subjek-D, laki-laki, 20 th, mahasiswa | "Media sosial adalah platform yang efektif untuk membangun personal branding. Saya memperhatikan setiap momen yang akan diposting karena memahami bahwa media sosial merupakan aspek penting dalam penerimaan pekerjaan." |
| 5 | Subjek-E, perempuan, 17 th, pelajar | "Personal branding membantu saya untuk menampilkan kepribadian dan keterampilan saya kepada publik. Media sosial memberikan saya platform untuk berbagi aktivitas sehari-hari dan membentuk citra yang positif." |
| 6 | Subjek-F, laki-laki, 22 th, penyiar | "Personal branding penting untuk membangun reputasi profesional. Media sosial memungkinkan saya untuk menunjukkan karya-karya saya dan membangun jaringan profesional." |
| 7 | Subjek-G, perempuan, 29 th, mahasiswa | "Saya menggunakan media sosial untuk menampilkan sisi diri saya yang profesional dan positif. Ini membantu saya untuk membangun personal branding yang kuat dan menarik perhatian perekrut." |
| 8 | Subjek-H, laki-laki, 20 th, mahasiswa | "Personal branding di media sosial memungkinkan saya untuk membedakan diri saya dari orang lain. Saya <i>memposting</i> konten yang relevan dan menarik untuk membangun citra diri yang positif." |

| No | Subjek, Jenis Kelamin, Usia, dan Pekerjaan | Data Ringkas |
|----|--|--|
| 9 | Subjek-I, laki-laki, 22 th, wiraswasta | "Media sosial adalah alat yang sangat berguna untuk personal branding. Saya menggunakan platform ini untuk menunjukkan keunikan dan keterampilan saya." |
| 10 | Subjek-J, laki-laki, 20 th, mahasiswa | "Personal branding membantu saya untuk membangun reputasi dan menarik perhatian profesional. Media sosial memberikan saya platform untuk menunjukkan kemampuan dan pengalaman saya." |
| 11 | Subjek-K, laki-laki, 21 th, mahasiswa | "Saya memperhatikan setiap momen yang akan diposting di media sosial karena memahami bahwa ini akan mempengaruhi persepsi publik tentang diri saya." |
| 12 | Subjek-L, laki-laki, 20 th, mahasiswa | "Personal branding melalui media sosial memungkinkan saya untuk membangun citra diri yang konsisten dan positif." |
| 13 | Subjek-M, perempuan, 19 th, mahasiswa | "Media sosial membantu saya untuk menunjukkan keterampilan dan pengalaman saya. Ini adalah alat yang efektif untuk membangun personal branding." |
| 14 | Subjek-N, perempuan, 19 th, mahasiswa | "Saya menggunakan media sosial untuk menampilkan diri saya dengan cara yang autentik dan konsisten. Ini membantu saya untuk membangun personal branding yang kuat." |
| 15 | Subjek-O, perempuan, 19 th, mahasiswa | "Personal branding di media sosial membantu saya untuk menarik perhatian profesional dan membangun jaringan yang luas." |
| 16 | Subjek-P, laki-laki, 20 th, mahasiswa | "Saya menggunakan media sosial untuk menunjukkan karya-karya saya dan membangun reputasi profesional." |
| 17 | Subjek-Q, perempuan, 19 th, mahasiswa | "Personal branding melalui media sosial memungkinkan saya untuk menunjukkan keunikan dan keterampilan saya." |
| 18 | Subjek-R, perempuan, 19 th, mahasiswa | "Media sosial adalah alat yang sangat berguna untuk personal branding. Saya menggunakan platform ini untuk membangun citra diri yang positif." |
| 19 | Subjek-S, laki-laki, 23 th, karyawan | "Personal branding membantu saya untuk membangun reputasi dan menarik perhatian profesional. Media sosial memberikan saya platform untuk menunjukkan kemampuan dan pengalaman saya." |
| 20 | Subjek-T, laki-laki, 25 th, online support | "Saya memperhatikan setiap momen yang akan <i>diposting</i> di media sosial karena memahami bahwa ini akan mempengaruhi persepsi publik tentang diri saya." |

