

Financial Digitalization Dalam Upaya Meningkatkan Value Of Firm Koperasi

Rima Elya Dasuki

Pendahuluan

Pendekatan keuangan mikro melalui organisasi koperasi bertujuan untuk mengurangi kemiskinan. Salah satu cara untuk mempertahankan misi sosial dan keberlanjutan keuangan koperasi adalah integrasi dari berbagai faktor yang mendukung kinerja usaha untuk mengurangi berbagai kemungkinan *financial distress* (Dasuki & Lestari, 2019).

Industri 4.0 telah menggeser paradigma persaingan dari bisnis yang berorientasi pada produktivitas kepada orientasi yang berbasis penciptaan nilai dalam suatu jaringan di mana diperlukan manajemen inovasi yang kompetitif dan kerjasama untuk menghasilkan pembaharuan (Walters & Skinner, 2010). Hal tersebut membuat kolaborasi menjadi suatu keniscayaan. Kerjasama diperlukan dalam upaya mencapai kesuksesan bersama untuk keunggulan yang kompetitif yang berkelanjutan. Industri 4.0 memicu tumbuhnya ekonomi digital, teknologi baru dan model bisnis baru untuk perusahaan baru berbasis data (Kotorov, 2020). Sistem yang mengintegrasikan industri ke dalam klaster dan jaringan akan menciptakan inovasi dan penambahan nilai.

Financial digitalization sebagai evolusi industri keuangan konvensional berperan dalam transformasi industri menuju jaringan penciptaan nilai sebagai platform inovasi berkelanjutan perekonomian nasional melalui partisipasi revolusi *financial digitalization* dalam menciptakan dan berbagai nilai, antara lain :

1. Industri *financial digitalization* mendorong partisipasi dalam kolaborasi inovasi untuk mendukung *financial technology*.
2. Industri *financial digitalization* tidak hanya bagian dari industri keuangan, tetapi juga bagian dari platform industri secara keseluruhan
3. Industri *financial digitalization* dengan platform inovatif yang mendukung pertumbuhan industri yang berkelanjutan dan mendorong pembangunan ekonomi nasional menjadi lebih besar dari konvensional industri keuangan. (Mantjanegara, 2021).

Krisis keuangan global telah menciptakan masalah bagi sektor keuangan di banyak negara, misalnya, profitabilitas menurun. Kebijakan suku bunga rendah oleh otoritas moneter mengakibatkan penurunan *Net Interest Margin* (NIM). Pandemi C19 menjadi masalah baru sehingga kemungkinan tren penurunan NIM akan terus berlanjut dalam jangka panjang (Xu et al., 2020).

Pendekatan ekosistem yang bertujuan untuk menciptakan nilai dengan fokus pada pelanggan adalah salah satu cara untuk perkembangan industri keuangan, meskipun terdapat risiko investasi dan teknologi. Pendekatan ekosistem oleh pelaku pasar keuangan

dan non keuangan telah membuahkan hasil sehingga menjadi insentif serius pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Ekosistem keuangan adalah menciptakan berbagai layanan, dengan menempatkan pelanggan sebagai fokus utama dengan melakukan pendekatan mengurangi biaya sehingga konsumen tertarik pada layanan dan meningkatkan loyalitas. Pengembangan ekosistem keuangan dan aplikasi untuk menciptakan nilai dengan model bisnis baru akan menjadi tren utama karena menciptakan lingkungan yang nyaman dan peluang pertumbuhan baik secara kualitatif maupun kuantitatif (Mantjanegara, 2021).

Pandemi C19 dan perkembangan teknologi secara fundamental mengubah cara masyarakat memahami usaha dan memengaruhi lingkungan/ekosistem bisnis sehingga cara berbelanja bergeser dari *offline* ke *online*. Hal ini harus menjadi perhatian mengingat terbatasnya literasi dan inklusi keuangan pada masyarakat Indonesia seperti yang disajikan pada Gambar 1:



Gambar 1 : Literasi dan inklusi keuangan

Sumber : (Sinaga, 2021)

Peluang memasuki pasar *financial digitalization* sangat menjanjikan jika kita melihat data Gambar 2:

Indonesia Digital Market & Potential Outlook



Bootsuite- We Are Social DigitalIndonesia2021

Gambar 2 : Potensi Pasar digital.

