

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KOPERASI DALAM ERA MULTI DISRUPSI

Yuanita Indriani

(Institut Manajemen Koperasi Indonesia/yuanita_indriani@ikopin.ac.id)

Abstrak

Multi disrupsi mengakibatkan terjadinya kondisi yang lebih dikenal dengan istilah VUCA, berbagai usaha telah mengalami perubahan yang sangat berarti, baik dalam proses bisnis maupun layanan kepada konsumennya, banyak perusahaan tidak mampu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi, hingga akhirnya mereka menyatakan tutup, tidak melanjutkan usahanya dan mengalami kebangkrutan.

Pandemi Covid-19 telah memacu seluruh pelaku usaha termasuk koperasi untuk mampu beradaptasi dengan perubahan yang sangat dinamis, salah satu strategi yang diterapkan adalah pemanfaatan teknologi informasi dalam proses dan layanan bisnis. Multi disrupsi mengindikasikan keterkaitan yang erat di antara penyebab timbulnya, yaitu *millennial storm*, revolusi industry dan pandemi covid-19. Koperasi harus berhadapan dalam lingkungan bisnis di era multi disrupsi. Koperasi Indonesia berada dalam sebuah era yang tidak menentu, sangat cepat berubah, kompleks dan ambigu.

Generasi Y dan Z merupakan generasi harapan untuk menjadi kooperator, yaitu generasi penerus yang akan melakukan perubahan serta transformasi koperasi di masa kini dan mendatang, dan untuk itu diperlukan berbagai upaya konkrit agar koperasi dan kooperator mau dan mampu berubah. Generasi Y dan Z pun mau dan mampu menjadi agen perubahan dan menggerakkan koperasi agar memiliki daya tahan dan daya adaptasi tinggi di era yang penuh dengan ketidakpastian;

Kata Kunci: Koperasi, multi disrupsi, VUCA

Pendahuluan

Seluruh pelaku usaha di dunia, termasuk di Indonesia berhadapan dengan kondisi disrupsi, dan saat ini disrupsi terjadi tidak hanya dalam satu aspek, namun berbagai aspek, sehingga dapat dikatakan bahwa disrupsi yang terjadi adalah multi disrupsi. Multi disrupsi dimulai dengan terjadinya *millennial storm*, revolusi industri 4.0 yang diikuti oleh pandemi Covid-19.

Millennial storm atau badai millennial adalah munculnya generasi baru yaitu generasi millennial, generasi yang dilahirkan pada kurun waktu tahun 1980 hingga tahun 1995, yang sering disebut dengan Generasi Y dan generasi yang lahir pada kurun waktu 1996 hingga tahun 2000 yang dikenal dengan sebutan generasi Z. Ke dua generasi ini memiliki karakter yang unik dan berbeda dengan karakter generasi sebelumnya, yang diakibatkan oleh kondisi dimana mereka dilahirkan, teknologi maju telah hadir, sehingga gaya hidup dan perilakunya cenderung memiliki ketergantungan kepada teknologi yang telah ada dan oleh karenanya mereka nampak seperti orang yang malas, dan cenderung focus memanfaatkan telepon genggamnya, yang digunakan untuk berbagai kepentingan.

Revolusi Industri 4.0 merupakan revolusi di bidang industry yang dicirikan dengan munculnya big data, internet of things (IoT), robotic dan 4 D printing, yang menyebabkan berbagai perubahan pada proses kerja dan lebih memajukan generasi millennial untuk lebih mengeksplor hampir segalanya.

Pandemi Covid-19, hadir di awal tahun 2019, seluruh dunia dapat dikatakan hampir lumpuh karena kebijakan *lock down* yang dikeluarkan oleh sebagian besar pemerintah seluruh negara, hal ini dilakukan untuk mencegah penularan virus yang mematikan. Pandemi Covid-19 telah mempercepat terjadinya perubahan, yang diakibatkan oleh terjadinya perubahan pola konsumsi dan perilaku masyarakat yang cenderung lebih higienis, tidak keluar rumah dan tetap menjalankan protocol kesehatan.

Multi disrupsi mengakibatkan terjadinya kondisi yang lebih dikenal dengan istilah VUCA, yaitu volatile (cepat berubah), uncertainty (tidak ada kepastian), complex (kompleks) dan ambigu. VUCA telah mengakibatkan berbagai perubahan, baik pada pola kerja yang lebih memanfaatkan teknologi dan cenderung meningkatkan efisiensi, perubahan orientasi pasar dan pangsa pasar; kegiatan usaha dan perkantoran dilakukan secara daring, yang juga ternyata telah meningkatkan efisiensi usaha yang cukup signifikan. Berbagai usaha telah mengalami perubahan yang sangat berarti, banyak usaha yang tidak mampu bertahan dalam kondisi VUCA, hingga akhirnya mereka menyatakan tutup dan tidak akan melanjutkan usahanya karena mengalami kebangkrutan.