| No | Subjek, Jenis Kelamin, Usia, dan Pekerjaan | Data Ringkas |
|----|--|--|
| 21 | Subjek-U, perempuan, 20 th, mahasiswa | "Personal branding melalui media sosial memungkinkan saya untuk membedakan diri saya dari orang lain. Saya <i>memposting</i> konten yang relevan dan menarik untuk membangun citra diri yang positif." |
| 22 | Subjek-V, laki-laki, 24 th, wiraswasta | "Media sosial adalah alat yang sangat berguna untuk personal branding. Saya menggunakan platform ini untuk menunjukkan keunikan dan keterampilan saya." |
| 23 | Subjek-W, laki-laki, 22 th, mahasiswa | "Saya memperhatikan setiap momen yang akan diposting di media sosial karena memahami bahwa ini akan mempengaruhi persepsi publik tentang diri saya." |

Pengaruh Media Sosial Terhadap Personal Branding Generasi Muda Milenial

Hasil penyelidikan menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh besar pada generasi muda milenial dalam membangun *personal branding*. Mereka menggunakan media sosial tidak hanya untuk hiburan tetapi juga untuk tujuan profesional. Mereka sungguh-sungguh menyadari bahwa citra yang mereka tampilkan di media sosial dapat memengaruhi persepsi publik dan peluang karir mereka. Fleksibilitas dan kebebasan dinamis dalam penggunaan platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn membuat mereka termotivasi untuk mengekspresikan diri, menampilkan kepribadian, keterampilan dan keahlian, serta membangun jaringan profesional. Hal ini sejalan dengan studi Labrecque, Markos, dan Milne (2011) bahwa media sosial memungkinkan pengguna untuk menciptakan dan mengelola citra diri mereka dengan cara yang lebih fleksibel dan dinamis.

Di dalam pengalamannya, generasi muda milenial merasakan bahwa semakin aktif mereka berinteraksi dengan *audiens*, seperti menjawab pertanyaan, terlibat dalam diskusi, dan memberikan tanggapan terhadap komentar, akan semakin meningkatkan keterlibatan dan loyalitas *audiens* serta memperkuat *personal branding* mereka.

Konten visual berupa gambar dan video yang berkualitas tinggi dirasakan lebih menarik perhatian *audiens* dalam membangun citra diri yang positif dan profesional. Bagi mereka, citra profesional yang kuat akan memberikan peluang untuk membangun jaringan profesional yang luas dan dukungan pengembangan karir profesional. Namun disadarinya juga bahwa untuk membangun citra yang kuat, konsistensi dalam konten yang mereka bagikan sangat penting karena hanya dengan konsistensi lah kejelasan citra, kepercayaan dan loyalitas *audiens* terbangun. Selain itu, autentisitas citra diri dianggap sebagai faktor kunci dalam membangun hubungan dengan *audiens* yang tulus, andal dan bertahan lama.

Jadi ada banyak manfaat yang diperoleh generasi muda milenial dalam menggunakan media sosial untuk *personal branding*. Pertama, media sosial memungkinkan milenial untuk menampilkan keterampilan dan keahlian mereka kepada *audiens* yang luas untuk membuka peluang peningkatan karir mereka. Kedua, media sosial memungkinkan mereka untuk membangun citra diri yang positif dan profesional, meningkatkan reputasi mereka di industri yang mereka geluti. Ketiga, media sosial memberikan platform untuk berinteraksi dengan *audiens* dan membangun komunitas yang mendukung. Keempat, media sosial memungkinkan mereka untuk memperluas jaringan profesional dan mencari peluang kerja. Meskipun banyak manfaatnya, penggunaan media sosial untuk *personal branding* juga menghadapi beberapa tantangan. Misalnya, interaksi aktif dengan *audiens* membutuhkan waktu dan usaha di tengah jadwal aktivitas rutin yang padat. Penggunaan konten visual yang menarik pun membutuhkan ketekunan dan keterampilan artistik yang memadai. Sedangkan konsistensi konten dan autentisitas bisa sulit diwujudkan di tengah tekanan untuk tampil sempurna di media sosial. Menjaga reputasi di media sosial membutuhkan kewaspadaan terhadap apa dan bagaimana konten yang akan dibagikan mempengaruhi persepsi publik.

