

PAPER NAME

**2022 Book Chapter Modernisasi Koperas
i Melalui Ekosistem Bisnis-April.pdf**

AUTHOR

Sugiyanto

WORD COUNT

3175 Words

CHARACTER COUNT

21796 Characters

PAGE COUNT

10 Pages

FILE SIZE

664.9KB

SUBMISSION DATE

Feb 27, 2024 7:00 PM GMT+7

REPORT DATE

Feb 27, 2024 7:00 PM GMT+7**● 9% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 9% Internet database
- 2% Submitted Works database
- 0% Publications database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Manually excluded sources
- Small Matches (Less than 11 words)

Modernisasi Koperasi Melalui Ekosistem Bisnis Berbasis Keanggotaan

Sugiyanto

Pendahuluan

3 Tujuan koperasi di Indonesia mengacu pada Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Pasal 3, kurang lebih disebutkan bahwa tujuan didirikannya koperasi untuk memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional. Dengan demikian pihak-pihak yang memperoleh manfaat adalah (1) anggota yang dipromosikan kesejahteraannya, terutama kesejahteraan ekonomi yang dapat diperoleh melalui perannya sebagai pengguna pelayanan koperasi dan pemilik, (2) keseluruhan diharapkan memperoleh dampak positif dari keberadaan koperasi, dan (3) terbangunnya tatanan perekonomian nasional sebagai dampak lanjutan dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur.

Secara kuantitas, keragaan koperasi nasional dapat dijelaskan bahwa jumlah koperasi mencapai 127.124 unit pada 2020, meningkat 3,31% dibandingkan tahun sebelumnya. Jumlah anggota sebesar 8,41% dari jumlah penduduk, angka ini masih rendah bila dibandingkan dengan rata-rata angka global yang mencapai 16,31%. Jumlah aset yang dimiliki koperasi sebesar Rp250,98 Triliun, dengan omset pelayanan sebesar Rp182,35 triliun dan sisa hasil usaha sebesar Rp7,17 triliun atau dengan tingkat profit margin sebesar 3,93% atau ROA sebesar 2,86%. Sedangkan dari sisi sumber permodalan koperasi pada tahun 2020, sebesar 36,45% bersumber dari modal sendiri dan sisanya sumber permodalan koperasi bersumber dari modal pinjaman 63,55%. (Kementerian Koperasi dan UKM, 2021, diolah).

Kontribusi koperasi dalam perekonomian nasional (PDB) baru mencapai 5,10% ini menjadi tantangan yang harus menjadi perhatian, namun demikian koperasi telah berkontribusi dalam penyediaan lapangan kerja, investasi, mata rantai berbagai bidang usaha, (Lembaga intermediasi). Aspek bisnis yang telah dimiliki, aset, SDM, pasar, dan sektor bisnis. Koperasi mulai menguasai Teknologi Informasi (TI) dalam menjalankan kelembagaan dan bisnis. Koperasi dapat membangun/memiliki jaringan kerja sama dan koperasi dapat memanfaatkan peluang usaha pengadaan barang/jasa pemerintah.

Namun hingga dewasa ini, koperasi di Indonesia yang digadang-gadang sebagai Sokoguru perekonomian nasional, masih tertinggal dalam berbagai aspek, mulai dari kelembagaan, koperasi dikelola oleh pelaku koperasi yang sering tidak berubah dan tidak mengikuti perkembangan perubahan jaman yang sangat cepat. Bisnis yang diselenggarakan kebanyakan pada sektor konvensional seperti usaha simpan pinjam, toko, usaha lainnya yang selama ini dijalankan, sulit melakukan diversifikasi usaha dan bisnisnya tidak mudah berubah karena ketersediaan dana investasi yang terbatas.

