

PRESPEKTIF ISLAM TENTANG GENDER

Nur M. Kasim
Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo

INTISARI

Membahas masalah gender memang tidak ada habisnya, dan selalu aktual dibicarakan khususnya dalam relasi sosial di Indonesia sekarang ini. Dunia perpolitikan semakin hangat ditambah perdebatan mengenai peran dan posisi perempuan yang selalu menjadi agenda perjuangan bersama kaum perempuan bahkan laki-laki sekalipun, untuk dapat “di dengar” dan “terinspirasi” di wilayah publik. Perbedaan jenis kelamin antara laki-laki dan perempuan melahirkan seperangkat konsep budaya, perbedaan anatomi biologis antara keduanya cukup jelas namun efek yang timbul akibat perbedaan itu menimbulkan perdebatan. Hal ini yang selalu menjadi perdebatan hangat dan alot dalam agenda pemikiran islam dewasa ini. Islam tidak mengangkat persoalan superioritas dan inferioritas dan jenis kelamin yang ada, baik laki-laki maupun perempuan diciptakan untuk saling melengkapi dan menyempurnakan satu sama lainnya. Perkembangan persoalan dan latihan intelektual adalah hak asasi manusia yang di jamin oleh islam bagi laki-laki dan perempuan. Islam memberikan kesempatan yang sama dalam pengembangan kepribadian dan mencari ilmu pengetahuan.

Kata kunci : Prespektif, Islam dan Gender

Pendahuluan

Hak dan kewajiban setiap warga adalah sama. Hal ini secara tegas dinyatakan dalam UUD 1945 pasal 27 bahwa setiap warga negara sama kedudukannya di dalam hukum, pemerintahan dan kehidupan yang layak. Implikasinya adalah perempuan merupakan mitra sejajar laki-laki, oleh karena itu perempuan mempunyai hak dan kewajiban dan kesempatan yang sama dengan laki-laki sebagai perencana, pelaksana dan penerima manfaat pembangunan. Sayangnya dalam realitas kehidupan berbagai kebijakan banyak yang belum menguntungkan perempuan. Masih terdapat diskriminasi, subordinasi dan marginalisasi dalam mengakses kesempatan di bidang Pendidikan, Kesehatan, Informasi dan Iptek. Di samping itu tingkat kesejahteraan perempuan cukup rendah dan kontrol terhadap sumber dan manfaat dari program pembangunan belum memadai.

Meskipun berbagai upaya telah dilaksanakan guna terwujudnya kemitra sejajaran antara perempuan dan laki-laki, tetapi berbagai program pembangunan untuk meningkatkan peran perempuan yang telah dilaksanakan masih kurang terlihat hasilnya. Akibatnya ketimpangan hubungan yang selaras antara laki-laki dan perempuan makin terasa.

Pada struktur sosial yang berkembang di masyarakat dalam lintas sejarah, perempuan ditempatkan pada posisi minoritas sementara itu ketimpangan status berdasarkan jenis kelamin bukan sesuatu yang bersifat universal.

Menurut Allen G. Johnson (Nasaruddin Umar, 1997:75) dominasi laki-laki dalam masyarakat bukan hanya karena mereka “jantan”, lebih dari itu karena mereka mempunyai banyak akses kepada kekuasaan untuk memperoleh status. Mereka misalnya mengontrol lembaga-lembaga legislatif, dominan di lembaga-lembaga hukum dan peradilan, pemilik sumber-sumber produksi, menguasai organisasi keagamaan, organisasi profesi, dan lembaga-lembaga pendidikan tinggi.

Sementara perempuan ditempatkan pada posisi inferior peran mereka terbatas sehingga akses untuk memperoleh kekuasaan juga terbatas, akibatnya perempuan mendapatkan status lebih rendah dari laki-laki.

Sumber hukum Islam yang mengatur kehidupan manusia adalah Al-Quran dan As-Sunnah. Di bawah sistem sosial Islam, tidak ada seorang manusia pun diperlakukan secara diskriminatif. Banyak ayat dalam Al-Quran menjelaskan posisi laki-laki dan perempuan dalam masyarakat. Keduanya seperti dua roda masyarakat saling memenuhi dan melengkapi fungsi masing-masing, keduanya adalah sama dihadapan Allah sesuai dengan Firman Allah dalam Al-Quran surat An-Nisa: 1 yang artinya “Hai sekalian manusia, bertakwalah kamu kepada Tuhanmu yang telah menciptakan kamu dari diri yang satu dan darinya Allah menciptakan isteri, dan dari keduanya Allah memperkembang-biakan laki-laki dan perempuan”.

