

PAPER NAME

2022 Rekonstruksi Keanggotaan Koperasi Generasi Z - Halaman all - Tribunjabar.id.pdf

AUTHOR

Sugiyanto

WORD COUNT

1381 Words

CHARACTER COUNT

9207 Characters

PAGE COUNT

4 Pages

FILE SIZE

312.5KB

SUBMISSION DATE

Feb 28, 2024 9:12 AM GMT+7

REPORT DATE

Feb 28, 2024 9:13 AM GMT+7

● 17% Overall Similarity

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

- 17% Internet database
- 4% Submitted Works database
- 0% Publications database

● Excluded from Similarity Report

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

Advertisement

Cirebon

Purwakarta

Kab. Bandung

Kab. Cirebon

Sumedang

Tasik

Garut

Home

News

Pendidikan

Rekonstruksi Keanggotaan Koperasi Generasi Z

Rabu, 29 Juni 2022 17:06 WIB

Editor: [bisnistribunjabar](#)

Dr. H. Sugiyanto., M.Sc

Advertisement

Penulis : Dr. H. Sugiyanto., M.Sc

TRIBUNJABAR.ID, Dalam UUD NKRI 1945 ¹ pasal 33 ayat 1 disebutkan bahwa perekonomian disusun berdasarkan asas kekeluargaan, artinya sistem perekonomian yang digunakan dan dikembangkan seharusnya tidak menggunakan asas persaingan dan individualistik.

Pasal 33 ayat 1 juga dapat dimaknai bahwa perekonomian disusun mulai dari tingkat nasional hingga ke berbagai daerah. Seluruh susunan perekonomian ini didasarkan pada asas kekeluargaan, badan usaha yang sesuai tentu saja yang berbadan hukum [koperasi](#).



Advertisement

Koperasi dikelola secara demokratis¹ berdasarkan asas musyawarah untuk mufakat, gotong royong, dan kekeluargaan di mana kepemilikan dan pengendalian dilakukan oleh Anggotanya sendiri. Benefit yang dihasilkan oleh koperasi dimanfaatkan oleh anggota.

Dengan demikian anggota berfungsi sebagai pemilik (owner) dan pengguna jasa pelayanan koperasi (user), oleh Dulfer (1984) disebut sebagai member dual identity. Koperasi melibatkan dua rumah tangga yaitu rumah tangga perusahaan koperasi dan rumah tangga anggota (dual enterprises).

Koperasi berfungsi sebagai lembaga ekonomi untuk mensejahterakan ekonomi anggotanya dan juga sebagai lembaga sosial yang harus berkontribusi terhadap pembangunan lingkungannya (cooperative double nature).

Peran anggota sangat dominan dalam organisasi koperasi, sebagai pemilik harus berkontribusi terhadap modal, pengambil keputusan dan pengendali organisasi melalui rapat anggota. Sebagai pengguna harus memanfaatkan pelayanan yang dihasilkan oleh koperasinya.

Anggota sebagai 'pengguna' harus menjadi tekanan, karena anggota tidak cukup hanya berkontribusi modal tetapi harus disertai dengan fungsi yang lain, yakni sebagai pengguna sekaligus sebagai pemilik, pengendali dan penerima manfaat berkoperasi.

Dari, oleh dan untuk anggota menjadi jargon yang bermakna bahwa koperasi didirikan dari ide anggota, dikelola oleh anggota, dan manfaatnya untuk anggota.

Dengan demikian keberhasilan koperasi tidak hanya tergantung pada profesionalisme pengelola tetapi juga sangat tergantung pada partisipasi anggota baik sebagai pemilik maupun sebagai pengguna.

Dengan kombinasi matrik profesionalisme pengelola tinggi atau rendah dan partisipasi anggota tinggi atau rendah, akan terbangun koperasi pada kondisi: (1) Koperasi berkembang cepat sebagai koperasi yang diharapkan bila koperasi dikelola oleh pengelola dengan profesionalisme tinggi didukung dengan partisipasi anggota yang tinggi, (2) Koperasi hanya akan berjalan usahanya tetapi tidak melibatkan anggota, bila hanya didukung dengan pengelola yang profesional, (3) koperasi berjalan di tempat, bila tidak memiliki pengelola yang profesional dan (4) koperasi tinggal menunggu nama saja, bila pengelola tidak profesional dan anggota tidak aktif berpartisipasi.

Komitmen yang dibangun adalah bahwa seluruh Anggota koperasi merupakan satu keluarga besar yang mempunyai tujuan yang sama, yaitu ingin memajukan kesejahteraan ekonomi bersama.

Tujuan ini akan dapat dicapai apabila setiap Anggota koperasi bersedia melakukan karya nyata dan menyumbangkan jasanya (partisipasi) kepada koperasi. Partisipasi anggota koperasi sangatlah penting untuk mendorong pengelolaan koperasi yang profesional, berkelanjutan, dan mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan (adaptif). Penelitian McKillop et al., (2020) menyebutkan bahwa koperasi tidak hanya memiliki kemampuan beradaptasi terhadap lingkungan yang mengalami turbulensi selama krisis, tetapi juga mampu bersaing dengan usaha dengan tetap memomorsatukan kepentingan anggota.



Peran anggota **koperasi** menjadi sentral dalam pengembangan **koperasi**, salah satu indikasi dari peran penting ini dapat dilihat dari setiap definisi **koperasi** selalu menyebutkan kedudukan anggota demikian juga dalam prinsip **koperasi** sebagai the rule of the thumb nya bisnis **koperasi**, yang pertama disebutkan adalah masalah keanggotaan.

Siapa Gen Z?

Dewasa ini **koperasi** mendapat tantangan berupa disrupsi pada berbagai bidang, mulai dari globalisasi, teknologi informasi, revolusi industri, dan perubahan mindset generasi muda yang masuk kategori generasi Z (kelahiran tahun 1995 – 2010), menurut McKinsey & Company dalam laporannya tahun 2018 yang bertajuk “ True Gen: Generation Z and Its Implementation for companies”, **Gen Z** memiliki context, behavior dan consumption yang berbeda, dengan generasi millennial (kelahiran tahun 1980 – 1994), Generasi X (kelahiran tahun 1960 – 1979) dan generasi Baby Boomer (kelahiran tahun 1940 – 1959).

Hasil studi lain yang dilakukan oleh Google (2021) menyebutkan bahwa terdapat perbedaan sangat signifikan antara **Gen Z** dan Millennial berkaitan dengan self-image, tech usage, communication dan brand expectation. Hasil studi ini juga menyebutkan bahwa **Gen Z** bukanlah Millennial, tetapi mereka adalah kelompok tersendiri dengan karakter yang unik.

Tantangan lain adalah, ada kesan dengan berkoperasi itu jadul (bahasa gaul anak muda sekarang), kebanyakan **koperasi** dengan pengelola Gen X bahkan Gen Baby Boomer, kemudian bisnis yang dikelola tidak pernah berubah, simpan pinjam, toko, jasa tertentu, masih jarang yang berbisnis dalam bidang manufakturing yang dapat menghasilkan value added yang tinggi, teknologi masih digunakan secara terbatas, pemasaran produk/jasa yang dihasilkan masih dilakukan secara konvensional. Kemudian tantangan baru yang berkembang 2 tahun terakhir, dengan merebaknya Covid-19, hampir semua perilaku dan aktivitas masyarakat berubah, semua aktivitas dilakukan dari rumah (home based Activities), mulai dari bekerja, pendidikan, pelayanan kesehatan, hiburan, pemenuhan kebutuhan pokok sehari-hari.

Koperasi sebagai organisasi ekonomi dan sekaligus sebagai lembaga sosial yang diharapkan menjadi soko guru perekonomian nasional, perlu merekonstruksi keanggotaan **koperasi** yang diarahkan kepada terutama **Gen Z**.

4 **Gen Z** merupakan generasi yang lahir setelah era generasi milenial, **Gen Z** adalah peralihan dari generasi millennial dengan teknologi-teknologi yang makin berkembang. **2** **Gen Z** memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi lain. Dalam K- JTP: Vol. 06, No.01, dijelaskan bahwa **Gen Z** memiliki karakter yang menggemari teknologi, fleksibel, lebih cerdas, dan toleran pada perbedaan budaya. Generasi ini juga terhubung secara global dan berjejaring di dunia virtual. Singkatnya **Gen Z** adalah generasi yang tumbuh dengan teknologi, internet, dan media sosial. **Ge. 3** memiliki kepercayaan yang tinggi, mereka juga memiliki sikap optimis dalam berbagai hal. Mental positif yang seperti ini memang hal yang utama dalam hidup, yaitu bisa melihat permasalahan dari segi positif.

Bagaimana **koperasi** beradaptasi dengan **Gen Z**?

Keberhasilan pembangunan **koperasi** saat ini perlu direkonstruksi dengan beradaptasi, paling tidak mulai untuk beradaptasi dengan perubahan **Gen Z** ini, mereka yang akan mengawal regenerasi para pelaku mulai anggota, pengurus, pengawas, pengelola, pembina dan para pengajar ilmu perkoperasian mulai dari sekolah dasar sampai perguruan tinggi.

Keanggotaan **koperasi** perlu direkonstruksi agar dapat menarik bagi **Gen Z**. Mulai memperhatikan, berminat, menarik untuk terlibat dimulai dari menjadi anggota dan anggota aktif, menjadi pengelola, menjadi pengembang **koperasi** yang mampu menjadi



solusi dalam perekonomian nasional yang berkeadilan. Dengan kata lain diperlukan munculnya wira usaha [koperasi](#) (coop preneur) baru.

Manusia paling adaptif terhadap segala macam perubahan, demikian dalil yang sering kita dengar, terlebih generasi yang kehidupannya tumbuh dengan teknologi, internet, dan media sosial.

Maka bila [koperasi](#) ingin memanfaatkan peran [Gen Z](#), mulai saat ini, pengelola [koperasi](#) harus merubah mindset atau segera beradaptasi dengan konteks, perilaku dan kebutuhan [Gen Z](#).

Dimulai dengan melakukan: (1) pendidikan anggota dan calon anggota (terutama [Gen Z](#)) pada berbagai pengetahuan perkoperasian dan teknologi khususnya teknologi informasi yang dapat dimanfaatkan, (2) menyesuaikan visi misi [koperasi](#) kearah kekinian dan berbasis teknologi, (3) pengelolaan [koperasi](#) dilakukan/ dipraktekkan dengan memanfaatkan teknologi informasi, (4) mengembangkan bisnis yang unusual, menarik dan kekinian, (5) kerelaan sesepuh [koperasi](#) untuk segera meregenerasi pengurus, pengawas dan pengelola [koperasi](#), (6) pelayanan [koperasi](#) berorientasi kebutuhan anggota, (7) anggota sebagai sentralnya pengembangan [koperasi](#), sebagai pengguna sekaligus sebagai pemilik, pengendali dan penerima manfaat [koperasi](#). (8) merekoneksi antara pengelola, dengan anggota (termasuk kebutuhannya) dan bisnis [koperasi](#).

Harus disadari pada saat ini masyarakat telah menerima zona yaman baru, yaitu pemanfaatan teknologi informasi dalam kehidupannya sehari-hari.

Terlepas dari usaha besar, 87,4 % UMKM sudah memanfaatkan internet untuk menjalankan bisnisnya, sebagian besar telah 2 tahun menggunakannya, dan menyatakan sangat tergantung pada akses internet untuk menjaga kelangsungan bisnisnya.

Yang lebih mengejutkan 73,4 % telah memiliki akun penjualan di lokapasar, seperti Tokopedia dan Sopee. Beberapa tahun kedepan diyakini bahwa kebutuhan akses internet akan meningkat secara signifikan, tidak hanya untuk bersosialisasi, mengakses konten youtube, membaca berita, tetapi internet juga membuka peluang kerja dan usaha yang dapat dilakukan secara daring. Inilah tantangan kebanyakan [koperasi](#) kita, tetapi perubahan ini harus ditanggapi positif, sebagai peluang dengan melakukan literasi digital yang berkualitas baik bagi anggota maupun calon anggota khususnya [Gen Z](#). Dirgahayu Koperasi Indonesia.

Tags  [Generasi Z](#) [koperasi](#) [Gen Z](#)



● 17% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 17% Internet database
- 4% 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	knkg.or.id Internet	10%
2	tis1.itbi.ac.id Internet	3%
3	aiesec.or.id Internet	2%
4	wartakota.tribunnews.com Internet	2%

● Excluded from Similarity Report

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

EXCLUDED SOURCES

jabar.tribunnews.com	90%
Internet	
msn.com	88%
Internet	
gurusiana.id	62%
Internet	
sma.insancendekiaska.org	3%
Internet	