Belum optimalnya partisipasi anggota sebagai pemilik dan pengguna atau kalau mengikuti prinsip koperasi yang dikembangkan oleh 6 United State Department of Agricultural (USDA): *User-Owner, User-Controller, and User-Benefit Receiver* (Reynolds B. J. 2014). Partisipasi anggota menjadi salah satu faktor keberhasilan koperasi

selain harus memiliki pengelola yang profesional. Kombinasi keduanya, koperasi yang didukung dengan profesionalisme manajemen yang mumpuni dan partisipasi anggota yang tinggi akan berkembang dengan cepat. (Röpke. J, 1989, dalam Andang K.Ar 1993). Kelemahan salah satu, akan mengurangi percepatan perkembangan koperasi, apalagi kedua faktor tersebut bermasalah maka koperasi tinggal menunggu akhir kehidupannya.

Uraian tersebut menunjukkan peran sentral dari anggota dalam organisasi koperasi yang berfungsi sebagai lembaga ekonomi dan sekaligus lembaga sosial. Sebagai lembaga ekonomi, koperasi harus menjalankan fungsi bisnisnya dengan ukuran kinerja efisiensi bisnis (*business efficiency*) dan sekaligus harus dapat mendorong efisiensi usaha anggota (*member efficiency*). Sebagai lembaga sosial koperasi berperan dalam pembangunan ekonomi lingkungan.

Dengan demikian koperasi perlu melakukan transformasi dalam semua aspek kehidupannya menjadi koperasi modern yang mampu menyesuaikan diri dengan segala macam perubahan yang terjadi yang penuh dengan tantangan namun juga menyediakan peluang yang dapat dikembangkan sebagai potensi untuk mengembangkan diri menjadi organisasi modern, kuat, dinamis, efisien dalam menjalankan bisnis dan efektif dalam mencapai tujuannya. Anggota menjadi basis untuk memperkuat ekosistem bisnisnya dalam rangka untuk memodernisasi koperasi di Indonesia.

Keanggotaan Koperasi

Koperasi di Indonesia dalam perkembangannya saat ini juga perlu transformasi menjadi koperasi yang modern melalui proses modernisasi dalam segala aspek, mulai dari kelembagaan, bisnis dan keanggotaan. Anggota koperasi menjadi isu sentral dalam pembangunan koperasi, karena tujuan didirikannya koperasi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggotanya. Anggota sebagai pemilik dan pengguna, anggota sebagai pengguna sekaligus sebagai pemilik, pengendali dan penerima manfaat. Koperasi didirikan dari, oleh dan untuk anggota. Koperasi didirikan dari ide dan dimodali pemiliknya yaitu, anggota, dikelola dan dikendalikan secara demokratis oleh anggota, dan manfaat yang dihasilkan sebagai bentuk merealisasikan tujuan koperasi untuk anggota.

Peran anggota sebagai pemilik dan pengguna layanan koperasi menjadi wujud partisipasi anggota, anggota harus berperan aktif sebagai pemilik maupun pengguna. Partisipasi anggota sebagai pemilik meliputi kontribusi modal baik dalam bentuk simpanan pokok yang dibayar pada saat akan menjadi anggota, simpanan wajib yang dibayar secara rutin tiap bulan misalnya, dan simpanan khusus lainnya setara dengan simpanan wajib. Sebagai pemilik, anggota juga berfungsi sebagai pengambil keputusan dan pengendali koperasi melalui Rapat Anggota.

Bentuk partisipasi anggota sebagai pemilik dan pengguna pada berbagai jenis koperasi sesuai dengan profesi anggotanya dapat diringkas pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1: Partisipasi Anggota Pada Berbagai jenis Koperasi