Pada hakekatnya Islam selalu hadir dalam gagasan-gagasan besar kemanusiaan, agama memang dihadirkan Tuhan bagi manusia untuk sebuah pembebasan dari seluruh bentuk penindasan, tirani, kebidaban dan perbudakan manusia. Setiap penindasan, tirani dan perbudakan adalah pelanggaran terhadap hak asasi yang dianugerahkan Tuhan kepada manusia. Menurut Islam manusia dilahirkan dalam keadaan bebas atau suci. Sebagaimana Umar Bin Khatab telah memberikan pesan kepada Gubernur Mesir Amir Bin Ash: “sejak kapan kamu memperbudak manusia, padahal para ibu mereka melahirkan dalam keadaan merdeka”.

Selanjutnya dalam pandangan Islam, manusia adalah makhluk Tuhan yang paling terhormat, kemuliaan manusia merupakan hak alami setiap manusia, karena manusia itu tidak boleh dilecehkan, dinodai, diperlakukan kasar, apalagi dihancurkan. Ini berlaku kepada manusia siapa saja, baik laki-laki maupun perempuan.

Setelah jaman berkembang dan modernisasi mulai merambah dunia, emansipasi juga mulai tumbuh dengan berbagai bentuk perlawanan yang dianggap kodrat seorang wanita merupakan makhluk nomor dua. Namun kekerasan di era modernisasi bukan lagi berbentuk adanya perbedaan antara wanita dan laki-laki, melainkan kekerasan di belahan dunia bisa terekspos lewat media. Beragam kekerasan terjadi, mulai dari penyiksaan ibu rumah tangga, perkosaan anak

dibawah umur, pembunuhan dan beragam kekerasan lainnya yang dialami seorang wanita. Lebih ironis lagi, seorang ibu harus pasrah melihat tingkah laku suaminya yang tega menjual, membunuh, memperkosa terhadap anak kandungnya yang notabene wanita.

Belum lagi bentuk-bentuk kekerasan lainnya terhadap wanita yang terjadi di dalam rumah tangga, lingkungan dan semacamnya. Ini sesuatu yang sulit untuk ditanggulangi, hukum pun terkadang sulit menyentuhnya karena memang kekerasan seperti itu terkadang tidak sampai ketangan aparat hukum. Kendati di laporkan atau diteruskan untuk di proses secara hukum kebanyakan berakhir damai.

Pengertian Dasar Gender serta Peranannya

Kata Gender berasal dari bahasa Inggris yang artinya jenis kelamin. Di dalam *Women's Studies Encyclopedia* dijelaskan, gender adalah suatu konsep kultural yang berupaya membuat pembedaan dalam hal peran, perilaku, mental dan karakteristik emosional antara laki-laki dan perempuan yang berkembang di masyarakat. Gender sebagai konstruksi sosial telah membedakan peran dan posisi perempuan dan laki-laki di dalam keluarga dan masyarakat. Pembedaan ini diturunkan secara kultural dan menjadi kepercayaan turun temurun dari satu generasi ke generasi berikutnya serta diyakini sebagai ideologi. Oleh sebab itu gender sebagai konstruksi sosial tidak abadi. Gender berubah dari waktu ke waktu, serta sangat di pengaruhi oleh politik, budaya, sosial dan ras.

Peranan gender adalah peranan sosial yang ditentukan oleh perbedaan kelamin. Misalnya mengasuh anak dan mengurus rumah tangga digolongkan sebagai peranan dan tanggung jawab wanita, sedangkan mencari nafkah dan memenuhi kebutuhan rumah tangga adalah peran dan tanggung jawab laki-laki. Ini harus dipahami bahwa tugas tersebut adalah sebagai peranan gender terhadap perempuan atau laki-laki, dengan kata lain peranan ini tidak menjadi sebuah kemuthlakan, akan tetapi jika kondisi yang tidak memungkinkan atau dengan kesepakatan kedua belah pihak, peran tersebut bisa ditukar atau digantikan.