Strategi Personal Branding Generasi Muda Milenial di Media Sosial

Dalam rangka mengefektifkan upaya penggunaan media sosial untuk membangun *personal branding*, generasi muda milenial menunjukkan berbagai strategi terkait konsistensi konten, autentisitas, aktivitas interaksi dengan *audiens*, penggunaan konten visual, dan perluasan jaringan profesional. Tujuan akhir strategi mereka adalah kuatnya citra diri yang positif dan profesional. Terkait **konsistensi konten** yang mereka bagikan, mereka cenderung selektif dalam memilih tema dan gaya penyampaiannya. Hanya tema yang sungguh-sungguh relevan dan mampu secara teratur berkelanjutan mereka *posting* akan dipilihnya. Gaya penyampaian yang terkandung dalam konten pun akan mereka sesuaikan dengan nilai-nilai dan kepribadiannya. Sedangkan dalam membangun hubungan dengan *audiens* yang tulus, andal dan bertahan lama, mereka selalu menjaga **autentisitas citra diri** di dalam konten yang mereka bagikan dengan menampilkan diri yang sebenar-benarnya dan tidak mencoba menjadi orang lain. Konsistensi konten dan autentisitas merupakan dua faktor penting yang paling menentukan akseptabilitas publik, kepercayaan dan loyalitas *audiens*, dan akhirnya efektivitas *personal branding*.

Bagi generasi muda milenial, strategi yang tepat juga membutuhkan **konten visual yang menarik dan interaksi aktif dengan *audiens***. Di tengah banjir informasi di media sosial, mereka berusaha membuat konten visual yang menonjol berupa foto yang profesional, desain grafis yang atraktif dan video berkualitas yang informatif dan menghibur, agar mudah diingat oleh *audiens*. Setelah itu, mereka berusaha aktif berinteraksi dengan *audiens* untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan menciptakan komunitas pendukung. Keterlibatan mereka dalam diskusi, keaktifan bertanya, menjawab pertanyaan dan berkomentar, akan meningkatkan loyalitas *audiens* dan memperkuat *personal branding*. Jika ada kesempatan yang tepat, mereka mengekspresikan empati dan sisi manusiawi mereka untuk membangun citra diri yang positif. Jadi, konten visual yang atraktif dan keaktifan berinteraksi merupakan wahana penting dalam proses mengefektifkan *personal branding* melalui media sosial.

Dalam upayanya membangun dan **memperluas jaringan profesional**, generasi muda milenial umumnya menggunakan platform media sosial seperti LinkedIn agar terhubung dengan profesional lain di bidang mereka dan sekaligus memperkuat *personal branding* mereka. Langkah ini penting bagi mereka ketika mencari peluang kerja atau membangun reputasi mereka di industri yang mereka geluti. In sejalan dengan studi Caraher (2015) yang mengungkapkan bahwa media sosial adalah alat yang efektif untuk membangun dan memelihara jaringan profesional. Pada gilirannya, sesuai dengan studi Montoya & Vandehey (2002), jaringan yang kuat memberi peluang dan dukungan dalam membangun *personal branding*.

Kesimpulan

Dari studi ini disimpulkan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam membangun *personal branding* di kalangan generasi muda milenial. Fleksibilitas dan kebebasan dinamis dalam penggunaan platform media sosial membuat mereka termotivasi untuk mengekspresikan diri, menampilkan kepribadian, keterampilan dan keahlian, serta membangun jaringan profesional. Berdasarkan pengalamannya selama memanfaatkan media sosial, mereka berusaha memakai strategi yang tepat terkait konsistensi konten, autentisitas, penggunaan konten visual yang menarik, interaksi aktif dengan *audiens*, dan memperluas jaringan profesional untuk membangun citra diri yang kuat dan positif. Konsistensi konten dan autentisitas citra diri di media sosial merupakan dua faktor penting yang paling menentukan akseptabilitas publik, kepercayaan dan loyalitas *audiens*, dan efektivitas *personal branding*. Sedangkan, penggunaan konten visual yang menarik dan keaktifan berinteraksi dengan *audiens* menjadi wahana penting dalam proses mengefektifkan *personal branding* melalui media sosial. Selain itu, membangun dan memperluas jaringan profesional melalui media sosial akan memberikan kontribusi signifikan untuk memperkuat *personal branding* yang dibangun.