No	Jenis Koperasi	Profesi Anggota	Partisipasi Anggota:	
			Pengguna	Pemilik
1	Koperasi Konsumen	Anggota sebagai rumah tangga konsumsi,	Anggota membeli kebutuhan pokok/barang konsumsi	1. Kontribusi Modal berupa simpanan pokok, simpanan wajib dan simpanan khusus lainnya, 2. Hadir dalam rapat anggota, 3. Pengambil keputusan dan pengendali koperasi melalui rapat anggota,
2	Koperasi Produsen:	Anggota sebagai produsen atau penghasil jasa tertentu		
2.1	Koperasi pengadaan		Anggota membeli input produksi	
2.2	Koperasi pemasaran		Anggota memasarkan produk yang dihasilkan	
2.3	Koperasi Jasa		Anggota memerlukan jasa tertentu dari koperasi untuk mendukung usahanya	
3	Koperasi Produksi	Anggota sebagai pekerja/karyawan dan koperasinya	Pekerja/karyawan	
4	Koperasi Simpan Pinjam	Anggota sebagai pemilik dana (penabung) dan atau sebagai Peminjam	Penabung dan Peminjam	

Tabel 1 di atas menggambarkan bentuk partisipasi anggota pada berbagai jenis koperasi yang dikelompokkan berdasarkan profesi/aktivitas anggota pada koperasi konsumen, koperasi produsen yang dibagi menjadi koperasi pemasaran, koperasi pengadaan dan koperasi jasa, serta koperasi simpan pinjam. Jika pemilik dan pengguna jasa pelayanan dari suatu organisasi adalah orang yang sama, organisasi ini disebut koperasi. Koperasi konsumen, anggota sebagai pembeli kebutuhan pokok sekaligus sebagai pemilik koperasi. Koperasi produsen anggota sebagai pembeli input, pemasar produk dan atau pengguna jasa pelayanan koperasi berkaitan dengan pemrosesan (*processing*) produk anggota dan sekaligus sebagai pemilik. Koperasi produksi, anggota sebagai karyawan dan sekaligus sebagai pemilik koperasi. Sedangkan koperasi simpan pinjam adalah koperasi di mana anggota sebagai penabung dan atau peminjam dan sekaligus sebagai pemilik koperasi.

Anggota akan berpartisipasi bila memperoleh manfaat dari keanggotaannya dalam koperasi. Orientasi koperasi adalah pelayanan kepada anggota (*service oriented*), maka anggota akan termotivasi untuk memanfaatkan pelayanan koperasi jika layanan yang diberikan dapat mengoptimalkan manfaat bagi anggota. Boediono (dalam Ramudi Ariffin, 2001), menjelaskan bahwa bila para pelaku usaha kecil misalnya peternak bergabung bersama dan melakukan kerjasama melalui koperasi maka diharapkan dapat memperoleh

manfaat kolektif seperti: harga jual produk yang lebih tinggi bila memasarkan produknya atau membeli *input* melalui koperasi dengan harga lebih murah (*better price*), tercapainya *members' economies of scale* dengan beraktivitas bersama akan dapat menghemat (seperti biaya transaksi) atau meningkatkan efisiensi proses tertentu, memperoleh *external economies* dengan meningkatnya produktivitas karena dapat mendekati kepada informasi pasar dan penggunaan teknologi, dan manfaat-manfaat non-ekonomi.

Kerjasama kolektif (*joint actions*) dalam berbagai bidang melalui koperasi untuk meningkatkan efisiensi. Peluang ini dapat diciptakan secara bersama-sama untuk membangun posisi tawar, strategi bisnis, skala ekonomi, perbaikan manajemen dan keuangan koperasi dan anggota

Modernisasi Koperasi

Modernisasi sebagai sebuah transformasi ke arah yang lebih baik dari keadaan saat ini yang dinilai kurang berkembang atau ada ketertinggalan dengan harapan akan tercapai kehidupan masyarakat lebih maju, berkembang dan lebih makmur. Moore E W (2006), mendefinisikan modernisasi sebagai keseluruhan perubahan yang bermakna transformasi dari kehidupan bersifat tradisional atau pra modern dalam arti teknologi dan serta organisasi sosial ke arah pola-pola ekonomis. Modernisasi sebagai transformasi suatu perubahan masyarakat dalam segala aspek.

Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM tengah memprioritaskan agenda modernisasi koperasi dalam menghadapi berbagai tantangan baru di tengah perkembangan dan kemajuan teknologi. Meski di tengah pandemi, pemerintah tetap konsisten mengawal pencapaian target 500 koperasi modern pada 2024 mendatang. (Republika.co.id, Jakarta, 2021). Proses modernisasi terbagi menjadi empat tahap, tahap pemodelan (tahun 2021), replikasi (tahun 2022), modifikasi (tahun 2023), dan pemantapan serta pengembangan lanjutan (tahun 2024). Pendekatan memodernisasi koperasi yang dicanangkan pemerintah, meliputi:.

1. Akses pembiayaan, melalui Lembaga Pengelola Dana Bergulir Koperasi dan UMKM (LPDB-KUMKM) dengan skema modal kerja dan investasi.
2. Fasilitasi kemitraan, agar koperasi memperoleh kepastian dalam akses pemasaran.
2. Adopsi teknologi. Adanya dukungan teknologi yang diperlukan pada aspek pabrikasi dalam rangka meningkatkan produktivitas sehingga koperasi terus didorong masuk ke ekosistem digital.
4. Restrukturisasi kelembagaan, mendorong koperasi kecil yang belum mencapai skala ekonomi untuk melakukan merger atau amalgamasi.
5. Pemekaran usaha (*spin off*), mengoptimalkan layanan kepada secara komprehensif, tidak hanya pada aspek tertentu, tetapi usaha koperasi dikembangkan pada berbagai aspek yang mendukung setiap usaha anggota, seperti koperasi peternak, tidak hanya menyediakan pelayanan pemasaran produk anggota, tetapi juga menyediakan pakan, kesehatan sapi, kesehatan untuk peternaknya, jaminan asuransi kematian ternak dan lainnya agar para peternak fokus menjalankan usaha ternaknya,

6. Pengembangan koperasi multipihak, mengkonsolidasikan berbagai pihak untuk menjadi anggota koperasi, khususnya generasi muda untuk mengembangkan usaha *start up* yang dapat dilayani oleh koperasi. Selain itu sebagai upaya untuk mengkorporasikan usaha anggota, misalnya usaha pertanian agar mereka berkembang bersama dengan koperasinya.

Ekosistem Bisnis

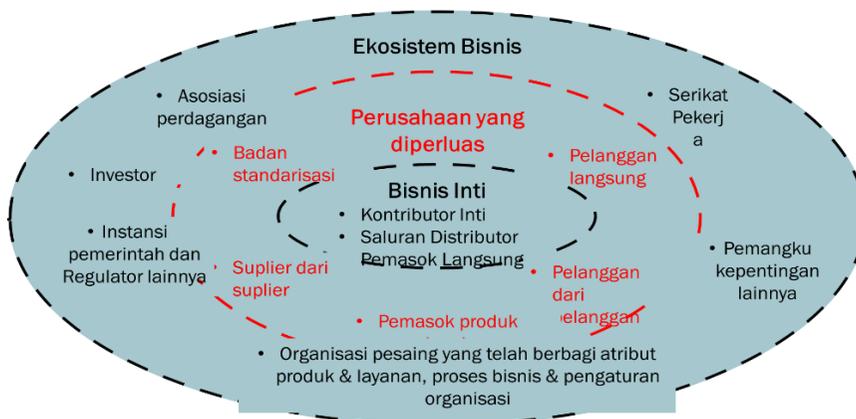
Sarafin G. (2021), menyatakan bahwa badan usaha yang memanfaatkan ekosistem bisnis akan berada pada posisi yang lebih baik untuk melakukan inovasi dan memiliki modal untuk menciptakan nilai tambah untuk konsumen (*create customer value*) Pemahaman ekosistem bisnis baik, semakin penting – dan tetap berada di depan – mengikuti laju perubahan, partisipan ekosistem bisnis menciptakan nilai lebih secara kolektif dari pada secara individu, dan badan usaha yang tidak akomodatif dengan ekosistem bisnis berisiko tertinggal.

