

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK
MENINGKATKAN MINAT GENERASI Z BERKOPERASI**

(Studi Kasus Pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan,
Surakarta, Jawa Tengah)

Disusun Oleh:

Dicky Alang Maulana

C1200115

KAJIAN KOPERASI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Konsentrasi Manajemen Bisnis

Dosen Pembimbing:

Dr. Rima Elya Dasuki, SE., M.Sc

M. Haris Fadhillah, SE., MM



**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
2024**

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Maksud Penelitian	8
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	8
BAB II PENDEKATAN MASALAH.....	9
2.1 Pendekatan Perkoperasian	9
2.1.1 Jati Diri Koperasi.....	9
2.1.2 Tujuan Koperasi	11
2.1.3 Bentuk dan Jenis Koperasi	11
2.1.4 Fungsi dan Peran Koperasi.....	14
2.2 Pendekatan Media Sosial	15
2.2.1 Karakteristik Media Sosial	16
2.2.2 Jenis-jenis Media Sosial	17
2.2.3 Manfaat Media Sosial.....	18
2.3 Pendekatan Minat	19
2.3.1 Tahapan Minat.....	20
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat	21
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	22
3.1 Gambaran Umum Koperasi	22
3.1.1 Sejarah Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan	22
3.1.2 Struktur Organisasi.....	23

3.1.3 Kegiatan Usaha Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan	31
3.1.4 Keadaan Keuangan Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan	33
3.1.5 Keanggotaan Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan	39
3.1.6 Implementasi Jati Diri Koperasi Pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan	42
3.2 Pemanfaatan Media Sosial Untuk Membangun Minat Generasi Z Untuk Berkoperasi	46
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	52
4.1 Simpulan	52
4.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	55



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Perkembangan Anggota Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2019-2023	3
Tabel 1. 2	Jumlah Anggota Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2023 Berdasarkan Usia	4
Tabel 1. 3	Jumlah Jemaat Perempuan GKJ Manahan Pada Tahun 2023 Yang Termasuk Dalam Usia Generasi Z	6
Tabel 3. 1	Perkembangan Hasil Usaha Toko Lidia Tahun 2022-2023	32
Tabel 3. 2	Perkembangan Hasil Usaha Usaha Simpan Pinjam Tahun 2019-2023	33
Tabel 3. 3	Standar Penilaian Koperasi Berprestasi	34
Tabel 3. 4	Perkembangan Rasio Likuiditas Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2019-2023	35
Tabel 3. 5	Perkembangan Rasio Solvabilitas Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2019-2023	36
Tabel 3. 6	Perkembangan Rasio Rentabilitas Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2019-2023	37
Tabel 3. 7	Perkembangan Rasio Aktivitas Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2019-2023	38
Tabel 3. 8	Keanggotaan Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2019-2023	41
Tabel 3. 9	Implementasi Definisi Koperasi Pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan	42
Tabel 3. 10	Implementasi Nilai-nilai Koperasi Pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan	43
Tabel 3. 11	Implementasi Prinsip-prinsip Koperasi Pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Persentase Anggota Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2023	6
Gambar 3. 1	Struktur Organisasi Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2023-2026	24
Gambar 3. 2	Contoh Konsep Konten Instagram	48
Gambar 3. 3	Contoh Konsep Konten Tik Tok	49
Gambar 3. 4	Contoh Konsep <i>Thumbnail</i> Youtube	51
Gambar 3. 5	Contoh Konsep Konten Youtube.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data Barang dan Pemasok Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan	55
Lampiran 2	Data Simpanan Anggota Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2023	57
Lampiran 3	Data Pinjaman Anggota Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2023	57
Lampiran 4	Laporan Neraca dan Laporan Laba Rugi Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2019-2023	58
Lampiran 5	<i>Guidelines</i> Pembuatan Konten Di Media Sosial	68
Lampiran 6	Kegiatan <i>Focus Grup Discussion</i> “ <i>Young People Make Great Cooperatives</i> ”	69
Lampiran 7	Dokumentasi Penelitian	69



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Koperasi memiliki peran penting pada kehidupan ekonomi yang sejahtera dengan berupaya memenuhi kebutuhan serta memecahkan masalah ekonomi anggota dan masyarakat. Koperasi sebagai badan usaha mampu mewujudkan masyarakat lebih maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Dengan demikian, koperasi adalah organisasi yang dimiliki dan dijalankan oleh anggotanya dengan tujuan untuk menyejahterakan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian Pasal 3, menyebutkan bahwa:

“Koperasi bertujuan untuk memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian Nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.”

Penjelasan tersebut menjelaskan bahwa tujuan koperasi yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan anggota melalui pemberian manfaat ekonomi yang dapat mendorong anggotanya berpartisipasi aktif di koperasi.

Koperasi harus dijaga dan dipelihara agar dapat berkembang untuk mengurangi kemiskinan dan menciptakan lapangan kerja sehingga meningkatkan perekonomian negara. Namun, koperasi juga tidak terlepas dari berbagai macam hambatan dan kesulitan (Panjaitan et al., 2020).

Saat ini koperasi memiliki kesempatan untuk memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan media sosial. Media sosial digunakan dalam kehidupan sehari-hari oleh seluruh masyarakat termasuk generasi Z. Generasi Z memiliki pola dan cara hidup yang ditandai dengan segala hal menjadi lebih cepat, mudah, murah, nyaman, dan aman. Panjaitan et.al, (2020) menyebutkan bahwa generasi muda (gen Z) memersepsikan koperasi sebagai organisasi yang ketinggalan zaman, sudah kuno dan usang. Hal ini perlu diperhatikan oleh koperasi agar tidak mengalami ketinggalan zaman.

Koperasi sebagai pelaku usaha harus terus beradaptasi dan berinovasi di era digital yang serba instan dan cepat. Kehadiran lingkungan digital membuat adanya persaingan yang kompetitif. Akses teknologi baru harus menjadi prioritas koperasi untuk berupaya memperoleh keuntungan dalam hal daya saing dan produktivitas terkait peningkatan posisi pasar mereka (Wardani & Arina, 2021).

Koperasi Konsumen Perempuan (KKP) Lidia GKJ Manahan didirikan pada 21 April 2011 dengan badan hukum No. 188.4/474/BH/VII/2011. Koperasi ini terletak di Jl. MT. Haryono No. 10 Kel. Manahan, Kec. Banjarsari, Surakarta, Kota Solo, Jawa Tengah. Adapun kegiatan usaha yang dijalankan oleh Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan ini, diantaranya:

1. Toko Lidia

Di toko ini menjual hasil produk dari usaha anggota untuk dijual, karena lokasi toko yang cukup strategis. Produk yang dijual pun beragam seperti di bidang pangan dan sandang. Toko Lidia dikelola oleh pengurus koperasi dan beroperasi pada waktu tertentu karena kesibukan pekerjaan pengurus

lainnya. Toko Lidia beroperasi pada hari Senin – Sabtu mulai pukul 08.00 – 12.00 WIB, sedangkan pada hari Minggu pukul 08.00 – 19.00 WIB. Toko Lidia mendapatkan laba sebesar Rp 1.000 – Rp 2.000 dari satu produk yang dititipkan oleh anggota koperasi, dan laba tersebut diperoleh ketika produk telah terjual.

2. Usaha Simpan Pinjam

Usaha yang memudahkan anggota dalam peminjaman atau penyimpanan dana bagi kepentingan anggota, yang di mana sumber permodalan berasal dari anggota koperasi.

Anggota Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan adalah para jemaat Gereja Kristen Jawa Manahan. Berikut merupakan data perkembangan Anggota Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2019-2023:

Tabel 1. 1
Perkembangan Anggota Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ
Manahan Tahun 2019-2023

Tahun	Jumlah Anggota (Orang)	Perkembangan (%)
2019	193	-
2020	221	15
2021	247	12
2022	265	7
2023	271	2

Sumber: Laporan RAT Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2019-2023

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa anggota Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan mengalami peningkatan dalam 5 tahun terakhir. Sebagian besar pengurus dan anggota Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan sudah memiliki pekerjaan atau sebagai pelaku usaha. Berikut

merupakan jumlah anggota Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan pada tahun 2023 berdasarkan usia:

Tabel 1. 2
Jumlah Anggota Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan
Tahun 2023 Berdasarkan Usia

Umur (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
23-28	4	1,5
29-34	12	4,4
35-40	24	8,9
41-46	77	28,4
47-52	51	18,8
53-58	43	15,9
59-64	27	10
65-70	20	7,4
71-77	13	4,8
Jumlah	271	100

Sumber: Buku Data Anggota Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2023

Berdasarkan tabel di atas, maka diketahui bahwa sebagian besar anggota Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan pada tahun 2023 berusia 41 – 46 tahun. Agar terciptanya regenerasi dan proses inovasi, Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan berupaya merangkul generasi z untuk bergabung dengan koperasi. Berdasarkan hasil dari kegiatan *Forum Group Discussion* menunjukkan bahwa generasi z pada GKJ Manahan belum mengetahui informasi mengenai perkoperasian, maka dari itu pengurus KKP Lidia GKJ Manahan dapat memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi mengenai perkoperasian melalui Instagram, Tik Tok, dan Youtube.

Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan berkomitmen untuk pemberdayaan perempuan melalui kegiatan pelatihan sebagai berikut:

Tabel 1. 3
Kegiatan Yang Dilakukan Koperasi Konsumen Perempuan Lidia Tahun 2023

No.	Waktu	Kegiatan	Tujuan
1	Minggu, 11 Juni 2021	Pelatihan Hand dan Bouquet Hampers	Pengembangan usaha pribadi atau untuk keperluan pribadi
2	Minggu, 13 Agustus 2023	a. Seminar Bijak dan Tepat Berinvestasi Emas b. Pelatihan membuat lilin dari minyak jelantah	a. Memberikan pengetahuan pentingnya berinvestasi emas b. Diharapkan dapat membantu kebutuhan lilin di GKJ Manahan
3	Minggu, 24 September 2023	a. Seminar Mengelola Usaha Dengan Bijak b. Pelatihan Menata Rambut	a. Memberikan pengetahuan kepada anggota dalam mengelola usaha agar dapat berjalan dengan baik. b. Memberikan pengetahuan kepada anggota bagaimana cara menata rambut yang benar dan sederhana secara mandiri untuk keperluan anggota dalam menghadiri acara formal.
4	Sabtu, 25 November 2023	<i>Capacity Building</i>	Memberikan semangat baru, meningkatkan kinerja, dan loyalitas bagi pengurus dalam memberi pelayanan di KKP Lidia
5	Jum'at, 8 Desember 2023	Bakti Sosial Natal di Panti Wredha Salib Putih Salatiga	Menumbuhkan semangat peduli sesama melalui aksi sosial kepada yang membutuhkan, berbagai kasih khususnya kepada bapak/ibu penghuni panti

Sumber: Laporan RAT Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2023

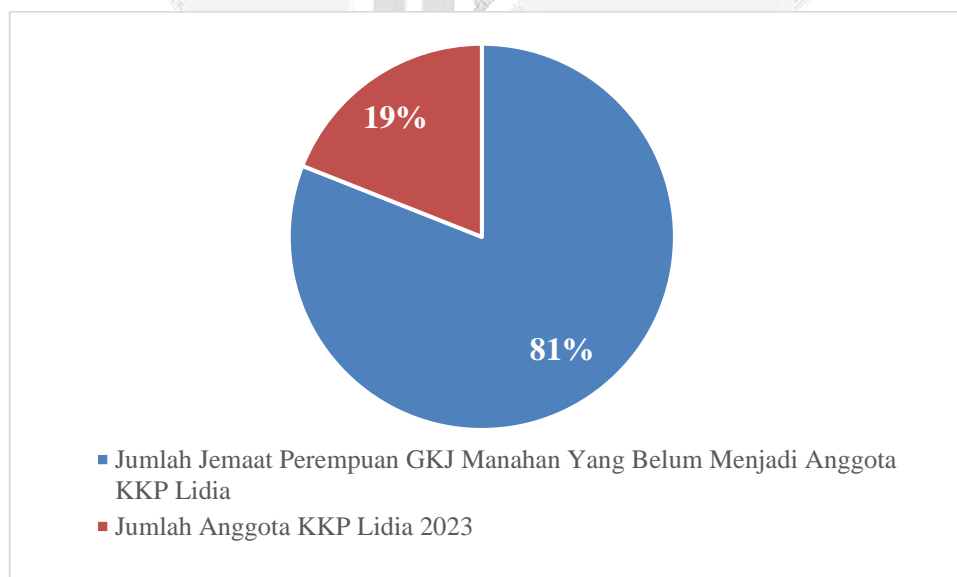
Jumlah jemaat perempuan GKJ Manahan pada tahun 2023 yang termasuk dalam usia generasi z sebanyak 238 orang, data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. 4
Jumlah Jemaat Perempuan GKJ Manahan Pada Tahun 2023 Yang
Termasuk Dalam Usia Generasi Z

Umur (Tahun)	Frekuensi (Orang)
12-13	31
14-15	36
16-17	24
18-19	25
20-21	38
22-23	46
24-25	28
26-27	10
28-29	0
Jumlah	238

Sumber: Pamflet Komposisi Antar Generasi di GKJ Manahan Tahun 2023

Untuk jumlah seluruh jemaat perempuan di GKJ Manahan pada tahun 2023 sebanyak 1.394 orang sedangkan jemaat laki-laki sebanyak 1.209 orang. Dari jumlah jemaat perempuan GKJ Manahan tersebut, persentase yang menjadi anggota Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan pada tahun 2023 dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. 1
Persentase Anggota Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan
Tahun 2023

Berdasarkan gambar di atas, diketahui bahwa 19% dari jumlah jemaat perempuan GKJ Manahan sudah menjadi anggota Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan.

Di zaman serba modern ini ternyata Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan belum mengoptimalkan penggunaan media sosial. Pada kenyataannya anggota koperasi hanya menggunakan media sosial untuk sekedar bertukar kabar dan berniaga. Dalam praktiknya, media sosial dapat digunakan untuk memberikan edukasi atau media *sharing* mengenai perkoperasian.

Penggunaan media sosial dapat memberikan harapan yang baru bagi koperasi untuk bertahan dan tumbuh di era digital saat ini. Sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada koperasi mengenai apa saja yang dapat dilakukan koperasi untuk mendorong generasi z dalam berkoperasi. Selain itu, generasi z diharapkan menjadi penerus dan penggerak sehingga koperasi dapat bertahan dan tetap tumbuh di era digital ini.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka akan dilakukan penelitian mengenai **“Pemanfaatan Media Sosial Dalam Membangun Minat Generasi Z Untuk Berkoperasi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka pokok pembahasan yang dikemukakan yaitu bagaimana pemanfaatan media sosial dalam membangun minat generasi z untuk berkoperasi di Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini untuk menganalisis dan menyebarkan informasi secara menyeluruh kepada anggota Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan, mengenai pemanfaatan media sosial dalam membangun minat generasi z agar tercipta nya proses regenerasi pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui pemanfaatan yang akan dilakukan melalui media sosial dalam membangun minat generasi z untuk berkolaborasi di Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan.



BAB II

PENDEKATAN MASALAH

2.1 Pendekatan Perkoperasian

Kata koperasi berasal dari bahasa latin *coopere* yang dalam bahasa Inggris disebut *cooperation* dan *cooperative*. Koperasi berasal dari kata *co* dan *operation* yang mengandung arti bekerja sama untuk mencapai tujuan. Salah satu bentuk kemandirian ekonomi bangsa Indonesia adalah keberadaan koperasi. Koperasi dibentuk atas asas kekeluargaan dan bertujuan meningkatkan kesejahteraan anggotanya.

2.1.1 Jati Diri Koperasi

Jati diri koperasi adalah identitas yang membedakan sebuah koperasi dari organisasi lainnya. Koperasi akan tumbuh menjadi kuat, sehat, dan mandiri apabila kebijakan perkoperasian berpacu pada jati diri koperasi, menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 tahun 1992 tentang perkoperasian terdiri dari definisi koperasi, prinsip-prinsip koperasi dan nilai-nilai koperasi.

1. Definisi Perkoperasian

Dalam Pasal 1 Ayat 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian disebutkan bahwa:

“Perkoperasian adalah segala sesuatu yang menyangkut kehidupan koperasi.”

Koperasi merupakan jenis organisasi ekonomi yang didirikan dan dikelola oleh anggota untuk kepentingan bersama.

2. Prinsip-Prinsip Koperasi

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tentang Perkoperasian Tahun 1992, pasal 5 ayat 1 dan 2 menetapkan prinsip-prinsip koperasi sebagai berikut:

- 1) Koperasi melaksanakan prinsip-prinsip koperasi sebagai berikut:
 - a. Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka.
 - b. Pengelolaan dilakukan secara demokratis
 - c. Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa masing-masing anggota
 - d. Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal
 - e. Kemandirian
- 2) Dalam mengembangkan koperasi, maka koperasi melaksanakan pula prinsip koperasi sebagai berikut :
 - a. Pendidikan perkoperasian
 - b. Kerja sama antar koperasi

3. Nilai - Nilai Koperasi

Nilai-nilai koperasi digunakan untuk menciptakan lingkungan yang inklusif, adil, dan berkelanjutan dalam kegiatan ekonomi. Menurut ICA (International Cooperative Alliance) dalam (Hendar, 2010) terdapat nilai-nilai koperasi sebagai berikut:

- 1) Menolong diri sendiri, yaitu anggota koperasi harus berkontribusi melalui pemupukan modal dan bertransaksi dengan koperasi dalam upaya menolong diri sendiri untuk mencapai tujuan koperasi.

- 2) Tanggung jawab sendiri, yaitu anggota koperasi harus menerapkan rasa memiliki terhadap koperasi, sehingga dapat menciptakan anggota yang selalu berpartisipasi terhadap koperasi.
- 3) Demokrasi, yaitu anggota koperasi memiliki kebijakan dalam mengambil keputusan dan memiliki hak suara yang sama dalam mengembangkan koperasi.
- 4) Persamaan, yaitu anggota koperasi memiliki hak yang sama dalam berpartisipasi dan memperoleh pelayanan.
- 5) Keadilan, yaitu anggota koperasi akan memperoleh Sisa Hasil Usaha (SHU) yang sesuai dengan besaran transaksi anggota.
- 6) Solidaritas, yaitu anggota koperasi harus menumbuhkan rasa semangat kebersamaan dan kesetiakawanan agar dapat mencapai tujuan koperasi.

2.1.2 Tujuan Koperasi

Menurut Pasal 3 Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian, koperasi memiliki tujuan dalam menentukan kegiatannya yang berbunyi:

“Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian Nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju , adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945.”

2.1.3 Bentuk dan Jenis Koperasi

Koperasi hadir sebagai wadah untuk memenuhi kebutuhan anggota dan masyarakat pada umumnya. Berbagai bentuk dan jenis koperasi muncul sesuai dengan kebutuhan. Bentuk koperasi menurut Undang-Undang Republik Indonesia

No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Pasal 6 menyatakan bahwa ada 2 bentuk koperasi yaitu:

1. Koperasi Primer adalah koperasi yang didirikan oleh dan beranggotakan orang-seorang
2. Koperasi Sekunder adalah koperasi yang didirikan oleh dan beranggotakan koperasi.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Bab IV Pasal 16 menyebutkan jenis koperasi didasarkan pada kesamaan kegiatan dan kepentingan ekonomi anggotanya. Jenis-jenis koperasi Indonesia:

“Dasar untuk menentukan jenis koperasi adalah kesamaan aktivitas, kepentingan dan kebutuhan ekonomi anggotanya, seperti antara lain Koperasi Simpan Pinjam, Koperasi Konsumen, Koperasi Produsen, Koperasi Pemasaran dan Koperasi Jasa. Khusus koperasi yang dibentuk oleh golongan fungsional seperti pegawai negeri, anggota ABRI, karyawan dan sebagainya, bukan merupakan jenis koperasi tersendiri.”

1. Koperasi Simpan Pinjam adalah koperasi yang bergerak di dalam pemupukan simpanan dari para anggotanya untuk dipinjamkan kembali kepada anggotanya yang membutuhkan bantuan modal untuk usahanya. Selain itu, koperasi simpan pinjam juga bertujuan menjadikan anggotanya bersifat hemat dan gemar menabung serta menghindarinya anggotanya dari jeratan para rentenir.
2. Koperasi Konsumen adalah koperasi yang berusaha dalam bidang penyediaan barang-barang konsumsi yang dibutuhkan oleh para anggotanya. Jenis konsumsi yang dilayani oleh suatu koperasi konsumsi sangat tergantung pada ragam anggota dan daerah kerja tempat koperasi didirikan. Menurut Ramudi

Arifin (2013) mengungkapkan bahwa, “Koperasi Konsumen dalam arti luas adalah koperasi yang kegiatannya mengadakan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh anggota.”

3. Koperasi Produsen adalah koperasi yang kegiatannya utamanya memproses bahan baku menjadi barang jadi atau setengah jadi. Tujuannya adalah untuk menyatukan kemampuan dan modal para anggotanya guna meningkatkan barang-barang tertentu melalui proses yang meratakan pengelolaan dan memiliki sendiri.
4. Koperasi Pemasaran adalah koperasi yang dibentuk terutama untuk membantu para anggotanya dalam memasarkan barang-barang yang dihasilkan. Tujuannya adalah untuk menyederhanakan mata rantai tata niaga, dan mengurangi sekecil mungkin keterlibatan perantara di dalam memasarkan produk-produk yang dihasilkan.
5. Koperasi Jasa adalah koperasi yang menyelenggarakan pelayanan jasa yang dibutuhkan anggota yang bertujuan untuk menyatukan potensi ekonomi yang dimiliki oleh masing-masing anggotanya.

Jenis koperasi juga dibagi berdasarkan lingkup usahanya (Ramudi Ariffin, 2013), yaitu:

1. Koperasi satu usaha (*single purpose*) merupakan koperasi yang memiliki kegiatan dalam satu lingkup usaha.
2. Koperasi serba usaha (*multi purpose*) merupakan koperasi yang memiliki kegiatan lebih dari satu lingkup usaha.

Berdasarkan penjelasan di atas maka Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan termasuk dalam bentuk koperasi primer karena anggotanya terdiri dari orang-seorang yang berjumlah 271 orang pada tahun 2023. Dilihat dari jenisnya koperasi ini termasuk jenis koperasi konsumen dan koperasi serba usaha (*multi purpose*) karena memiliki dua unit usaha yang dijalankan.

2.1.4 Fungsi dan Peran Koperasi

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian BAB III pasal 4 menyebutkan fungsi dan peran koperasi adalah:

1. Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya;
2. Berperan serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat;
3. Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai sokogurunya;
4. Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

Sedangkan menurut Ramudi Arifin (2013) koperasi konsumen lebih mengarah untuk menyediakan barang atau jasa yang diperlukan oleh anggota dalam memenuhi kebutuhan konsumsi pada tingkat harga yang lebih murah. Berikut adalah langkah yang dapat ditempuh oleh koperasi konsumen:

1. Melakukan pembelian barang atau jasa dari pasar dalam skala besar untuk menghemat biaya pembelian atau mendapat potongan harga sehingga harga yang harus dibayar oleh anggota menjadi lebih murah.
2. Koperasi dapat memproduksi barang atau jasa sesuai dengan permintaan anggota dengan produksi subsisten dalam tujuan mencapai harga yang murah.

2.2 Pendekatan Media Sosial

Media sosial telah menjadi bagian yang penting dari kehidupan sehari-hari. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan Tik Tok tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai alat untuk mendapatkan informasi.

Menurut Kaplan & Haenlein (2010):

“Media sosial merupakan layanan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan konsumen untuk berbagi pendapat, pemikiran, cara pandang dan pengalaman”.

Sedangkan menurut Rosti Setiawati (2022):

“Media sosial merupakan jejaring *online* di internet yang di dalamnya terdapat hubungan yang bersinergi”.

Dari pengertian para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah media yang menghubungkan komunikasi melalui *online* sehingga menjadi wadah yang bisa digunakan oleh semua kalangan untuk memperoleh informasi.

2.2.1 Karakteristik Media Sosial

Menurut Nasrullah (2015) media sosial memiliki karakter khusus, yaitu:

1. Jaringan (*Network*)

Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan antara computer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar computer terhubung.

2. Informasi (*Information*)

Informasi menjadi entitas penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan mewakili identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

3. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun.

4. Interaksi (*Interativity*)

Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pengikut semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

5. Simulasi sosial (*Simulation of society*)

Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang nyata.

2.2.2 Jenis-jenis Media Sosial

Menurut Nasrullah (2015) terdapat enam pembagian jenis media sosial, diantaranya:

1. Media jejaring sosial

Media ini merupakan sarana yang biasa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Contoh jejaring sosialnya adalah *facebook*, dan *linkedin*.

2. Jurnal online (*Blog*)

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Contoh blog adalah *.com* dan *.net*

3. Jurnal online sederhana (*Micro blog*)

Tidak berbeda dengan jurnal online (*blog*), *micro blog* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktifitas serta atau pendapatnya. Contoh microblogging yang paling banyak digunakan adalah *twitter*.

4. Media berbagi

Situs berbagi media merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen, video, audio, gambar, dan sebagainya. Contoh media ini adalah *youtube*.

5. Penanda sosial

Penanda sosial merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online.

Beberapa situs sosial *bookmarking* yang populer adalah *delicious.com*, *stumbleUpon.com*, *Digg.com*, *Reddit.com*, dan untuk di Indonesia ada *LintasMe*.

6. Media konten bersama wiki

Media sosial merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang suatu kata.

2.2.3 Manfaat Media Sosial

Rosti Setiawati (2022), menyebutkan bahwa media sosial memiliki beberapa manfaat, diantaranya:

1. Menghemat waktu dan tenaga pemilik bisnis

Jika dibandingkan dengan teknik pemasaran manual, teknik pemasaran secara digital lebih menarik. Karena dengan menggunakan media sosial, akan lebih menghemat tenaga dan waktu. Yang diperlukan adalah menjalankan promosi melalui satu layer dengan beberapa pasar yang dituju. Dengan begitu, bisa menghemat waktu dan tenaga dibandingkan promosi secara *offline*.

2. Mempercepat teknik pemasaran

Penggunaan media sosial melalui jasa marketing, maka pemasaran produk ke masyarakat secara luas dapat dipercepat dan ditingkatkan. Teknik marketing digital dinilai lebih cepat dibandingkan dengan pemasaran secara manual. Batas-batas yang ada pada promosi *offline* dapat dihilangkan melalui pemasaran yang menggunakan media sosial.

3. Menjaring konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama

Datangnya pengunjung baru pada sebuah situs ataupun bisnis online merupakan salah satu dambaan pemilik bisnis. Hal ini yang menjadi salah satu manfaat yang dirasakan setelah menggunakan jasa media sosial marketing bagi keberlangsungan bisnis di masa depan. Oleh karena itu banyak ditemui bisnis yang menggunakan jasa pemasaran tersebut. Pengunjung tetap harus dipertahankan apalagi pengunjung baru dengan cara pemberian layanan yang terbaik. Setiap pertanyaan yang diajukan oleh konsumen harus direspon dengan cepat. Produk yang berkualitas harus selalu diberikan kepada pelanggan agar mereka puas, sehingga dalam jangka panjang pelanggan akan tetap setia untuk membeli barang dan jasa yang ditawarkan.

2.3 Pendekatan Minat

Minat adalah perasaan senang terhadap sesuatu dan menganggapnya lebih menarik atau menyenangkan dari pada hal lain.

Wahidah (2018) menyatakan bahwa:

“Minat adalah aspek kejiwaan dan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk dapat melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang tertarik kepada sesuatu.”

Sedangkan Andi Mappiare (2000), menyatakan bahwa:

“Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut, kecenderungan lain yang mengarahkan individu terhadap pilihan tertentu.”

Berdasarkan definisi di atas, minat merupakan perasaan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan atau dorongan yang melatarbelakangi seseorang melakukan sesuatu.

2.3.1 Tahapan Minat

Tahapan minat dapat dipahami model AIDA yang diuraikan oleh Kotler dan Keller (2001) sebagai berikut:

1. Perhatian (*Attention*)

Tahap ini merupakan tahap awal dalam menilai suatu produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan, selain itu calon pelanggan juga mempelajari produk atau jasa yang ditawarkan.

2. Tertarik (*Interest*)

Dalam tahap ini calon pelanggan mulai tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan, setelah mendapatkan informasi yang lebih terperinci mengenai produk atau jasa yang ditawarkan.

3. Hasrat (*Desire*)

Calon pelanggan mulai memikirkan serta berdiskusi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, karena Hasrat dan keinginan untuk membeli mulai timbul.

4. Tindakan (*Action*)

Pada tahap ini calon pelanggan telah mempunyai kemantapan yang tinggi untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

2.3.2 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat

Banyak hal yang dapat memengaruhi minat, baik dari individu maupun lingkungan masyarakat, Crow dalam (Gunarto, 2007) berpendapat:

1. Faktor dorongan dari dalam (*Internal*), merupakan faktor yang berasal dari dalam diri seseorang dan berkaitan dengan motivasi, keinginan, kebutuhan.
2. Faktor motif sosial, merupakan faktor yang berasal dari interaksi dan hubungan seseorang dengan lingkungan sosialnya. Motif sosial berkaitan dengan dorongan yang muncul karena adanya kebutuhan untuk berhubungan dengan orang lain.
3. Faktor emosional, merupakan faktor yang dapat memengaruhi minat individu yaitu berkaitan dengan perasaan, emosi, dan suasana hati seseorang.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Koperasi

3.1.1 Sejarah Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan

Sejarah berdirinya Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan berawal pada tahun 2008, Majelis GKJ Manahan memulai Aksi Puasa Paskah dengan menyalurkan persembahan yang diperuntukkan bagi Pemberdayaan Perempuan Usaha Kecil. Proses yang cukup panjang dilakukan oleh Majelis GKJ Manahan guna menyadarkan para perempuan yang memiliki usaha kecil agar bergabung dalam sebuah wadah. Diawali dengan mengadakan Persekutuan Perempuan Usaha Kecil (PPUK), yang dilakukan sebulan sekali, sebagai tempat berbagi segala permasalahan, proses, solusi, informasi, saling menguatkan serta mendukung dalam doa dan lain sebagainya. Yang dirasakan sangat membantu dan bermanfaat bagi pelaku perempuan usaha kecil jemaat perempuan GKJ Manahan.

Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Surakarta dibentuk pada 21 April 2011, yang dihadiri oleh 21 orang perempuan jemaat GKJ Manahan. Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan memiliki visi, misi dan tujuan sebagai berikut:

1. Visi

Terwujudnya KKP LIDIA GKJ Manahan Surakarta sebagai pusat kehidupan (*center of life*) serta saluran berkat untuk bersaksi dan memelihara keselamatan.

2. Misi

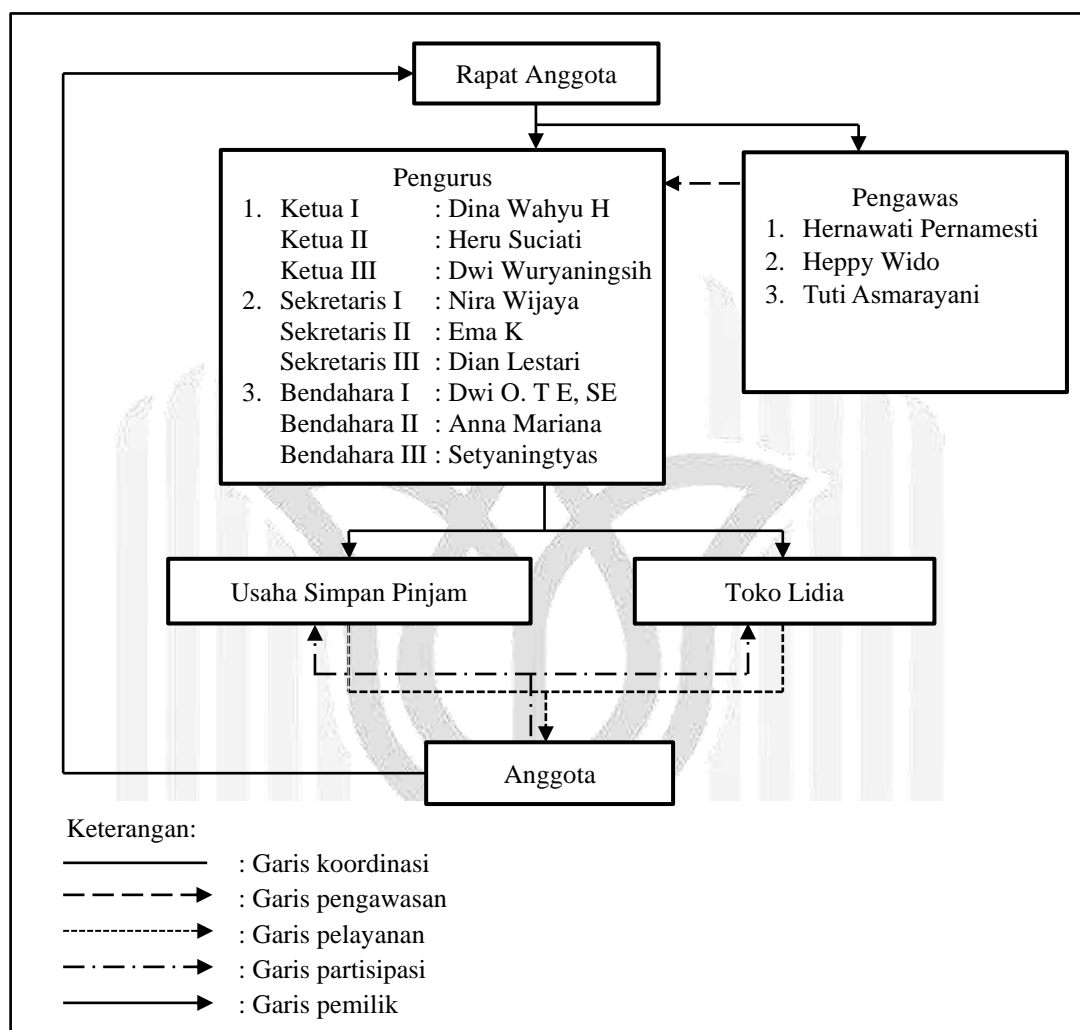
- a. KKP LIDIA GKJ Manahan Surakarta meningkatkan pelayanan ekonomi jemaat melalui pelayanan serba usaha.
- b. KKP LIDIA GKJ Manahan Surakarta mewujudkan pelayanan sebagai sumber air hidup bagi anggota.

3. Tujuan

- a. Meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup anggota koperasi pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.
- b. Menjadi gerakan ekonomi rakyat.

3.1.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi di Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan tidak lepas dari Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Bab VI Pasal 21 meliputi perangkat organisasi koperasi antara lain Rapat Anggota, Pengurus, Pengawas, serta bidang-bidang lain yang terdapat di koperasi. Berikut struktur organisasi Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Surakarta periode 2023 – 2026:



Gambar 3. 1
Struktur Organisasi Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan
Tahun 2023-2026

*Sumber: Laporan RAT Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan
Tahun 2023*

Penjelasan struktur organisasi di atas yaitu, pada Rapat Anggota terdapat garis koordinasi yang menunjukkan hubungan kebijakan dan kerja sama antara Pengawas dan Pengurus, kemudian kepada unit usaha yang dimiliki koperasi. Garis pengawasan yang terdapat pada pengawas terhadap pengurus menunjukkan hubungan dalam mengelola koperasi. Pada unit usaha terdapat garis pelayanan kepada anggota, yang di mana unit usaha tersebut menyediakan kebutuhan anggota

koperasi dan masyarakat. Selanjutnya, garis partisipasi pada anggota menunjukkan anggota memiliki kewajiban untuk berpartisipasi terhadap unit usaha yang ada pada koperasi. Selain itu, hak anggota dalam Rapat Anggota ditunjukkan melalui garis pemilik.

Berikut beberapa penjelasan perangkat organisasi pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan, yang terdiri dari Rapat Anggota, Pengawas, dan Pengurus.

1. Rapat Anggota

Rapat Anggota adalah perangkat organisasi koperasi yang memegang kekuasaan tertinggi dalam Koperasi. Rapat Anggota diselenggarakan oleh Pengurus dan dihadiri oleh anggota, pengurus dan pengawas, yang pelaksanaannya diatur dalam Anggaran Dasar. Di dalam Rapat Anggota menetapkan:

- 1) Anggaran Dasar
- 2) Kebijakan umum dibidang organisasi manajemen, dan usaha Koperasi
- 3) Pemilihan, pengangkatan, pemberhentian Pengurus dan Pengawas
- 4) Rencana kerja, rencana anggaran pendapatan dan belanja Koperasi, serta pengesahan laporan keuangan
- 5) Pengesahan pertanggungjawaban pengurus dalam pelaksanaan tugasnya
- 6) Pembagian sisa hasil usaha
- 7) Penggabungan, peleburan, pembagian, dan pembubaran Koperasi.
 - a. Rapat Anggota dilakukan paling sedikit sekali dalam 1 (satu) tahun.
 - b. Rapat Anggota untuk mengesahkan pertanggungjawaban pengurus diselenggarakan paling lambat 6 (enam) bulan setelah tahun buku lampau.

Rapat Anggota Tahunan (RAT) Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan tahun 2023 dianggap sah jika dihadiri oleh 50% lebih satu dari jumlah anggota koperasi, yaitu minimal dihadiri oleh 137 anggota. RAT tersebut menyoroti pencapaian signifikan dalam peningkatan jumlah anggota. Namun, koperasi perlu melakukan sosialisasi lebih giat kepada anggota untuk meningkatkan partisipasinya terhadap kegiatan yang ada di koperasi. Sosialisasi akan dilakukan dengan meningkatkan intensitas komunikasi antara anggota dan pengurus secara offline maupun online. Komunikasi offline melalui pertemuan saat anggota membayar simpanan wajib ataupun simpanan sukarela, sedangkan komunikasi online akan dilakukan melalui Group Whatsapp anggota.

2. Pengawas

Pengawas Koperasi dipilih dan diberhentikan oleh anggota koperasi pada saat Rapat Anggota Tahunan (RAT). Undang-Undang RI No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Bab VI Pasal 38 menyatakan bahwa:

- 1) Pengawas dipilih dari dan oleh anggota koperasi dalam rapat anggota
- 2) Pengawas bertanggung jawab kepada rapat anggota
- 3) Persyaratan untuk dapat dipilih dan diangkat sebagai anggota pengawas ditetapkan dalam anggaran dasar

Berikut ini adalah fungsi, tugas dan wewenang dari pengawas pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan:

1) Fungsi Utama Pengawas

Melakukan Pengawasan terhadap keseluruhan aspek organisasi dan usaha Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan sehingga benar-benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

2) Tugas-tugas Pokok Pengawas:

- a. Pengawasan terhadap pelaksanaan kebijakan pengurus dimaksudkan agar pengurus dalam mengambil kebijakan tidak melanggar ketentuan-ketentuan
- b. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga, serta ketentuan peraturan yang telah ditetapkan dalam rapat anggota. Oleh karena itu, dalam melaksanakan tugas pengawasan, Pengawas harus berpedoman terhadap AD, ART, Peraturan Khusus koperasi yang telah ditetapkan dalam RAT.
- c. Pengawasan terhadap pengelolaan usaha koperasi dimaksudkan agar tidak terjadi kesalahan administrasi pembukuan keuangan usaha koperasi yang dilakukan oleh pengurus yang dapat merugikan koperasi.

3) Wewenang Pengawas:

- a. Meneliti catatan yang ada pada koperasi
- b. Mendapat segala keterangan yang diperlukan

Pengawas di Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan periode tahun 2023 – 2026, yaitu:

- 1) Hernawati Pramesti
- 2) Heppy Widowati
- 3) Tuti Asmarayani

Pengawas bertanggung jawab kepada rapat anggota dan melakukan pengawasan kepada pengurus. Dalam operasionalnya, yang dilakukan pengawas Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan, yaitu:

- 1) Mengawasi pengurus koperasi, pengurus dalam formasi yang lengkap dan menjalankan tugasnya dengan baik dalam melayani anggota maupun dalam mengembangkan usaha yang ada di koperasi.
- 2) Mengawasi anggota koperasi, jumlah anggota terus meningkat dan anggota aktif berkontribusi terhadap pelatihan-pelatihan yang bermanfaat bagi peningkatan kemampuan maupun perkembangan usaha.
- 3) Mengawasi kegiatan operasional koperasi, seperti Usaha Simpan Pinjam berjalan dengan baik dan mengalami peningkatan, serta administrasinya tercatat dengan baik.
- 4) Mengawasi beberapa indikator perkembangan usaha seperti besaran aset, pinjaman dan simpanan.

3. Pengurus

Pengurus adalah perangkat organisasi koperasi yang bertanggung jawab penuh atas kepengurusan koperasi untuk kepentingan dan tujuan koperasi, serta mewakili koperasi baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan Anggaran Dasar yang kedudukannya ada di bawah setingkat rapat anggota. Pengurus dipilih dari, oleh dan untuk anggota koperasi dalam rapat anggota. Undang-Undang RI No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Bab VI Pasal 29 menyatakan bahwa:

- 1) Pengurus dipilih dari dan oleh anggota koperasi dalam rapat anggota
- 2) Pengurus merupakan pemegang kuasa rapat anggota
- 3) Untuk pertama kali, susunan dan nama anggota pengurus dicantumkan dalam akta pendirian
- 4) Masa jabatan pengurus paling lama 5 (lima) tahun
- 5) Persyaratan untuk dapat dipilih dan diangkat menjadi anggota pengurus ditetapkan dalam anggaran dasar

Adapun tugas dan wewenang pengurus menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Pasal 30 adalah sebagai berikut:

- 1) Pengurus bertugas:
 - a. Mengelola koperasi dan usahanya
 - b. Mengajukan rencana-rencana kerja serta rancangan rencana anggaran pendapatan dan belanja koperasi.
 - c. Menyelenggarakan Rapat Anggota.
 - d. Mengajukan laporan dan pertanggungjawaban pelaksanaan tugas
 - e. Menyelenggarakan pembukuan keuangan dan investasi secara tertib
 - f. Memelihara daftar buku anggota dan pengurus.
- 2) Pengurus berwenang:
 - a. Mewakili koperasi di dalam dan di luar pengadilan
 - b. Memutuskan penerimaan dan penolakan anggota baru serta pemberhentian anggota sesuai dengan ketentuan dalam Anggaran Dasar.

- c. Melakukan tindakan dan upaya baik kepentingan dan kemanfaatan koperasi sesuai dengan tanggung jawabnya dan keputusan Rapat anggota.

Pengurus di Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan periode tahun 2023-2026, yaitu:

- 1) Ketua I : Dina Wahyu Hapsari
Ketua II : Heru Suciati
Ketua III : Dwi Wuryaningsih
- 2) Sekretaris I : Nira Wijaya
Sekretaris II : Ema Kusumawati
Sekretaris III : Dian Lestari
- 3) Bendahara I : Dwi Oktarina
Bendahara II : Anna Mariana
Bendahara III : Setyaningtyas Tutimana

Pengurus bertanggung jawab untuk mengelola koperasi. Dalam operasionalnya, pengurus Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan melakukan beberapa tugas, yaitu:

- 1) Memberikan pelayanan kepada anggota melalui kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Toko Lidia
- 2) Melaksanakan kegiatan di koperasi, seperti:
 - a. Rapat pengurus yang dilaksanakan 12 kali secara tatap muka membahas program kerja, evaluasi kegiatan, kemajuan kegiatan, dan evaluasi laporan keuangan.

- b. Rapat kerja pengurus yang dilaksanakan pada 25 September 2023 dihadiri seluruh pengurus dan pengawas.
- c. Rapat Anggota Tahunan (RAT) Tahun Buku 2022 yang dilaksanakan pada 10 Maret 2023.
- d. Kunjungan pengurus Sri Netherland ke Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan yang dilaksanakan pada 12 Mei 2023.
- e. Serta pelaksanaan pelatihan lainnya.

3.1.3 Kegiatan Usaha Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan

Untuk meningkatkan pendapatan dan memenuhi kebutuhan anggotanya, Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Surakarta mengembangkan unit usaha yang sesuai dengan kebutuhan anggota. Adapun unit usaha yang dikelola oleh Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan sebagai berikut:

1. Toko Lidia

Toko Lidia merupakan unit usaha yang menyediakan kebutuhan sehari-hari anggota, jemaat GKJ Manahan dan masyarakat umum. Toko Lidia didirikan pada tahun 2022 dan terletak di area GKJ Manahan Surakarta. Dalam operasionalnya, Toko Lidia membantu anggota dengan menawarkan dan menjual produk atau jasa milik mereka. Selain memperoleh keuntungan dari penjualan produk anggota, jalinan persaudaraan pengurus dan anggota menjadi lebih erat, serta variasi produk yang dijual di Toko Lidia lebih beragam.

Perkembangan hasil usaha yang diperoleh dari Toko Lidia di Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan tahun 2022-2023 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 1
Perkembangan Hasil Usaha Toko Lidia Tahun 2022-2023

Tahun	Hasil Usaha (Rp)	Perkembangan (%)
2022	3.944.600	-
2023	5.398.964	37

Sumber: Laporan RAT Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2022-2023

Berdasarkan data di atas, hasil usaha yang diperoleh Toko Lidia pada tahun 2023 mengalami peningkatan sebesar 37% dari tahun sebelumnya. Namun, pengurus menyebutkan bahwa performa usaha di Toko Lidia kurang memuaskan karena lokasinya yang jauh dari rumah anggota dan belum menyediakan jasa *delivery order*. Toko ini hanya ramai pada hari Minggu setelah dilaksanakan ibadah.

2. Usaha Simpan Pinjam

Usaha Simpan Pinjam merupakan unit usaha yang mengelola simpanan anggota dan memberikan pinjaman kepada anggota yang membutuhkan dana. Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan memberikan pelayanan simpanan dan pinjaman kepada anggota koperasi, berikut merupakan kegiatan pada Usaha Simpan Pinjam:

1) Simpanan

- a. Simpanan pokok merupakan simpanan yang dibayar anggota sekali pada saat masuk menjadi anggota koperasi yaitu sebesar Rp.100.000
- b. Simpanan wajib merupakan simpanan yang dibayar oleh anggota koperasi setiap bulan sebesar Rp.5.000
- c. Simpanan sukarela merupakan simpanan yang dibayar oleh anggota sesuai kemampuan anggota koperasi minimal Rp.5.000

2) Pinjaman

Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan menawarkan pelayanan pinjaman modal usaha bagi anggota dengan tingkat suku bunga sebesar 1% per bulan dalam waktu angsuran maksimal 10 bulan.

Berikut merupakan perkembangan hasil usaha yang diperoleh dari Usaha Simpan Pinjam di Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan tahun 2019-2023:

Tabel 3. 2
Perkembangan Hasil Usaha Usaha Simpan Pinjam Tahun 2019-2023

Tahun	Hasil Usaha (Rp)	Perkembangan (%)
2019	53.162.985	-
2020	64.565.697	21
2021	55.690.354	(14)
2022	49.741.592	(11)
2023	54.900.795	10

Sumber: Laporan RAT Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2019-2023

Berdasarkan data di atas, perkembangan hasil usaha yang diperoleh Usaha Simpan Pinjam selama lima tahun terakhir mengalami fluktuasi. Namun pada tahun 2023 hasil usaha Simpan Pinjam mengalami peningkatan sebesar 10%. Peningkatan ini disebabkan karena banyak anggota yang mempunyai usaha dan membutuhkan pinjaman untuk modal serta pengembangan usahanya.

3.1.4 Keadaan Keuangan Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan

Kinerja keuangan koperasi merupakan capaian kinerja yang diukur secara kuantitatif melalui berbagai ukuran kinerja keuangan. Analisis rasio yang akan digunakan yaitu rasio likuiditas (*current ratio*), rasio solvabilitas (*debt to asset ratio*), rasio rentabilitas (*return on asset*), dan rasio aktivitas (*total asset turnover*).

Kriteria penilaian kinerja keuangan ini berpedoman pada Peraturan Menteri Negara Koperasi dan UKM RI No.06/Per/M/KUKM/V/2006 Tentang Pedoman Penilaian Koperasi Berprestasi sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Standar Penilaian Koperasi Berprestasi

Analisis Rasio	Standar Rasio	Kriteria
Rasio Likuiditas (<i>Current Ratio</i>)	>200%	Sangat Baik
	175% - <200%	Baik
	150% - <175%	Cukup Baik
	125% - <150%	Kurang Baik
	<125%	Tidak Baik
Rasio Solvabilitas (<i>Debt to Asset Ratio</i>)	≤40%	Sangat Baik
	>40% - 50%	Baik
	>50% - 60%	Cukup Baik
	>60% - 80%	Kurang Baik
	>80%	Tidak Baik
Rasio Rentabilitas (<i>Return on Asset</i>)	>10%	Sangat Baik
	7% - <10%	Baik
	3% - <7%	Cukup Baik
	1% - 3%	Kurang Baik
	<1%	Tidak Baik
Rasio Aktivitas (<i>Total Asset Turnover</i>)	≥3,5 kali	Sangat Baik
	2,5 kali – 3,5 kali	Baik
	1,5 kali – 2,5 kali	Cukup Baik
	1 kali – 1,5 kali	Kurang Baik
	<1 kali	Tidak Baik

Sumber: Peraturan Menteri Negara KUKM RI No.06/Per/M/KUKM/V/2006
Tentang Pedoman Penilaian Koperasi Berprestasi

1. Rasio Likuiditas

Rasio Likuiditas adalah alat untuk mengukur kemampuan koperasi dalam memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendeknya dengan aktiva lancar yang dimilikinya. Dengan demikian untuk mengukur likuiditas pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan akan menggunakan perhitungan *Current Ratio* (Rasio Lancar) yaitu rasio likuiditas paling sederhana yang dipakai untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka

pendeknya dengan total aset lancarnya seperti kas, piutang, dan persediaan. Rasio lancar ini dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

Tabel 3. 4
Perkembangan Rasio Likuiditas Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ
Manahan Tahun 2019-2023

Tahun	Aktiva Lancar (Rp)	Hutang Lancar (Rp)	Current Ratio (%)	N/T (%)
2019	467.859.618	283.113.000	165	-
2020	520.590.697	299.273.717	174	5
2021	573.390.854	335.177.317	171	(2)
2022	681.501.529	404.588.017	168	(2)
2023	754.150.443	430.145.617	175	4

Sumber: Laporan RAT Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2019-2023

Berdasarkan tabel di atas diketahui perkembangan rasio likuiditas pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan selama lima tahun terakhir dengan interpretasi sebagai berikut:

- Tahun 2019 setiap Rp 1 hutang lancar dijamin oleh Rp 1,65 aset lancar
- Tahun 2020 setiap Rp 1 hutang lancar dijamin oleh Rp 1,74 aset lancar
- Tahun 2021 setiap Rp 1 hutang lancar dijamin oleh Rp 1,71 aset lancar
- Tahun 2022 setiap Rp 1 hutang lancar dijamin oleh Rp 1,68 aset lancar
- Tahun 2023 setiap Rp 1 hutang lancar dijamin oleh Rp 1,75 aset lancar

Maka dapat disimpulkan bahwa hasil analisis rasio likuiditas pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan tahun 2019-2023 mengalami fluktuatif dan pada tahun terakhir masuk dalam kriteria baik. Artinya koperasi mampu membayar hutang lancarnya menggunakan aset lancar yang dimilikinya.

2. Rasio Solvabilitas

Rasio solvabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang. Rasio yang digunakan yaitu *Debt to Asset Ratio* (DAR), merupakan rasio antara total hutang dengan aktiva. Rumus untuk menghitung *Debt to Asset Ratio* (DAR) yaitu sebagai berikut :

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Tabel 3. 5
Perkembangan Rasio Solvabilitas Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2019-2023

Tahun	Total Hutang (Rp)	Total Aktiva (Rp)	DAR (%)	N/T (%)
2019	283.113.000	571.526.285	50	-
2020	299.273.717	623.257.364	48	(4)
2021	335.177.317	675.057.521	50	4
2022	404.588.017	787.409.634	51	2
2023	430.145.617	859.814.267	50	(2)

Sumber: Laporan RAT Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2019-2023

Berdasarkan tabel di atas diketahui perkembangan rasio solvabilitas pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan selama lima tahun terakhir dengan interpretasi sebagai berikut:

- Pada tahun 2019, 50% dari total aset dibiayai oleh hutang
- Pada tahun 2020, 48% dari total aset dibiayai oleh hutang
- Pada tahun 2021, 50% dari total aset dibiayai oleh hutang
- Pada tahun 2022, 51% dari total aset dibiayai oleh hutang
- Pada tahun 2023, 50% dari total aset dibiayai oleh hutang

Maka dapat disimpulkan bahwa hasil analisis rasio solvabilitas pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan tahun 2019-2023 mengalami fluktuasi.

Pada tahun terakhir masuk dalam kriteria baik yang menunjukkan bahwa setengah dari total aset koperasi dibiayai oleh hutang.

3. Rasio Rentabilitas

Rentabilitas merupakan perhitungan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Dengan kata lain rentabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Rasio yang digunakan yaitu *Return on Asset* (ROA), merupakan rasio yang mengukur efisiensi koperasi dalam mengelola aset untuk memperoleh keuntungan. *Return on Asset* (ROA) dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Tabel 3. 6
Perkembangan Rasio Rentabilitas Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2019-2023

Tahun	SHU Bersih (Rp)	Total Aktiva (Rp)	ROA (%)	N/T (%)
2019	53.162.985	571.526.285	9	-
2020	64.565.697	623.257.364	10	11
2021	55.690.354	675.057.521	8	(20)
2022	53.686.192,50	787.409.634	7	(13)
2023	60.299.760	859.814.267	7	0

Sumber: Laporan RAT Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2019-2023

Berdasarkan tabel di atas diketahui perkembangan rasio rentabilitas pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan selama lima tahun terakhir dengan interpretasi sebagai berikut:

- Tahun 2019 setiap Rp 1 aset mampu menghasilkan SHU sebesar Rp 0,09
- Tahun 2020 setiap Rp 1 aset mampu menghasilkan SHU sebesar Rp 0,1
- Tahun 2021 setiap Rp 1 aset mampu menghasilkan SHU sebesar Rp 0,08
- Tahun 2022 setiap Rp 1 aset mampu menghasilkan SHU sebesar Rp 0,07

e. Tahun 2023 setiap Rp 1 aset mampu menghasilkan SHU sebesar Rp 0,07

Maka dapat disimpulkan bahwa hasil analisis rasio rentabilitas pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan tahun 2019-2023 mengalami fluktuasi. Pada tahun terakhir masuk dalam kriteria baik, artinya koperasi sudah efisien dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan Sisa Hasil Usaha (SHU).

4. Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menggunakan aktiva yang dimilikinya. Rasio yang digunakan adalah *Total Asset Turnover* (TATO), yaitu rasio yang mengukur perputaran seluruh aktiva yang dimiliki dan jumlah pendapatan yang diperoleh dari setiap aktiva. Rumus untuk menghitung *Total Asset Turnover* (TATO) yaitu sebagai berikut :

$$\text{Total Asset Turnover} = \frac{\text{Pendapatan}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Tabel 3. 7
Perkembangan Rasio Aktivitas Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2019-2023

Tahun	Pendapatan (Rp)	Total Aktiva (Rp)	<i>Total Asset Turnover</i> (Kali)	N/T (%)
2019	61.221.287	571.526.285	11	-
2020	70.541.869	623.257.364	11	6
2021	67.194.214	675.057.521	10	(12)
2022	114.015.976	787.409.634	14	45
2023	138.726.992	859.814.267	16	11

Sumber: Laporan RAT Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2019-2023

Berdasarkan tabel di atas diketahui perkembangan rasio aktivitas pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan selama lima tahun terakhir dengan interpretasi sebagai berikut:

- a. Pada tahun 2019, aset berputar sebanyak 11 kali untuk menghasilkan pendapatan
- b. Pada tahun 2020, aset berputar sebanyak 11 kali untuk menghasilkan pendapatan
- c. Pada tahun 2021, aset berputar sebanyak 10 kali untuk menghasilkan pendapatan
- d. Pada tahun 2022, aset berputar sebanyak 14 kali untuk menghasilkan pendapatan
- e. Pada tahun 2023, aset berputar sebanyak 16 kali untuk menghasilkan pendapatan

Maka dapat disimpulkan bahwa hasil analisis rasio rentabilitas pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan tahun 2019-2023 masuk dalam kriteria sangat baik. Artinya, koperasi sangat efektif dalam mengelola aset yang dimilikinya sehingga menghasilkan pendapatan yang optimal.

3.1.5 Keanggotaan Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan

Anggota Koperasi adalah setiap warga negara Indonesia yang mampu melakukan tindakan hukum atau badan hukum koperasi yang memiliki kepentingan ekonomi yang sama dan memenuhi persyaratan sebagaimana ditetapkan dalam Anggaran Dasar Koperasi. Anggota koperasi merupakan pemilik dan pelanggan yang akan menentukan partisipasi anggota yang dapat menentukan sukses atau tidaknya suatu koperasi tersebut. Partisipasi anggota sebagai pemilik dapat diwujudkan berupa keikutsertaan anggota dalam pengambilan keputusan, kontribusi dalam simpanan pokok dan simpanan wajib, pengelolaan, serta

partisipasi dibidang pengawasan dan pengendalian. Sedangkan partisipasi anggota sebagai pelanggan ditunjukkan dalam pemanfaatan pelayanan seperti peminjaman modal, pembelian, maupun pemasaran yang diselenggarakan oleh koperasi.

Manajemen keanggotaan dikonsepskan sebagai perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian dari pengadaan, pengembangan, pemberian balas jasa, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pemutusan status keanggotaan anggota koperasi agar tujuan dapat terwujud. Pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Surakarta rencana kerja bidang keanggotaan Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Surakarta adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kesadaran berkoperasi dalam hal pemenuhan hak dan kewajiban.
2. Pengajuan dan pencairan pinjaman hanya dilayani di kantor koperasi pada pertemuan PPUK Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Surakarta setiap bulan.
3. Mensosialisasikan di blok-blok tentang Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Surakarta, beserta kegiatan-kegiatannya untuk menarik minat atau animo guna menambah keanggotaan.

Keanggotaan Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan secara kuantitas terus meningkat dari tahun ke tahun. Kegiatan-kegiatan yang dijalankan koperasi memberikan manfaat yang besar kepada anggotanya menjadi salah satu daya tarik para anggota baru. Anggota juga secara aktif berkontribusi dalam kegiatan-kegiatan di koperasi, terutama pelatihan-pelatihan dengan topik-topik

yang bermanfaat bagi peningkatan kemampuan maupun perkembangan usaha. Adapun persyaratan untuk diterima menjadi anggota Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan adalah sebagai berikut:

1. Warga Negara Indonesia
2. Masyarakat umum yang dikhususkan untuk perempuan
3. Bertempat tinggal di wilayah Surakarta Solo / Jemaat Perempuan
4. Menyetorkan simpanan pokok Rp 100.000,- yang disetorkan pada awal keanggotaan dapat diangsur selama 5x angsuran
5. Menyetorkan simpanan wajib Rp 5.000,- setiap bulannya
6. Menyetorkan iuran simpanan sukarela disepakati Rp 5.000,- setiap bulannya.

Keanggotaan Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Surakarta sampai dengan 31 Desember 2023 adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 8
Keanggotaan Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2019-2023

Tahun	Jumlah Awal	Masuk	Keluar	Meninggal	Aktif	Tidak Aktif	Jumlah Akhir
2019	193	15	6	4	183	10	183
2020	221	28	5	7	209	12	209
2021	247	26	6	11	222	8	222
2022	267	18	6	11	240	8	240
2023	271	6	10	12	243	6	243

Sumber: Laporan RAT Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Surakarta

3.1.6 Implementasi Jati Diri Koperasi Pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan

Jati diri koperasi adalah ciri khas yang dimiliki oleh koperasi, yang mencakup definisi, nilai-nilai, dan prinsip-prinsip koperasi. Untuk memahami penerapan jati diri koperasi pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan, dapat dilakukan dengan meninjau AD/ART yang dimiliki koperasi.

1. Implementasi Definisi Koperasi Pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan

Untuk mengetahui bagaimana definisi koperasi diterapkan oleh Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 9
Implementasi Definisi Koperasi Pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan

No.	Definisi Koperasi	Pelaksanaan		Keterangan
		Sudah	Belum	
1	Koperasi sebagai badan usaha	✓		Koperasi Konsumen Perempuan (KKP) Lidia GKJ Manahan sudah memiliki badan hukum koperasi dan dikatakan sebagai badan usaha karena menjalankan dua kegiatan usaha, yaitu Toko Lidia dan Usaha Simpan Pinjam.
2	Beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi	✓		Koperasi Konsumen Perempuan (KKP) Lidia GKJ Manahan adalah koperasi primer yang beranggotakan orang-seorang. Anggota koperasi ini terdiri dari 271 orang, yaitu para jemaat perempuan Gereja Kristen Manahan.
3	Kegiatan koperasi berlandaskan prinsip koperasi	✓		Kegiatan di Koperasi Konsumen Perempuan (KKP) Lidia GKJ Manahan berlandaskan prinsip-prinsip koperasi yang akan diuraikan lebih jelas pada Tabel 3.11.
4	Koperasi sebagai gerakan ekonomi rakyat	✓		Koperasi Konsumen Perempuan (KKP) Lidia GKJ Manahan melayani kebutuhan anggota dan masyarakat umum seperti Jemaat Gereja Kristen Manahan melalui kegiatan usaha yang dijalankannya.

No.	Definisi Koperasi	Pelaksanaan		Keterangan
		Sudah	Belum	
5	Koperasi berasaskan kekeluargaan	✓		Asas kekeluargaan di Koperasi Konsumen Perempuan (KKP) Lidia GKJ Manahan tercermin dari kegiatan Rapat Anggota Tahunan, di mana anggota berkumpul dengan menerapkan budaya musyawarah dan mufakat.

2. Implementasi Nilai-nilai Koperasi Pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan

Untuk mengetahui bagaimana nilai-nilai koperasi diterapkan oleh Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 10
Implementasi Nilai-nilai Koperasi Pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan

No.	Nilai-nilai Koperasi	Pelaksanaan		Keterangan
		Sudah	Belum	
1	Menolong diri sendiri	✓		Anggota menolong diri sendiri dengan melakukan kegiatan ekonomi seperti menabung dalam bentuk simpanan, melakukan pinjaman, dan membeli kebutuhan sehari-hari di koperasi pada pasca ibadah.
2	Tanggung jawab sendiri	✓		Anggota koperasi memiliki tanggung jawab dalam hal pengelolaan dan partisipasi di koperasi. Koperasi juga bertanggungjawab kepada anggota melalui pemberian pelayanan untuk kebutuhan anggota.
3	Demokrasi	✓		Situasi demokrasi pada Koperasi Konsumen Perempuan (KKP) Lidia GKJ Manahan tercipta melalui pengambilan keputusan dan pengelolaan koperasi yang diputuskan bersama, hal tersebut dibuktikan dengan adanya rapat anggota tahunan.
4	Persamaan	✓		Anggota Koperasi Konsumen Perempuan (KKP) Lidia GKJ Manahan memiliki hak dan kewajiban yang sama. Anggota memiliki hak yang sama dalam menyampaikan pendapat ataupun mendapatkan informasi. Selain itu, anggota juga memiliki kewajiban yang sama untuk berpartisipasi di koperasi.

No.	Nilai-nilai Koperasi	Pelaksanaan		Keterangan
		Sudah	Belum	
5	Keadilan	✓		Keadilan di Koperasi Konsumen Perempuan (KKP) Lidia GKJ Manahan dilihat dari pembagian SHU, yaitu besaran pembagian SHU didasarkan pada jumlah transaksi dan partisipasi anggota.
6	Solidaritas	✓		Koperasi Konsumen Perempuan (KKP) Lidia GKJ Manahan memberikan bantuan dana sosial kepada anggota yang mengalami musibah seperti anggota sakit masuk rumah sakit, anggota meninggal, dan anggota yang terkena bencana alam.

3. Implementasi Prinsip-prinsip Koperasi Pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan

Untuk mengetahui bagaimana prinsip-prinsip koperasi diterapkan oleh Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 11
Implementasi Prinsip-prinsip Koperasi Pada Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan

No.	Prinsip-prinsip Koperasi	Pelaksanaan		Implementasi
		Sudah	Belum	
1	Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka	✓		Anggota yang bergabung di Koperasi Konsumen Perempuan (KKP) Lidia GKJ Manahan atas dasar sukarela tanpa ada paksaan pihak mana pun, koperasi ini terbuka bagi para jemaat perempuan GKJ Manahan Surakarta.
2	Pengelolaan dilakukan secara demokratis	✓		Pengelolaan Koperasi Konsumen Perempuan (KKP) Lidia GKJ Manahan dilakukan dengan demokratis, hal ini terwujud pada situasi Rapat Anggota. Setiap anggota memiliki hak yang sama yaitu <i>one man one vote</i> dalam Rapat Anggota, seperti pemberhentian dan pemilihan pengurus ataupun pengawas koperasi.
3	Pembagian SHU secara adil	✓		SHU pada Koperasi Konsumen Perempuan (KKP) Lidia GKJ

No.	Prinsip-prinsip Koperasi	Pelaksanaan		Implementasi
		Sudah	Belum	
	sebanding dengan besarnya jasa usaha anggota			Manahan telah dibagikan sesuai dengan besaran transaksi dan partisipasi modal masing-masing anggota.
4	Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal	✓		Anggota sebagai pemilik berpartisipasi dalam membayar simpanan pokok dan simpanan wajib. Koperasi ini memberikan balas jasa sesuai dengan besarnya modal yang ditanam oleh anggota koperasi.
5	Kemandirian	✓		Koperasi Konsumen Perempuan (KKP) Lidia GKJ Manahan dapat dikatakan mandiri apabila dilihat dari permodalannya. Pada tahun 2023 jumlah modal sendiri koperasi sebesar Rp 429.668.650 dan jumlah modal pinjaman koperasi sebesar Rp 430.145.617. Artinya modal koperasi terdiri dari 50% modal sendiri dan juga 50% modal pinjaman.
6	Pendidikan perkoperasian	✓		Koperasi Konsumen Perempuan (KKP) Lidia GKJ Manahan menyelenggarakan berbagai pendidikan seperti pelatihan produksi, kepemimpinan, menjalin kerjasama dengan dinas koperasi, akademisi, dan majelis GKJ Manahan
7	Kerja sama antar koperasi		✓	Koperasi Konsumen Perempuan (KKP) Lidia GKJ Manahan belum bekerja sama dengan koperasi lain karena koperasi ini merasa belum membutuhkannya.

3.2 Pemanfaatan Media Sosial Untuk Membangun Minat Generasi Z Untuk Berkoperasi

Menggunakan media sosial adalah salah satu upaya yang dapat dilakukan koperasi untuk terus menjaga eksistensinya, sehingga generasi z akan menganggap bahwa koperasi merupakan sesuatu yang masih berkaitan dengan gaya hidup mereka. Pengurus Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan sampai saat ini belum mengoptimalkan penggunaan media sosial. Para pengurus hanya menggunakan WhatsApp untuk berkomunikasi dengan anggota.

Peran media sosial dalam koperasi adalah untuk membangun *brand awareness*. Membangun *brand awareness* merupakan tahapan pertama dan paling penting dalam proses komunikasi. Menurut Putra dan Aristana (2020) *brand awareness* merujuk pada kemampuan konsumen untuk mengidentifikasi atau mengingat suatu bagian dari produk yang dikenal sebagai merek.

Terdapat berbagai strategi yang dapat digunakan untuk membangun kesadaran koperasi agar mudah diidentifikasi oleh generasi z, salah satunya melalui penggunaan media sosial. Oleh karena itu, pengurus dapat memanfaatkan media sosial untuk menarik minat generasi z berkoperasi, yaitu dengan membuat konten yang relevan dan menarik.

Pengurus dapat bekerja sama dengan editor foto atau video untuk membuat sebuah konten terkait koperasi, seperti di *platform* Instagram, Tik Tok, atau Youtube. Berikut merupakan ide dan langkah untuk membuat konten yang menarik:

1. Membuat infografis yang menjelaskan apa itu koperasi dan manfaat yang akan diperoleh apabila bergabung di koperasi. Infografis merupakan bentuk visualisasi data yang kompleks agar dapat dipahami dengan lebih mudah dan cepat oleh pembaca.

- a. Instagram

Untuk membuat infografis pada Instagram, dapat dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

- 1) Tentukan konsep dan desain infografis, yaitu dengan membuat infografis yang menarik secara visual dengan warna cerah dan ikon yang relevan. Dapat menggunakan *software* desain seperti Canva atau Adobe Photoshop.
- 2) Buat infografis menjadi beberapa postingan *feed* di instagram, misalnya:
 - (a) *Feed* 1 : Pengertian koperasi
 - (b) *Feed* 2 : Tentang Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan
 - (c) *Feed* 3 : Manfaat berkoperasi
- 3) Gunakan *caption* dan *hashtag* yang menarik, yaitu dengan menambahkan *caption* yang singkat tapi informatif dan *hashtag* yang relevan seperti #Koperasi #EkonomiRakyat #ManfaatKoperasi.
- 4) Post dan promosikan di Insta *Story*, yaitu dengan membagikan konten postingan *feed* ke Insta *Story* dan sorot pada bagian profil agar lebih banyak orang bisa melihatnya.

Berikut merupakan contoh konten di Instagram yang menjelaskan apa itu koperasi dan manfaat berkoperasi. Konten ini dibagi menjadi beberapa postingan feed, dengan desain yang cerah dan modern.



Gambar 3. 2
Contoh Konsep Konten Instagram

b. Tik Tok

Untuk membuat infografis pada Tik Tok, dapat dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

- 1) Rencanakan konten video, seperti merencanakan pembuatan video pendek (15 – 60 detik) yang menjelaskan koperasi dan manfaat berkoperasi. Selain itu, gunakan teks, *voice over*, dan elemen visual yang menarik.
- 2) Rekam dan edit video, yaitu dapat menggunakan *talent* (pengurus atau anggota) atau animasi yang menjelaskan apa itu koperasi dan manfaatnya dengan menambahkan teks di layar untuk memperjelas informasi.
- 3) Gunakan musik dan efek yang tren, yaitu dengan menambahkan musik latar (*back sound*) yang sedang tren untuk menarik perhatian. Selain itu,

menggunakan efek transisi yang menarik agar konten terlihat profesional.

- 4) Posting dan gunakan *hashtag* yang relevan, yaitu unggah video dan gunakan *hashtag* yang sesuai, seperti #Koperasi #EkonomiRakyat #ManfaatKoperasi.
- 5) Interaksi dengan pengguna, yaitu dengan menjawab pertanyaan di komentar dan dorong pengguna untuk berbagi pengalaman mereka saat berkoperasi.

Berikut adalah contoh konsep video Tik Tok yang menjelaskan apa itu koperasi dan manfaatnya. Video ini menggunakan teks overlay, animasi, dan seseorang yang berbicara langsung ke kamera, dengan efek dan musik yang menarik untuk audiens termasuk generasi Z.



Gambar 3. 3
Contoh Konsep Konten Tik Tok

c. Youtube

Untuk membuat infografis pada Youtube, dapat dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

- 1) Buat skrip untuk video edukatif, yaitu dengan menjelaskan secara rinci apa itu koperasi termasuk tentang Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan dan manfaat berkoperasi bagi anggotanya. Video bisa berdurasi 5 – 10 menit.
- 2) Rekam video dengan penjelasan mendalam, yaitu dapat menggunakan *talent* (pengurus atau anggota) yang menjelaskan poin-poin penting, pastikan kualitas audio dan video baik.
- 3) Tambahkan visualisasi yang menarik, yaitu menambahkan *thumbnail* dan animasi yang memudahkan pemahaman audiens.
- 4) Optimalkan *Search Engine Optimization* (SEO), yaitu dengan membuat judul yang menarik, deskripsi yang informatif, dan *hashtag* seperti #Koperasi #EkonomiRakyat #ManfaatKoperasi.
- 5) Promosikan video, yaitu dengan membagikan link video youtube di media sosial lainnya.

Berikut adalah contoh konsep *thumbnail* Youtube yang akan dilihat pertama kali oleh audiens saat akan memutar video.



Gambar 3. 4
Contoh Konsep *Thumbnail* Youtube

2. Membuat konten youtube tentang kisah anggota koperasi yang telah mendapatkan manfaat besar dari keanggotannya. Konten ini dapat membahas tentang bagaimana koperasi membantu mereka memulai berbisnis, mendapatkan pinjaman, atau mencapai tujuan finansial lainnya. Berikut merupakan contoh konsep untuk konten di youtube:



Gambar 3. 5
Contoh Konsep Konten Youtube

Setelah mengunggah konten, lakukan promosi dengan membagikan link video youtube di media sosial lainnya.

BAB IV

SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pemanfaatan media sosial untuk membangun minat generasi z berkoperasi, maka dapat disimpulkan bahwa dengan adanya teknologi dan internet seharusnya dapat dimanfaatkan oleh Koperasi Konsumen Perempuan GKJ Manahan sebagai akses untuk menarik generasi z di GKJ Manahan agar terciptanya proses regenerasi dan berkoperasi. Meskipun pengurus sudah menggunakan media sosial whatsapp untuk berkomunikasi, namun jangkauan media sosial whatsapp masih terbatas. Untuk memperluas jangkauan informasi, pengurus dapat menggunakan media sosial lainnya seperti Instagram, Tik Tok dan Youtube. Strategi yang dapat dilakukan pengurus agar dapat menarik generasi z adalah membuat infografis di media sosial dan konten yang menarik.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan, maka peneliti menyarankan koperasi untuk menyelenggarakan kegiatan pelatihan dan pendidikan digital, pelatihan rutin untuk pengurus dan anggota tentang penggunaan media sosial dan alat digital lainnya. Termasuk bagaimana membuat konten foto atau video yang menarik, serta libatkan generasi z yang lebih paham dan familiar dengan teknologi digital dalam proses pelatihan dan penerapan teknologi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Mappiare. 2000. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Bambang Riyanto. 2010. *Dasar-Dasar Pembelajaran Perusahaan*. (4 ed). Yogyakarta: BPFE.
- Gunarto. 2007. *Psikologi Pendidikan Dan Evaluasi Belajar*. Jakarta: PT Gramedia.
- Hendar. 2010. *Manajemen Perusahaan Koperasi dengan Pokok-Pokok Pikiran Mengenai Manajemen dan Kewirausahaan Koperasi*. Semarang: Erlangga.
- Kaplan, A.M & Haenlein, M. 2010. *Users of the World, United The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons.
- Kotler dan Keller. 2001. *Tahapan Minat Melalui Model AIDA*.
- Panjaitan, Olivia Winda Ony, Ani Mahrita, dan Rahayu Rahayu. 2020. *Persepsi Dan Minat Generasi Z Dalam Berkoperasi Guna Mendorong Keberlanjutan Koperasi (Studi Pada Cu Betang Asi)*. *Journal of Management Studies*, 14(2), 234–50.
- Putra, I. D. P. G. W., dan Aristana, M. D. W. 2020. *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness dan Purchase Intention (Studi Kasus: SMK Kesehatan Sanjiwani Gianyar)*. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11, 1035.
- Ramudi Ariffin. 2013. *Koperasi Sebagai Perusahaan*. Jatinangor: IKOPIN PRESS.
- Rosti Setiawati. 2022. *Peran Sosial Media Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. Sumedang: IKOPIN Press.
- Wahidah, M. F. 2018. *Analisis Pengaruh Promosi, Motivasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah dengan Minat Sebagai variabel Intervening (Studi Kasus pada Nasabah BRI Syariah Cabang MT. Haryono Semarang)*. Skripsi, 18.
- Wardani, A.K. an Arina Nuraliza Romas. 2021. *Analisis Strategi Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid-19*. *Journal of Research in Business and Economics*, 4(1).

Referensi Lainnya

Buku Data Anggota Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2023.

Deputi Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Tahun 2010

Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan. 2019. Laporan Rapat Anggota Tahunan.

Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan. 2020. Laporan Rapat Anggota Tahunan.

Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan. 2021. Laporan Rapat Anggota Tahunan.

Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan. 2022. Laporan Rapat Anggota Tahunan.

Koperasi Konsumen Perempuan Lidia GKJ Manahan. 2023. Laporan Rapat Anggota Tahunan.

Pamflet Komposisi Antar Generasi di GKJ Manahan Tahun 2023.

Peraturan Menteri Negara Koperasi dan UKM RI No.06/Per/M/KUKM/V/2006 Tentang Pedoman Penilaian Koperasi Berprestasi /Koperasi Award.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian.

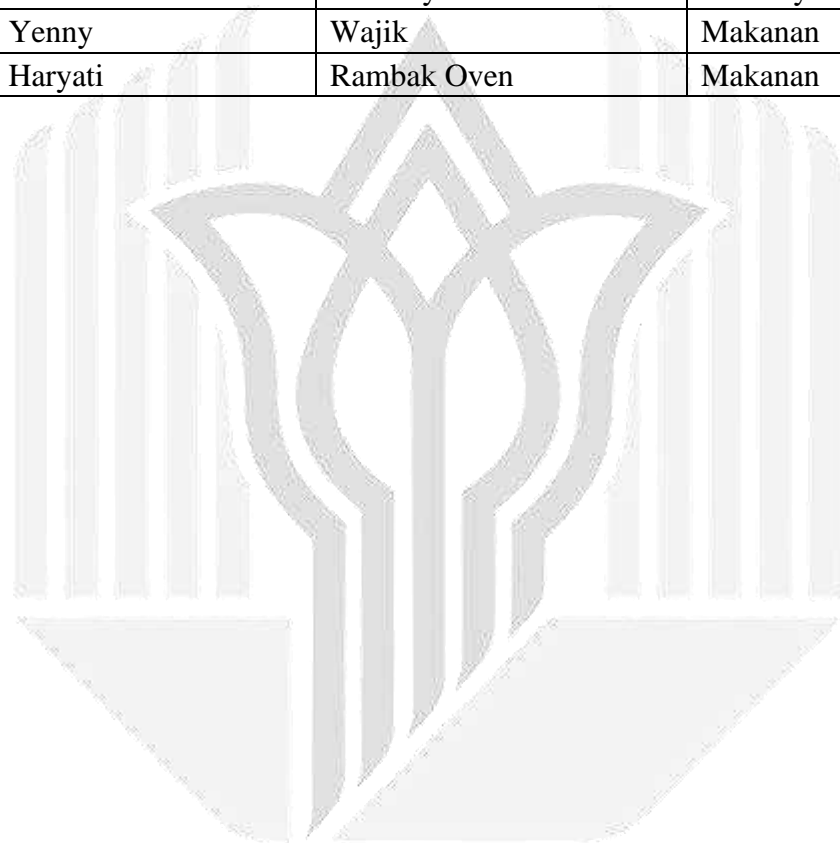
IKOPIN
University

LAMPIRAN

**Lampiran 1 : Data Barang dan Pemasok Koperasi Konsumen Perempuan
Lidia GKJ Manahan**

No.	Nama Anggota	Nama Usaha	Jenis Usaha
1	Dian Lestari	G & S Mart	Toko Kelontong
2	Purwanti Yuni Atmaja	Katering Arum	Katering
3	Dina Wahyu Hapsari	Bandeng Presto Geo	Makanan
4	Agustina Setyowati	Bakpia KoE dan Onde- onde	Bakpia dan Onde- onde
5	Agustyn	Penjahit Agustyn	Jasa Jahit
6	Tatik Sri R	Toko Murah	Toko Kelontong
7	Trisilawati	Kost Eksklusif	Sewa Kost
8	Sri Utami	Dapur Lala	Bandeng otak-otak
9	Chrislyna Retno L	Toko Margo Ono	Toko Kelontong
10	Retno Hartati	Toko Pojok Cell	Toko Kelontong
11	Sri Salami	Toko Dumaga	Toko Kelontong
12	Pipin Pinto N	Les Baca dan Berhitung	Jasa Bimbingan Belajar
13	Sri Hartati	Madu Pramuka	Toko Kelontong
14	Padnawati	Katering Sari Solo Ayam Blondo & Bebek Nyah Genuk	Makanan
15	Neti Nur Indriastuti	Penjahit Neti	Jasa Jahit
16	Warsini	Toko Ibu Warsini	Toko Kelontong
17	Eni Sulastri	Tempe Sagu Simbah	Tempe Sagu
18	Sri Harni	Penjahit Berkah	Jasa Jahit
19	Anna Mariana	Anna Snack	Snack
20	Handiyani Sri Wasiati	Batik Hanny	Batik
21	Ratna Hendrasari	Wadah Unjukan	Handycraft
22	Nining	Rempeyek	Krupuk
23	Dwi Wuyaningsih	Katering Sedap dan Toko Nia	Katering dan Toko Sembako
24	Agustina Ariyanti	Kijing Sumarno	Pembuatan Kijing
25	NinieK	NinieK Handycraft	Handycraft
26	Penny Samuel	Minuman Anggur	Minuman
27	Bagio	Penjahit Grita	Jasa Jahit
28	Noverra	IOA Parcel	Jasa Pembuatan Parcel

No.	Nama Anggota	Nama Usaha	Jenis Usaha
29	Anik Widi	Kue Semprong	Makanan
30	Niken Satiti	Puding Suntik	Makanan
31	Rumini	Hotel	Penginapan
32	Mira Parida	Handycraft	Handycraft
33	Rita Atoet	Laundry	Laundry
34	Yenny	Wajik	Makanan
35	Haryati	Rambak Oven	Makanan



IKOPIN
University

**Lampiran 2 : Data Simpanan Anggota Koperasi Konsumen Perempuan
Lidia GKJ Manahan Tahun 2023**

Bulan	Simpanan Wajib (Rp)	Simpanan Sukarela (Rp)
Januari	1.640.000	7.867.500
Februari	1.490.000	10.585.000
Maret	1.525.000	8.716.000
April	1.375.000	13.523.000
Mei	1.035.000	8.066.500
Juni	1.630.000	19.713.000
Juli	1.130.000	10.192.000
Agustus	865.000	8.170.000
September	660.000	9.820.000
Oktober	705.000	10.155.000
November	1.480.000	11.768.700
Desember	800.000	11.800.000
Total	14.335.000	130.376.700

**Lampiran 3 : Data Pinjaman Anggota Koperasi Konsumen Perempuan
Lidia GKJ Manahan Tahun 2023**

Bulan	Jumlah (Rp)
Januari	36.500.000
Februari	41.000.000
Maret	38.200.000
April	80.000.000
Mei	79.000.000
Juni	23.500.000
Juli	62.500.000
Agustus	54.500.000
September	104.000.000
Oktober	57.500.000
November	59.000.000
Desember	145.500.000
Total Pinjaman Tahun 2023	781.200.000

Lampiran 4 : Laporan Neraca dan Laporan Laba Rugi Koperasi Konsumen
Perempuan Lidia GKJ Manahan Tahun 2019-2023

NERACA KOPRI LIDIA GKJ MANAHAN
PER 31 DESEMBER 2023
(dalam ribuan Rupiah Indonesia)

KELOMPOK	NERACA PER 31 DESEMBER 2023	NERACA PER 31 DESEMBER 2022
AKTIVA		
Kas	89.370.455,00	70.816.640,00
Tanangan	125.421.163,00	96.214.042,00
Deposito	100.000.000,00	100.000.000,00
Piutang Usaha	294.850.000,00	231.790.000,00
Saluran Distribusi Pemas	(3.000.000,00)	13.000.000,00
Piutang Lain	-	13.000,00
Saluran Koperasi	15.402.000,00	15.402.000,00
Saluran Pemas Koperasi Koperasi	(15.795.132,00)	(15.402.000,00)
Piutang Lain	-	-
TOTAL AKTIVA	571.526.285,00	445.242.682,00
PASIVA		
Modal		
Modal Dasar	48.800,00	38.120,00
Modal yang disorotkan	-	-
Saluran Koperasi	340.742.700,00	152.412.700,00
Saluran Koperasi / KOP	45.475.000,00	26.500.000,00
Modal yang masih harus dibayar	-	154.300,00
Saluran Pemas	9.130.500,00	-
Saluran Pemas Pemas & Pemas	(4.441.500,00)	4.301.400,00
Saluran Pemas Pemas & Pemas	6.441.900,00	4.301.400,00
Tidak Harus Dibayar & Pemas	4.301.400,00	2.721.400,00
Tidak Harus Dibayar & Pemas	9.624.000,00	5.400.000,00
TOTAL LIABILITAS	284.121.000,00	284.121.000,00
Saluran		
Saluran Pemas	17.765.000,00	16.105.000,00
Saluran Pemas	50.100.000,00	40.900.000,00
Saluran	115.877.300,00	124.867.700,00
Saluran Pemas	72.210.000,00	21.807.500,00
Saluran Pemas Lain	-	-
Saluran Pemas Lain	52.182.000,00	45.300.000,00
TOTAL PASIVA	571.526.285,00	445.242.682,00

Pengantar
 1. Wawan P. Nopriadi
 2. Endang Widyadati

Ketua
 Endang Widyadati
 Purnomo Yudi Satrio

Bendahara
 Purnomo Yudi Satrio
 Ir. Sutopo Satrio
 Endang Widyadati

LAPORAN RUGI/LABA
KSU LIDIA GI MANAHAN
PERIODE 1 JANUARI S/D 31 DESEMBER 2019
(Disajikan secara komparatif)

NO.	KETERANGAN	RUGI/LABA	RUGI/LABA
		1 JAN 2019 31 DES 2019	1 JAN 2018 31 DES 2018
1	PENDAPATAN		
	Pendapatan Bunga Bank	1.672.185,00	876.636,00
	Pendapatan Bunga Deposito	9.612.500,00	8.258.000,00
	Pendapatan Bunga Piutang	28.169.080,00	31.767.000,00
	Uang Piutang	1.545.000,00	1.117.000,00
	Pendapatan Premi	6.515.000,00	4.639.000,00
	Pendapatan Lain	3.508.881,00	3.891.998,00
	Jumlah Pendapatan	61.224.656,00	51.559.634,00
2	Biaya-Biaya		
	Biaya Administrasi Kas	1.170.125,00	1.282.000,00
	Biaya BAY	1.905.100,00	-
	Biaya Administrasi Bank	61.000,00	72.000,00
	Pajak Bunga Bank	2.177.164,00	1.671.502,00
	Sewa Bangun/ Peralatan	1.103.400,00	150.000,00
	Biaya Penyusutan Investasi Kantor	333.333,00	-
	Biaya Rapat Pengurus	-	-
	Biaya Transportasi	-	100.000,00
	Biaya Perkoperasian	781.600,00	2.115.000,00
	Biaya Operasional Lain	419.800,00	432.000,00
	Biaya Tenaga Pemasang	-	-
	Pajak PPh ps 4 (2)	472.180,00	382.470,00
	Jumlah Biaya	8.058.302,00	6.188.552,00
3	LABA USAHA	53.166.354,00	45.371.082,00

Pengawas

1 Wilan P. Supari, SE

2 Endang Widayati

Ketua

Solo Kusum

Purwati Yudi Akmaji





Priswanti Yudi T

Ir. Setyandang Rulimans

Dwi Oktarina

REKAPITULASI RENCANA
PER 31 DESEMBER 2022

KETERANGAN	REKAPITULASI	
	PER 31 DESEMBER 2022	PER 31 DESEMBER 2021
ASET		
Kas	33.736.328,00	43.378.455,00
Tanggungan	186.829.382,00	123.731.143,00
Dagang	180.080.000,00	108.880.888,00
Pinjaman (Bank)	213.825.000,00	296.888.800,00
Saluran Keuangan Pinjaman	(1.540.000,00)	(1.600.000,00)
Pinjaman Lain	18.462.880,00	19.462.000,00
Saluran Investasi	(16.795.333,00)	(25.795.333,00)
Saluran Investasi Non-Current		
TOTAL AKTIVA	628.287.364,00	571.526.385,00
LIABILITAS		
LIABILITAS		
Pinjaman Pinjaman	47.200,00	48.958,00
Pinjaman yang diterima dari bank		
Pinjaman Pinjaman	223.844.797,00	280.742.700,00
Pinjaman Pinjaman / CLM	47.575.000,00	49.875.000,00
Pinjaman yang diterima dari bank		
Pinjaman Pinjaman	10.134.508,00	9.135.500,00
Pinjaman Pinjaman Pinjaman Pinjaman	8.154.118,00	6.444.544,00
Pinjaman Pinjaman Pinjaman Pinjaman	2.850.110,00	6.444.544,00
Pinjaman Pinjaman Pinjaman Pinjaman		4.808.344,00
Pinjaman Pinjaman Pinjaman Pinjaman		9.424.138,00
TOTAL HUTANG	298.771.719,00	298.313.048,00
MODAL		
Saluran Pinjaman	20.134.508,00	17.765.400,00
Saluran Pinjaman	55.898.000,00	50.158.000,00
Saluran Pinjaman	136.368.330,00	135.879.348,00
Saluran Pinjaman	64.130.750,00	57.710.000,00
Saluran Pinjaman		
Saluran Pinjaman	64.130.750,00	57.710.000,00
Saluran Pinjaman	136.368.330,00	135.879.348,00
TOTAL MODAL	329.515.648,00	273.512.796,00
TOTAL PASIVA	628.287.364,00	571.526.385,00

1.  
 2. 
 3. 

Kepala

 Willem A. H. J. de Vries

 Willem A. H. J. de Vries

Penyusunan

 Willem A. H. J. de Vries

 Willem A. H. J. de Vries

LAPORAN RUGI/LABA
 PT B LIDA GRI MANAHAN
 PERIODE 1 JANUARI s/d 31 DESEMBER 2020
 (diketahui secara komparatif)

No.	KETERANGAN	RUGI/LABA	RUGI/LABA
		1. JAN s/d 31 DES 2020	2. JAN s/d 31 DES 2019
1	PENDAPATAN		
	Pendapatan Bunga Bank	8.221.320,00	8.871.383,00
	Pendapatan Bunga Deposito	7.882.499,00	8.812.500,00
	Pendapatan Bunga Rekening	51.965.000,00	59.188.900,00
	Gadaik, Piutang	1.881.000,00	1.543.900,00
	Pendapatan Pinjam	7.803.880,00	8.715.000,00
	Pendapatan Lain	24.000,00	3.208.000,00
	Jumlah Pendapatan	78.581.699,00	81.221.283,00
2	Biaya-Biaya		
	Biaya Administrasi Bayar	880.000,00	1.876.125,00
	Biaya Baki	-	1.568.900,00
	Biaya Administrasi Bank	33.000,00	61.000,00
	Pajak Bunga Bank	1.809.418,00	2.177.264,00
	Gedung-gedung / Pemeliharaan	400.000,00	1.308.000,00
	Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	1.000.000,00	391.330,00
	Biaya Pajak Penghasilan	321.000,00	-
	Biaya Transportasi	-	-
	Biaya Periklanan	338.700,00	780.000,00
	Biaya Operasional Lain	80.815,00	489.000,00
	Biaya Karyawan Tetap	-	-
	Pajak PPh 22 [2]	812.340,00	471.200,00
	Jumlah Biaya	5.376.173,00	7.085.200,00
3	LABA USAHA	84.965.897,00	83.187.983,00

1. Willem H. S. S.

2. Endang Widayanti

3. Staf Administrasi T.E., SE



Ketua
 (Staf Administrasi T.E., SE)

Widayanti, Endang W., SPK

Hari Sutardi

Prima Ari N. S.

Setyandiputra T. S.

Prima Ari N. S.

IKU LIDA GKI MAHAHAN
NERACA PER 31 DESEMBER 2021
 (DIBANKAN SECARA KOMPARATIF)

KETERANGAN	NERACA	
	PER 31 DESEMBER 2021	PER 31 DESEMBER 2020
AKTIVA		
Kas	50.897.375,00	23.736.335,00
Talangan	180.889.675,00	186.829.382,00
Deposita	100.000.000,00	100.080.088,00
Piutang Usaha	375.400.000,00	318.835.000,00
Cadangan Kerugian Piutang	(1.400.000,00)	(1.809.200,00)
Inventaris Kantor	18.463.000,00	23.463.000,00
Akumulasi Penyusutan Inventaris Kantor	(17.795.333,00)	(14.795.383,00)
TOTAL AKTIVA	678.887.321,00	623.297.864,00
PASIVA		
MUTANG		
Mutang Pokok	48.700,00	47.200,00
Simpanan Sukarela	344.439.297,00	323.824.797,00
Simpanan Khusus/ CRK	56.575.000,00	47.575.000,00
Tilang	300.000,00	-
Rupa-rupa Piutang	10.186.800,00	10.186.800,00
Cadangan Dana Pelatihan & Pendidikan	11.828.410,00	8.883.110,00
Cadangan Dana Pengembangan Usaha	11.828.410,00	8.888.110,00
TOTAL MUTANG	588.177.317,00	529.379.717,00
MODAL		
Saham/ Simpanan Pokok	22.190.800,00	20.190.000,00
Simpanan Wajib	67.988.800,00	58.638.880,00
Reservasi	129.338.950,00	128.538.200,00
Cadangan Utang	38.141.280,00	44.352.750,00
Labu/Rugi periode yang Lalu	5.000.800,00	-
Labu/Rugi periode berjalan	35.680.354,00	54.565.897,00
TOTAL MODAL	390.990.284,00	329.385.647,00
TOTAL PASIVA	678.887.321,00	623.297.864,00

PENYUSUN
 1. WIJANTO, H. PRANANTO
 2. DANI CINTANNA Y.J., SE
 3. SIBRANFUI

KEPALA

 WIDYANTO, H. PRANANTO, S.Pd
 HARI SUKAT

BENDAHARA

 PRADANING YULI TUGANINGTI
 M. MITYA MESTYAL TUTAALARA
 ANNA MARLANA TUNANINGTI, SE

University

REKAPITULASI SALDO
REKAPITULASI PERIODE 1 JANUARI 2021 HINGGA 31 DESEMBER 2021
(REKAPITULASI SALDO NONPARASIT)

No.	KETERANGAN	NILAI/LAIN	
		1 JANUARI 2021	31 DESEMBER 2021
1. PENDAPATAN			
	Pendapatan Bunga Pinjaman	84.535.000,00	85.942.000,00
	Denda Pinjaman	1.325.300,00	1.388.000,00
	Pendapatan Sewa	7.084.000,00	7.400.000,00
	Pendapatan Bunga Bank	2.584.300,00	3.323.300,00
	Pendapatan Bunga Deposito	5.421.000,00	5.681.000,00
	Pendapatan Lain	300.000,00	31.000,00
	Jumlah Pendapatan	97.249.600,00	103.745.300,00
2. BIAYA-BIAYA			
	Biaya Administratif Eksternal	1.302.125,00	885.000,00
	Biaya R&D	8.304.000,00	-
	Rent & Sewa Ruang	1.500.000,00	400.000,00
	Biaya Ekspansi Pengerjaan	794.000,00	531.000,00
	Biaya Perawatan	50.000,00	530.000,00
	Biaya Perawatan Insanioris Tambor	1.000.000,00	1.000.000,00
	Biaya Operasional Lain	80.000,00	80.000,00
	Pajak PPh pp 4/23	880.000,00	412.000,00
	Biaya Administratif Bank	72.000,00	80.000,00
	Biaya Biaya Lain	1.304.300,00	1.000.000,00
	Jumlah Biaya	17.296.425,00	5.288.000,00
3. SALDO AWAL		50.000.000,00	64.345.000,00

PERMANEN
 1. VIKTORIA S. S. S. S.
 2. DAN OLEH S. S. S.
 3. DAN OLEH S. S. S.



REKAPITULASI
 1. DAN OLEH S. S. S.
 2. DAN OLEH S. S. S.
 3. DAN OLEH S. S. S.

REKAPITULASI
 1. DAN OLEH S. S. S.
 2. DAN OLEH S. S. S.
 3. DAN OLEH S. S. S.

KEPELIDA GIG MANAHAN
RUGI/LABA PERIODE 1 JANUARI S/D 31 DESEMBER 2022 (TANUNAN)

NO.	KETERANGAN	RUGI/LABA	RUGI/LABA TOKO UDIA	RUGI/LABA KONSOLIDASI
2	PENDAPATAN			
	Pendapatan Bunga Pinjaman	50.730.000,00	-	50.730.000,00
	Denda Pinjaman	575.000,00	-	575.000,00
	Pendapatan Provisi	8.940.000,00	-	8.940.000,00
	Pendapatan Lain	1.313.354,00	-	1.313.354,00
	Pendapatan Toko	-	47.181.300,00	47.181.300,00
	Pendapatan Bunga Bank	1.209.857,00	-	1.209.857,00
	Pendapatan Bunga Deposito	4.666.665,00	-	4.666.665,00
	Jumlah Pendapatan	65.834.676,00	47.181.300,00	113.015.976,00
2	BEBAN-BEBAN			
	Biaya Administrasi Kantor	1.949.600,00	1.000.615,00	3.949.215,00
	Biaya RAT	4.850.500,00	-	4.850.500,00
	Biaya Administrasi Bank	78.000,00	-	78.000,00
	Pajak Bunga Bank	1.175.264,00	-	1.175.264,00
	Sumbangan/Persembahkan	1.430.000,00	-	1.430.000,00
	Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	1.117.700,00	-	1.117.700,00
	Biaya Rapat Pengurus	362.500,00	-	362.500,00
	Biaya Perkoperasian	4.933.000,00	-	4.933.000,00
	Biaya Operasional Lain	1.500,00	-	1.500,00
	Biaya Politik Penjualan	-	37.759.084,50	37.759.084,50
	Transport pengadala toko	-	4.000.000,00	4.000.000,00
	Biaya Transportasi	-	77.000,00	77.000,00
	Denda Pajak	201.020,00	-	201.020,00
	B Sewa Toko	0	400.000,00	400.000,00
	Jumlah Biaya	17.032.084,00	43.239.089,50	60.271.173,50
3	LABA USABA	48.742.592,00	3.944.600,50	52.687.192,50

Ketua 1

Sandehara 1


Prinachil Yuli T

University

REKAPITULASI DATA KEUANGAN
PER 31 DESEMBER 2022 (DURGAJATI)

KETERANGAN	REKAPITULASI PER 31 DESEMBER 2022	REKAPITULASI PER 31 DESEMBER 2022	REKAPITULASI PER 31 DESEMBER 2022
aset			
Kas	48.813.212,00	28.773.946,00	79.886.833,00
Tanggungan	304.638.615,00	-	284.856.945,00
Deposito	100.000.000,00	-	100.000.000,00
Piutang Utang	471.380.880,00	-	671.830.000,00
Saluran (Saluran Pinjam)	(1.800.000,00)	-	(2.668.880,00)
Pembiayaan Pinjam (Gugatan)	-	3.028.143,00	3.028.143,00
Utang Kekuasaan	4.047.480,00	-	4.047.438,00
Inventaris Eksterior	26.178.200,00	-	26.178.200,00
Akumulasi Penyusutan Inventaris Eksterior	(28.514.376,00)	-	(18.808.880,00)
TOTAL AKTIVA	883.594.322,00	28.396.749,00	889.814.267,00
liabilitas			
AKTIFAS			
Pinjam Pinjam	-	-	-
Simpanan Tabung	828.326.197,00	-	129.526.197,00
Simpanan Eksternal/ CDR	83.325.932,00	-	83.325.000,00
Tidakan	-	-	-
Simpanan Pinjam	-	-	-
Saluran Pinjam Pinjaman & Pinjaman	17.547.250,00	-	17.547.250,00
Saluran Pinjam Pinjaman Utang	17.547.250,00	-	17.547.250,00
TOTAL LIABILITAS	483.146.427,00	-	489.548.617,00
Ekuitas			
Saluran/ Simpanan Pinjam	28.186.000,00	-	22.886.000,00
Simpanan Wajib	92.079.000,00	-	92.079.000,00
Saluran	148.212.405,00	-	148.732.400,00
Saluran Utang	37.738.130,00	-	37.738.130,00
Saluran Tabung	-	28.906.175,00	18.936.175,00
Saluran Eksternal	-	-	-
Saluran/Tabung Tabung berjalan	54.888.785,00	8.296.864,00	80.289.749,00
TOTAL EKUITAS	486.898.620,00	28.396.749,00	429.865.350,00
TOTAL PASIVA	883.594.322,00	28.396.749,00	889.814.267,00



Revisi 1
Dit. Direktur T.E.

University

RUBRIK/LABA PERIODE 1 JANUARI S/D 31 DESEMBER 2023 (TAHUNAN)

NO.	KETERANGAN	RUBRIK/LABA	RUBRIK/LABA TOKO LUKA	RUBRIK/LABA KONSOLIDASI
1	PENDAPATAN			
	Pendapatan Bunga Pinjaman	61.386.000,00	-	61.386.000,00
	Denda Pinjaman	975.000,00	-	975.000,00
	Pendapatan Produk	7.822.000,00	-	7.822.000,00
	Pendapatan Lain	300.192,50	-	300.192,50
	Pendapatan Toko	-	62.494.500,00	62.494.500,00
	Pendapatan Bunga Bank	1.350.906,00	-	1.350.906,00
	Pendapatan Bunga Deposito	4.458.334,00	-	4.458.334,00
	Jumlah Pendapatan	76.212.432,50	62.494.500,00	138.706.932,50
2	BAYA-BAYA			
	Biaya Administrasi Kantor	1.345.000,00	888.800,00	2.233.800,00
	Biaya RKT	6.245.500	-	6.245.500,00
	Biaya Administrasi Bank	78.000,00	-	78.000,00
	Prjak Bunga Bank	1.161.848,00	-	1.161.848,00
	Sumbangan/ Persembeluan	3.908.500,00	-	3.908.500,00
	Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	1.606.343,00	-	1.606.343,00
	Biaya Rapat Pengurus	1.636.700,00	37.500,00	1.674.200,00
	Biaya Pertoperasian	-	-	-
	Biaya Operasional Lain	11.800,00	-	11.800,00
	Marga Pokok Penjualan	-	49.973.295,50	49.973.295,50
	Transport pengaliran toko	-	-	-
	Biaya Transportasi	-	6.158.000,00	6.158.000,00
	Pajak PPH ps 25	5.396.945,00	-	5.396.945,00
3	Jumlah Biaya	21.881.687,00	57.885.595,50	79.767.282,50
	LABA USAMA	54.330.745,50	5.608.904,50	59.939.650,00

Kedua 1



Bendahara 1

Dini Oktavia T.E

KUPIN
University

Lampiran 5 : *Guidelines* Pembuatan Konten Di Media Sosial



University

Lampiran 6 : Kegiatan *Focus Grup Discussion* “Young People Make Great Cooperatives”



Lampiran 7 : Dokumentasi Penelitian