Perubahan yang sangat drastis dan terjadi dalam kurun waktu yang tidak menentu, bahkan hingga kini dunia usaha masih dihadapkan pada kondisi VUCA. Berbagai strategi diterapkan dalam upaya mempertahankan eksistensi usaha di tengah kondisi yang terus berubah, demikian halnya dengan koperasi Indonesia, yang berhadapan dengan kondisi VUCA yang masih terjadi hingga kini. Strategi apa yang harus dikembangkan koperasi agar usaha koperasi tetap dapat bertahan dalam kondisi anggota yang juga mengalami perubahan.

Metode Penulisan

Metode yang digunakan untuk penulisan naskah yang berjudul strategi Pengembangan Usaha Koperasi di Era Multi Disrupsi ini adalah studi pustaka terhadap berbagai tulisan yang terkait dengan dampak pandemic Covid-19 terhadap pelaku UMKM dan Koperasi, perkoperasian dan keunggulan koperasi, peran koperasi mahasiswa dalam penguatan perkoperasian, millennial storm, revolusi industry 4.0 dan dampak PPKM dan Prokes terhadap perkembangan usaha, strategi perusahaan dalam menghadapi multi disrupsi.

Hasil studi pustaka di elaborasi dan dianalisis secara deskriptif untuk disajikan sebagai buah pikir penulis yang diharapkan dapat berguna bagi pengembangan dan pembinaan koperasi agar siap dan memiliki daya tahan serta daya adaptasi terhadap berbagai perubahan yang akan terjadi.

Millennial Storm Sebagai Potensi Pengembangan Koperasi Indonesia

Kaum *millennial* yang juga disebut dengan generasi Y dan Z, di Indonesia pada tahun 2020 berjumlah 145,39 juta orang. Diantara generasi Y dan Z, terdapat mahasiswa yang jumlahnya mencapai angka 8,3 juta orang, tersebar dari Sabang hingga Merauke. Jumlah generasi Y dan Z yang mencapai angka 145,39 juta orang atau mencapai sekitar 58 persen dari jumlah penduduk Indonesia, merupakan jumlah yang sangat besar, dan memiliki potensi untuk pengembangan perekonomian nasional di masa mendatang.

Pelaku ekonomi di Indonesia adalah BUMN, BUMS dan Koperasi, jika keberadaan Generasi Y dan Z dihubungkan dengan keberadaan koperasi Indonesia, maka generasi Y dan Z juga merupakan generasi yang potensial sebagai penerus perkoperasian nasional, terlebih jika dikaitkan dengan jumlah mahasiswa Indonesia sebanyak 8,3 juta orang. Generasi muda yang menjadi mahasiswa merupakan calon agen perubahan dan generasi penerus koperasi yang memiliki

kemampuan akademik dan pemahaman yang memadai dalam penggunaan IT, dengan asumsi bahwa mahasiswa mendapatkan pengalaman praktis dan teori koperasi dengan menjadi anggota Koperasi Mahasiswa, namun hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman berkoperasi melalui Kopma tidak sesuai dengan harapan, Kopma tidak menarik bagi mahasiswa, dan tidak menjadi pilihan mayoritas mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan ko-kurikuler, skala usaha kecil karena permodalannya juga kecil, tidak memiliki daya saing dan terkesan 'terpinggirkan' (Yuanita, 2018).

Potensi generasi Y dan Z sebagai agen perubahan dan penerus koperasi belum dapat diwujudkan menjadi kelebihan, karena pengalaman berkoperasi yang diperoleh baik melalui Kopma maupun koperasi lainnya cenderung negative, sehingga hasil penelitian mengenai persepsi mahasiswa tentang koperasi diperoleh simpulan bahwa menurut generasi Y dan Z koperasi adalah organisasi yang kecil, tidak berkembang, kumuh, kolot dan tidak menarik, meski kenyataan menunjukkan bahwa tidak semua koperasi memiliki keragaan seperti itu, namun dari data dan informasi yang diperoleh menunjukkan bahwa koperasi yang dilihat responden, telah memberi kesan negative terhadap koperasi, artinya bahwa koperasi dengan keragaan seperti itu lebih mudah ditemukan jika dibanding dengan koperasi yang berkinerja baik dengan keragaan yang diharapkan oleh kaum millennial, yaitu koperasi besar, modern, tampilan menarik dan layanan berbasis IT (Yuanita, 2018).

Kenyataan yang menunjukkan bahwa pandangan generasi Y dan Z tentang koperasi, cenderung negative, di lain pihak, dipahami bahwa koperasi sebagai badan usaha memiliki karakteristik khusus dan secara teori memiliki keunggulan dibandingkan dengan badan usaha bukan koperasi. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara teori dan praktik perkoperasian di Indonesia, yang ditunjukkan oleh hanya sebagian kecil koperasi Indonesia yang memiliki kinerja baik, jumlahnya hanya sekitar 30 persen, yang ditunjukkan oleh aktivitas usaha dan pelaksanaan RAT, dan kepemilikan NIK. Kondisi ini sejalan dengan pandangan dan persepsi mahasiswa yang cenderung negative memandang koperasi karena koperasi yang diamati adalah koperasi yang berkinerja kurang baik.

Kondisi dan gambaran mengenai persepsi generasi Y dan Z tentang koperasi yang cenderung negative di satu sisi, dan diperolehnya gambaran mengenai koperasi impian menurut versi mereka bahwa koperasi seharusnya memiliki tampilan yang bonafide, besar, dikelola secara professional, berbasis IT dan mampu membayar tenaga kerja dengan nilai yang sekurang-kurangnya sama dengan badan usaha bukan koperasi. Di lain pihak, generasi Y dan Z merupakan generasi tumpuan untuk pembangunan dan regenerasi koperasi, untuk itu diperlukan strategi yang tepat untuk mewujudkannya. Strategi yang dapat digunakan diantaranya adalah menggalang potensi dan kekuatan mahasiswa agar mau dan mampu menjadi agen perubahan dan melakukan regenerasi kepengurusan koperasi. Peningkatan peran aktif mahasiswa dalam berkoperasi dapat dilakukan melalui peran Kopma sebagai lembaga pembelajaran koperasi yang baik dan benar, mampu memberikan kesan dan gambaran benak yang positif terhadap koperasi, memberikan pengalaman implementasi nilai dan prinsip berkoperasi yang baik, sehingga dapat diharapkan jika gambaran benak yang terbentuk positif, maka mahasiswa yang bersangkutan akan mampu mereplikasi perilaku berkoperasinya dengan baik dan benar.

Revolusi Industri 4.0

Revolusi Industri 4.0 telah memicu terbentuk dan dimanfaatkannya big data, internet of things, 4 D printing dan *robotic* dalam penyelesaian berbagai aspek dan bidang kerja, dan telah terbukti dapat menurunkan waktu penyelesaian pekerjaan, meningkatkan akurasi pencatatan dan pelaksanaan

operasional pekerjaan, meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelaksanaan pekerjaan. Pemanfaatan teknologi informasi menjadi sebuah keharusan, sebagai upaya penyelesaian berbagai masalah dalam menjaga dan meningkatkan eksistensi perusahaan. Demikian halnya dengan koperasi sebagai badan usaha, perubahan proses dan layanan bisnis pun menjadi tuntutan bagi koperasi karena perubahan pola dan gaya hidup anggotanya. Koperasi harus dapat menyesuaikan bisnisnya di era VUCA dan untuk itu koperasi harus mampu menerapkan dan memanfaatkan teknologi untuk perbaikan proses dan layanan bisnis koperasi bagi anggota dan masyarakat.

Transformasi koperasi yang semula melakukan proses dan layanan bisnis secara manual, menjadi proses dan layanan bisnis berbasis IT menghadapi berbagai kendala, diantaranya adalah keterbatasan kompetensi SDM koperasi yang mampu mengintroduksi dan memanfaatkan IT dalam proses dan layanan bisnis koperasi sebagaimana harusnya. Hal ini menunjukkan bahwa untuk dapat bertahan dalam kondisi VUCA, koperasi memerlukan SDM yang terampil dan paham mengenai proses dan layanan bisnis koperasi berbasis IT. Jika kondisi ini dikaitkan dengan potensi generasi Y dan generasi Z dalam penumbuhkembangan koperasi, maka diperlukan strategi yang tepat agar keterbatasan koperasi dalam pelaksanaan proses dan layanan bisnis berbasis IT dengan kompetensi dan potensi generasi Y dan generasi Z sebagai agen perubahan koperasi.

Strategi yang dapat dikembangkan agar generasi Y dan Z mau dan mampu menjadi agen peubah koperasi menjadi koperasi yang menyelenggarakan bisnis berbasis IT dapat dilakukan melalui: (1) pengenalan koperasi sejak dini kepada generasi Z dan generasi selanjutnya, hal ini menjadi penting agar generasi muda Indonesia memahami koperasi sebagai alat perjuangan ekonomi kerakyatan, agar perekonomian masyarakat Indonesia dapat meningkat secara lebih merata dan berkeadilan. (2) mengembangkan minat berkoperasi sejak dini, dimulai dengan pembentukan dan pembinaan koperasi siswa (Kopsis) di Sekolah Dasar dan Menengah, baik sekolah umum maupun sekolah kejuruan dan sekolah keagamaan. Kopsis harus mendapat perhatian khusus agar dapat digunakan sebagai wahana pembelajaran koperasi yang baik dan benar, sesuai dengan jati diri koperasi. (3) mengembangkan minat mahasiswa dalam berkoperasi melalui pembinaan dan pengembangan Koperasi Mahasiswa (Kopma) di seluruh Perguruan Tinggi baik negeri maupun swasta. Kopsis harus menjadi laboratorium ekonomi yang dapat menginspirasi mahasiswa untuk mengembangkan ekonomi kerakyatan berbasis koperasi. Upaya tersebut dilakukan dalam rangka memenuhi kelangkaan kooperator yaitu manusia Indonesia yang memahami dan mampu mengimplementasikan idealisme dan jati diri koperasi dalam praktik menumbuhkembangkan ekonomi kerakyatan berbasis koperasi.

Koperasi pada Era New Normal

Era new Normal adalah era yang harus diarungi oleh seluruh manusia di muka bumi, baik dalam kehidupan sebagai makhluk social maupun ekonomi. Era ini merupakan era adaptasi yang dilakukan oleh semua orang dalam menghadapi dan sekaligus mengurangi semakin tersebar virus Corona. Perilaku manusia telah berubah, dimana pola hidup cenderung lebih higienis, dan lebih membatasi kontak langsung dengan orang lain, menyebabkan terjadinya perubahan pola dalam pemenuhan berbagai kebutuhan konsumsi.

Indonesia menetapkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dan penerapan protokol kesehatan (Prokes) di berbagai lingkungan, baik lingkungan kerja, bisnis dan social kemasyarakatan sebagai salah satu strategi adaptasi terhadap kondisi yang sangat dipengaruhi oleh terjadinya pandemic Covid-19. Penetapan PPKM dan Prokes sangat mempercepat berbagai perubahan yang sebelumnya terjadi akibat millennial storm dan revolusi industry 4.0. Laju perubahan

akibat millennial storm dan revolusi industry 4.0 tidak dirasakan secara drastis oleh masyarakat dan pelaku usaha, adaptasi terhadap perubahan tersebut terjadi secara bertahap dan cenderung lambat, karena perubahan tersebut tidak disertai dengan perubahan pola hidup yang mengakibatkan perubahan pola konsumsi masyarakat.

Pandemi Covid-19 telah menghancurkan pelaku UMKM dan para pedagang kaki lima di tahap awal keberadaannya, demikian halnya dengan para pelaku usaha di pusat perbelanjaan, perhotelan serta tempat wisata. Masyarakat lebih memilih menyajikan makanan di rumah, tidak bepergian dan tidak kontak dengan orang lain. Kondisi ini mendorong seluruh orang berpikir dan berusaha keras agar usahanya dapat tetap bertahan, berbagai terobosan dilakukan, dan yang menjadi pilihan adalah mengoptimalkan penggunaan media social dan IT sebagai media promosi, selain beradaptasi dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat dalam memenuhi berbagai kebutuhan konsumsinya. Perubahan usaha kuliner menjadi *frozen food*, merupakan terobosan yang dilakukan oleh banyak pelaku usaha, demikian halnya untuk pemenuhan kebutuhan rumah tangga lainnya, berbagai terobosan dilakukan, salah satunya dengan membuka layanan on-line yang dilakukan oleh para pelaku usaha *retail*.

Pandemi Covid-19 juga telah mengakibatkan perubahan pada koperasi, diantaranya adalah berkurangnya permodalan koperasi karena anggota tidak membayar simpanan wajib, sebagai akibat dari berkurangnya kemampuan ekonomi anggota karena terjadinya gelombang PHK, pemberlakuan aturan *Work from Home* atau terkena ketetapan “karyawan dirumahkan”, yang berdampak pada pengurangan pendapatan anggota. Demikian halnya dengan peningkatan angka Non Performing Loan (NPL) pada koperasi penyelenggara kegiatan simpan pinjam. Sebagai badan usaha, koperasi pun terdampak oleh pemberlakuan PPKM, kegiatan layanan usaha koperasi terhenti, karena pada umumnya koperasi melakukan layanan usaha secara konvensional, transaksi dilakukan secara langsung di kantor koperasi. Kondisi ini tidak terjadi pada koperasi produsen (terutama pada koperasi produsen susu sapi) karena produksi susu terus berlanjut, dan permintaan susu pada saat pandemi justru meningkat secara signifikan, sebagaimana produk lain yang merupakan kebutuhan masyarakat untuk dapat bertahan di masa pandemi.

Gambaran mengenai kesiapan koperasi dalam menghadapi pandemi Covid-19, mengindikasikan daya tahan dan daya adaptasi koperasi pada sebuah perubahan yang bersifat revolusioner, untuk itu diperlukan strategi untuk meningkatkan kesiapan, daya tahan dan daya adaptasi koperasi terhadap berbagai kondisi yang cenderung tidak menentu dan cepat berubah, kompleks serta ambigu (VUCA).

Dampak VUCA pada koperasi adalah:

- (1) Pekerjaan yang biasa dilakukan koperasi, menjadi tidak biasa lagi, layanan usaha koperasi yang bersifat konvensional harus sudah berubah, untuk itu diperlukan terobosan yang bersifat strategis, agar koperasi dapat tetap bertahan dalam berbagai perubahan yang sangat dinamis;
- (2) Prinsip dan sendi dasar koperasi ‘dituntut’ untuk diterapkan dengan baik dan benar; dalam kondisi ini pengurus dituntut untuk memainkan perannya yang bersifat collective collegial, untuk membuat perencanaan dan strategis usaha agar koperasi dapat membantu anggota dalam kondisi yang sangat sulit;
- (3) Koperasi dituntut untuk dapat mewujudkan keunggulannya sebagai badan usaha yang memiliki permodalan dan usaha yang stabil, pandemi covid telah memberikan pelajaran yang sangat berharga agar koperasi mau dan mampu berubah menjadi badan usaha milik anggota dan menjadi tumpuan anggota dalam memenuhi segala kebutuhan ekonominya. Sendi dasar koperasi harus

diwujudkan koperasi agar koperasi memiliki kemampuan untuk dapat bertahan dalam berbagai kondisi.

- (4) Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi pada koperasi menjadi sebuah kebutuhan dan keharusan;

Koperasi di Era Multi Disrupsi

Menteri Koperasi dan UMKM Republik Indonesia (2021), menyatakan bahwa koperasi Indonesia yang terdampak Covid-19, didominasi oleh koperasi penyelenggara kegiatan usaha simpan pinjam, yaitu sebesar 41 persen, koperasi konsumen sebesar 40 persen dan koperasi produsen sebesar 10 persen. Sumber permasalahan utama koperasi dimasa pandemic Covid-19 adalah permodalan, sebanyak 47 persen, penurunan pangsa pasar 35 persen dan permasalahan yang diakibatkan oleh terhambatnya kegiatan produksi sebanyak 8 persen.

Pandemi Covid-19 telah memacu seluruh pelaku usaha termasuk koperasi untuk mampu beradaptasi dengan perubahan yang sangat dinamis, salah satu strategi yang diterapkan adalah pemanfaatan teknologi informasi dalam proses dan layanan bisnis. Kondisi ini mengindikasikan keterkaitan yang erat di antara penyebab timbulnya multi disrupsi, yaitu millennial storm, revolusi industry dan pandemi Covid-19. Koperasi harus berhadapan dalam lingkungan bisnis di era multi disrupsi. Era multi disrupsi adalah era yang dipengaruhi oleh berbagai hal yang menyebabkan terjadinya berbagai disrupsi, yaitu millennial storm, revolusi industry 4.0 dan pandemi covid-19. Koperasi Indonesia berada dalam sebuah era yang tidak menentu, sangat cepat berubah, kompleks dan ambigu.

Millennial storm ditandai dengan melonjaknya pengguna internet dari kalangan usia 16 hingga 19 tahun, yang ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan Ericsson (2016) bahwa pada tahun 2011 pengguna internet yang menonton YouTube hanya sekitar 7 persen, rata-rata kaum muda menghabiskan waktu hingga 3 jam dalam menonton YouTube melalui telepon selular, angka ini meningkat menjadi 20 persen di tahun 2015, dengan laju peningkatan waktu streaming sebanyak tiga kali lipat dibandingkan dengan tahun 2011. Kenyataan ini menunjukkan peningkatan yang sangat progresif dan memiliki kecenderungan terus meningkat di tahun berikutnya terlebih dengan adanya pandemic Covid-19. Kenyataan ini menunjukkan bahwa generasi Y dan Z adalah generasi yang akrab dengan internet, mereka memanfaatkan internet hampir untuk segalanya (*internet of things*), termasuk dalam mencari pengetahuan dan informasi yang dibutuhkan. Generasi Y dan Z seharusnya menjadi generasi penerus dan sekaligus menjadi generasi yang menjembatani antara generasi *baby boomers*, yang merupakan generasi dominan sebagai pengurus dan anggota koperasi dengan iklim kerja dan iklim usaha masa kini dan masa depan.

Revolusi industri 4.0 adalah sebuah keadaan yang mengkolaborasikan teknologi cyber dengan teknologi otomatisasi, yang mengakibatkan terjadinya otomatisasi dan penggunaan robot pada berbagai bidang kerja, yang berdampak pada berkurangnya kebutuhan tenaga kerja khususnya tenaga kerja tidak terampil (*unskilled labor*). Introduksi teknologi yang efektif pada berbagai perusahaan telah terbukti meningkatkan produktivitas, menurunkan angka reject product dan meningkatkan efisiensi usaha. Di lain pihak, efektivitas pemanfaatan teknologi sangat tergantung dari perencanaan kebutuhan teknologi yang paling cocok untuk proses dan mekanisme kerja, serta kesiapan SDM dimana teknologi tersebut diintroduksi.

Fenomena yang umumnya terjadi pada koperasi dalam introduksi teknologi dalam menghadapi revolusi industry 4.0 adalah keterbatasan kompetensi dan ketiadaan SDM yang merancang kebutuhan koperasi akan teknologi yang paling tepat untuk kondisi organisasi dan usaha

koperasi, kurangnya jejaring kerjasama dan informasi untuk dapat mengakses teknologi dan kurangnya keberanian Pengurus untuk mengambil keputusan dalam merubah mekanisme dan system kerja dan usaha koperasi. Kesan dan persepsi yang muncul di benak Pengurus adalah bahwa otomatisasi dan teknologi cyber adalah sesuatu yang sulit dijangkau dan diwujudkan untuk koperasi dan mahal, serta timbulnya anggapan bahwa organisasi dan layanan usaha koperasi sudah cukup dengan apa yang dilakukan saat ini, belum waktunya untuk dilakukan otomatisasi dan introduksi teknologi. Hasil pemetaan terhadap keragaan koperasi di Jawa Barat pada tahun 2018, menunjukkan bahwa jumlah koperasi yang telah menggunakan IT dalam proses kerjanya mencapai angka 34 persen, jumlah koperasi yang telah memiliki web-site sebesar 4 persen dari seluruh koperasi aktif dan pemanfaatan teknologi dan komputerisasi yang diterapkan pada koperasi umumnya masih terbatas pada administrasi perkantoran dan pembukuan, jumlah koperasi yang telah menyelenggarakan manajemen keanggotaan dengan computer mencapai 45 persen dari total koperasi aktif dan 100 persen koperasi aktif telah melaksanakan komputerisasi administrasi perkantoran meski terdapat beberapa koperasi memanfaatkan computer dalam lingkup yang masih terbatas, dan belum berkembang. Terdapat 14 persen koperasi yang telah memanfaatkan otomatisasi melalui aplikasi yang telah dikembangkan dan cocok dengan mekanisme, proses kerja dan layanan usaha koperasi secara efektif. Anggota koperasi dapat menerima dan memanfaatkan aplikasi yang dikembangkan koperasi, dan dapat merasakan banyak manfaat dari aplikasi yang dikembangkan dan dapat diakses secara real time oleh anggota melalui telepon genggam, sehingga anggota mengetahui kinerja dan kontribusinya pada kegiatan usaha koperasi. Kesan anggota terhadap aplikasi yang digunakan melalui perangkat telepon genggam adalah lebih mudah, lebih jelas dan lebih terpantau, karena anggota dapat melihat besaran partisipasi yang dilakukannya pada koperasi.

Gambaran mengenai success story introduksi teknologi dan otomatisasi proses kerja dan layanan usaha pada koperasi memberi gambaran bahwa pada prinsipnya koperasi dapat menerapkan dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi koperasi sebagai badan usaha, selain juga untuk beradaptasi dengan dinamika dan perubahan jaman yang sejalan dengan kebutuhan anggota. Koperasi dapat menerapkan teknologi jika didukung oleh SDM anggota, pengurus dan pengawas yang memiliki keinginan dan kemauan untuk berubah ke arah yang lebih baik untuk kesejahteraan bersama, untuk itu keterbukaan dan kesediaan untuk berubah menjadi kunci utama. Faktor ke dua yang menentukan adalah adanya sosok atau person yang memiliki kesediaan untuk menjembatani keinginan koperasi untuk berubah dan menjadi maju dengan teknologi dan otomatisasi proses kerja dan layanan usaha koperasi.

Menteri Koperasi menegaskan bahwa dalam kondisi pandemic Covid-19, koperasi dan UMKM yang tergabung dengan ekosistem bisnis digital memiliki daya tahan dan daya adaptasi yang lebih baik jika dibandingkan dengan koperasi dan UMKM yang tidak terkoneksi dengan ekosistem digital. Keadaan ini mengindikasikan bahwa secara prinsip koperasi dan UMKM memiliki kemampuan untuk bergabung dalam ekosistem digital, namun jumlah koperasi yang tergabung dengan ekosistem digital dengan jumlah yang masih sangat kecil menimbulkan pertanyaan mengapa tidak sebagian besar koperasi bergabung dalam ekosistem bisnis digital, padahal integrasi dengan ekosistem digital merupakan model integrasi yang paling memungkinkan dilaksanakan oleh koperasi, selain integrasi vertical dan horizontal dengan koperasi lain dengan membentuk apex koperasi.

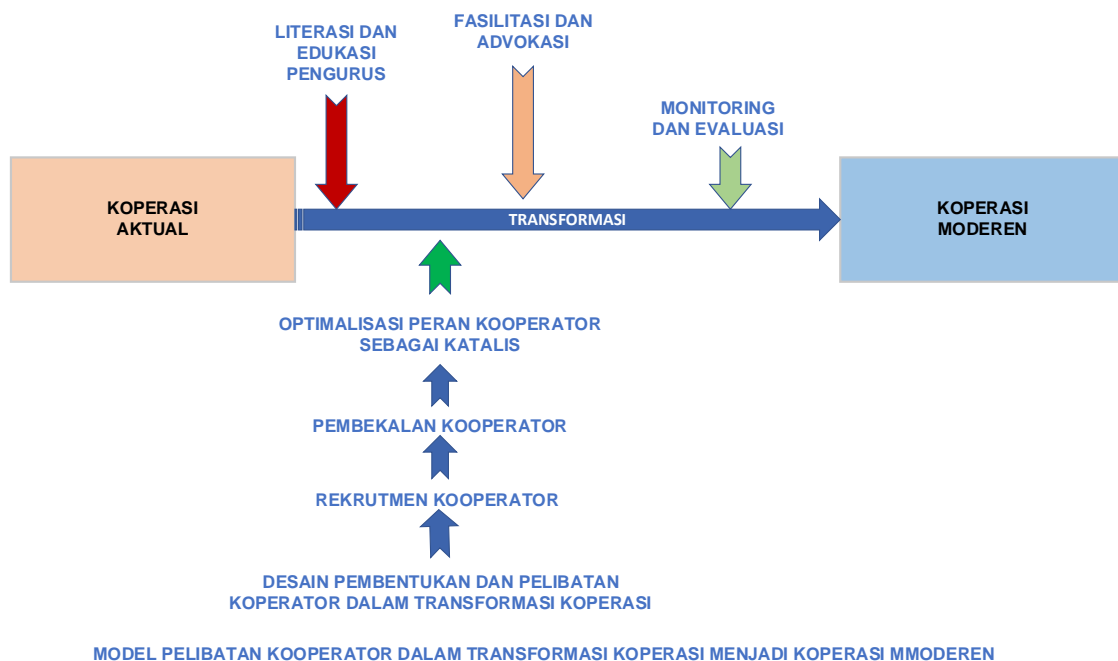
Ekosistem bisnis digital merupakan ekosistem bisnis yang terdiri dari berbagai elemen yang saling terkait satu sama lain dan membentuk sebuah ekosistem bisnis yang unik. Jika koperasi masuk ke dalam ekosistem bisnis digital, koperasi akan memiliki mitra kerja baru, baik dengan sesama koperasi maupun bukan, hal positif yang akan timbul adalah terbangunnya profesionalisme usaha

yang kuat, karena dengan bergabung dengan ekosistem digital, memungkinkan koperasi untuk bermitra dengan siapa saja baik di dalam maupun di luar negeri. Untuk ini pun dibutuhkan kesediaan dan keterbukaan Pengurus untuk mau dan mampu bergabung dalam ekosistem bisnis digital, serta dibutuhkan orang yang memiliki kesediaan dan keterbukaan untuk memfasilitasi dan mendampingi koperasi agar memiliki kekuatan untuk memasuki ekosistem bisnis digital, untuk selanjutnya memainkan perannya dengan baik sebagai elemen penting dalam ekosistem bisnis tersebut.

Peran generasi Y dan Z sebagai agen perubahan untuk menyadarkan dan mempersuasi pengurus agar mau dan mampu berubah dan beradaptasi dengan lingkungan bisnis baru, yang sesuai dengan harapan anggota menjadi sangat penting. Karena generasi Y dan Z selain memiliki kemampuan memanfaatkan teknologi juga memiliki kemampuan untuk mengoptimalkan teknologi informasi dan internet bagi pengembangan layanan usaha koperasi, agar koperasi berdaya saing, mampu bertahan dan beradaptasi di dalam berbagai kondisi yang sulit dan tidak menentu.

Model Pelibatan Kooperator dalam Transformasi Koperasi Menjadi Koperasi Modern

Transformasi koperasi menjadi koperasi modern memerlukan katalis, yaitu kooperator, dalam hal ini adalah generasi Y dan Z. Diperlukan langkah strategis untuk membentuk kooperator. Model pelibatan kooperator dalam transformasi koperasi menjadi koperasi modern dapat di lihat pada gambar berikut.



Gambar 1.
Model Pelibatan Kooperator Dalam Transformasi Koperasi

Simpulan dan Rekomendasi

Simpulan

1. Seluruh entitas bisnis termasuk koperasi perlu menyesuaikan kegiatan organisasi dan usahanya agar sejalan dengan dinamika dan perubahan lingkungan mikro dan makro yang begitu cepat, tidak pasti, kompleks dan ambigu;

2. Generasi Y dan Z merupakan generasi harapan untuk regenerasi dan perubahan koperasi di masa kini dan mendatang, dan untuk itu diperlukan berbagai upaya konkrit agar koperasi mau dan mampu berubah dan generasi Y dan Z pun mau dan mampu menjadi agen perubahan dan menggerakkan koperasi agar memiliki daya tahan dan daya adaptasi tinggi di era yang penuh dengan ketidakpastian;
3. Masalah kesiapan dan kesediaan koperasi untuk berubah dipengaruhi oleh keinginan dan kemampuan pengurus koperasi untuk beradaptasi dan berubah ke arah yang lebih baik, agar koperasi mampu bertahan di era multi disrupsi, dan diperlukan peran generasi Y dan Z untuk menjembatani kondisi koperasi saat ini dengan kondisi koperasi modern yang menerapkan teknologi informasi dalam sistem kerja dan layanan bisnis koperasi;
4. Millenial dan generasi Z dapat menjadi sasaran untuk menjadi kooperator dan katalis pengembangan usaha koperasi, perlu dan penting diformulasikan strategi yang akan ditempuh untuk mewujudkannya.

Rekomendasi

1. Kajian terhadap strategi pengembangan usaha koperasi di era multi disrupsi perlu terus dilakukan dan dikembangkan sebagai antisipasi dan mitigasi koperasi yang gagal menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang sangat dinamis;
2. Perlu disusun model penciptaan dan penguatan kooperator yang terencana dan terstandar dalam upaya meningkatkan efektivitas pembinaan dan pengembangan koperasi.
3. Perlu disusun model transformasi modernisasi koperasi yang efektif dan teruji dapat diterapkan dan

Data Diri



Dr. Hj. Yuanita Indriani, Ir., M.Si., CIPA. lahir di Bandung, 22 Juni 1961, saat ini sebagai dosen Institut Manajemen Koperasi Indonesia, Wakil Rektor Bidang Riset dan Kerjasama, pendidikan terakhir Doktoral (S3) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran, lulus tahun 2015, alamat rumah Jl. Pasang No 44 Bandung 40114

Daftar Pustaka

Dulfer Eberhard, *The Cooperative between Member Participation, The Formation of Vertical Organization and Bureaucratic Tendencies*, Quiller Press Ltd, London, 1985, copy right Phillips - University Marburg Germany.

Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia, *Laporan Hasil Penelitian Peran Kopma dalam Pembangunan Koperasi Indonesia*, Jakarta, 2018.

Ritzer George, Goodman J Douglas, *Teori Sosiologi Modern*, Penerbit Kencana Jakarta, 2014.

Yuanita. Mahasiswa Sebagai *Agent Of Change* Transformasi Koperasi Di Era Revolusi Industri 4.0

https://www.kominfo.go.id/content/detail/8566/mengenal-generasi-millennial/0/sorotan_media

<https://kemenkopukm.go.id/read/pandemi-covid-19-menjadi-momentum-transformasi-koperasi-ke-ekonomi-digital>

<https://aptika.kominfo.go.id/2020/01/revolusi-industri-4-0/>