Sumber : (Sinaga, 2021)

Kepemilikan handphone melebihi populasi penduduk dan akses internet sekitar 73,7% serta pengguna aktif media sosial adalah 62,04% dari total populasi.

Financial Digitalization

Kehadiran *platform* pembayaran digital seperti Gopay, Ovo, GrabPay, Dana, hingga Pay Pro semakin meningkatkan inklusi keuangan. Berbagai promo yang ditawarkan semakin meningkatkan inklusi keuangan dan mendorong transaksi *cashless*. Indonesia telah cukup adaptif dengan inovasi dompet digital sebagai metode pembayaran. Jumlah pengguna terus bertambah secara signifikan dalam waktu dekat.

Digital Payments



Kenaikan trafik dari berbagai platform ecommerce saat pandemi, turut memicu konsumen untuk lebih sering bertransaksi menggunakan layanan pembayaran digital. Adanya *paylater* dan *cicilan* sebagai opsi pembayaran belanja online juga membantu konsumen agar tidak mengganggu *cash flow* kebutuhan sehari-hari.

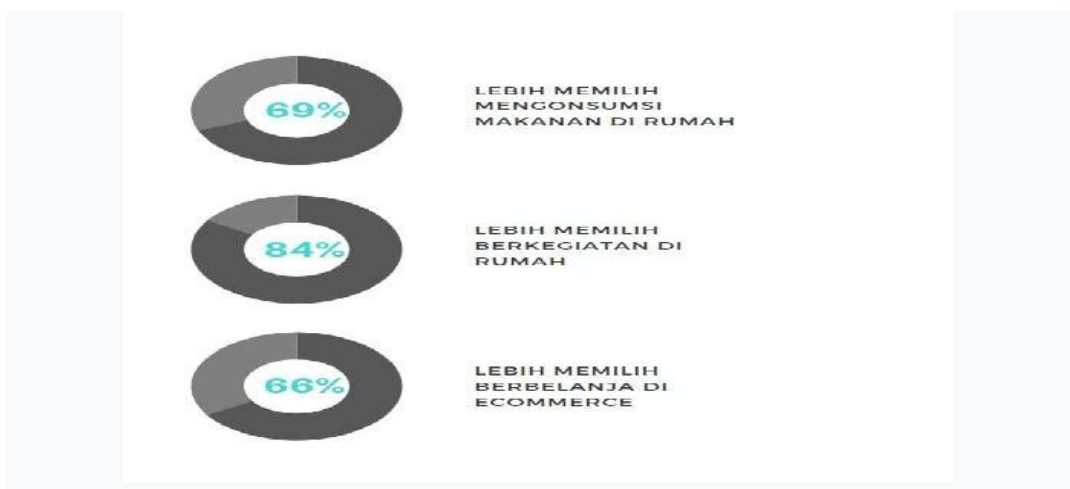
Hootsuite We Are Social Digital Indonesia 2021

Gambar 3 : Pembayaran Digital

Sumber : (Sinaga, 2021)

Hal ini menunjukkan fakta bahwa kegiatan transaksi keuangan mulai beralih dari transaksi konvensional kepada transaksi *online* tingkat kepemilikan *smart phone* di Indonesia berada pada urutan ke-16 besar di dunia, di mana 42% di antaranya menggunakan *smart phone*.

Perubahan perilaku pelanggan antara lain berkaitan dengan aspek aspek berikut ini :



Gambar 4 : Preferensi pembelian online

Sumber : (Mantjanegara, 2021)

Book Chapter

Preferensi bertransaksi *online* dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup, tingkat pendapatan, industri, perlindungan konsumen, peran pemerintah dan otoritas pengatur kebijakan, di mana lingkungan *online* di industri 4.0 menempatkan pelanggan sebagai fokus dan persepsi nilai merk dan proses pengambilan keputusan di era revolusi digital yang dipengaruhi oleh promosi, manfaat, atribut, citra, persyaratan, opini, sikap (Morlà-Folch et al., 2019). Kemudian kontinuitas konsumsi yang dipengaruhi oleh lingkungan, tekanan sosial, demografi, pendidikan dan informasi, kondisi pasar, dan tindakan pemerintah (Wulandari et al., 2016).

Implikasi perilaku pelanggan terhadap strategi bisnis: strategi *omni-channel* yang berkembang dari perspektif ritel melalui pendekatan: saluran penjualan terintegrasi, saluran penjualan, dan kombinasi keduanya, strategi pemasaran dan komunikasi mengenai transparansi kegiatan, kepercayaan, penggunaan teknologi informasi untuk mendukung hubungan strategi untuk merespon pola dan perubahan perilaku.

Ruang lingkup kegiatan transaksi yang menggunakan teknologi digital yang mengakibatkan perubahan di berbagai bidang bersifat *disruptive*. Pada saat ini teknologi dapat digunakan untuk kebaikan/*tech for good* atau untuk kejahatan/*tech for bad*. Kegiatan keuangan sangat terpengaruh oleh perkembangan teknologi sehingga pada saat ini muncul kegiatan transaksi keuangan berbasis teknologi yang dikenal dengan *financial technology* (*Financial digitalization*)

Financial digitalization di Indonesia masih didominasi oleh perusahaan *startup* yang besar, namun demikian badan usaha koperasi khususnya koperasi simpan pinjam mulai membuka diri untuk memperoleh peluang usaha baru yang potensial tersebut. Penerapan teknologi dalam kegiatan koperasi diharapkan dapat mengurangi *financial distress* yang ditimbulkan pada pengelolaan keuangan koperasi. Peran teknologi informasi sangat diperlukan untuk mendukung organisasi kinerja dalam bisnis dan industri termasuk pada organisasi koperasi.

Secara eksplisit, sumber daya teknologi sangat bergantung pada teknologi informasi yang akan sangat memengaruhi sumber daya teknologi sehingga pada akhirnya memengaruhi kinerja koperasi (Adriani et al., 2019). Saat ini pemanfaatan teknologi informasi merupakan salah satu cara untuk pengembangan bisnis, baik itu usaha kecil, menengah atau besar. Teknologi informasi merupakan sarana untuk mencari peluang, pengembangan dan penggunaan pengetahuan untuk mendukung keberhasilan perusahaan strategi. Oleh karena itu, untuk mendukung kinerja organisasi, informasi teknologi menjadi media interaksi sumber daya dan kemampuan teknologi yang berkembang untuk mendukungnya dalam persaingan yang semakin ketat. Pemanfaatan teknologi ditunjukkan dengan penyebaran informasi, pengembangan database, dan kualitas peningkatan pengetahuan/sistem data seluler.

Berdasarkan konsep yang mendasari penelitian sebelumnya, konstruk informasi teknologi dalam penelitian ini adalah yang digunakan untuk mendukung kinerja koperasi untuk menghadapi persaingan melalui penyimpanan data, penyebaran informasi dan sistem seluler. Di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan, koperasi harus mampu menyongsong tantangan, dengan cara seperti seperti peningkatan inovasi produk dan layanan, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi serta perluasan wilayah pemasaran (Aisaiti et al., 2019). Hal ini perlu dilakukan untuk meningkatkan nilai jual koperasi itu sendiri, agar bisa bersaing dengan produk luar yang semakin membanjiri

sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat koperasi merupakan sektor ekonomi yang mampu berkontribusi besar bagi masyarakat (Toman Sony, 2019). Unsur kepercayaan merupakan sifat penting dari koperasi, sebagai keunggulan dibandingkan pendekatan yang bersaing organisasi lainnya.(Baars et al., 2021)

Value Of Firm Cooperative

Manajemen koperasi sampai saat ini masih menggunakan nilai-nilai koperasi seperti mempertahankan kemampuan atau rasa kebersamaan serta solidaritas dalam komunikasi dengan anggota(Uddin & Mohiuddin, 2020). Nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang berasal dari koperasi pada abad ke-19 masih Relevan pada saat ini. Budaya perusahaan koperasi menampilkan berbagai nilai sosial.

Prinsip dan karakteristik koperasi setidaknya menunjukkan persinggungan tertentu dengan nilai-nilai yang saat ini juga tercermin dalam nilai-nilai koperasi digunakan untuk mengembangkan koperasi itu sendiri menuju modern,dengan melakukan komunikasi yang baik dengan kelompok sasaran. Dalam berbagai kondisi, ditemukan nilai-nilai dan prinsip kerja sama yang membuat koperasi berbeda dari struktur bisnis lain yang menjamin bahwa kepentingan semua pemangku kepentingan dipertimbangkan (Richter & Hanf, 2021).

Koperasi diorganisir untuk menghasilkan dan mempertahankan banyak manfaat bagi para pemangku kepentingan yang terlibat dan anggota, dan berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan. Koperasi dapat memainkan peran penting dalam pelaksanaan keberlangsungan hidup koperasi karena tujuh prinsip koperasi yang diimplementasikan (Fernandez-Guadaño et al., 2020). Keanggotaan Sukarela dan Terbuka dapat berkontribusi pada pengentasan kemiskinan dan menegakkan kesetaraan gender.

Demokrasi membantu mengurangi kesenjangan. Partisipasi Ekonomi Anggota memfasilitasi pengurangan ketidaksetaraan dan menciptakan pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi. Pelatihan Pendidikan dan Informasi dapat berkontribusi untuk meningkatkan pendidikan dengan mengalokasikan sumber daya yang ditujukan untuk mencapai harapan anggota, dan kepedulian terhadap komunitas untuk pembangunan masyarakat yang berkelanjutan.

Manfaat implementasi *financial technology (financial digitalization)* bagi anggota adalah dapat memantau langsung pengawas, pengurus, dan anggota koperasi lainnya dalam menyelenggarakan kegiatan koperasi. (Fernandez-Guadaño et al., 2020)

Strategi untuk meningkatkan nilai perusahaan pada era *financial digitalization* antara lain mengimplementasikan strategi model bisnis yang sesuai dengan pasar, melaksanakan pelayanan prima, model teknologi yang terus diperbaharui, meningkatkan kompetensi sumber daya manusia dan berkolaborasi dengan berbagai pihak sehingga dapat memperluas jaringan (Cisi & Centrone, 2021).

Penutup

Pertimbangan strategis Koperasi dalam menyikapi perkembangan *financial digitalization*, teknologi dan pandemi C19 antara lain perubahan ekosistem yang memengaruhi pemahaman kegiatan usaha yang bergeser ke online (Rebelo et al., 2017).

Book Chapter

Perubahan model bisnis dan perilaku pengambilan risiko, mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui inovasi operasional (Lozano et al., 2016).

Kinerja keuangan dan produktivitas yang lebih baik dengan teknologi informasi yang terintegrasi akan meningkatkan pola pikir digital pengurus, anggota dan pihak-pihak yang berkepentingan yang pada gilirannya akan meningkatkan kemampuan koperasi untuk mencapai kolaborasi, inovasi, pengetahuan, pembangunan berkelanjutan, ketahanan, fleksibilitas, dan persepsi bahwa teknologi digital adalah pilar strategi organisasi (Wu, 1998).

Rekonsepsi strategi menghadapi pandemi dapat dilakukan antara lain dengan: orientasi ke depan, fokus komunitas, dinamis, dan *human-centris* dengan memberikan nilai dan kontribusi bagi anggota, dan menciptakan lingkungan baru serta masa depan yang lebih baik sehingga koperasi mencapai kondisi yang tangguh dan berkelanjutan (Ippolito, 2009).

Referensi

- Adriani, Z., Joeliaty, Hilmiana, & Yunizar. (2019). Improving performance through transformational leadership and utilization of information technology: A survey in mosque-based islamic cooperatives in Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, 18(2), 1–14.
- Aisaiti, G., Liu, L., Xie, J., & Yang, J. (2019). An empirical analysis of rural farmers' financing intention of inclusive finance in China: The moderating role of digital finance and social enterprise embeddedness. *Industrial Management and Data Systems*, 119(7), 1535–1563. <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2018-0374>
- Baars, H., Tank, A., Weber, P., Kemper, H. G., Lasi, H., & Pedell, B. (2021). Cooperative approaches to data sharing and analysis for industrial internet of things ecosystems. *Applied Sciences (Switzerland)*, 11(16). <https://doi.org/10.3390/app11167547>
- Cisi, M., & Centrone, F. A. (2021). The human capital for value creation and social impact: The interpretation of the ir's hc definition. *Sustainability (Switzerland)*, 13(13). <https://doi.org/10.3390/su13136989>
- Dasuki, R. E., & Lestari, A. (2019). *Implementation of Good Corporate Governance To the Value of Cooperative*. 02(01), 24–41. <http://journal.kopertis-4.org/index.php/jees/article/view/33/19>
- Fernandez-Guadaño, J., Lopez-Millan, M., & Sarria-Pedroza, J. (2020). Cooperative entrepreneurship model for sustainable development. *Sustainability (Switzerland)*, 12(13). <https://doi.org/10.3390/su12135462>
- Ippolito, A. (2009). Creating value in multiple cooperative relationships. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(3), 255–270. <https://doi.org/10.1108/17566690911004195>
- Kotorov, R. (2020). *Business Models For The Digital Economy*. Business Expert Press.
- Lozano, M. B., Martínez, B., & Pindado, J. (2016). Corporate governance, ownership and firm value: Drivers of ownership as a good corporate governance mechanism. *International Business Review*. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.04.005>

- Mantjanegara, A. (2021). “The ERA of DIGITAL FINANCING DISRUPTION Competition or Collaboration. *The Change of Customer Behavior: Competition or Strategic Alliance*.
- Morlà-Folch, T., Joanpere, M., & Papaoikonomou, E. (2019). Promoting creativity in the cooperative work environment: A case study of the LACOL cooperative. *Qualitative Report*, 24(11), 2722–2746. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2019.3947>
- Rebelo, J. F., Leal, C. T., & Teixeira, Â. (2017). Management and financial performance of agricultural cooperatives: A case of Portuguese olive oil cooperatives 1. *REVESCO Revista de Estudos Cooperativos*, 123, 225–249. <https://doi.org/10.5209/REVE.53243>
- Richter, B., & Hanf, J. H. (2021). Sustainability as “value of cooperatives”—can (Wine) cooperatives use sustainability as a driver for a brand concept? *Sustainability (Switzerland)*, 13(22). <https://doi.org/10.3390/su132212344>
- Sinaga, E. (2021). “The ERA of DIGITAL FINANCING DISRUPTION Competition or Collaboration. “*The ERA of DIGITAL FINANCING DISRUPTION*.
- Toman Sony, T. H. (2019). *Manajemen koperasi*. Yrama Widya.
- Uddin, T. A., & Mohiuddin, M. F. (2020). Islamic Social Finance in Bangladesh: Challenges and Opportunities of the Institutional and Regulatory Landscape. *Law and Development Review*, 13(1), 265–319. <https://doi.org/10.1515/ldr-2019-0072>
- Walters, T. O., & Skinner, K. (2010). Economics, sustainability, and the cooperative model in digital preservation. *Library Hi Tech*, 28(2), 259–272. <https://doi.org/10.1108/07378831011047668>
- Wu, C. (1998). *Cooperative R & D and the Value of the Firm*. 425–446.
- Wulandari, P., Kassim, S., Adhi Kasari Sulung, L., & Iwani Surya Putri, N. (2016). Unique aspects of the Islamic microfinance financing process: Experience of Baitul Maal Wa Tamwil in Indonesia. *Humanomics*, 32(3), 230–247. <https://doi.org/10.1108/H-09-2014-0062>
- Xu, K., Geng, C., Wei, X., & Jiang, H. (2020). Financing development, financing constraint and R&D investment of strategic emerging industries in China. *Journal of Business Economics and Management*, 21(4), 1010–1034. <https://doi.org/10.3846/jbem.2020.12727>