



## **Analisis Pengembangan Digitalisasi Koperasi Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota**

**Dadan Hamdani**

Universitas Koperasi Indonesia

[dadanhati1924@gmail.com](mailto:dadanhati1924@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia merupakan koperasi primer yang termasuk dalam jenis koperasi produsen dan memiliki 3 unit, yaitu: unit simpan pinjam, unit perdagangan kedelai, dan unit perdagangan non-kedelai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan digitalisasi koperasi dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan mendeskripsikan masing-masing variabel terikat melalui pengumpulan data dengan kuesioner dan studi kepustakaan. Anggota KOPTI Kota Bandung menanggapi digitalisasi dengan positif dan menyambut baik kebijakan digitalisasi dengan cara berpartisipasi dalam setiap kegiatan yang dilakukan koperasi dan selalu mengikuti informasi yang tersebar. Kebijakan ini merupakan sebuah keuntungan tersendiri untuk koperasi karena apabila hal tersebut direalisasikan, maka peluang koperasi untuk bersaing dengan badan usaha lain dan melebarkan jangkauannya akan semakin terbuka lebar. Dengan begitu, upaya koperasi dalam meningkatkan partisipasi anggota akan semakin nyata untuk diwujudkan.

**Keywords:** *Member Participation, Cooperative Digitization, Cooperative*

### **ABSTRACT**

*The Indonesian Tempe and Tofu Producers Cooperative is a primary cooperative belonging to the type of producer cooperative and has 3 units, namely: a savings and loan unit, a soybean trading unit, and a non-soybean trading unit. This study aims to determine the development of cooperative digitalization to increase member participation. The method used in this research is a case study method by describing each related variable through data collection with questionnaires and literature study. Members of The Indonesian Tempe and Tofu Producers Cooperative responded positively to digitization and welcomed the digitization policy by participating in every activity carried out by the cooperative and always following the information that was spread. This policy is a distinct advantage for cooperatives because if it is realized, the opportunities for cooperatives to compete with other business entities and expand their reach will be more wide open. That way, cooperative efforts to increase member participation will be more real to be realized.*

**Keywords:** *Member Participation, Cooperative Digitization, Cooperative*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Era revolusi industri 4.0 merupakan perkembangan teknologi baru yang ada pada saat ini membuat dunia fisik, digital dan biologis, di mana terdapat perubahan cara hidup kerja manusia secara mendasar. Revolusi industri 4.0 adalah upaya transformasi menuju perbaikan dengan mengutamakan dunia online dan sektor produksi di industri, dimana semua proses produksi berjalan menggunakan internet sebagai penunjang utama. Revolusi industri 4.0 berdampak pada perekonomian, di mana sektor-sektor membuka peluang untuk digitalisasi di bidang kewirausahaan dan UMKM tumbuh pesat, sehingga memberikan dampak pada kewirausahaan demi kemandirian ekonomi.

Para pelaku bisnis beradaptasi dengan beralih dari aktivitas usaha offline ke usaha online, berbagai aktivitas konvensional perlu beralih ke aktivitas berdasarkan teknologi internet. Di sisi lain, era revolusi industri berbasis teknologi 4.0 membuka peluang bagi seluruh pelaku usaha untuk bertumbuh dan berkembang atau sebaliknya menjadi ancaman bagi mereka yang tidak segera bertransformasi dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi. Masyarakat juga mulai terbiasa melakukan transaksi keuangan secara digital baik melalui mobile banking, internet banking dan *financial technology* (fintech), yang menunjukkan bahwa masyarakat telah siap beradaptasi dan mentransformasikan aktivitasnya secara digital di berbagai aspek kehidupan, khususnya aspek ekonomi dan keuangan.

Digitalisasi adalah usaha mengubah benda fisik menjadi digital. Dokumen koperasi yang semula berbentuk kertas diubah menjadi salinan elektronik yang disimpan secara online sehingga koperasi tidak membutuhkan rak penyimpanan dokumen. Jadi definisi digitalisasi koperasi adalah upaya untuk mengubah manajemen koperasi menjadi digital. Perkembangan digitalisasi koperasi mampu membuat koperasi bergerak dinamis dan mampu mempercepat pergerakan bisnis koperasi.

Digitalisasi pada koperasi mampu memberikan dampak penting pada efektifitas dan efisiensi, serta menaikkan daya saing karena digitalisasi memberikan kemudahan dalam menjalankan aktivitas anggota dan kepengurusan koperasi. Hal ini sangat diperlukan sebagai sarana dalam persaingan bisnis yang dilakukan koperasi. Dengan menggunakan teknologi yang ada, masalah jarak dan dana operasional menjadi bukan masalah bagi koperasi. Digitalisasi dapat memenuhi kebutuhan informasi dalam suatu organisasi dengan sangat cepat, tepat waktu, relevan, dan akurat (Wilkinson dan Cerullo, 1997). Sehingga pendapatan yang diterima oleh koperasi dapat lebih maksimal dengan adanya perkembangan teknologi.

Hal demikian juga dialami oleh Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia Kota Bandung. Kesuksesan koperasi mampu ditunjukkan dengan terikatnya kerjasama pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan antara pengurus, pengawas, karyawan, serta anggota didalamnya. Oleh dari itu koperasi memerlukan sistem manajemen yang baik dalam pengelolaannya, salah satunya untuk memenuhi kebutuhan anggotanya yaitu dengan meningkatnya penjualan terutama di bidang perdagangan kedelai. Pengembangan digitalisasi yang didukung oleh karyawan yang ahli pada bidangnya akan mempercepat koperasi untuk bergerak secara fleksibel dan dinamis. Hal ini meningkatkan layanan kepada anggota, menghubungkan produsen dan pembeli melalui pengembangan teknologi, dan memfasilitasi pengoperasian bisnis koperasi.

Penelitian ini difokuskan pada KOPTI karena memiliki beberapa rancangan program kerja yang lebih ditekankan untuk membuat inovasi dalam pengembangan model usaha yang ada pada koperasi, khususnya pada unit perdagangan kedelai. Adanya digitalisasi dinilai

merupakan sebuah pemecahan masalah dalam menghadapi persaingan usaha dengan pihak penjual lain yang lebih modern pada era saat ini. Melalui digitalisasi, pemasaran dan penjualan yang dilakukan tidak akan berputar pada anggota saja, namun masyarakat diluar anggota bisa mengetahui produk kedelai yang ditawarkan koperasi. Pemasaran yang dilakukan era saat ini cukup fleksibel sehingga koperasi hanya perlu memasarkan kedelai melalui aplikasi *marketplace* atau *pasar online*. Kedepannya hal ini dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan koperasi. Koperasi dalam hal ini harus berusaha melakukan kegiatan-kegiatan yang mampu menjadi badan usaha yang aktif terutama dalam mensejahterakan anggota. Dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan partisipasi anggota.

KOPTI Kota Bandung memiliki anggota cukup banyak tetapi dengan anggota pasif yang cukup banyak juga, hal ini dapat memberikan dampak besar dalam pelaksanaan unit usaha KOPTI baik dalam perdagangan kedelai, perdagangan non-kedelai, dan simpan pinjam. Belum adanya digitalisasi membuat partisipasi anggota pasif tinggi. Oleh karena itu pelaksanaan partisipasi anggota perlu ditingkatkan lagi dengan memberikan rangsangan berupa inovasi kepada anggota agar anggota tidak aktif untuk kembali berpartisipasi dan berkontribusi dalam koperasi.

KOPTI Kota Bandung saat ini sudah melaksanakan digitalisasi namun baru sebatas media informasi. Berdasarkan data yang ada, KOPTI Kota Bandung memiliki sistem akuntansi yang sudah digital serta memiliki media informasi secara online berupa website blog dan media sosial *Instagram*. Tujuan dibuatnya media sosial ini sebagai sarana informasi dari koperasi kepada anggota dan masyarakat. Namun untuk konten yang ada pada media tersebut bisa dikatakan tidak adanya pembaharuan.

Dalam program kerja yang akan dilakukan KOPTI Kota Bandung di masa mendatang disebutkan bahwa KOPTI akan membangun jaringan usaha (*networking*) yang luas melalui aplikasi yang dimiliki untuk kepentingan promosi usaha KOPTI, penyebaran informasi koperasi, meningkatkan partisipasi anggota dalam bertransaksi dan menjaga kehidupan eksistensi koperasi yang harus mengikuti perkembangan-perkembangan yang ada. .

Dengan adanya aplikasi, KOPTI bisa mengembangkan sektor usahanya menjadi berbasis *online*. Lewat aplikasi digital pada koperasi, bukan tak mungkin jika kedepannya KOPTI Kota Bandung mampu menjual produknya lebih luas lagi di pasar bebas. Dengan hanya bermodalkan *smartphone*, anggota koperasi bisa lebih efektif dan efisien dalam berpartisipasi di setiap kegiatan koperasi. Pelayanan dari KOPTI kepada anggota menjadi mudah dan lebih *up to date*. Pencarian informasi mudah didapat sehingga anggota dapat melaksanakan partisipasinya secara efektif dan efisien. Anggota juga dapat lebih fleksibel dalam bertransaksi, koperasi hanya perlu menyediakan sarana pembayaran secara *online*, anggota hanya perlu membayar melalui pembayaran online seperti *M-Banking*, dompet digital (*Shopeepay*, Dana, *Gopay*) sehingga anggota tidak perlu datang langsung secara tatap muka dengan pengurus koperasi. Dengan adanya aplikasi diharapkan koperasi mampu mempertahankan eksistensinya, memudahkan dalam memberikan informasi dan berkomunikasi juga dapat menambah partisipasi aktif dari para anggota. Tidak hanya partisipasi anggota yang naik, tetapi perdagangan kedelai juga meningkat. Tantangan baru yang dihadapi KOPTI Kota Bandung tidak hanya mengubah proses bisnis dengan memanfaatkan perkembangan teknologi digital, namun juga merupakan dorongan untuk menghadirkan visi baru di tengah perubahan sosial dan ekonomi yang sangat dinamis. Hal ini menjadi tantangan sekaligus angin harapan bagi KOPTI Kota Bandung demi melaksanakan kesejahteraan anggotanya.

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana keadaan partisipasi anggota saat ini?
2. Bagaimana pengembangan digitalisasi oleh koperasi?
3. Upaya manajerial apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan partisipasi melalui digital kepada anggota?

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **Digitalisasi**

Menurut Potter (2005:22), digitalisasi adalah ketertarikan, sikap, dan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, membuat dan berkomunikasi dengan orang lain agar dapat berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat.

Menurut David Baum (1999:36-44), digitalisasi merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

Berdasarkan pengertian diatas dapat diartikan bahwa digitalisasi adalah suatu upaya mengembangkan suatu sistem kerja terdahulu dengan cara mengembangkan dan mengubah kebiasaan dengan memanfaatkan sebuah teknologi sehingga cara kerja menjadi efektif dan efisien.

Koperasi dengan kegiatan sosial ekonomi tidak terlepas dari peran digitalisasi. Untuk mengatasi kelemahan koperasi dalam kesulitan pemasaran, kendala finansial, keterbatasan sumber daya manusia, keterbatasan bahan baku dan keterbatasan teknologi, maka koperasi harus melakukan usaha koperasi dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi atau koperasi yang dikelola dengan menggunakan teknologi digital (Warsiati, Sudartono, & Dewi, 2020).

Beberapa keuntungan dari digitalisasi bisnis menurut Onno W. Purbo (2001:3) adalah sebagai berikut :

1. *Revenue Stream* (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan, yang tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional.
2. Dapat meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar).
3. Menurunkan biaya operasional (*operating cost*).
4. Melebarkan jangkauan (*global reach*).
5. Meningkatkan customer loyalty.
6. Meningkatkan supplier management.
7. Mengefektifkan waktu
8. Meningkatkan *value chain* (mata rantai pendapatan).

## **Partisipasi**

Pendekatan dalam anggota koperasi adalah keikutsertaan anggota sesuai dengan fungsi anggotanya, yaitu anggota sebagai pemilik dan juga sebagai pelanggan (Ramudi Ariffin, 2013:149).

Sedangkan menurut Herman Soewandi (1998:5) yang dikutip oleh Dyki Mintarja (1999:11) mengatakan bahwa partisipasi yang ideal adalah partisipasi dalam koperasi dapat dirumuskan sebagai keikutsertaan anggota secara keseluruhan dalam pengambilan keputusan, penetapan kebijakan mengenai arah dan langkah usaha, dalam pengawasan jalannya usaha dalam pemanfaatan dan dalam menikmati sisa hasil usaha (SHU).

### **1. Partisipasi Anggota Sebagai Pemilik**

Hanel (Ariffin, 2013:153) mengemukakan anggota sebagai pemilik mempunyai kewajiban sebagai berikut:

- 1) Merumuskan tujuan koperasi agar sesuai dengan yang diinginkan oleh anggota.
- 2) Menetapkan program kerja koperasi sebagai wujud langkah-langkah yang akan diambil koperasi, sesuai dengan tujuan yang telah dirumuskan.
- 3) Memodali dan membiayai koperasi agar program yang telah ditetapkan dapat dilaksanakan oleh pengurus koperasi.
- 4) Memantau dan mengendalikan jalannya koperasi agar senantiasa berjalan menurut jalur norma, nilai, prinsip, program kerja dan keputusan-keputusan rapat anggota.

### **2. Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan**

Dalam Undang-Undang RI No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Pasal 20 Ayat 1 dan 2 mengenai hak dan kewajiban anggota bahwa anggota mempunyai kewajiban :

- 1) Mengetahui anggaran dasar dan anggaran rumah tangga serta keputusan yang telah disepakati dalam rapat anggota.
- 2) Berpartisipasi dalam kegiatan usaha yang diselenggarakan oleh koperasi.
- 3) Membina dan memelihara kebersamaan berdasarkan asas kekeluargaan.

Anggota sebagai pengguna jasa mempunyai hak sebagai berikut :

- 1) Menggunakan koperasi guna mendapatkan pelayanan yang sama antar anggota.
- 2) Memperoleh rekomendasi promosi ekonomi anggota.

## **Kerangka Berpikir**

Berdasarkan latar belakang, dijelaskan bahwa KOPTI Kota Bandung memiliki anggota pasif yang banyak. Hal ini yang mendorong KOPTI Kota Bandung untuk melakukan digitalisasi. Dengan adanya digitalisasi melalui telepon genggam dan internet, terdapat beberapa manfaat yaitu:

- 1) Penjualan semakin meningkat dengan pemasaran menggunakan sistem yang modern
- 2) Mempermudah anggota
- 3) Media informasi mudah didapat

Sehingga mempunyai dampak kepada anggota, diantaranya:

- 1) Semakin tinggi produk laku, semakin tinggi persentase partisipasi anggota aktif
- 2) Pendapatan anggota semakin banyak

3) Adanya digitalisasi membuat anggota pasif menjadi aktif

Dengan adanya dampak ini, koperasi serta anggota akan mencapai kesejahteraan bersama.

## **METODE PENELITIAN**

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini dilaksanakan selama lima bulan yaitu pada bulan Juni sampai dengan November 2022. Tempat penelitian dilakukan di Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia Kota Bandung.

### **Populasi**

Dalam penelitian ini populasinya adalah anggota Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia sebanyak 564 orang.

### **Sampel**

Dalam pengambilan sampel, peneliti mengambil metode studi kasus (*case study*), yaitu suatu penelitian deskriptif yang mempelajari secara langsung mempelajari tentang latar belakang keadaan situasi terkini dari suatu peristiwa atau kejadian. Metode studi kasus merupakan salah satu metode deskriptif yang bermaksud mencari informasi secara spesifik yang terjadi di lapangan dengan teknik pengamatan untuk memahami bagian-bagian dari kasus yang sedang diteliti. Adapun pengambilan responden yang dijadikan sampel berada di Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia Kota Bandung ini sebanyak 28 responden.

### **Identifikasi Variabel**

Untuk mendapatkan data yang diperoleh dalam penelitian ini, maka variabel yang terdapat dalam pendekatan masalah terlebih dahulu di operasionalisasikan untuk memilih sub variabel dan indikator dari variabel penelitian. Dalam penelitian ini variabel-variabel tersebut sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (X)

Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah Pengembangan Digitalisasi Koperasi.

2. Variabel Terikat (Y)

Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah:

- 1) Partisipasi Anggota,
- 2) Upaya Untuk Meningkatkan Partisipasi Anggota.

### **Definisi Operasional Variabel**

1. Pengembangan Digitalisasi Koperasi ( $X_1$ )

Menurut Pendit (2007:241) dalam proses digitalisasi pada koperasi maka diperlukan sebuah penyesuaian terhadap aspek-aspek yang menjadi penunjangnya, sehingga dalam prosesnya itu dapat lebih didorong ke arah perubahan yang cepat dan akurat.

Indikator pengembangan digitalisasi koperasi antara lain:

- 1)  $X_{1,1}$  *Revenue Steam* (Aliran Pendapatan).
- 2)  $X_{1,2}$  Meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar).
- 3)  $X_{1,3}$  Menurunkan biaya operasional (*operating cost*).

- 4)  $X_{1,4}$  Melebarkan jangkauan (*global reach*).
- 5)  $X_{1,5}$  Meningkatkan customer loyalty.
- 6)  $X_{1,6}$  Meningkatkan supplier management.
- 7)  $X_{1,7}$  Mengefektifkan waktu.
- 8)  $X_{1,8}$  Meningkatkan *value chain* (mata rantai pendapatan).

## 2. Partisipasi Anggota ( $Y_1$ )

Menurut Rusidi (1992:14) partisipasi adalah keikutsertaan seseorang dalam suatu kegiatan yang diadakan oleh pihak lain (kelompok, asosiasi, organisasi pemerintahan dan sebagainya) dimana keikutsertaannya dinyatakan atau diwujudkan dalam bentuk pencurahan pikiran, pencurahan material (dana) dan pencurahan tenaga sesuai harapan kegiatan itu.

Indikator partisipasi anggota antara lain:

- 1)  $Y_{1,1}$  Keikutsertaan anggota.
- 2)  $Y_{1,2}$  Memodali dan membiayai koperasi melalui simpanan anggota.
- 3)  $Y_{1,3}$  Kontribusi saran.
- 4)  $Y_{1,4}$  Frekuensi pembelian.
- 5)  $Y_{1,5}$  Kuantitas yang dibeli.

## 3. Upaya Untuk Meningkatkan Partisipasi Anggota ( $Y_2$ )

Akan diuraikan berdasarkan hasil rumusan masalah dari no 1, 2, dan 3.

### Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer, yaitu sumber data yang memberikan data kepada peneliti. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh melalui wawancara kepada narasumber terkait bahasan penelitian, yaitu Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui dokumen dan sumber informasi lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan mendukung topik bahasan. Data sekunder pada penelitian ini berupa Analisis pengembangan digitalisasi koperasi dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota.

### Metode Pengumpulan Data

1. Survei Kuesioner
2. Wawancara
3. Observasi

### Analisis Data

1. Untuk menjawab analisis masalah yang pertama yaitu Bagaimana keadaan partisipasi anggota pada saat ini, maka dilakukan analisis secara deskriptif berdasarkan penilaian anggota dengan menggunakan metode skoring. Dimana jawaban responden akan dikelompokkan ke dalam 5 klasifikasi yaitu: sangat setuju, setuju, cukup setuju, kurang setuju, tidak setuju.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1 Rekapitulasi Pengembangan Digitalisasi Oleh Koperasi**

No	Unsur Pelaksanaan	Skor	Kriteria
1	<i>Revenue Stream</i> (Aliran Pendapatan)	131	Sangat Setuju
2	Meningkatkan <i>Market Exposure</i> (Pangsa Pasar)	129	Sangat Setuju
3	Menurunkan Biaya Operasional ( <i>Operational Cost</i> )	126	Sangat Setuju
4	Melebarkan Jangkauan ( <i>Global Reach</i> )	55	Kurang Setuju
5	Meningkatkan <i>Customer Loyalty</i>	126	Sangat Setuju
6	Meningkatkan <i>Supplier Management</i>	118	Setuju
7	Mengefektifkan waktu	119	Setuju
8	Meningkatkan <i>Value Chain</i> (Mata Rantai Pendapatan)	126	Sangat Setuju
Jumlah		930	Setuju

Berdasarkan tabel rekapitulasi, respon anggota KOPTI Kota Bandung terhadap Pengembangan Digitalisasi Koperasi yang terdiri dari 8 indikator, bisa disimpulkan jika anggota sangat antusias dan positif terhadap adanya digitalisasi koperasi dengan jumlah 862 yang dikategorikan baik.

Beberapa tanggapan dari anggota dan pengurus di atas dapat diketahui bahwa mereka menyambut baik kebijakan digitalisasi dengan cara berpartisipasi dalam setiap kegiatan yang dilakukan koperasi dan selalu mengikuti informasi yang tersebar. Kebijakan ini merupakan sebuah keuntungan tersendiri untuk koperasi karena apabila hal tersebut direalisasikan, maka peluang koperasi untuk bersaing dengan badan usaha lain dan melebarkan jangkauannya akan semakin terbuka lebar. Dengan begitu, upaya koperasi dalam meningkatkan partisipasi anggota akan semakin nyata untuk diwujudkan.

### 1. Anggota Sebagai Pemilik

**Tabel 2 Rekapitulasi Keadaan Partisipasi Anggota Sebagai Pemilik Pada Saat Ini**

No	Unsur Pelaksanaan	Skor	Kriteria
1	Keikutsertaan Anggota	128	Sangat Baik
2	Memodali dan Membiayai Koperasi Melalui Simpanan Anggota	103	Baik
3	Kontribusi Saran	123	Sangat Baik
Jumlah		354	Sangat Baik

Pada tabel rekapitulasi keadaan partisipasi anggota sebagai pemilik pada saat ini yang terdiri dari 3 indikator, dapat disimpulkan bahwa partisipasi anggota Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia dengan jumlah 354 dikategorikan sangat baik.



## 2. Anggota Sebagai Pelanggan

**Tabel 3 Frekuensi Pembelian Yang Dilakukan Anggota Dalam Sebulan**

Jumlah (Orang)	Sangat Sering	Sering	Cukup Sering	Jarang	Tidak Pernah
7	✓				
13		✓			
8			✓		

Pada tabel diatas bisa disimpulkan jika pembelian kedelai oleh anggota, 7 orang menjawab sangat sering dengan rata-rata melakukan pembelian setiap hari. Hal ini dikarenakan anggota menyadari pentingnya ikut berpartisipasi pada unit yang disediakan koperasi untuk tujuan memajukan perkembangan koperasi itu sendiri dan kebutuhan untuk memproduksi. Kemudian 13 orang menjawab sering dengan rata-rata melakukan pembelian 3 hari sekali dalam satu bulan karena kebutuhan produksi. Sebanyak 8 orang menjawab cukup sering yaitu dengan rata-rata melakukan pembelian hanya seminggu sekali dalam satu bulan karena tidak terlalu banyak produksi.

**Tabel 4 Kuantitas Pembelian Anggota Dalam Sebulan**

Jumlah (Orang)	Sangat Banyak	Banyak	Cukup Banyak	Sedikit	Sangat Sedikit
9	1275 Kg				
12		2145 Kg			
7			1965 Kg		

Berdasarkan tabel diatas jika kuantitas pembelian anggota, 9 orang menjawab sangat banyak dengan rata-rata membeli 212,5 Kg dalam sehari, hal ini dikarenakan banyaknya produksi setiap harinya. Kemudian 12 orang menjawab banyak dengan rata-rata membeli 268 Kg dalam 3 hari. 7 orang menjawab cukup banyak dengan rata-rata membeli 393 Kg dalam seminggu karena produksi yang sedikit.

### Anggota Tidak Aktif

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pengurus KOPTI Kota Bandung, diperoleh penjelasan bahwa partisipasi anggota tidak aktif dikarenakan anggota tidak melakukan dan tidak menjalankan kewajibannya sebagai pemilik atau pelanggan. Ada beberapa faktor yang menyebabkan anggota KOPTI yang pasif berpartisipasi antara lain:

#### 1. Meninggal dan tidak ada penerus

Mayoritas anggota KOPTI dengan lanjut usia dan yang meninggal, sehingga keluarga yang bersangkutan tidak meneruskan statusnya menjadi anggota KOPTI Kota Bandung.

#### 2. Rasa kepemilikan yang rendah terhadap koperasi

Dari tahun 2006 KOPTI Kota Bandung tidak memperoleh subsidi kedelai dari pemerintah, sehingga KOPTI harus bersaing harga di pasar. Sehingga pada tahun itu KOPTI Kota Bandung mengalami penurunan anggota secara drastis. KOPTI harus mencari kedelai dari pihak lain dan menjualnya ke pasar bebas. Hal ini membuat KOPTI harus bersaing dengan

kedelai lain serta menjualnya dengan harga yang murah.

Sejak saat itu anggota KOPTI sebagian besar memilih untuk membeli kedelai dari pihak lain yang menjual kedelai lebih murah serta kualitas kedelai yang tidak jauh berbeda dari yang ditawarkan oleh KOPTI. Hal ini berarti membuat anggota KOPTI melepaskan kewajibannya sebagai pelanggan karena tidak lagi menjadi konsumen KOPTI Kota Bandung. Alasan lain anggota memilih untuk membeli dari non koperasi yakni karena anggota telah terikat dan berhutang kepada penjual lain sehingga anggota diharuskan membeli dari pihak luar. Faktor lain yang menyebabkan anggota membeli dari luar dikarenakan jarak tempuh yang jauh, sehingga anggota memilih untuk membeli bahan baku dari luar.

Permasalahan selanjutnya adalah modal yang terbatas sehingga menyebabkan anggota tidak aktif dan memilih untuk meminjam dana melalui bank karena selain persyaratan yang cukup berat, jumlah pinjaman modal yang diberikan terbatas

### **3. Berhenti produksi dan berpindah profesi**

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus koperasi, sekitar 2-5% anggota yang berhenti berproduksi dan berpindah profesi. Hal ini mengindikasikan jika tidak ada kesesuaian antara pelayanan dan keinginan anggota yang menyebabkan anggota lebih memilih untuk berhenti produksi dan berpindah profesi.

### **4. Belum adanya inovasi berupa digital dari koperasi**

Saat ini KOPTI Kota Bandung belum bertransformasi menjadi koperasi digital sepenuhnya. KOPTI Kota Bandung baru memanfaatkan sosial media sebagai media informasi dan memiliki sistem akuntansi yang sudah digital. Belum adanya sistem yang canggih membuat anggota kurang terangsang dalam partisipasi terhadap koperasi yang masih menerapkan sistem manual. Anggota koperasi mempunyai harapan untuk masa yang akan datang jika koperasi akan segera memanfaatkan platform internet dan aplikasi dalam penggunaan aktivitasnya.

#### **Upaya Untuk Meningkatkan Partisipasi Anggota**

Upaya digitalisasi KOPTI Kota Bandung terdapat aspek yang dapat menunjang pelaksanaannya, yang terdapat pada tenaga ahli dan pemerataan ilmu teknologi.

Untuk tenaga ahli yang dimaksud adalah pengelola yang mampu memberikan pengaruh penting dalam pengembangan dan menjaga stabilitas sistem yang akan dijalankan manajerial koperasi. Lalu untuk mendukung adanya seorang tenaga ahli tersebut perlu adanya seseorang yang mampu berperan sebagai inisiator dan eksekutor untuk mengoptimalkan digitalisasi.

Kemudian terdapat pemerataan ilmu teknologi, yaitu upaya yang sudah dilakukan koperasi untuk memberikan pemahaman mengenai digitalisasi kepada seluruh sumber daya manusia yang ada pada koperasi yang meliputi karyawan dan anggota. Di Dalam pemerataan ilmu teknologi, terdapat mentor dan pelaksanaan. Mentor diperlukan untuk mendampingi dan mengarahkan. Sedangkan pelaksanaan adalah bentuk aksi dari keterlibatan orang-orang dalam proses pemerataan teknologi tersebut.

Berdasarkan penelitian ini, maka hasil yang didapat yaitu KOPTI Kota Bandung telah berupaya untuk melakukan digitalisasi dalam sistem pengelolaannya dalam upaya meningkatkan kembali partisipasi anggota. Mulai dari pemberian informasi, pengolahan data hingga pengarsipan data. Tetapi dalam prosesnya sendiri masih berjalan kurang efektif karena sistem teknologi digital ini belum memaksimalkan penggunaan internet dan

software seperti aplikasi yang lebih mempermudah proses manajerialnya. Sehingga informasi yang diterima dan disalurkan masih kurang optimal.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

1. Partisipasi anggota menunjukkan bahwa anggota aktif telah berperan dalam pengendalian saat rapat anggota, memodali dan membiayai koperasi melalui simpanan pokok/simpanan wajib, aktif dalam memberikan kontribusi saran kepada koperasi dalam rapat anggota, adanya frekuensi pembelian, intensitas pembelian dan kuantitas pembelian. Namun KOPTI Kota Bandung masih perlu mengatasi anggota pasif yang jumlahnya cukup banyak. Digitalisasi diperlukan untuk merangsang dan meningkatkan partisipasi anggota, jika anggota aktif meningkat maka pembelian pun akan meningkat.

2. Anggota KOPTI Kota Bandung menanggapi digitalisasi dengan positif dan menyambut baik kebijakan digitalisasi dengan cara berpartisipasi dalam setiap kegiatan yang dilakukan koperasi dan selalu mengikuti informasi yang tersebar. Kebijakan ini merupakan sebuah keuntungan tersendiri untuk koperasi karena apabila hal tersebut direalisasikan, maka peluang koperasi untuk bersaing dengan badan usaha lain dan melebarkan jangkauannya akan semakin terbuka lebar. Dengan begitu, upaya koperasi dalam meningkatkan partisipasi anggota akan semakin nyata untuk diwujudkan.

3. Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia telah berupaya untuk melakukan digitalisasi dalam sistem pengelolannya. Mulai dari pemberian informasi, pengolahan dan pengarsipan data. Tetapi dalam prosesnya sendiri masih berjalan kurang efektif karena sistem teknologi digital ini belum memaksimalkan penggunaan internet dan software seperti aplikasi yang lebih mempermudah proses manajerialnya. Sehingga informasi yang diterima dan disalurkan masih kurang optimal.

### **Saran**

#### **Saran Praktis**

1. Pengurus dan anggota harus menjalin komunikasi dan meningkatkan pelayanan dengan mempertimbangkan kritik dan saran anggota agar bisa membangun rasa kepemilikan dan meningkatkan partisipasi anggota terhadap Koperasi Tempe Tahu Indonesia Kota Bandung.

2. Sebaiknya Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia Kota Bandung mempercepat proses sistem informasi digital yang ada, sehingga pengembangannya bisa berjalan maksimal dan akan berpengaruh baik pada peningkatan kesejahteraan pada anggotanya.

3. Koperasi sebaiknya memperhatikan kemampuan pengurus yang ahli dalam mengoperasikan sistem teknologi digital guna mendukung proses digitalisasi yang segera terwujud. Koperasi juga sebaiknya memberikan edukasi atau sosialisasi terhadap anggota mengenai digitalisasi untuk mempercepat proses digitalisasi tersebut.

## Saran Akademis

### 1. Bagi Perkembangan Ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dan menambah informasi bagi perkembangan digitalisasi koperasi khususnya dalam mengatasi partisipasi anggota melalui digitalisasi serta memperhatikan variabel-variabel lain agar dapat memperkuat teori yang ada.

### 2. Bagi Peneliti Lain

Karena adanya keterbatasan sampel/data, penulis menyarankan bagi peneliti lain yang akan meneliti di bidang yang sama agar menambah jumlah responden dan memperluas area survey agar hasil penelitian lebih maksimal. Selain itu, menambah sumber referensi teori untuk memperkuat penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- David Baum. 1999. *E-Commerce*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia*. 2019. Jakarta.
- Laporan Pertanggungjawaban dan Pengurus Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia Periode 2017-2021. Bandung.
- Pandji Anoraga. 2009. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pendit, Putu Laxman. 2007. *Perpustakaan Digital: Perspektif Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia*. Jakarta.
- Purbo, Onno W. Dan Aang Arif Wahyudi. 2001. *Mengenal E-Commerce*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- RM. Ramudi Arifin. 2003. *Ekonomi Koperasi*. Sumedang: Ikopin Press.
- Rusidi. 1992. *Upaya Peningkatan Dinamika KUD Secara Integral Di Jawa Barat*. Bandung: UPT Kopma.
- Sartika, Tiktik. 2004. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke-1. Bandung:Alfabeta.
- Turban, Rainer, Potter. 2005. *Introduction to Information Technology*, 3rd edition, Salemba Infotek.
- Warsiati, W., Sudartono, T., & Dewi, R. 2020. *Peranan Koperasi Sebagai Bentuk Implementasi Ekonomi Pancasila Di Era Digital*. *Empowerment in the Community*, 1(1), 32-36.
- Wilkinson, Joseph W. Dan Michael J. Cerullo. 1997. *Accounting Information System*. 3th Edition. (Diterjemahkan oleh Agus Maulana). Binarupa Aksara. Jakarta.