Ketidakadilan Gender

Perbedaan peranan gender di dalam struktur mesyarakat berakibat pada ketidakadilan dan ketimpangan sosial antara laki-laki dan perempuan. Hal ini terjadi apabila ada tindakan atau suatu perlakuan yang menunjukkan sikap diskriminatif yang didasarkan kepada perbedaan gender antara laki-laki dan perempuan. Ironisnya sikap diskriminatif ini pada kenyataannya menimpa kaum perempuan dan memihak kaum laki-laki. Seperti perlakuan yang berbeda terhadap kaum laki-laki dan perempuan dalam hal pendidikan, pengasuhan dan sebagainya. Atau perlakuan yang berbeda kepada pegawai laki-laki dan perempuan dalam hal upah, dispensasi, peluang kerja dan lain sebagainya.

Di antara sebab-sebab yang melatar belakangi terjadinya ketidakadilan gender adalah:

- a. Adanya dalil-dalil agama baik Al-Quran maupun Hadits Nabi SAW, yang di interpretasikan secara tidak tepat. Interpretasi yang ada acap kali tidak dilihat secara komprehensif, meliputi asbabun nuzulnya, kondisi sosial ketika teks itu diturunkan, konteks antara teks yang satu dengan teks yang lain.
- b. Adanya Hadits-hadits Nabi SAW yang misoginis (merendahkan perempuan) atau secara tektual seakan-akan tampak kurang memihak kaum perempuan.
- c. Kitab-kitab yang tersebar dan diajarkan di banyak pesantren di Indonesia adalah kitab-kitab yang bias gender, sedangkan kitab-kitab yang egaliter terhadap posisi perempuan dan laki-laki justru jarang sekali dibaca, bahkan cenderung tidak diketahui.
- d. Adanya ajaran agama Islam yang telah bercampur dengan pengaruh adat istiadat dan budaya masyarakat. Kerap kali pengaruh budaya ini diklaim sebagai ajaran agama Islam yang harus ditaati oleh masyarakat.
- e. Kurangnya pengakuan dari kaum laki-laki terhadap kemampuan perempuan yang mumpuni, lebih-lebih terhadap kemampuan perempuan yang lebih baik dari kaum laki-laki.

Macam-macam Ketidakadilan Gender

Ketidakadilan terhadap perempuan dapat terjadi dimana saja, dilingkup domestik atau diruang publik. Ketidakadilan gender yang terjadi pada perempuan adalah dalam bentuk:

1. Double Burden (peran ganda)
Dikotomi peran publik dan peran domestik terhadap laki-laki dan perempuan membuat perempuan mengemban beban ganda/double burden. Peran ganda adalah adanya dua beban pekerjaan bahkan lebih yang harus diemban oleh perempuan. Perempuan sering kali tidak ada pilihan lain kecuali menjalani peran ganda tersebut demi kelangsungan hidupnya.
2. Subordinasi (penomorduaan)
Kenyataan yang ada di dalam masyarakat, perempuan sering kali mendapat kedudukan sebagai bawahan laki-laki. Perempuan ditempatkan pada jajaran kedua setelah laki-laki karena keberadaan perempuan dianggap tidak penting atau sebagai pelengkap semata.
3. Stereotype (pelabelan)
Stereotype adalah label-label negatif yang diberikan masyarakat kepada perempuan, karena budaya di dalam masyarakat kita, pelabelan atas dasar seksualitas masih berlaku.
4. Violence (kekerasan)
Kekerasan adalah suatu tindakan yang menyakitkan atau tindakan penyerangan yang menimbulkan luka, trauma dan penderitaan yang berkepanjangan terhadap korban kekerasan terhadap perempuan bisa berupa:

- Kekerasan Fisik, adalah kekerasan yang melukai fisik perempuan baik dengan alat bantu maupun tanpa alat bantu, seperti memukul, menendang, menampar dsb.
- Kekerasan Psikis, adalah kekerasan yang melukai perasaan, menimbulkan trauma atau hal-hal lain yang tidak berhubungan dengan fisik perempuan.
- Kekerasan Seksual seperti perkosaan, pornografi dan perdagangan perempuan.
- Kekerasan Politik, kekerasan politik pada perempuan bisa berupa pelecehan hak-hak berpolitik perempuan karena perempuan kerap dianggap tidak mampu memegang peran-peran penting didalam dunia politik.

