

VII. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Belajar dari pengalaman sukses koperasi pembelian di negara lain, maka hal yang perlu diperhatikan dalam pendirian pusat pembelian bersama adalah perlu dibuatnya detail rencana teknis dan kerangka pusat pembelian bersama yang meliputi visi, misi, dan anggaran dasar serta anggaran rumah tangga pusat pembelian bersama. Didalam anggaran dasar ini dicantumkan secara jelas mengenai hak dan kewajiban masing-masing pihak yang terkait.
2. Apabila prinsip-prinsip dasar pusat pembelian bersama, strategi dan taktik bisnis, serta fungsi-fungsi kital dari pusat pembelian bersama tersebut dilaksanakan dengan benar, maka hal ini merupakan langkah awal menuju jaringan toko koperasi yang berdaya saing.
3. Pusat pembelian bersama akan berjalan dengan baik apabila masing-masing koperasi anggota pusat tersebut bersama-sama memikul beban biaya yang ditimbulkan dan masing-masing anggota juga bersedia membeli barang-barang yang sudah disepakati untuk dibeli secara bersama-sama.
4. Permasalahan utama dalam pembentukan pusat pembelian bersama ialah permodalan dan hubungan dengan distributor. Dalam hal permodalan, terlihat keengganan anggota untuk pada awalnya ikut menyertakan modal untuk pembentukan PBB. Dalam hal hubungan dengan distributor, ada keengganan distributor utama untuk menepatkan koperasi sebagai distributor dibawahnya, karena telah adanya hubungan yang bersifat massive antara distributor utama dengan distributor yang telah ada disamping keraguan mereka akan komitmen jangka panjang koperasi. Dalam kaitan ini diusulkan agar dapat diciptakan iklim kondusif agar sistem distributorship dapat lebih

terbuka, sehingga bisa memudahkan akses koperasi memperoleh posisi distributor secara memadai.

5. Anggota Pusat pembelian bersama sebaiknya dipilih. Hal ini diperlukan agar PBB bisa mendapatkan komitmen anggota, terutama dalam hal permodalan, pembelian barang dagangan yang disediakan PBB oleh anggota antara lain bisa berdasarkan kriteria omzet pembelian dan penjualan anggota.
6. Kondisi volume usaha koperasi konsumen di Kabupaten Kudus sangat bervariasi dan Koperasi Pura Group mempunyai omzet yang sangat tinggi, oleh karenanya Kopkar Pura Group menjadikan dirinya sebagai pusat perkulakan. Agar terjadi jaringan kerja sama dan terbentuk aliansi strategis diantara koperasi-koperasi di Kabupaten Kudus maka perlu dibuat perjanjian kerjasama antara koperasi dengan pusat perkulakan.
7. Begitu juga dengan kondisi dari 11 koperasi konsumen di Kodya Bandar Lampung, yang volume usahanya juga sangat bervariasi. Disarankan sebaiknya untuk koperasi konsumen di Kodya Bandar Lampung apabila akan membentuk pusat pembelian bersama yang dikelola oleh koperasi, sebagai *lead agency* adalah KPRI Saptawa Penwilda TK I. Karena KPRI Saptawa Penwilda TK I Kodya Bandar Lampung selain telah menjalin hubungan dengan beberapa distributor, juga cukup berpengalaman dibisnis retail dan dalam hal pendistribusian barang konsumsi.
8. Untuk Propinsi Jawa Barat, dari 21 Koperasi/KUD sampel terpilih yang direncanakan sebagai pengembangan pusat pembelian bersama melalui koperasi di Kabupaten Sumedang, maka unit toko koperasi yang telah melaksanakan pembelian barang-barang konsumsi melalui

distributor sebanyak 49 % sedangkan koperasi lainnya masih melakukan pembelian sendiri.

9. Untuk Propinsi Jawa Timur, sebenarnya telah ada model yang mirip dengan pusat pembelian bersama. Dalam hal ini PKPRI bertindak sebagai pusat yang melakukan perkulakan sembako dan dijual kepada KPRI dengan jangka waktu pembayaran dua sampai empat minggu. Model ini akan dikembangkan lagi dengan barang dagangan diluar sembako. Selain itu 8 Koperasi di Kodya a Malang (Kopkar, KSU, KPRI, PKPRI) telah sepakat mengembangkan pola pembelian bersama. Sebagai langkah awal mereka menggunakan model lead agency dengan menunjukkan PKPRI sebagai lead agency.