Meskipun memiliki banyak manfaat, penggunaan media sosial untuk *personal branding* menghadapi berbagai tantangan ketika harus menjaga konsistensi dan autentisitas, harus mengasah keterampilan seni dalam mengolah konten visual, harus menyediakan waktu untuk interaksi aktif, dan harus selalu waspada terhadap apa dan bagaimana suatu konten dibagikan di media sosial. Namun, tidak ada saran lain bagi generasi muda milenial yang mau memanfaatkan media sosial untuk *personal branding* kecuali menjadi diri yang autentik dan mengekspresikannya secara konsisten dalam konten media sosial yang diunggahnya, memperindah konten visual dan meningkatkan interaksi dengan *audiens*, memanfaatkan jaringan profesional dan selalu waspada dalam mengelola reputasi setiap kali hendak mengunggah konten. Terlepas dari saran-saran tersebut, kebijakan dalam manajemen waktu juga penting agar upaya membangun *personal branding* melalui media sosial tidak mengganggu aktivitas utama sehari-hari.

Daftar Pustaka

- Banet-Weiser, S. (2012). *The Politics of Ambivalence in a Brand Culture*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Bogdan, R. C., & Taylor, S. J. (2011). *Introduction to Qualitative Research Methods: A Guidebook and Resource*. New York: John Wiley & Sons.
- Burstein, D. (2013). *Fast Future: How the Millennial Generation is Shaping Our World*. Boston: Beacon Press.
- Caraher, L. (2015). *Millennials & Management: The Essential Guide to Making It Work at Work*. Brookline: Bibliomotion Inc.
- Chillakuri, B., & Mogili, R. (2018). *Managing Millennials in The Digital Era: Building a Sustainable Culture*. India.
- Chukwuere, J. (2017). The impact of Social Media on Social Lifestyle: A Case Study of University Female Students. *Journal of Social Media Studies*, 45(3), 235-248.
- Creswell, J. W. (2015). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Los Angeles: SAGE Publications.
- De Cooman, R., & Dries, N. (2012). Attracting Generation Y: How work values predict organizational attraction in graduating students in Belgium. *International Journal of Manpower*, 33(2), 272-295.
- DeVaney, S. A. (2015). *Understanding the Millennial Generation*. New York: Palgrave Macmillan.
- Ekhlas, A. (2015). Identifying the Process of Personal Branding. *Marketing Research Journal*, 27(4), 123-134.
- Figurska, I. (2016). Personal Branding as an Element of Employees' Professional Development. *Human Resource Management Journal*, 26(5), 389-404.

- Fritzson, A., Howell, L. W., & Zakheim, D. S. (2008). A Military of Millennials. *Defense Industry Daily*, 12(4), 67-83.
- Gillieard, J. (2014). Milenium dan Lokasi Historis. *Journal of Generational Studies*, 3(1), 45-58.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: HarperCollins.
- Hwang, J., & Griffiths, M. (2017). Share more, drive less: Millennials' value perception and behavioral intent in using collaborative consumption services. *Journal of Consumer Marketing*, 34, 132-146.
- Johnson, K. (2017). The Impact of Social Media on Personal Branding. *Public Relations Review*, 43(2), 398-407.
- Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R. (2011). Online Personal Branding: Processes and Implications. *Journal of Interactive Marketing*, 25(1), 37-50.
- Lee, M., & Kotler, P. (2016). *Social Marketing: Changing Behaviors for Good*. New York: McGraw-Hill.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded Marketplace*. New York: McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D."
- Smith, K. (2011). *Millennial Money: How Young Investors Can Build a Fortune*. New York: McGraw-Hill.

Tentang Penulis dan Editor

Adi Budipriyanto: Dosen di Program Studi Teknik Industri, Universitas Bakrie.

Adri Istambul Lingga Gayo Sinulingga: Aktivis koperasi, lulusan sarjana (S1) Institut Manajemen Koperasi Indonesia dan MM (S2) Universitas Airlangga.

Agnes Teresia: Alumnus Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie.

Agus Suroso: Profesor, dosen di Fakultas Ekonomi & Bisnis (FEB), Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto.

Alda Dwi Putri: Alumnus Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie.

Ananda Fortunisa: Dosen di Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie.

Annisa Ayu Winarni: Alumnus Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie.

Aurino Djamaris (editor): Dosen di Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie.

Bambang Sudiyatno: Dosen di Program Studi Manajemen, Universitas Stikubank, Semarang.