Bentuk-bentuk kekerasan ini tidak sedikit yang diantaranya berlindung dibawah legitimasi agama yang dipahami dengan perspektif laki-laki, bahkan agama yang semestinya menjadi kekuatan pembebas, beralih dijadikan sebagai kekuatan penindas. Kekerasan yang berlindung dibawah bendera agama sering kali terjadi didalam lingkup domestik, diantaranya:

- Persyaratan mahram bagi perempuan yang akan mengakses dunia publik.
- Kekerasan dari wali Mujbir seperti penekanan/pemaksaan pihak wali mujbir (ayah atau kakek si gadis) dalam hal memilih jodoh.
- Kekerasan dalam hak reproduksi seperti pemaksaan penggunaan alat KB kepada pihak isteri
- Kekerasan dalam ekonomi keluarga seperti membuat isteri tergantung secara ekonomi, tidak boleh bekerja, dan keuangan dipegang oleh suami, sedangkan isteri harus meminta atau dijatah sesuai keperluan untuk rumah tangga.
- Kekerasan akibat poligami, kekerasan yang diakibatkan karena poligami seringkali menyengsarakan perempuan secara psikis. Banyak sekali kaum perempuan yang suaminya menikah lagi mengalami krisis percaya diri, stres atau bahkan membuat perempuan dapat berbuat tindakan melanggar hukum.
- Kekerasan dalam Thalaq yang dilakukan secara sepihak, dan lain sebagainya.

5. Marginalisasi (pemiskinan)

Marginalisasi perempuan adalah pemiskinan terhadap perempuan yang terjadi ditempat kerja, dalam rumah tangga, masyarakat bahkan dalam negara. Perempuan yang ruang geraknya sangat dibatasi dalam ruang publik membuat perempuan termarginalisasi. Perempuan tidak dapat mengakses segala hal leluasa layaknya laki-laki.

Hak-hak Perempuan Dalam Islam

Pada dasarnya prinsip pokok dalam ajaran Islam adalah persamaan antara manusia sebagai makhluk Tuhan, baik antara laki-laki maupun perempuan, bangsa atau suku dan keturunan. Perbedaan yang meninggikan atau merendahkan

seseorang hanya dapat dinilai dari pengabdian dan ketaqwaannya kepada Tuhan Yang Maha Esa. Prinsip ini antara lain ditegaskan dalam Al-Quran surat Al-Hujurat ayat 13 yang artinya sebagai berikut: “Wahai sekalian manusia, sesungguhnya kami telah menciptakan kamu (terdiri) dari lelaki dan perempuan, dan kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling bertaqwa diantara kamu”.

Dari ayat diatas dapat dipahami bahwa, semua manusia (pria dan wanita aatau suami dan isteri) sama kedudukannya dan oleh karena itu kepada mereka diberikan pula kesempatan yang sama untuk mencapai tingkat kemuliaan di sisi Allah.

Juga dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 228 yang aartinya adalah sebagai berikut: “Dan para wanita mempunyai hak yang seimbang dengan kewajibannya menurut cara yang makruf”.

Dari ayat ini diketahui bahwa sama halnya dengan pria, wanita pun disamping mempunyai hak, ia dibebani pula kewajiban yang keduanya dilaksanakan dengan seimbang misalnya, jika isteri telah memperoleh haknya yang diberikan oleh suaminya, maka ia pun harus memenuhi kewajibannya terhadap suaminya. Oleh karena itu di dalam Islam kita mempedomani keseimbangan bukan hanya kesamaan.

Berikut ini akan dikemukakan beberapa hak yang dimiliki oleh kaum perempuan menurut perspektif ajaran Islam:

1. Hak-hak Perempuan Dalam Bidang Politik

Salah satu ayat yang seringkali dikemukakan oleh para pemikir Islam dalam kaitannya dengan hak-hak politik kaum perempuan adalah yang tertera dalam Al-Quran surat At-Taubah ayat 71. Secara umum ayat ini dipahami sebagai gambaran tentang kewajiban melakukan kerjasama antara laki-laki dan perempuan dalam berbagai bidang kehidupan yang ditunjukkan dengan kalimat “menyuruh mengerjakan yang ma’ruf dan mencegah yang mungkar”.

Keikut-sertaan perempuan bersama dengan laki-laki dalam kandungan ayat diatas tidak dapat disangkal, sebagaimana tidak pula dapat dipisahkan kepentingan perempuan dari kandungan sabda Nabi Muhammad SAW, yang artinya adalah: “Barang siapa yang tidak memperhatikan (kepentingan) urusan kaum muslimin, maka ia tidak termasuk golongan mereka”.

Hadits ini mencakup kepentingan atau urusan muslim yang dapat menyempit ataupun meluas sesuai dengan latar belakang dan tingkat pendidikan seseorang termasuk bidang politik.

2. Hak-hak Perempuan Dalam Memilih Pekerjaan

Keterlibatan kaum perempuan dalam pekerjaan pada masa awal Islam, memberi gambaran buat kita bahwa Islam membenarkan kaum perempuan aktif dalam berbagai bidang, di dalam ataupun di luar rumahnya, baik secara mandiri atau bersama orang lain dengan lembaga pemerintah maupun swasta selama pekerjaan tersebut dilaksanakannya dalam suasana terhormat, sopan,

serta selama mereka dapat memelihara agamanya serta dapat pula menghindari dampak-dampak negatif dari pekerjaan tersebut terhadap diri dan lingkungannya.

Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 97 yang terjemahannya sebagai berikut: “Barang siapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan sesungguhnya akan kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan”.

Nasaruddin Umar (1999:264-265) berpendapat bahwa ayat diatas mengisyaratkan konsep kesetaraan gender yang ideal dan memberikan ketegasan bahwa prestasi individual, baik dalam bidang spiritual maupun urusan karier profesional tidak mesti di monopoli oleh salah satu jenis kelamin saja. Laki-laki dan perempuan memperoleh kesempatan yang sama meraih prestasi optimal namun dalam kenyataan masyarakat, konsep ideal ini membutuhkan tahapan dan sosialisasi karena masih terdapat sejumlah kendala terutama kendala budaya yang sulit diselesaikan.

3. Hak dan Kewajiban Belajar

Agama Islam telah menegaskan pentingnya hak bagi setiap insan untuk menuntut ilmu bagi dirinya. Rasulullah SAW memerintahkan kepada tiap-tiap orang Islam untuk mencari ilmu pengetahuan, dan hal ini menjadi kewajiban bagi setiap muslim baik laki-laki maupun perempuan. Hal ini terbukti sebagaimana Firman Allah dalam Al-Qur’an surat Ali-Imran ayat 195 yang terjemahannya sebagai berikut: “Maka Tuhan mereka mengabulkan permohonan mereka dengan berfirman, “sesungguhnya aku tidak akan menyia-nyiaikan amal orang-orang yang beramal di antara kamu, baik lelaki maupun perempuan”.

Ini berarti kaum perempuan dapat berpikir, mempelajari dan kemudian mengamalkan apa yang mereka hayati setelah berzikir kepada Allah SWT serta apa yang mereka ketahui dari alam raya ini. Pengetahuan tentang alam raya tentunya berkaitan dengan berbagai disiplin ilmu, sehingga dari ayat ini dapat di pahami bahwa perempuan bebas untuk mempelajari apa saja, sesuai dengan keinginan dan kecenderungan masing-masing.

4. Hak-hak Perempuan Dalam Perkawinan

Hak-hak perkawinan merupakan salah satu indikator penting bagi status perempuan dalam masyarakat. Dalam kebanyakan masyarakat dan sistem keagamaan, perempuan tidak mendapatkan hak independen untuk memasuki kehidupan perkawinan menurut kehendak bebas mereka sendiri. Seorang perempuan pada umumnya dianggap tidak mampu memilih pasangan hidup karena kemampuan mentalnya lebih rendah dari laki-laki. Namun Al-Qur’an tidak berpandangan demikian dan menganggap perempuan setara dengan laki-laki dalam hal kemampuan mentalnya maupun moralnya.

Kedua jenis kelamin ini sama-sama diberikan ganjaran atau hukuman untuk amal kebajikan dan kejahatan yang telah dilakukannya.

Dengan demikian akan terlihat bahwa Al-Qur'an memperlakukan kedua jenis kelamin manusia secara sama dalam hal tanggung jawab moral serta ganjaran dan balasan.

Penutup

Berdasarkan uraian tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa Islam senantiasa memberikan perlindungan hak yang sama bagi laki-laki dan perempuan tanpa ada diskriminasi pada jenis kelamin tertentu. Sebab yang membedakan seseorang dengan orang lain di hadapan Allah hanyalah dari segi ketaqwaannya kepada Allah SWT. Namun dalam realitas kehidupan manusia tidak dapat di pungkiri bahwa secara konsep dapat di pahami secara baik, tetapi pengaktualisasian dari pemahaman konsep tersebut yang tidak selalu berjalan dengan baik.

Daftar Pustaka

- Asghar Ali Engineer, 1994, *Hak-hak Perempuan Dalam Islam*, Yayasan Benteng Budaya, Yogyakarta
- Nurdiana Endah dan Nina Yusuf, *Buku Panduan Konselor Tentang Kekerasan Dalam Rumah Tangga*, 2003, Tim LKP2 PP Fatayat NU Bekerja Sama Dengan The Asia Foundation (TAF), Jakarta.
- Nasr Hamid Abu Zayd, 2003, *Dekonstruksi Gender Kritik Wacana Perempuan Dalam Islam*, SAMHA, Yogyakarta
- Ulfah Maria dan St. Haiyinah Sodikin, 2003, *Modul Analisis Gender*, Tim LKP2 PP Fatayah NU Bekerja Sama Dengan TAF.
- Umar Nasaruddin, 1999, *Argumen Kesetaraan Gender Perspektif Al-Qur'an*, Paramadina, Jakarta.

MANAJEMEN PEMASARAN STRATEGIK KOPERASI

Hasniah
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
UNHALU KENDARI SULTRA

INTISARI

Ada 3 macam cara penyusunan strategi yaitu: 1. Antrepreneurial, 2. Adaptif, 3. Perencanaan dalam konsep strategi pemasaran perusahaan saat ini untuk mencapai keberhasilan yang maksimal harus didasarkan pada konsep strategik, yaitu bertujuan memperoleh kemaslahatan bagi stakeholder termasuk dalam hal strategi pemasaran koperasi. Di koperasi fokus, selain pada anggota juga pada masyarakat dan lingkungan jadi bukan semata-mata pada pemilik usaha maupun pelanggan. Kaitannya dengan fungsi pemasaran sebenarnya secara konseptual koperasi sudah lebih maju dari pada bentuk usaha lain. Perusahaan milik pribadi ataupun swasta pada dasarnya memfokuskan diri pada manfaat bagi pemilik perusahaan berupa laba yang sebenar-benarnya, perubahan fokus pada kepuasan pelanggan terjadi setelah adanya persaingan. Kata kunci manajemen pemasaran strategik, manajemen pemasaran strategik di koperasi.

Kata kunci: Antrepreneurial, manajemen, pemasaran, dan koperasi

Pendahuluan

Abad 21 merupakan abad yang sangat dinamis dan penuh tantangan dibanding dengan abad-abad sebelumnya. Hal tersebut sebagai dampak dari pertumbuhan jumlah penduduk yang pesat dan kemajuan teknologi mengikuti laju deret ukur. Dinamika tersebut tentunya berpengaruh juga terhadap eksistensi lembaga-lembaga perekonomian termasuk koperasi.

Dari segi falsafah dan ideologi, koperasi dapat saja tidak mengalami perubahan atau sedikit mengalami pergeseran prinsip-prinsip dari sejak lahirnya Bung Hatta sampai saat sekarang ini. Namun demikian dari sisi manajemen bisnis kurun waktu lebih 100 tahun akan menunjukkan perubahan yang sangat besar. Apabila koperasi dikelola dengan gaya manajemen lebih 100 tahun lalu dapat dipastikan koperasi tersebut akan bubar. Dengan demikian sangat relevan dilakukan penelaahan agar koperasi tidak ketinggalan dalam menerapkan inovasi-inovasi di bidang manajemen yang mutakhir yang mencakup masing-masing fungsi manajemen.

Tulisan ini bertujuan untuk menelaah penerapan manajemen strategik pada fungsi pemasaran pada organisasi dan perusahaan koperasi. Pada bagian pertama akan diulas tentang pengertian-pengertian yang terkait dengan manajemen pemasaran strategik, selanjutnya dengan penelaahan fungsi pemasaran pada berbagai jenis koperasi, dan diakhiri dengan berbagai alternatif penerapan manajemen pemasaran strategik di koperasi.

Manajemen pemasaran strategik

Perusahaan adalah lembaga ekonomi yang berperan sebagai pelaku ekonomi untuk menyediakan barang dan jasa, yang dapat dimiliki oleh perorangan, beberapa orang, banyak orang, masyarakat, maupun negara.

Di dalam "teory of the firm", asumsi yang lazim dipergunakan adalah bahwa pengusaha berusaha untuk mencapai laba sebesar mungkin (yaitu bahwa mereka berusaha memaksimalkan laba berupa uang). Akan tetapi hal tersebut tidak senantiasa benar (Winardi, 1975). Setiap perusahaan memiliki misi dan tujuan dalam berusaha untuk mencapai tujuan yang bersangkutan.

Upaya-upaya untuk mencapai tujuan tersebut didasarkan pada suatu strategi umum yang menurut Igor Ansoff disebut sebagai "The Common Thread". Robert E. Word yang memimpin "Sears, Roebuck & Co." pada tahun 1920 menyatakan bahwa kegiatan usaha seperti peran, jika strategi umumnya betul, kesalahan-kesalahan yang bersifat taktis dapat terjadi tetapi perusahaan tetap berhasil. (Winardi, 1989). Menurut Henry Mintzberg ada tiga macam cara penyusunan strategi, yaitu: entrepreneurial, adaptif, perencanaan. Gaya entrepreneurial biasanya dilakukan oleh seorang pemimpin yang "kuat" yang dimotivasi oleh tujuan pokok pertumbuhan yang konstan.

Cara adaptif dilakukan berupa reaksi terhadap lingkungan yang berubah. Kemajuan terjadi perlahan dan terputus-putus, gaya ini dilakukan biasanya jika tidak ada pemimpin yang kuat. Cara perencanaan kegiatannya didasarkan pada prosedur yang sistematis. (Winardi, 1989). Sampai seberapa dalam suatu strategi usaha untuk disusun mencapai keberhasilan usaha ditentukan oleh "aliran" apa yang dianut oleh pengusaha tersebut. Ada saat dimana strategi diabaikan (The Rise and Fall of Strategic Planning).

Secara lebih terperinci, strategi perusahaan dibagi lagi menjadi sub-sub yaitu : strategi produksi, strategi sumber daya manusia, strategi keuangan, dan strategi pemasaran. Dalam kaitannya dengan strategi pemasaran ada tiga konsep seperti berikut :

EVOLUSI PEMIKIRAN DALAM PEMASARAN

KONSEP	FOKUS	TUJUAN	ALAT
<ul style="list-style-type: none"> • Lama 	<ul style="list-style-type: none"> • Produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Keuntungan melalui penjualan 	<ul style="list-style-type: none"> • Penjualan
<ul style="list-style-type: none"> • Baru 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> • Keuntungan melalui kepuasan pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> • Bauran Pemasaran
<ul style="list-style-type: none"> • Strategi 	<ul style="list-style-type: none"> • Stakeholder (semua pihak yang terkait) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kemaslahatan bagi stakeholder 	<ul style="list-style-type: none"> • Manajemen strategik

Sumber : Slamet R. Bisri, PEMASARAN INTERNASIONAL, 1992.

Menurut konsep diatas strategi pemasaran perusahaan saat ini untuk mencapai keberhasilan yang maksimal harus didasarkan pada konsep strategik,

yaitu bertujuan memperoleh kemaslahatan bagi stakeholder termasuk dalam hal strategi pemasaran di koperasi.

Adapun perincian dari manajemen strategik termasuk yang diterapkan pada fungsi pemasaran menurut C. Christensen et.al. (1987) adalah : Rencana strategis : Meningkatkan peluang dengan sumber daya, mengkaitkan strategi perusahaan dengan nilai-nilai personal, dan mengkaitkan strategi perusahaan dengan nilai-nilai etika. Penerapan strategi : dicapainya komitmen dengan tujuan, dan dari komitmen membuahkan hasil.

Penerapan manajemen pemasaran strategik di koperasi

Perkembangan konsep pemasaran mutakhir sebenarnya justru mendekati konsep koperasi. Pemasaran mutakhir/kontemporer/strategik memfokuskan kegiatan pada stakeholder (pihak-pihak terkait) dengan tujuan kemaslahatan stakeholder, dengan menggunakan alat manajemen strategik. Di koperasi fokus, selain pada anggota, juga pada masyarakat dan lingkungan jadi bukan semata-mata dalam kaitannya dengan fungsi pemasaran sebenarnya secara konseptual koperasi sudah lebih maju daripada bentuk usaha lain.

Perusahaan milik pribadi ataupun swasta (C.V. dan P.T.) pada dasarnya memfokuskan diri pada manfaat untuk pemilik perusahaan berupa laba yang sebesar-besarnya, perubahan fokus pada kepuasan pelanggan terjadi setelah adanya persaingan. Sedangkan di koperasi secara konseptual sejak awal koperasi dibentuk fokus sudah pada tercapainya corporate governance.

Dari tuntutan manajemen strategik tersebut selanjutnya berkembang berbagai konsepsi dan model manajemen strategik seperti konsep rantai nilai dan strategik seperti konsep rantai nilai dan strategi bersaing (Porter), konsep biaya transaksi (Coase; Williamson) dan sebagainya.

Fungsi pemasaran di koperasi

Pemasaran adalah suatu konsep yang berkaitan dengan hubungan antara suatu organisasi dengan lingkungannya. Dalam hal koperasi fungsi pemasaran sangat terkait dengan jenis-jenis koperasi yang didasarkan pada dua kriteria yaitu : peran organisasi koperasi terhadap para anggotanya, dan jenis anggota pemilik, (Nilsson, 1994).

Keunggulan koperasi dalam hal memasarkan produk anggota secara nyata dapat berupa (Nilsson, 1994) : Melalui integrasi vertikal (koperasi primer, sekunder, nasional, internasional) koperasi dapat mengurangi biaya transaksi, koperasi dapat melakukan bauran promosi terhadap produk anggotanya, koperasi dapat bertindak sebagai agen informasi bagi para anggotanya, misalnya menginformasikan selera pasar dan sebagainya, koperasi dapat ikut mempengaruhi pasar/lingkungan sehingga menguntungkan bagi para anggotanya, seperti halnya melalui lobby ke pihak-pihak yang berwenang, koperasi dapat memfasilitasi para anggotanya menerapkan *low-cost strategy* dan *differentiated product* (Y. Wirasmita, 2002).

Hal-hal yang merupakan keunggulan yang dapat dilaksanakan koperasi, dan masih banyak lagi, akan dapat terwujud apabila ditempuh proses manajemen strategik yang secara singkat mencakup parameter tindakan strategis yaitu : norma, kemampuan, dan dorongan (Roepke, 1995). Ketiga hal tersebut harus secara sadar diterapkan di koperasi melalui pengambilan keputusan di tingkat : rapat anggota, rapat pengurus, rapat manajemen, dan pengambilan keputusan operasional. Cara penyusunan strategi pemasaran apa yang ditempuh (entrepreneurial, adaptif, atau perencanaan), serta aliran mana yang akan diikuti secara konsisten merupakan kebijakan strategi pemasaran yang tanggung jawabnya berada pada manajemen koperasi yang telah dipercaya anggota.

Kesimpulan

Dari pembahasan di atas dapat diambil pelajaran bahwa dalam hal fungsi pemasaran sebenarnya koperasi justru paling tepat dengan strategi pemasaran kontemporer dimana manajemen strategik sebagai instrumen untuk melaksanakannya.

Ketertinggalan koperasi justru karena kurang mengenali keunggulan sendiri dan cenderung mengekor pada cara-cara perusahaan non-koperasi, padahal dalam manajemen strategik untuk pemasaran perusahaan-perusahaan non-koperasi mempergunakan cara-cara koperasi.

Fungsi pemasaran di koperasi secara garis besar terdiri dari fungsi pengadaan pada koperasi konsumen dan koperasi produsen, dan fungsi pemasaran/penjualan pada koperasi tenaga kerja dan koperasi produsen. Dengan mengenali keunggulan koperasi dan di bidang pemasaran, koperasi akan dapat mengimbangi perusahaan non koperasi.

Daftar Pustaka

- Ariffin, Ramudi. 2001. *Pengaruh Skala Ekonomi dan Biaya Organisasi*. Disertasi. Pasca Sarjana UNPAD.
- Bisri, Slamet R., 1999. *Konsep Rantai Nilai dan Strategi Bersaing dalam Memasuki Pasar Internasional Bagi PKM dan Koperasi. Topik Khusus, Program Pasca Sarjana UNPAD*.
- Davis, Peter. 1995. *"Cooperative Management and Cooperative Purpose : Values, Principles, and Objectives for Cooperatives Into the 21st Century"*, *Discussion Papers in Management Studies, Management Centre, Faculty of Social Sciences, University of Leicester*.
- Roepke, Jochen. 1995. *Manajemen Strategis*. (Penerjemah dan Penyunting : Yuyun Wirasmita). UPT Penerbitan IKOPIN.
- Winardi. 1989. *Strategi Pemasaran (Marketing Strategy)*. Bandung : Penerbit Mandar Maju.
- Wirasmita, Yuyun. 2002. *"Penemuan Kembali (Reinventing) Kaidah-kaidah Koperasi dalam menghadapi Perdagangan Bebas," 20 Pokok Pemikiran Tentang Pembangunan Koperasi*. (Ed : Rusidi & M. Suratman). IKOPIN.