Ekosistem Bisnis didefinisikan sebagai struktur relasi antar organisasi yang dinamis dan saling bergantung untuk sebuah keberlangsungan, dalam hal ini adalah aktivitas bisnis yang berkelanjutan (Townsend, M., 2012). Dheeraj Vaidya (2022), mendefinisikan ekosistem bisnis adalah jaringan entitas yang berbeda yang dinamis dan berinteraksi satu sama lain untuk menciptakan dan bertukar nilai yang berkelanjutan. Produktivitas, ketangguhan, dan kemampuan untuk mengembangkan ceruk dan peluang bagi perusahaan baru adalah faktor kunci sukses untuk model ekosistem.

Model pemetaan ekosistem bisnis yang dilakukan oleh Moore (2006), ekosistem bisnis merupakan relasi antar pelaku dalam sebuah bisnis yang dikelompokkan dalam tiga lapis, yaitu:

- *Core Business*, untuk memetakan bisnis utama dari sebuah organisasi,
- *Extended Enterprise*, memetakan pihak-pihak yang berhubungan langsung dengan bisnis utama, dan
- *Business Ecosystem*, mereka adalah para pemangku kepentingan yang dapat memengaruhi dinamika dan inovasi bisnis, secara langsung maupun tidak langsung.

Ekosistem bisnis yang merupakan relasi antar pelaku yang dikelompokkan menjadi tiga bagian tersebut dapat digambarkan aktor yang terlibat, seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1.1. berikut:



Gambar 1.1: Model Pelaku Ekosistem bisnis

Tahapan pemetaan ekosistem bisnis dapat dilakukan dengan (Townsend, M , 2012):

- 1) Mengidentifikasi peran. Penekanan pada aspek jenis peran yang dilakukan oleh pelaku bisnis dalam suatu ekosistem.
- 2) Spesifikasi peran. Menjelaskan secara spesifikasi pekerjaan, aktivitas, ataupun output yang signifikan/khas dari setiap peran dan relasi dengan peran lainnya.
- 3) Menggambarkan ekosistem bisnis atas peran yang sudah dipetakan.
- 4) Merancang narasi. Sebagai penjelasan interaksi dari setiap peran dalam ekosistem, diawali dengan aktivitas pelanggan.
- 1) Analisis ekosistem yang terbangun untuk evaluasi beberapa interaksi seperti bobot dari masing-masing peran, sumber daya yang dibutuhkan oleh peran tertentu yang memungkinkan munculnya pelaku lain dan sebagainya.

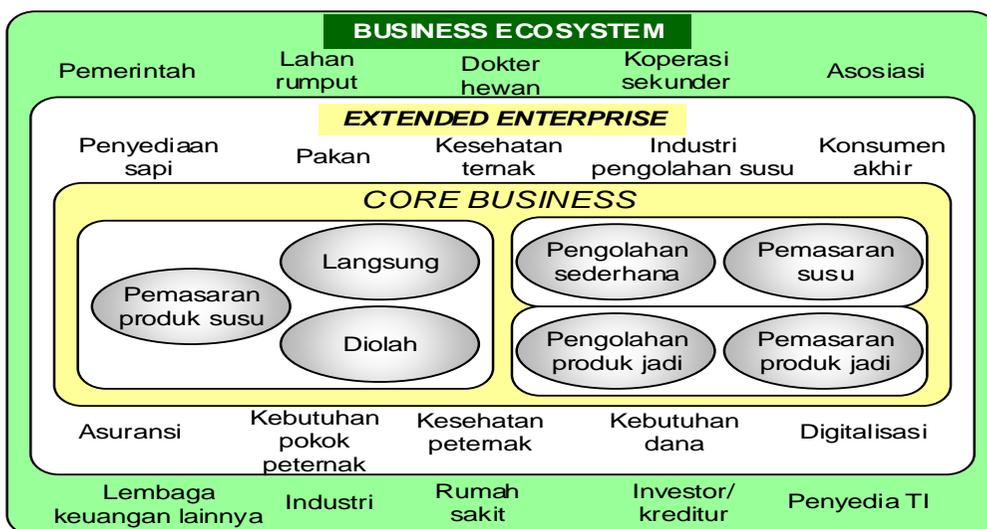
Ekosistem Bisnis Berbasis Keanggotaan

Pendekatan ekosistem bisnis ini menjadi penting bagi pengembangan koperasi ke depan terutama untuk memodernisasi koperasi baik dari sisi kelembagaan, bisnis dan keanggotaan. Koperasi saat ini dihadapkan pada tantangan ekosistem bisnis yang selalu berubah, tidak hanya tantangan eksternal tetapi juga internal khususnya ketiga aspek tersebut. Koperasi dihadapkan pada tantangan eksternal, meliputi: global multi krisis, koperasi berada pada lingkungan ekonomi pasar, regulasi yang mulai tidak sinkron dengan perkembangan koperasi, disrupsi TI, Era Industri 4.0 atau 5.0, Generasi Millennial dan Gen Z, pandemi Covid-19, Perubahan perilaku masyarakat, melambatnya pertumbuhan ekonomi, dan tentu saja persaingan dalam semua aspek bisnis. Tantangan internal meliputi: akses permodalan, pasar, teknologi, SDM koperasi (pengurus, pengawas, anggota), perlindungan anggota, tata kelola koperasi, bidang usaha koperasi (eksisting konvensional dan keterbatasan sektor usaha), dan koperasi bermasalah.

Untuk mengatasi hal tersebut dapat dilakukan tindakan dengan cara memodernisasi koperasi melalui penguatan ekosistem bisnis berbasis keanggotaan, (*user –owner, user-controller, and user- benefit receiver*). Sebagai contoh analisis digunakan kasus pada koperasi peternakan sapi perah. Dari usia, koperasi ini telah berpengalaman menghadapi

berbagai tantangan perubahan, dan kebanyakan telah melakukan diversifikasi usaha, di mana setiap usaha yang dikembangkan dengan tujuan untuk meningkatkan pelayanan usaha sesuai dengan *core business*nya yaitu pemasaran susu produksinya.

Dari koperasi peternak dapat dimodelkan ekosistem bisnis yang meliputi *core business* koperasi, *extended enterprises*, dan *business ecosystem*, seperti digambarkan dalam Gambar 2 berikut:



Gambar 2: Model Ekosistem Bisnis Koperasi Peternakan

Pemanfaatan ekosistem bisnis pada koperasi peternakan sapi perah pada dasarnya sudah berhasil, karena telah menetapkan *core business*, yaitu pemasaran produk susu dari peternak baik dipasarkan langsung dan atau diproses lebih lanjut menjadi produk jadi sehingga dapat memberikan nilai tambah yang tinggi. Agar bisnis koperasi dapat berkesinambungan, berkembang mengikuti perubahan kebutuhan anggota, sehingga tetap menjadi idola bagi anggota sebagai lembaga yang dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi.

Selanjutnya koperasi melakukan *extended enterprise* dengan mengidentifikasi peran yang harus dikembangkan untuk mengoptimalkan pelayanan kepada anggotanya, sekaligus untuk memodernisasi usahanya mengikuti perubahan kondisi internal dan eksternal yang semakin masif dan tidak dapat dibendung atau bahkan dihindari, hanya satu kata harus dihadapi menjadi sebuah peluang. Kebutuhan anggota tidak hanya memasarkan produk susu saja, tetapi banyak kebutuhan yang harus dipenuhi oleh koperasi menjadi sebuah peluang usaha. Peran yang harus dikembangkan dan menjadi peluang bisnis seperti kebutuhan anggota berkaitan dengan:

- 1) Ketersediaan sapi, sebagai *fixed asset* yang paling berharga bagi peternak, misalnya koperasi harus mendatangkan sapi dari negara lain, atau membuat kebijakan bahwa anggota tidak boleh menjual sapi betina,

- 2) Pakan menjadi kebutuhan utama ternak, kondisi luas lahan yang semakin menyempit, petani tidak dapat mencari rumput dengan jumlah yang cukup, apalagi menghadapi musim kemarau, maka koperasi perlu mengadakan pakan buatan, dengan mendirikan pabrik pakan ternak,
- 3) Kesehatan ternak, tidak mungkin ditanggung oleh masing-masing peternak, maka koperasi turun tangan menyediakan tenaga kesehatan dengan merekrut beberapa dokter hewan,
- 4) Pengolahan susu, koperasi berkesempatan untuk mengolah lebih lanjut produk susu menjadi produk lain, seperti susu dalam kemasan, keju dan lainnya, dengan tujuan untuk meningkatkan nilai tambah,
- 5) Konsumen, konsumen terbesar dari pemasaran susu, adalah pasar industri yaitu industri pengolahan susu (IPS), koperasi dapat berupaya melakukan kerja sama dengan koperasi sekunder untuk mencari IPS yang dapat memberikan manfaat lebih bagi anggota, atau juga koperasi dapat mengembangkan konsumen akhir dengan mengembangkan industri pengolahan susu,
- 6) Jasa asuransi, terhadap kematian ternak atau bahkan juga peternaknya, sehingga koperasi harus mengembangkan usaha sektor asuransi untuk menanggulangi risiko yang mungkin terjadi pada anggotanya,
- 7) Kebutuhan pokok peternak, koperasi perlu mengembangkan usaha pengadaan kebutuhan pokok anggotanya, toko, swalayan atau lainnya,
- 8) Kesehatan peternak, koperasi perlu memperhatikan kesehatan anggotanya agar usaha peternakannya berjalan lancar, dengan mengembangkan klinik kesehatan atau bahkan rumah sakit,
- 9) Kebutuhan dana bagi anggota, misal untuk biaya anak sekolah dan lainnya, koperasi dapat mengembangkan usaha simpan pinjam, atau bahkan BPR,
- 10) Digitalisasi, setiap aktivitas usaha koperasi mulai dari cara pengukuran kuantitas, berat jenis, kandungan lemak dan sebagainya dilakukan secara digital. Demikian juga dengan aktivitas kelembagaan dan keanggotaan juga dapat dilakukan secara digital,
- 11) Teknologi, usaha sapi perah tidak bisa dilepaskan dengan pemanfaatan teknologi yang selalu berkembang, untuk memodernisasikan bisnisnya, baik teknologi tepat guna maupun informasi,
- 12) Permodalan koperasi, koperasi susu telah membangun suatu model agar para anggotanya dapat berkontribusi aktif membayar simpanan wajib, dengan cara membebankan sekian rupiah pada setiap liter susu yang dipasarkan melalui koperasi.

Dari penjelasan tersebut koperasi dapat melakukan diversifikasi usaha dengan menggali kebutuhan anggota yang terkait dengan bidang usaha atau kebutuhannya. Dalam *Canvas Business Model*, koperasi harus mampu memenuhi berbagai kebutuhan konsumen dalam hal ini anggota termasuk menyelesaikan berbagai masalah yang dihadapinya. Peluang usaha koperasi peternakan dapat dikembangkan dengan dinamis dan inovatif sehingga menjadi lembaga yang modern.

Modernisasi Koperasi melalui Ekosistem Berbasis Keanggotaan, (*User –Owner, User-Controller, and User- Benefit receiver*), dengan memanfaatkan ekosistem produk dan

Book Chapter

jasa Koperasi (*value proposition*) (produk utama dan sampingan, rangkaian produk, jumlah dan jenis, substitusi, komplementer, produk saling *me-leverage*) value lebih, rantai Pasok Melalui koperasi, ekosistem usaha melalui transformasi usaha Koperasi (Keleluasaan Bidang Usaha) ekosistem berbasis tata kelola yang baik, ekosistem digitalisasi koperasi (kompetensi SDM IT, kompetitif: penyediaan informasi dan komersial: *e-bisnis*, *e-commerce* dan seterusnya), dan ekosistem permodalan Koperasi,

Untuk memodernisasi koperasi peternak juga harus memanfaatkan perubahan lingkungan bisnisnya secara makro, yang dijadikan peluang untuk mengembangkan dan memodernisasi kelembagaan, bisnis dan keanggotaan koperasi. Dengan demikian koperasi berkembang didasarkan kepada kepentingan anggota, dengan memanfaatkan lingkungan eksternal sebagai peluang, seperti regulasi pemerintah, ketersediaan lahan beternak, ketersediaan dokter hewan, keikutsertaan koperasi dalam koperasi sekunder dan asosiasi lainnya, memanfaatkan ketersediaan permodalan melalui lembaga keuangan bank, dan jasa keuangan lainnya melalui lembaga asuransi, memperkuat kerja sama dengan Industri Pengolahan Susu (IPS), membangun rumah sakit kerja sama dengan rumah sakit besar lainnya, juga dengan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) dan kerja sama dengan penyedia jasa teknologi informasi. Anggota terpenuhi semua kebutuhannya berkaitan usaha peternakan dan koperasi semakin modern dalam melaksanakan aktivitas sebagai lembaga ekonomi dan lembaga sosial.

Penutup

Berdasarkan uraian secara kualitatif di atas dapat ditarik simpulan bahwa untuk memodernisasikan kelembagaan, bisnis dan keanggotaan koperasi dapat dilakukan secara dinamis dan inovatif dengan memanfaatkan ekosistem bisnis sebagai cara untuk memperkuat partisipasi anggota sebagai pemilik dan pengguna. Anggota koperasi sebagai isu sentral pengembangan koperasi kini, esok dan ke depan, sebagai koperasi kontemporer yang futuristik. *Core business*, *extended enterprise* sebagai kesatuan dalam *business ecosystem* koperasi hasil dari *scanning* yang dilakukan setiap saat untuk memformulasikan strategi koperasi ke depan.

Daftar Pustaka

- Andang K. Ar., 1993, *Pengaruh Kemanfaatan Ekonomis Pelayanan Koperasi Unit Desa terhadap Partisipasi Anggota*. Tesis UNPAD, Bandung.
- Dheeraj Vaidya (2022), Business Ecosystem, <https://www.wallstreetmojo.com/business-ecosystem/>
- Kementerian Koperasi dan UKM, 2021, *Data Statistik Koperasi dan UKM*, https://satudata.kemenkopukm.go.id/kumkm_dashboard/
- Moore, J. F. (2006). Business ecosystems and the view from the firm. *The antitrust bulletin*, 51(1), 31-75.
- Ramudi Ariffin, 2001, *Pengaruh Skala Ekonomi dan Biaya Organisasi terhadap Dampak Koperasi*, Disertasi UNPAD, Bandung

Book Chapter

Republika.co.id, Jakarta, 2021, *Modernisasi Koperasi*,
<https://www.google.com/search?q=Republika.co.id>

Reynolds Bruce J. 2014, *Comparing Cooperative Principles of the U.S. Department of Agriculture and the International Cooperative Alliance*, USDA Rural Development Rural Business-Cooperative Service RBS Research Report 231.

Sarafin, G, (2020) *Creating Value in Multi-Actor Environments: Understanding the value propositions of digital service ecosystems*, Umeå University, Faculty of Social Sciences, Department of Informatics.

Townsend, M, 2012. *Mapping Business Ecosystem*. <https://partneringresources.com/wpcontent/uploads/Tool-Ecosystem-Mapping-Short-Format.pdf>

● **9% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- 9% Internet database
- 2% Submitted Works database
- 0% Publications database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	media.neliti.com Internet	4%
2	republika.co.id Internet	2%
3	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet	<1%
4	v1.nitj.ac.in Internet	<1%
5	digilib.uns.ac.id Internet	<1%
6	Syntax Corporation on 2024-01-12 Submitted works	<1%
7	digilib.uin-suka.ac.id Internet	<1%
8	text-id.123dok.com Internet	<1%

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Manually excluded sources
- Small Matches (Less than 11 words)

EXCLUDED SOURCES

repository.ikopin.ac.id

Internet

94%