Dian Andriani: Alumnus Program Studi Akuntansi, Universitas Bakrie.

Dominica Arni Widyastuti: Dosen di Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie.

Firdaus Putra, HC: Ketua Komite Eksekutif *Indonesian Consortium for Cooperative Innovation (ICCI)*, promotor Koperasi Multi Pihak di Indonesia.

Ghina Hana Rifat: Alumnus Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie.

Gunardi Endro (editor): Dosen di Program Studi Manajemen dan Program Studi Magister Manajemen, Universitas Bakrie.

Hermiyetti: Dosen di Program Studi Akuntansi dan Program Studi Magister Manajemen, Universitas Bakrie.

Holila Hatta: Dosen di Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie.

Imbang Jaya Mangkuto: Dosen di Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie.

Indira Aurelia Ramadhani: Alumnus Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie.

Jerry Heikal: Dosen di Program Studi Manajemen dan Program Studi Magister Manajemen, Universitas Bakrie.

Jurica Lucyanda: Dosen di Program Studi Akuntansi, Universitas Bakrie.

Mayang Dafa: Alumnus Program Studi Teknik Industri, Universitas Bakrie.

Metty Kusmayantie: Aktif di Kementerian Koperasi dan UKM, di antaranya sebagai Kepala Bagian Koordinasi Penyusunan Peraturan.

Monica Weni Pratiwi: Dosen di Program Studi Akuntansi, Universitas Bakrie.

M. Taufiq Amir: Profesor, dosen di Program Studi Manajemen dan Program Studi Magister Manajemen, Universitas Bakrie.

Noer Soetrisno: Pakar koperasi, penulis buku “Rekonstruksi Pemahaman Koperasi: Merajut Kekuatan Ekonomi Rakyat”.

Nurhayat Indra: Dosen di Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Koperasi Indonesia (IKOPIN University).

Raden Aryo Febrian Moedanton: Dosen di Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie.

Rizky Adi Firmansyah: Mahasiswa Program Studi Teknik Industri, Universitas Diponegoro, Semarang.

Shalma Putri Merindyan: Alumnus Program Studi Teknik Industri, Universitas Bakrie.

Sugiyanto: Dosen di Program Studi Magister Manajemen, Universitas Koperasi Indonesia (IKOPIN University).

Tita Djuitaningsih: Dosen di Program Studi Akuntansi, Universitas Bakrie.

Titiek Suwarti: Dosen di Program Studi Akuntansi, Universitas Stikubank, Semarang.

Untung Tri Basuki: Anggota Majelis Pakar Dewan Koperasi Indonesia.

Urip Sedyowidodo: Dosen di Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie.

Suatu ide hanya akan muncul lantaran rentetan fakta yang dipersepsi seseorang dari pengalaman hidupnya, tetapi ide itu sendiri tak mungkin eksis tanpa proses pemikirannya. Ide hasil pemikiran apa pun selalu tampil dalam spektrum di antara faktualitas dan rasionalitas. Tanpa basis fakta dan kuatnya rasionalitas, tak bisa diterima. Ada tegangan objektivitas dan subjektivitas, termasuk hasil riset yang umumnya diklaim sebagai pengetahuan objektif. Kolase ide-ide pemikiran yang disajikan di buku ini diolah dan diterbitkan dari kampus “maroon”, kampus Universitas Bakrie, meskipun beberapa penulisnya berasal dari luar Universitas Bakrie.

Buku ini dihadirkan dalam rangka lepas kenang purna tugas Dr. Suwandi, dan juga Deddy Herdiansjah, Ph.D., yang telah mengabdikan di Universitas Bakrie sejak awal berdirinya sebagai Bakrie School of Management (BSM). Atas kiprah Dr. Suwandi sebagai pakar koperasi, beberapa kolega memberikan hadiah terbaik berupa ide-ide pemikiran bidang koperasi. Menarik untuk dirangkum.

Di era dominasi ekonomi pasar saat ini, peran pemerintah dalam pembinaan perkoperasian perlu dioptimalkan terutama untuk membangun kembali ketahanan dan kedaulatan pangan melalui penguatan Koperasi Multi Pihak (KMP) sektor pertanian. Untuk mendukung penguatan itu, pengukuran kinerja koperasi dan pelaporan keuangannya harus sungguh-sungguh diimplementasikan sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku.