



Peluang Dan Tantangan Perencanaan Pembentukan Koperasi Mitra Gojek di Era Milenial

Nurhayat Indra^{1)*}, Mardiyah Tusholihah²⁾, Ajeng Setianingsih³⁾, Desi Lusiana⁴⁾

Program Studi Akuntansi
Institut Manajemen Koperasi Indonesia
MardiyahTusholihah09@gmail.com

Info Artikel :

Diterima : 13 November 2019 Disetujui : 19 Desember 2019 Dipublikasikan : 31 Januari 2020

ABSTRAK

Kata Kunci :
Peluang dan tantangan, koperasi, generasi milenial

Karya tulis ilmiah ini berjudul Peluang dan Tantangan Pembentukan Koperasi Mitra Gojek Di Era Milenial. Penulisan karya tulis ini membahas tentang kondisi koperasi saat ini dan pertumbuhan generasi milenial yang sangat pesat, serta peluang dan tantangan pembentukan koperasi di era milenial. Karya tulis ilmiah ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana data yang didapat berasal dari hasil observasi, penyebaran kuisioner kepada pihak-pihak yang terkait, membaca dan mempelajari literatur yang ada, serta browsing ke berbagai website untuk mndapatkan informasi yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Karya tulis ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana untuk mengetahui kondisi koperasi di wilayah jawa barat, untuk mengetahui respon mitra gojek dalam menyikapi koperasi gojek, untuk cara pembentukan koperasi mitra gojek, untuk mengetahui peluang dan tantangan dalam perencanaan pembentukan koperasi mitra gojek.

ABSTRACT

Keywords :
Opportunities and challenges, cooperatives, millennial generation

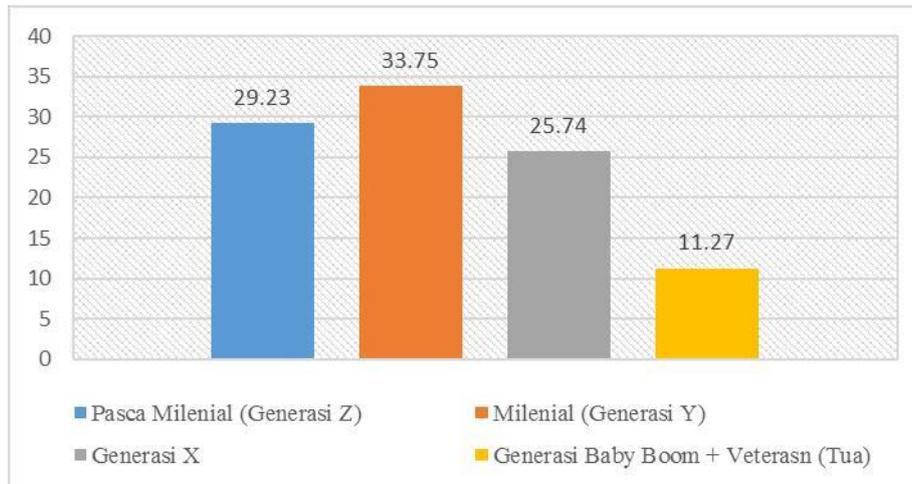
This scientific paper is entitled Opportunities and Challenges for the Establishment of Gojek Partner Cooperatives in the Millennial Era. The writing of this paper discusses the current condition of cooperatives and the very rapid growth of millennial generation, as well as the opportunities and challenges of forming cooperatives in the millennial era. This scientific paper uses qualitative research methods, where the data obtained comes from observations, distributing questionnaires to related parties, reading and studying the existing literature, and browsing to various websites to get information in accordance with the research conducted. This scientific paper aims to find out how to find out the condition of cooperatives in the West Java region, to find out the response of Gojek partners in responding to Gojek cooperatives, to how to form a Gojek partner cooperatives, to find out opportunities and challenges in planning the establishment of Gojek partner cooperatives.

Latar Belakang

Indonesia sedang memasuki era proses perubahan yang luar biasa cepat. Dimana teknologi informasi menjadi motor penggerak perubahan. Percepatan perubahan dialami oleh semua sektor kehidupan. Pola, model, dan strategi menjalankan organisasi dan bisnis berubah. Pakar teknologi informasi menyebut saat ini zaman milenial yang ditandai kebangkitan baru kelompok pemuda terpelajar perkotaan yang mempunyai kecenderungan pemenuhan kebutuhan serba cepat, mudah, murah, dan nyaman. Sistem pemenuhan kebutuhan barang, jasa dan informasi kaum milenial berbasis pada genggam android ditangannya. Informasi dan data menjadi barang mahal yang diburu oleh semua orang. Kecenderungan dan motif setiap manusia dapat dilihat di media sosial. Pergeseran media sosial sebagai alat silaturahmi menjadi media iklan yang efektif untuk membentuk opini dan trend setter sebuah produk atau isu. Bahkan media sosial menjadi alat pergerakan vertikal seseorang dari tiada siapa - siapa menjadi siapa yang viral yang mendatangkan fasilitas materi yang kadang tidak sedikit. Hal ini terlihat dari generasi milenial lebih dominan dibanding generasi sebelumnya.

Generasi milenial adalah mereka yang lahir pada kurun waktu 1980-2000an yang tumbuh besar saat era digital mulai berkembang. Generasi milenial memiliki karakteristik yang kreatif, inovatif, dan melek teknologi akan menjadikan produk dan jasa sebagai gaya hidup yang merupakan katalisator berharga bagi pengembangan ekonomi. Survei menyebutkan bahwa jumlah penduduk generasi milenial dominan dibandingkan generasi lainnya. Menurut Susenas 2017, jumlah generasi milenial mencapai sekitar 88 juta jiwa atau 33,75 persen dari total penduduk Indonesia. Proporsi tersebut lebih besar dari proporsi generasi sebelumnya seperti generasi x yang (25,74 persen) maupun generasi baby boom+ veteran (11,27 persen). Demikian juga dengan jumlah generasi z baru mencapai sekitar 29,23 persen.

Gambar 1. Komposisi Penduduk Menurut Generasi (persen) 2017

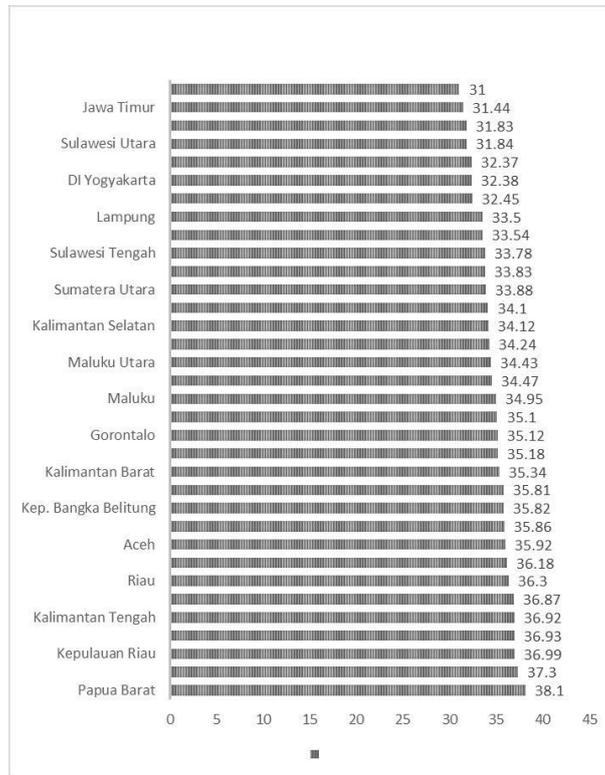


Sumber: Survey Sosial Ekonomi Nasional, (BPS)

Berdasarkan persebarannya, generasi milenial menyebar merata di seluruh provinsi di Indonesia. Jumlahnya berkisar antara 31 persen di Provinsi Jawa Tengah sampai dengan 38 persen di Papua Barat (Gambar 1.2). Meskipun secara persentase generasi milenial terbesar di Provinsi Papua Barat, namun jika diamati jumlah absolut, generasi milenial terpusat di Pulau Jawa (Gambar 1.3). Lebih dari separuh penduduk generasi milenial tinggal di Pulau Jawa, terutama di Provinsi Jawa Barat sebanyak 16,5 juta, Jawa Timur 12,3 juta, dan Jawa Tengah 10,6 juta. Di Provinsi Papua Barat secara absolut hanya 346,6 ribu generasi milenial dan paling sedikit ada Provinsi Kalimantan Utara hanya 240,4 ribu.

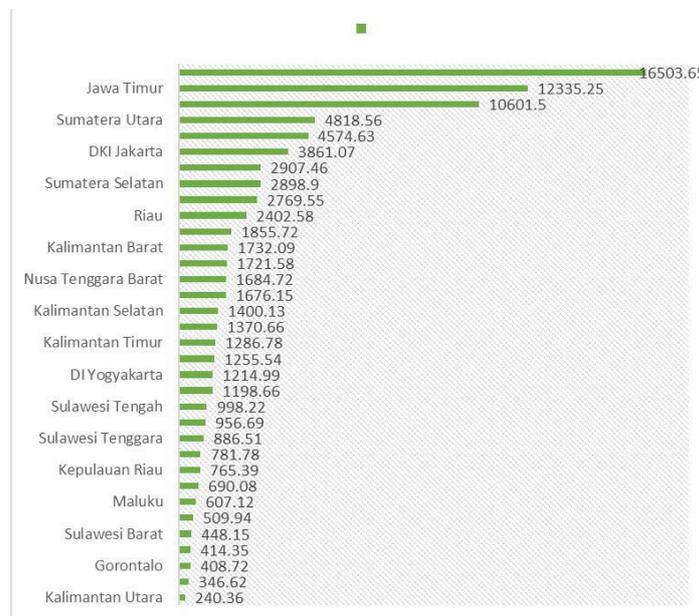
Berdasarkan riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 65 persen dari total pengguna internet Indonesia didominasi oleh pengguna di Pulau Jawa. Data persebaran pengguna internet dari APJII tersebut memberikan gambaran bahwa populasi pengguna Dalam menghadapi kemajuan teknologi yang sangat cepat dan generasi milenial yang semakin banyak, maka semua bidang usaha harus mampu untuk mengikuti perubahan yang terjadi pada pelaku ekonomi.

Gambar 2. Generasi Milenial Menurut Provinsi (persen), 2017



Sumber: Survey Sosial Ekonomi Nasional, (BPS)

Gambar 3. Jumlah Generasi Milenial Menurut Provinsi (Ribuan), 2017

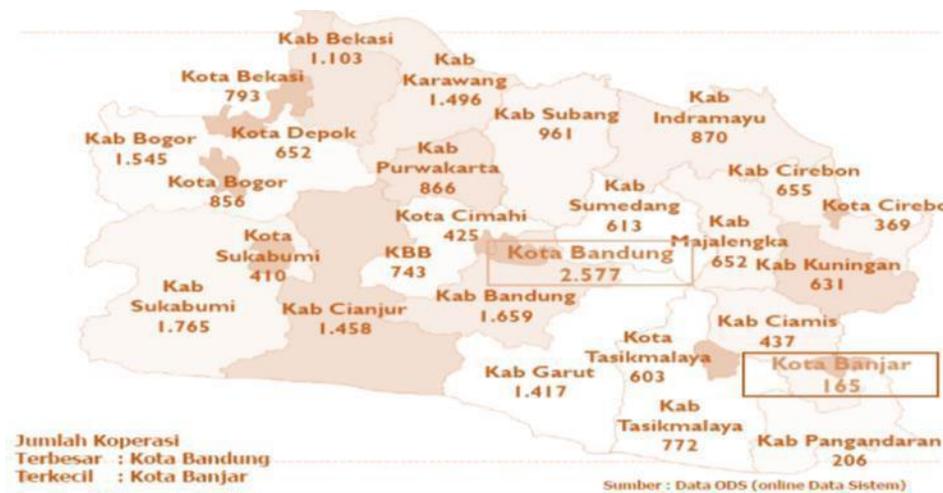


Sumber: Survey Sosial Ekonomi Nasional, (BPS)

Ekonomi Pancasila mengenal tiga pelaku ekonomi, yaitu: Koperasi, Negara, dan Swasta dengan peran masing-masing sesuai dengan Undang-Undang Dasar 1945 pasal 33. Peran pemerintah dan pelaku ekonomi sangat menentukan terwujudnya cita-cita negara untuk menciptakan masyarakat yang makmur secara berkeadilan dan berkesinambungan. Pelaku ekonomi, melalui perilaku entrepreneurial-nya yang menciptakan nilai tambah ekonomi yang menjadi sumber kekayaan sebuah negara bangsa. Tentu untuk mengikuti perubahan- perubahan yang terjadi tersebut tidak mudah. Perusahaan yang cenderung berpikiran tradisional dan tidak mengharapkan adanya perubahan akan menemui banyak kesulitan dalam menghadapi kegiatan operasionalnya.

Koperasi adalah bentuk perusahaan yang lahir di dalam kehidupan ekonomi bersama-sama dengan berbagai bentuk perusahaan lainnya. Koperasi merupakan salah satu alternatif yang dipilih di antara berbagai jenis bentuk perusahaan. Koperasi lebih merupakan asosiasi dari sekelompok individu yang dilembagakan ke dalam bentuk usaha formal. Maka koperasi lebih tepat disebut sebagai kumpulan kegiatan atau kepentingan ekonomi yang sama dari sejumlah individu yang bergabung di dalamnya. Berikut sebaran koperasi di Jawa Barat.

Gambar 4. Sebaran Koperasi di Jawa Barat



Sumber: Data ODS (online data sistem) DKUK Jabar

Di Jawa Barat perkembangan jumlah koperasi masih belum berkembang secara signifikan, tahun 2017 unit koperasi sebanyak 25.774 unit dengan jumlah koperasi aktif sebanyak 16.664 unit dan jumlah koperasi tidak aktif 9.110 unit. Sebaran koperasi di Jawa Barat masih terkonsentrasi di Kota Bandung dengan jumlah 2.577 unit dengan persentasi keaktifan sebesar 84 persen. Saat ini, koperasi justru tidak terlalu dianggap penting.

Bahkan koperasi bukan sebagai salah satu pilihan usaha yang diminati oleh generasi milenial. Survey menyebutkan bahwa 60 % generasi milenial tidak tertarik dengan koperasi, padahal sejatinya konsep koperasilah yang paling tepat untuk mendorong anak – anak muda ini menjadi milyader dimasa datang.

Melihat fenomena diatas, koperasi milenial adalah koperasi yang membutuhkan rebranding koperasi. Rebranding koperasi disini, tentu tidak harus mengubah nama ataupun logo melainkan melakukan perubahan besar untuk merangkul generasi milenial dalam menggerakan ekonomi nasional melalui koperasi. Bisa dikatakan bahwa evolusi koperasi merupakan langkah yang tepat untuk kembali mengajak dan memberikan peluang bagi generasi muda kita turut serta dalam mewujudkan sebuah sistem ekonomi masadepan yang modern. kami sebagai generasi milenial tentu menginginkan perubahan “koperasi untuk milenial” yang mendukung minat generasi muda sekarang ini. perlunya konsep dimana koperasi harus bertransformasi dalam mengemas bentuk rebranding koperasi untuk kalangan milenial agar menarik minat mereka dan mau berkecimpung membangun koperasi yang kekinian. Seperti koperasi digital, startup berbasis koperasi, dan komunitas koperasi.

Konsep yang kami angkat dalam karya tulis ilmiah ini yaitu startup berbasis koperasi yang mana startup memang menjadi primadona bisnis di Indonesia. Tak menutup kemungkinan pertumbuhannya yang sangat pesat akan mengalahkan usaha yang tidak memiliki inovasi. Begitu juga koperasi yang bisa dikatakan telah melewati masa kejayaannya. Seiring berjalannya waktu tentu ini akan menjadi boomerang bagi kemajuan koperasi di Indonesia. Pasalnya, produk yang ditawarkan startup mampu bersaing dengan pelaku koperasi. Jika koperasi hanya stagnan tanpa bergerak maju mengiringi perkembangan startup yang kian maju dengan berbagai aplikasi pendukungnya. Tentu koperasi akan tergilas dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Oleh karena itu, agar koperasi tetap eksis sebagai penggerak perekonomian di era modern yang berkembang pesat sekarang ini jawabannya adalah melakukan kerjasama dengan perusahaan startup dalam bentuk koperasi.

Koperasi tentu tidak hanya mampu mengembangkan konsep startup, tetapi juga bisa melakukan kerjasama dengan startup berkembang yang mampu mendorong kalangan milenial untuk berkontribusi dalam membangun dan menciptakan usaha baru dan mandiri salah satunya yaitu Gojek. Gojek merupakan perusahaan startup asal Indonesia yang

melayani angkutan melalui jasa ojek. Gojek yang didirikan pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem karim ini seiring waktu terus tumbuh dan berkembang sehingga banyak orang yang bergabung menjadi mitra gojek untuk dijadikan mata pencaharian, banyaknya mitra gojek menimbulkan kepentingan yang sama sehingga memunculkan peluang untuk di buat koperasi yang berbasis teknologi dan digital dimana anggota koperasi tersebut merupakan mitra gojek.

Dari faktor-faktor yang telah dibahas sebelumnya menunjukkan bahwa seiring perkembangan zaman yang mana generasi milenial semakin bertambah dan teknologi semakin berkembang, perlu mendapatkan perhatian serius untuk meningkatkan koperasi dengan cara melakukan rebranding koperasi yang bekerjasama dengan perusahaan startup berkembang yaitu gojek. Dalam melakukan rebranding koperasi tentu adanya tantangan dan peluang yang akan dihadapi oleh koperasi terutama dalam hal perencanaan pembentukan koperasi. Maka dari itu penulis melakukan penelitian yang berjudul “Peluang dan Tantangan Perencanaan Pembentukan Koperasi Mitra Gojek”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis dapat mengambil perumusan masalah masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi koperasi di wilayah Jawa Barat?
2. Bagaimana respon mitra gojek dalam menyikap perencanaan pembentukan koperasi mitra gojek?
3. Bagaimana cara pembentukan koperasi mitra gojek?
4. Bagaimana peluang dan tantangan dalam perencanaan pembentukan koperasi mitra gojek?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penulisan karya ilmiah ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kondisi koperasi di wilayah Jawa Barat
2. Untuk mengetahui respon mitra gojek dalam menyikapi perencanaan pembentukan koperasi mitra gojek
3. Untuk mengetahui cara pembentukan koperasi mitra gojek

4. Untuk mengetahui peluang dan tantangan dalam perencanaan pembentukan koperasi mitra gojek

Kajian Pustaka

Peluang dan Tantangan

Peluang berasal dari kata dasar luang. Peluang memiliki arti dalam kelas nomina atau kata benda sehingga peluang dapat menyatakan nama dari seseorang, tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan.

Tantangan berasal dari kata dasar tantang. Tantangan adalah sebuah homonim karena arti-artinya memiliki ejaan dan pelafalan yang sama tetapi maknanya berbeda. Tantangan memiliki arti dalam kelas nomina atau kata benda sehingga tantangan dapat menyatakan nama dari seseorang, tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tantangan diartikan sebagai hal atau objek yang menggugah tekad untuk meningkatkan kemampuan mengatasi masalah. Sedangkan peluang adalah ruang gerak, baik yang konkret maupun yang abstrak, yang memberikan kemungkinan bagi suatu kegiatan untuk memanfaatkannya dalam usaha mencapai tujuan.

Pengertian *Rebranding*

Menurut Muzellec dan Lambkin, *rebranding* adalah menciptakan suatu nama yang baru, istilah, simbol, desain, atau suatu kombinasi kesemuanya untuk satu *brand* yang tidak dapat dipungkiri dengan tujuan dari mengembangkan diferensiasi (baru) posisi di dalam pikiran dari *stakeholders* dan pesaing. Dengan kata lain, *rebranding* adalah strategi pemasaran dimana perusahaan membuat sebuah nama baru, *tagline*, simbol, logo, desain yang diciptakan untuk brand yang sudah dikenal dengan tujuan pengembangan, memberikan sebuah pembaruan di benak konsumen, investor, dan pesaing.

Pengertian Koperasi

Berdasarkan UU No. 25 Tahun 1992 ayat (1) tentang perkoperasian bahwa, Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas dasar kekeluargaan.

Mengingat hal diatas koperasi merupakan lembaga milik sekelompok masyarakat, yang di bangun sendiri oleh masyarakat bersangkutan, dengan maksud untuk dapat

memenuhi kebutuhan dasar ekonomi, maka koperasi harus mampu melaksanakan kegiatan yang manfaatnya dapat dirasakan oleh anggota dengan melalui penerapan nilai-nilai dan prinsip-prinsip koperasi yang secara tidak langsung mengimplementasikan jati diri koperasi.

Dalam Pasal 3 UU No.12 Tahun 1967, Koperasi adalah organisasi ekonomi rakyat yang berwatak sosial, beranggotakan orang-orang atau badan-badan hukum koperasi yang merupakan tata susunan ekonomi sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan.

Manfaat Berkoperasi

Pemahaman koperasi sebagai wadah kegiatan ekonomi di pedesaan dirasakan masih sangat kurang. Koperasi tidak lebih hanya sebagai tempat pinjam uang belum menjadi kebutuhan yang lebih luas. Kegiatan ekonomi dilakukan sendiri-sendiri dalam menghadapi persaingan yang demikian tinggi, maka bisa dimaklumi kalau ekonomi pedesaan semakin terpuruk.

Begitu banyak manfaat yang dapat dirasakan masyarakat ketika mulai berkoperasi. Pertama, Koperasi bertujuan agar anggotanya sejahtera. Beragam kegiatan dilakukan, aktivitas bisnis yang dapat dilakukan anggota, pelatihan dan pendidikan bagi anggota, hingga kajian untuk menyokong gerakan koperasi itu sendiri.

Kedua, kepemilikan dalam koperasi selalu setara antar anggota, tidak peduli berapa banyak anggota menyetorkan modalnya. Ini menggambarkan bahwa penanaman investasi tidak meninggikan derajat kepemilikan seorang anggota. Aspek humanitas masih dipertahankan oleh Koperasi. Menghitung manusia sebagai manusia, bukan seberapa besar modal yang dimiliki.

Ketiga, koperasi secara unik menempatkan anggotanya sebagai pemiliknya, dan sebagai pelanggan abadinya. Seorang anggota Koperasi yang loyal diharapkan dapat memanfaatkan Koperasi miliknya sendiri sebagai tempatnya berbelanja. Potongan harga dan bonus pun harus diberikan oleh Koperasi bagi anggotanya yang berbelanja di koperasinya sendiri. Belanja anggota ini pun akan menjadi perhitungan bagi pembagian sisa hasil usaha yang akan diterima.

Keempat, sebagai sarana pembagi kesejahteraan lainnya, Koperasi akan membagikan Sisa Hasil Usahnya selama setahun kepada anggotanya. Ini membuktikan kembali

identitas Koperasi yang melakukan kegiatan bisnis dari anggotanya, dan keuntungannya dibagikan kembali ke anggota.

Pembentukan Koperasi

A. Persiapan Pembentukan Koperasi

Persiapan untuk membentuk sebuah koperasi, anggota dan para pendiri koperasi harus mengadakan pertemuan, pertemuan tersebut dimaksudkan untuk meneliti lingkungan yang akan didirikan koperasi, menghubungi departemen koperasi setempat untuk melaporkan hasil pengujian yang telah dilakukan, dan membentuk panitia pendirian koperasi yang fungsinya untuk mengatur jalannya rapat anggota.

Persiapan yang harus dilakukan pada saat membentuk koperasi adalah menyiapkan anggotanya, yaitu 20 orang anggota untuk koperasi primer dan 3 badan hukum koperasi untuk koperasi sekunder yang menjadi anggota dan telah memenuhi syarat harus mengadakan rapat persiapan pembentukan anggota yang didalamnya membahas semua hal yang berkaitan dengan rencana awal pembentukan koperasi seperti:

- 1) Nama koperasi, pemberian nama pada koperasi harus terdiri dari paling sedikit 3 (tiga) kata.
- 2) Usaha koperasi, usaha koperasi juga harus di bicarakan dalam rapat ini, karena untuk menyamakan persepsi dan menyamakan tujuan dari dibentuknya koperasi tersebut.
- 3) Besarnya simpanan pokok dan simpanan wajib sebagai modal awal. Pada rapat pembentukan koperasi anggota harus menentukan besaran simpanan pokok dan simpanan wajib dan di sepakati oleh bersama sebagai modal awal untuk menjalankan usaha koperasi.
- 4) Rancangan anggaran dasar koperasi. Rancangan anggaran dasar koperasi adalah hal yang paling di pentingkan untuk berjalannya sebuah kepengurusan, anggaran dasar adalah pedoman bagi seluruh unsur yang terdapat dalam sebuah organisasi dalam menjalankan kewajiban dan haknya. Dalam pertemuan tersebut dapat dihadiri oleh notaris yang terdaftar di kementerian koperasi yang fungsinya mencatat semua dari pertemuan tersebut untuk dirumuskan dalam akta pendirian. Selain itu, rapat pertemuan pembentukan koperasi juga mengadakan penyuluhan tentang perkoperasian yang bisa dilakukan oleh instansi pemerintah maupun non pemerintah,

penyuluhan tersebut dimaksudkan untuk memberikan gambaran tentang perkoperasian kepada anggota.

B. Syarat-Syarat Untuk Membentuk Koperasi

Menurut peraturan menteri koperasi dan usaha kecil dan menengah nomer 10/Per/M KUKMAX/2015 bab 3 pasal 3 ayat 2 bahwa koperasi harus memenuhi syarat sebagai berikut :

- 1) Koperasi primer di bentuk dan didirikan oleh paling sedikit 20 (dua puluh) orang yang mempunyai kegiatan dan kepentingan ekonomi yang sama.
- 2) Koperasi sekunder dibentuk dan didirikan oleh paling sedikit 3 (tiga) badan hukumkoperasi.
- 3) Pendiri koperasi primer yang di maksud pada huruf a adalah warga Negara Indonesia, mampu melakukan perbuatan hukum dan memiliki kegiatan ekonomi yang sama.
- 4) Pendiri koperasi sekunder adalah pengurus koperasi yang di beri kuasa dari masing masing koperasi untuk menghadiri rapat pembentukan koperasi sekunder.
- 5) Nama koperasi terdiri dari paling sedikit 3 (tiga) kata.
- 6) Melaksanakan kegiatan ekonomi yang secara langsung member manfaat secara ekonomis kepada anggota.
- 7) Mengelompokkan usaha koperasi menjadi usaha utama, usaha pendukung dan usaha tambahan yang di cantumkan dalam anggaran dasar.
- 8) Para pendiri menyetorkan modal sendiri yang terdiri dari simpanan wajib dan simpanan pokok sebagai modal awal untuk melaksanakan kegiatan usaha yang jumlahnya sesuai kebutuhan yang diputuskan oleh rapat pendirian koperasi.

C. Rapat Anggota Pendirian Koperasi

Panitia yang telah di tentukan dalam pertemuan persiapan pendirian koperass mempunyai kuasa penuh terhadap jalannya rapat pendirian koperasi, sebelum rapat pendirian koperasi panitia diharuskan untuk membuat surat undangan tertulis yang di tujukan kepada calon calon anggota yang telah memenuhi syarat keanggotaan, para pemuka dilingkungan koperasi didirikan, dan pejabat koperasi dan pejabat pemerintah lainnya yang di perlukan dalam rapat pendirin koperasi.

Selain itu panitia juga membuat susunan acara agar jalannya rapat anggota dapat berjalan dengan tertib dan efektif, susunan acara dapat meliputi hal-hal sebagai berikut :

1. Pembukaan oleh panitia

Dalam acara ini panitia memaparkan maksud dan tujuan dari undangan rapat, yang antra lan adalah

- a. Adanya kepentingan ekonomi yang sama dari anggota
 - b. Adanya tujuan ekonomi yang sama
 - c. Adanya cita cita untuk mencapai tujuan secara bersama
2. Penjelasan dari ketua panitia tentang maksud dan tujuan mendirikan koperasi, dan hal- hal yang telah dirintis oleh panitia kearah pembentukan koperasi tersebut.
3. Penjelasan dari pejabat koperasi. Dalam acara ini pejabat/penyuluh koperasi menjeas dan menerangkan tentang apakah koperasi dan manfaatnya bagi masyarakat
4. Persetujuan untuk mendirikan koperasi. Apabila peserta rapat telah mengerti apa manfaat koperasi dan setuju untuk dibentuk koperasi, maka berarti koperasi tersebut telah terbentuk Untuk itu jumlah orang yang menyetujui dan menjadi pendiri sekurang-kurangnya 20 orang.
5. Penjelasan dan persetujuan anggaran dasar.

Rancangan anggaran dasar yang telah dibuat oleh panitia pada saat pertemuan persiapan pembentukan koperasi kemudian dibahas kembali serta melakukan perubahan apabila ada yang perlu di rubah ataupun di tambahkan berdasarkan kesepakatan anggota Dalam anggaran dasar suatu koperasi haruslah mencakup beberapa hal, yaitu:

- a. Daftar nama pendiri
- b. Nama tempal dan kedudukan
- c. Jenis koperasi
- d. Maksud dan tujuan
- e. Jangka waktu berdirinya Keanggotaan .
- f. Jumlah setoran
- g. simpanan pokok dan simpanan wajib sebagai modal awal
- h. Permodalan
- i. Rapat anggota
- j. Pengurus
- k. Pengawasan
- l. Pengelolaan dan pengendalian

- m. Bidang usaha
- n. Pembagian sisa hasil usaha
- o. Ketentuan tentang pembubaran, penyelesaian, dan hapusnya status badan hukum
- p. Sanksi

Dalam acara ini pemerintah atau penyuluh diminta untuk memberikan penjelasan- penjelasan tentang anggaran dasar tersebut, setelah jelas anggaran dasar tersebut dan anggota seluruhnya telah setuju dengan keputusan yang ada maka anggaran dasar koperasi telah sah, dan wajib di patuhi.

6. Rencana kerja dan Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja Koperasi (RAPBK)

Pada acara ini anggota merumuskan tugas tugas pengurus dan merumuskan rencana anggaran pendapatan dan belanja koperasi yang kemudian di tetapkan untuk dijalankan oleh pengurus dan anggota.

7. Memilih pengurus dan perngawas

Dalam rapat awal koperasi juga harus memilih pengurus dan pengawas koperasi sebagai pelaksana apa yang telah di rencanakan dalam rapat anggota, pengurus dan pengawas di pilih oleh anggota dan dari anggota, dengan begitu pengurus merupakan pemaganng kuasa yang pertama kali dalam rapat anggota,, masa jabatan kepengurusan paling lama selama 5 tahun. atau sesuai dengan anggaran dasar dan anggaran rumah tangga yang telah disepakati dan ditetapkan, kemudian persyaratan untuk menjadi pengurus dan pengawas betsal dari anggaran dasar dan anggaran rumah tangga yang telah ditetapkan.

8. Penetapan oran-orang yang akan menandatangani akta pendirian koperasi atas nama pendiri Penandatanganan akta ini dilakukan oleh anggota yang hadir pada saat pendirian koperasi, jika jumlah anggota yang menghadiri rapat pendirian koperasi berjumlah 80 orang maka akta pendirian koperasi juga harus di tandatangani oleh 80 orang tersebut.

9. Usul-usul

10. Pengucapan sumpah atau janji oleh pengurus dan pengawas

11. Penutup.

Setelah semua rangkaran acara selesai dilaksanakan panitia membubarkan diri, maka pelaksanaan koperasi selanjutnya dilakukan oleh pengurus yang telah terpilih.

Selain terpenuhinya syarat syarat serta pembentukan yang sesuai dengan prosedur Koperasi yang baik adalah mempunyai akta pendirian koperasi, akta pendirian koperasi adalah tanda bahwa koperasi tersebut telah legal dan berhak mendapatkan perlakuan yang semestinya.

Pengajuan akta pendirian dibuat oleh para pendiri koperasi ataupun kuasanya dan bisa meminta bantuan kepada lembaga pemerintah ataupun bukan pemerintah dengan di dampingi oleh notaris selanjutnya akta koperasi di ajukan oleh para pendiri koperasi kepada menteri koperasi dengan melalui notaris, selanjutnya akta pendirian koperasi dapat di teruskan kepada menteri koperasi setelah memenuhi perlengkapan dokumen sebagai berikut:

- a) Surat keterangan persetujuan penggunaan nama koperasi dari Pejabat
- b) 2 (dua) rangkap akta pendirian koperasi, I (satu) diantaranya bermaterai cukup,
- c) Surat kuasa pendiri
- d) Notulen rapat pembentukan koperasi.
- e) Berita acara rapat Pembentukan Koperasi yang dibuat dan ditandatangani oleh Notaris
- f) Surat bukti jumlah setoran simpanan pokok dan simpanan wajib sebagai modal awal,
- g) Surat keterangandomisili
- h) Rencana kegiatan usaha koperasi minimal 3 (tiga) tahun ke depan dan Rencana Anggaran Belanja dan Pendapatan Koperasi, dan
- i) Surat permohonan Izin Usaha Simpan Pinjam/Unit Usaha Simpan Pinjam bagi koperasi Simpan Pinjam atau Koperasi jenis lain yang memiliki unit simpan pinjam.

Untuk pengajuan akta pendirian koperasi sekunder selain persyaratan yang telah disebutkan di atas juga harus melampirkan surat keputusan rapat anggota dari masing masing koperasi apakah anggota menyetujui untuk membentuk koperasi sekunder.

Setelah semua dokumen dilengkapi selanjutnya para pendiri ataupun kuasanya mengajukan akta pendirian koperasi diajukan kepada notaris untuk di ajukan ke pejabat berwenang dan di buktikan dengan surat tanda terima dari pejabat berwenang. Dalam pengesahan akta pendirian koperasi di beri waktu selama 3 (tiga) bulan sejak tanggal di terimanya berkas pengajuan akta pendirian, pejabat berwenang akan melakukan verifikasi dan penelitian terhadap dokumen dan keadaan organisasi, apabila pengajuan akta pendirian koperasi di tolak oleh pejabat berwenang. maka pejabat berwenang harus mengembalikan dokumen serta alasannya yang di serahkan langsung kepada pendiri

koperasi. Para pendiri koperasi bisa mengajukan kembali akta pendirian koperasi setelah semua kekurangannya terpenuhi, dan di beri waktu selama 1 (satu) bulan sejak diterimanya dokumen oleh pejabat berwenang, jika pengajuan tersebut di tolak kembali oleh pejabat maka pejabat menyerahkan kembali dokumen yang di serahkan oleh para pendiri koperasi beserta dengan alasannya, para pendiri koperasi juga di berikan kesempatan selama 7 (tujuh) hari untuk menyerahkan dokumen pengajuan akta pendirian koperasi dan merupakan keputusan yang terakhir. Apabila pejabat berwenang tidak memberikan keputusan selama 3 (tiga) bulan maka dikembalikan pada Peraturan Pemerintah- Nomor 4 Tahun 1994 tentang Tata Cara Pengesahan Akta Pendirian dan Perubahan Anggaran Dasar Koperasi.

Khusus untuk penjuan akta pendirian koperasi untuk koperasi simpan pinjam di tambah dengan perizinan usaha simpan pinjam. Pengesahan akta pendirian koperasi disahkan oleh menteri koperasi yang kemudian di sampaikan langsung kepada notaris dan di sampaikan kembali kepada koperasi yang bersangkutan, seiring dengan terbitnya surat pengesahan akta pendirian koperasi badan hukum koperasi juga di terbitkan, dengan begitu koperasi sudah secara legal untuk beroperasi. Akta pendirian koperasi dan badan hukum koperasi di tembuskan kepada walikota/bupati setempat.

Generasi Milenial

Pengertian Generasi Milenial

Generasi milenial adalah mereka yang dilahirkan antara tahun 1980 sampai dengan 2000. Selanjutnya konsep generasi milenial indonesia adalah penduduk indonesia yang lahir antara tahun 1980-2000.

Karakteristik Generasi Milenial

Generasi milenial memiliki karakter unik berdasarkan wilayah dan kondisi sosial-ekonomi. Salah satu ciri utama generasi milenial ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Karena dibesarkan oleh kemajuan teknologi, generasi milenial memiliki ciri-ciri kreatif, informatif, mempunyai passion dan produktif. Dibandingkan generasi sebelumnya, mereka lebih berteman baik dengan teknologi. Generasi ini merupakan generasi yang melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan.

Generasi ini mempunyai karakteristik komunikasi yang terbuka, pengguna media sosial yang fanatik, kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, serta lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi. Sehingga, mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya.

Dari sisi pendidikan, generasi milenial juga memiliki kualitas yang lebih unggul. Generasi ini juga mempunyai minat untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Mereka menyadari bahwa pendidikan merupakan prioritas yang utama. Dengan kondisi seperti ini, Indonesia patut optimistis terhadap berbagai potensi yang dimiliki oleh generasi milenial. Pola pikir yang terbuka, bebas, kritis, dan berani adalah suatu modal yang berharga. Ditambah penguasaan dalam bidang teknologi, tentu akan menumbuhkan peluang dan kesempatan berinovasi.

Dari sisi pola pikir, generasi milenial memiliki perbedaan dengan generasi sebelumnya. Generasi ini dilahirkan dan dibesarkan pada saat gejolak ekonomi, politik, dan sosial melanda Indonesia. Era reformasi mampu memberikan dampak yang mendalam bagi generasi millennials. Generasi tersebut tumbuh menjadi individu-individu yang open minded, menjunjung tinggi kebebasan, kritis dan berani. Hal tersebut juga didukung dengan kondisi pemerintahan saat ini yang lebih terbuka dan kondusif.

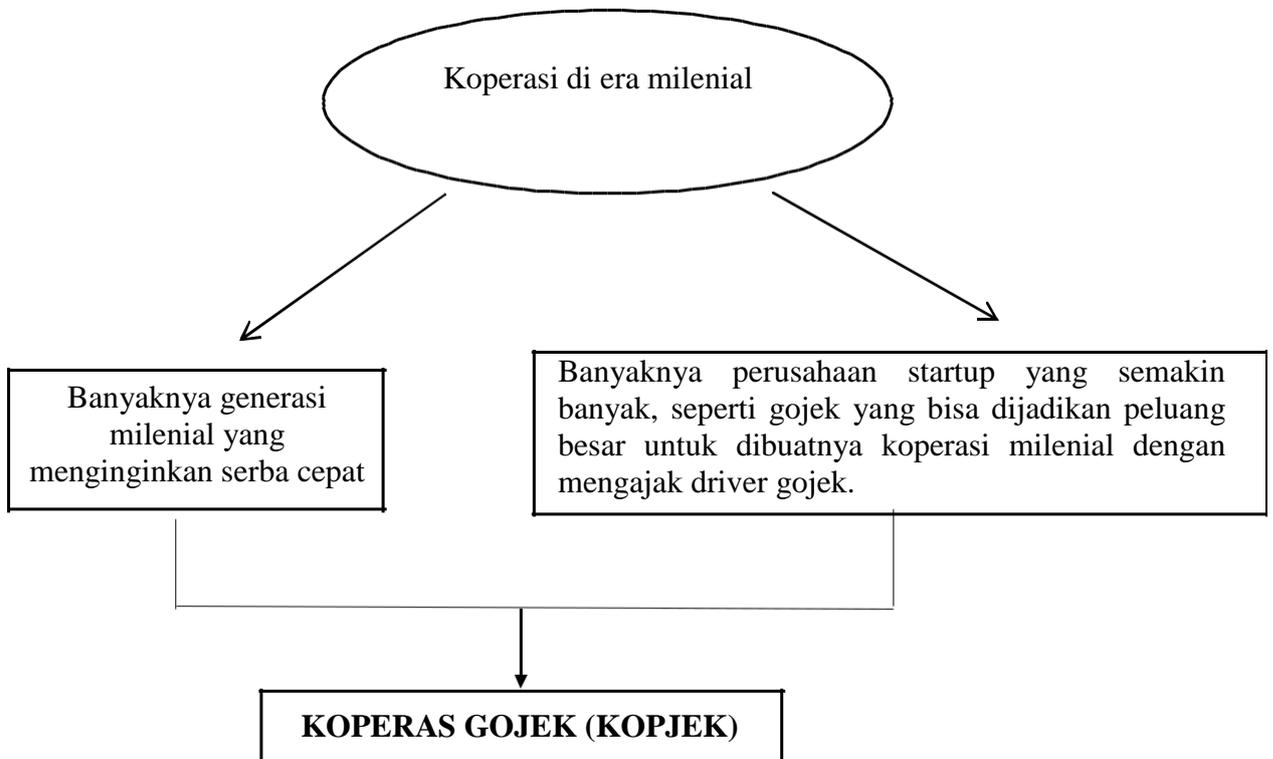
Dalam aspek bekerja, Gallup (2016) menyatakan para milenials dalam bekerja memiliki karakteristik yang jauh berbeda dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya, diantaranya adalah;

1. Para milenial bekerja bukan hanya sekedar untuk menerima gaji, tetapi juga untuk mengejar tujuan (sesuatu yang sudah dicitacitakan sebelumnya),
2. Milenial tidak terlalu mengejar kepuasan kerja, namun yang lebih milenials inginkan adalah kemungkinan berkembangnya diri mereka di dalam pekerjaan tersebut (mempelajari hal baru, skill baru, sudut pandang baru, mengenal lebih banyak orang, mengambil kesempatan untuk berkembang, dan sebagainya)
3. Milenial tidak menginginkan atasan yang suka memerintah dan mengontrol
4. Milenial tidak menginginkan review tahunan, milenials menginginkan on going conversation Millennials tidak terpikir untuk memperbaiki kekurangannya, milenials lebih berpikir untuk mengembangkan kelebihanannya.

5. Bagi millennials, pekerjaan bukan hanya sekedar bekerja namun bekerja adalah bagian dari hidup mereka.

Kerangka Pemikiran

Gambar 5. Kerangka Pemikiran



Di era milenial saat ini, koperasi belum memanfaatkan teknologi maupun alat alat digital untuk menunjang keberlangsungannya. Koperasi mengalami ketertinggalan karena kurangnya ketertarikan generasi milenial terhadap koperasi.

Era milenial ini mendorong adanya koperasi milenial yang berbasis teknologi dan digital selain itu hal ini juga menjadi tantangan untuk kita bagaimana mempertahankan serta meningkatkan kinerja koperasi dengan cara membawa koperasi ke era digital dengan penggunaan teknologi untuk alat penunjangnya. Keadaan tersebut mendorong untuk diadakannya koperasi milenial, terlebih didukung oleh faktor:

1. Banyaknya generasi milenial yang menginginkan serba cepat dan instan.
2. Banyaknya perusahaan startup yang semakin banyak, seperti gojek yang bisa dijadikan peluang besar untuk dibuatnya koperasi milenial dengan mengajak driver gojek.

Dikarenakan dua faktor tersebut maka dibuatlah koperasi gojek yang berbasis modern dengan menggunakan teknologi dan digital. Kami memilih gojek menjadi sasaran kami karena di Jatinangor - Bandung banyak sekali orang yang bermata pencaharian sebagai driver gojek

1. Driver gojek memiliki kepentingan yang sama (salah satu syarat untuk mendirikan koperasi)
2. Mensejahterakan anggota
3. Koperasi gojek beranggotakan para driver gojek.

Metodologi Penelitian

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian berhubungan erat dengan prosedur, teknik, alat, serta desain penelitian yang digunakan. Desain penelitian harus cocok dengan pendekatan penelitian yang dipilih. Prosedur, teknik, serta alat yang digunakan dalam penelitian harus cocok dengan metode penelitian yang ditetapkan. (Nazir, 1985)

McMillan dan Schumacher (2001) memberikan pemahaman tentang metode penelitian dengan mengelompokkannya dalam dua tipe utama yaitu kuantitatif dan kualitatif yang masing-masing terdiri atas beberapa jenis metode penelitian.

Karya tulis ilmiah ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana data yang didapat berasal dari hasil observasi, penyebaran kuisioner kepada pihak- pihak yang terkait, membaca dan mempelajari literatur yang ada, serta browsing ke berbagai website untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan-keterangan lainnya dalam penelitian terhadap masalah yang menjadi objek penulisan. Adapun sumber dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Sugiyono (2014:193) mendefinisikan sumber primer yaitu “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.” Pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan survey langsung ke Mitra Gojek Cabang

Jatinangor-Bandung sebagai objek penulisan. Adapun data yang diperoleh dengan cara penelitian meliputi:

a. Kuesioner (google form)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan online kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014).

b. Wawancara

Wawancara yaitu cara pengumpulan data dengan jalan melakukan komunikasi dan tatap muka langsung melalui proses tanya jawab secara lisan kepada responden yang terpilih sebagai sampel (Fuad Mas'ud, 2013).

c. Observasi

Mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap masalah yang berkaitan dengan penulisan, yaitu mencari peluang koperasi dalam perusahaan Gojek.

d. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu metode pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku, berita terkini, dan literatur lain yang berhubungan dengan materi penulisan. Dalam penulisan ini studi kepustakaan yang diperoleh digunakan sebagai teori dasar serta pembelajaran tentang koperasi dan generasi milenial.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data ini merupakan data pendukung yang diperoleh, sebagai berikut:

a. Sejarah, literatur dan profil Gojek.

b. Buku-buku yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian

c. Berita-berita terkini

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Berdasarkan pada judul penelitian maka penulis menentukan populasi. Menurut Sugiyono (2014:115) bahwa: "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu

yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Dari pengertian diatas, menunjukkan bahwa populasi bukan hanya manusia tetapi bisa juga obyek atau benda-benda subyek yang dipelajari seperti dokumen-dokumen yang dapat dianggap sebagai objek penulisan. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi dalam penulisan ini adalah subjek yang berkaitan dengan penulisan yang penulis lakukan pada Gojek wilayah Jatinangor-Bandung yang mana populasi untuk penelitian ini berjumlah 500 orang mitra Gojek.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2014:116) definisi sampel yaitu sebagai berikut: “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian. Selain itu juga diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus menunjukkan segala karakteristik populasi sehingga tercermin dalam sampel yang dipilih, dengan kata lain sampel harus dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya atau mewakili (representatif).

Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu, maka digunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel N = Jumlah populasi

e² = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel

Dalam rumus solvin ada ketentuan sebagai berikut: Nilai e = 0,1 (10%) untuk populai dalam jumlah besar Nilai e = 0,2 (10%) untuk populai dalam jumlah kecil. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 500 orang, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10%. Maka untuk mengetahui sampel penulisan, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Maka : } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{500}{1 + (500 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{500}{1 + (500 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{500}{1 + 10}$$

$$n = 45,45 \text{ dibulatkan menjadi } 45 \text{ Responden}$$

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Sejarah Berdirinya GOJEK

Gojek memulai perjalanannya pada tahun 2010 dengan layanan pertama kami yaitu pemesanan ojek melalui call-center. Pada tahun 2015, Gojek berkembang pesat setelah meluncurkan sebuah aplikasi dengan tiga layanan, yaitu: GoRide, GoSend, dan GoMart. Sejak saat itu, laju Gojek semakin cepat dan terus beranjak hingga menjadi grup teknologi terkemuka yang melayani jutaan pengguna di Asia Tenggara.

Gojek Indonesia atau yang memiliki nama lain PT Aplikasi Karya Anak Bangsa satu ini merupakan layanan pemesanan ojek melalui aplikasi mobile. Aplikasi ini dapat diunduh di Apple Store maupun Play Store dan merupakan karya putra bangsa bernama, Nadiem Makarim. Aplikasi ini diluncurkan ke publik pertama kali pada tahun 2010 di ibukota dan sampai sekarang telah diunduh oleh pengguna Android hingga 50 juta kali. Sampai detik ini, perusahaan Gojek sudah tersedia di lebih dari 50 kota di Indonesia, bahkan ekspansinya sampai ke negara- negara di Asia Tenggara semisal Thailand, Vietnam dan Singapura. Gojek Indonesia dicetuskan oleh seorang WNI yang bernama Nadiem Makarim yang merupakan lulusan program Master of Business Administration di sekolah bisnis Harvard. Dia terinspirasi mendirikan perusahaan Gojek Indonesia dari pengalamannya yang harus setiap hari menembus kemacetan di Jakarta dengan menggunakan transportasi ojek. Pada saat itu Nadiem Makarim masih berstatus sebagai Managing Editor Zalora Indonesia sekaligus Chief Innovation Officer Kartuku. Berdasarkan pengalamannya setiap hari menggunakan transportasi ojek, Nadiem Makarim mengambil kesimpulan bahwa mayoritas waktu yang dihabiskan oleh tukang ojek yang alih-alih menjemput penumpang, namun hanya menunggu penumpang di

pangkalan. Padahal tukang ojek mungkin bisa mendapatkan pemasukan yang lebih banyak apabila mendapatkan banyak penumpang. Selain itu profesi tukang ojek pada saat itu jarang dan sangat sulit ditemukan. Karena fenomena inilah Nadiem Makarim mendapatkan ide cerdas tentang adanya peluang menghubungkan tukang ojek dengan penumpang. Imbasnya pada tanggal 13 Oktober 2010 Gojek Indonesia resmi didirikan, sementara hanya dengan 20 pengemudi dan menggunakan Call Center untuk sistem pemesanannya. Selang 4 tahun kemudian, dibantu dengan semakin meroketnya Uber, Nadiem Makarim mulai mendapatkan tawaran investasi. Puncaknya pada tanggal 7 Januari 2015, Gojek Indonesia merilis sebuah aplikasi berplatform Android dan iOS untuk menggantikan sistem pemesanan dengan Call Center.

a) VISI

“Membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia, mmberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari seperti pengiriman dokumen, belanja harian, dengan menggunakan layanan fasilitas kurir, serta turut mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Jakarta dan Indonesia kedepannya”

b) MISI

1. Menjadikan PT Gojek Indonesia sebagai jasa transportasi tercepat dalam melayani kebutuhan masyarakat Indonesia.
2. Menjadikan PT Gojek Indonesia sebagai acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi.
3. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
4. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada pelanggan

c) KOMITMEN

1. Memberikan pelayanan lebih.
2. Mendorong personil untuk mencapai keahlian terbaik mereka.
3. Menciptakan dan melindungi lingkungan yang aman bagi klien.
4. Mengembangkan masyarakat sekitar.

Kondisi mengenai koperasi di wilayah Jawa Barat

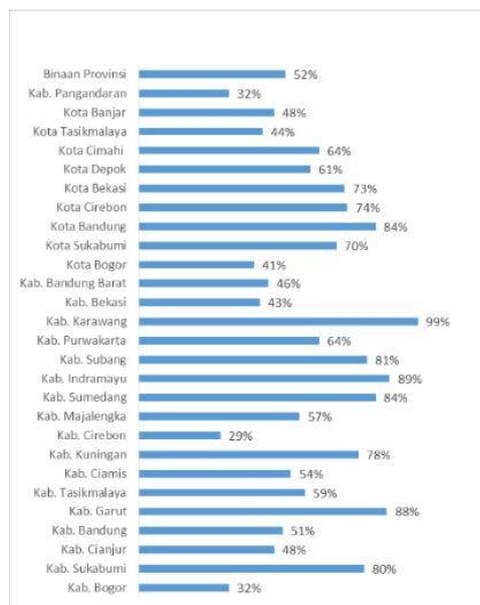
Gambar 6. Perkembangan Jumlah Koperasi Provinsi Jawa Barat



Sumber: Data ODS (online data sistem) DKUK Jabar

Jumlah koperasi aktif di Indonesia tahun 2017 ada sebanyak 153.171 unit. Dari jumlah tersebut, anggota koperasi aktif tercatat mencapai sebanyak 26.535.640 orang. Selama 2017, juga tercatat ada koperasi yang tidak sehat sebanyak 62.347 unit. Tahun ini, sebanyak 4.013 koperasi juga ditutup karena sudah tidak ada aktifitas di dalamnya atau melanggar ketentuan.

Gambar 7. Persentase Koperasi Aktif di Jawa Barat



Sumber: Data ODS (online data sistem) DKUK Jabar

Angka tersebut masih kecil jika melihat kontribusi koperasi di negara Eropa yang mencapai 8 persen. Saat ini, koperasi justru tidak terlalu dianggap penting. Bahkan koperasi bukan sebagai salah satu pilihan usaha yang diminati oleh generasi milenial. survey menyebutkan bahwa 60% generasi milineal tidak tertarik dengan koperasi, padahal sejatinya konsep koperasilah yang paling tepat untuk mendorong anak – anak muda ini menjadi milyader dimasa datang.

Respon Mitra Gojek Dalam Menyikapi Perencanaan Pembentukan Koperasi Gojek

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebar kuesioner kepada driver gojek wilayah Jatinangor - Bandung Cabang Jawa Barat. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 45 responden. Adapun hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan disajikan dengan format google form dengan hasil berupa diagram. yaitu dihasilkan sebagai berikut:

a. Karakteristik Mitra Gojek

Gambaran tentang karakteristik responden yang diperoleh dari identitas responden. Hal ini meliputi penggolongan usia, penghasilan, pengetahuan mengenai koperasi, respon mitra terhadap perencanaan pembentukan koperasi Gojek, dan harapan responden terhadap adanya koperasi Gojek.

2. Karakteristik Mitra Gojek Berdasarkan Usia

Data ini untuk mengetahui proporsi usia mitra Gojek. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada gambar 4.2 berikut ini:

Gambar 8. Usia Mitra Gojek



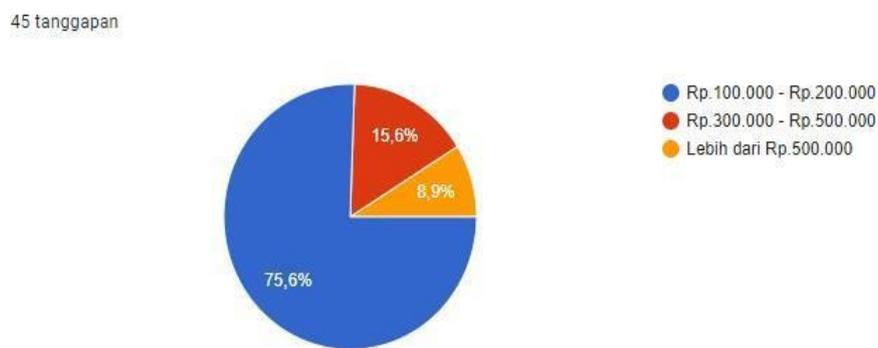
Sumber: Kuesioner goole form

Berdasarkan data tersebut diperoleh hasil usia mitra Gojek wilayah Jatinangor-Bandung dengan usia ≤ 20 tahun sebesar 8,9% usia 20 tahun sebesar 11,1%, 21 tahun 24,4%, 22-23 tahun sebesar 13,3%-15,6%, 24 tahun sebesar 4,4%, 25 tahun sebesar 8,9%, dan 21 – 39 tahun sebesar 2,2%. Mitra Gojek paling banyak berada direntang usia 21 dan 22 tahun, karena masa produktif seseorang berada pada usia tersebut.

2. Karakteristik Mitra Gojek Berdasarkan Penghasilan

Data ini untuk mengetahui proporsi penghasilan mitra Gojek. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh karakteristik responden berdasarkan penghasilan per hari disajikan pada gambar 4.3 berikut ini:

Gambar 9. Presentase Penghasilan Mitra Gojek



Sumber: Kuesioner goole form

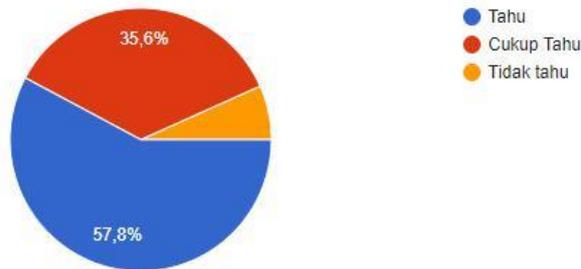
Berdasarkan data tersebut diperoleh hasil penghasilan mitra Gojek wilayah Jatinangor-Bandung dalam satu hari dengan penghasilan Rp. 100.000 – Rp. 200.000 sekitar 75,6%, penghasilan Rp. 300.000 – Rp. 500.000 sekitar 15,6%, dan penghasilan \geq Rp. 500.000 sekitar 8,9%. Penghasilan mitra Gojek paling banyak dalam satu hari yaitu sekitar Rp. 100.000 – Rp. 200.000.

3. Karakteristik Pengetahuan Mengenai Koperasi

Data ini untuk mengetahui proporsi pengetahuan mengenai koperasi. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh karakteristik responden berdasarkan pengetahuan mitra Gojek mengenai koperasi disajikan pada gambar 4.4 berikut ini:

Gambar 10. Presentase Pengetahuan Mitra Gojek Mengenai Koperasi

45 tanggapan



Sumber: Kuesioner goole form

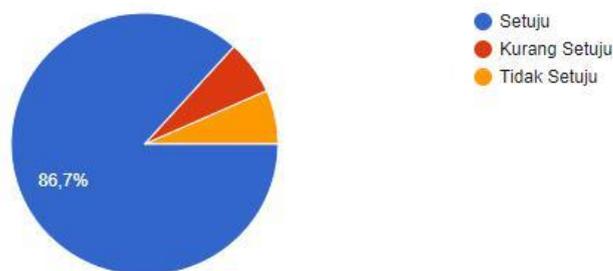
Berdasarkan data tersebut diperoleh hasil pengetahuan mitra Gojek mengenai koperasi, diketahui bahwa dari 45 responden 57,8% tahu tentang koperasi, 35,6% cukup tahu tentang koperasi dan 6,6% tidak tahu mengenai koperasi.

4. Karakteristik Respon Mitra Terhadap Perencanaan Pembentukan Koperasi Gojek

Data ini untuk mengetahui proporsi respon mitra terhadap perencanaan pembentukan koperasi gojek pengetahuan mengenai koperasi. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh karakteristik responden berdasarkan pengetahuan mitra Gojek mengenai koperasi disajikan pada gambar 4.5 berikut ini:

Gambar 11. Presentase Respon Mitra Terhadap Perencanaan Pembentukan Koperasi Gojek

45 tanggapan



Sumber: Kuesioner goole form

Berdasarkan data tersebut diperoleh hasil respon mitra terhadap perencanaan pembentukan koperasi Gojek. Dari 45 responden 86,7% setuju dengan adanya

koperasi Gojek dengan berbagai alasan. Salah satunya Mensejahterakan mitra gojek, bisa menaungi para driver di saat penghasilan dari gojek nya sedang tidak bagus, bisa membantu perekonomian, adanya manfaat ekonomi langsung dengan pemenuhan kebutuhan pokok yang lebih murah dan service kendaraan secara berkala yang lebih murah, dengan adanya koperasi gojek bisa lebih menaungi para driver gojek dan bisa mensejahterakan para anggotanya, bisa menabung, meminjam, dan menganjurkan barang untuk kebutuhan sehari-hari, dengan bunga yg kecil. Dan dapat membantu dalam mensejahterakan anggota dan menyediakan kebutuhan.

Cara Pembentukan Koperasi Mitra Gojek

Persiapan yang harus dilakukan pada saat membentuk koperasi adalah menyiapkan anggotanya, yaitu 20 orang anggota untuk koperasi primer, yang menjadi objek kita disini yaitu mitra gojek itu sendiri. Banyaknya para mitra gojek di wilayah Jatinangor – Bandung itu sudah memenuhi salah satu syarat pembentukan koperasi. Dalam pembentukan koperasi tentunya harus menyamakan persepsi satu sama lain, koperasi ini dibentuk berdasarkan tujuan yang sama dimana tujuan diadakannya koperasi yaitu untuk memenuhi kebutuhan para mitra gojek yang bisa mempermudah mereka pada saat bekerja menjadi driver gojek, misalkan koperasi yang akan kita buat menyediakan pulsa, kuota, top up gopay dsb, tidak lain dan tidak bukan hal itu yang menunjang saat mereka bekerja.

1) Nama koperasi

Pemberian nama pada koperasi disesuaikan dengan mencantumkan nama gojek pada koperasi tersebut.

2) Usaha koperasi

Usaha koperasinya yaitu bersifat simpan pinjam dan konsumsi. Usaha simpan pinjam bertujuan supaya bisa menaungi para mitra gojek disaat penghasilannya sedang tidak bagus. Untuk usaha konsumsi yaitu adanya manfaat ekonomi langsung berupa pemenuhan kebutuhan pokok yang lebih murah dalam menunjang pekerjaannya sebagai driver gojek seperti menyediakan pulsa, kuota, top up gopay dsb, tidak lain dan tidak bukan hal itu yang menunjang saat mereka bekerja.

3) Besarnya simpanan pokok dan simpanan wajib sebagai modal awal.

Penentuan besaran simpanan pokok dan simpanan wajib disesuaikan dengan besarnya pendapatan mereka di gojek ini dan berdasarkan atas persetujuan para mitra gojek yang akan menjadi anggota koperasi.

Para pendiri menyetorkan modal sendiri yang terdiri dari simpanan wajib dan simpanan pokok sebagai modal awal untuk melaksanakan kegiatan usaha yang jumlahnya sesuai kebutuhan yang diputuskan oleh rapat pendirian koperasi.

4) Rancangan anggaran dasar koperasi

Rancangan anggaran dasar koperasi merupakan hal yang di pentingkan untuk berjalannya sebuah kepengurusan, anggaran dasar adalah pedoman bagi seluruh unsur yang terdapat dalam sebuah organisasi dalam menjalankan kewajiban dan haknya. Dalam pertemuan tersebut dapat dihadiri oleh notaris yang terdaftar di kementerian koperasi yang fungsinya mencatat semua dari pertemuan tersebut untuk dirumuskan dalam akta pendirian.

Selain itu, rapat pertemuan pembentukan koperasi juga mengadakan penyuluhan tentang perkoperasian yang bisa dilakukan oleh instansi pemerintah maupun non pemerintah, penyuluhan tersebut dimaksudkan untuk memberikan gambaran tentang perkoperasian kepada anggota terkhusus kepada para mitra gojek sebagai calon anggota koperasi.

5) Rapat Anggota Pendirian Koperasi

Mengenai Rapat Anggota Pendirian Koperasi panitia yang telah di tentukan dalam pertemuan persiapan pendirian koperasi mempunyai kuasa penuh terhadap jalannya rapat pendirian koperasi, sebelum rapat pendirian koperasi panitia diharuskan untuk membuat surat undangan tertulis yang di tujukan kepada calon calon anggota yang telah memenuhi syarat keanggotaan, para pemuka dilingkungan koperasi didirikan, dan pejabat koperasi dan pejabat pemerintah lainnya yang di perlukan dalam rapat pendirian koperasi mitra gojek ini.

Peluang dan Tantangan Perencanaan Pembentukan Koperasi Mitra Gojek

a. Peluang

1. Memiliki teknologi yang canggih
2. Gojek merupakan salah satu start up yang berkembang di era milenial
3. Mitra Gojek yang semakin banyak

4. Generasi milenial yang serba praktis
 5. Adanya komunitas Gojek disetiap wilayah
 6. Kepentingan ekonomi yang sama
- b. Tantangan
1. Kurangnya kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya koperasi bagi tatanan perekonomian bangsa
 2. Era globalisasi yang menuntut perkembangan teknologi semakin canggih membuat koperasi harus terus membenahi diri khususnya pada teknologi modern agar tidak tertinggal dari persaingan yang kian ketat
 3. Ketidaksadaran masyarakat akan manfaat koperasi

Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis maka penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Koperasi adalah suatu badan usaha yang terdiri dari beberapa orang, atas dasar suka rela, dan bertujuan untuk menyejahterakan anggotanya. Era milenial adalah masa dimana teknologi telah canggih, penuh dengan inovasi, kreasi, dan kita bisa menjelajahi dunia hanya melalui smartphone. Generasi di era milenial adalah generasi yang lahir pada tahun 1980 s/d 2000-an, yang berusia berkisar 16-30 tahunan. Dimana generasi milenial tidak mengetahui secara detail tentang koperasi. Mereka tidak mengetahui perkembangan koperasi. Mereka menganggap koperasi adalah barang antik. Karena hal itu diperlukannya rebranding koperasi. Agar generasi milenial mengenal koperasi lebih jauh dan mengembangkan koperasi menjadi koperasi yang lebih maju lagi.
2. Rebranding koperasi yaitu melakukan kerjasama dengan startup berkembang, yaitu dengan perusahaan Gojek melalui mitra Gojek. Dalam melakukan kerjasama, perlu adanya kuesioner yang dilakukan untuk mengetahui apakah respon dari mitra Gojek itu sendiri setuju. Dari kuesioner yang disebar, penulis mendapatkan hasil bahwa mitra Gojek setuju dengan adanya koperasi Gojek.
3. Pembentukan koperasi mitra Gojek adalah persiapan yang harus dilakukan pada saat membentuk koperasi adalah menyiapkan anggotanya, yaitu 20 orang anggota untuk koperasi primer, yang menjadi objek kita disini yaitu mitra gojek itu sendiri.

Banyaknya para mitra gojek di wilayah Jatinangor – Bandung itu sudah memenuhi salah satu syarat pembentukan koperasi. Dalam pembentukan koperasi tentunya harus menyamakan persepsi satu sama lain, koperasi ini dibentuk berdasarkan tujuan yang sama dimana tujuan diadakannya koperasi yaitu untuk memenuhi kebutuhan para mitra gojek yang bisa mempermudah mereka pada saat bekerja menjadi driver gojek, misalkan koperasi yang akan kita buat menyediakan pulsa, kuota, top up gopay dsb, tidak lain dan tidak bukan hal itu yang menunjang saat mereka bekerja.

4. Adanya peluang tentunya dalam melakukan rebranding koperasi, diantaranya adalah memiliki teknologi yang canggih, Gojek merupakan salah satu start up yang berkembang di era milenial, mitra Gojek yang semakin banyak, generasi milenial yang serba praktis, adanya komunitas Gojek di setiap wilayah dan kepentingan ekonomi yang sama.
5. Adanya tantangan yang dihadapi dalam perencanaan pembentukan koperasi mitra Gojek ini, diantaranya adalah kurangnya kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya koperasi bagi tatanan perekonomian bangsa, Era globalisasi yang menuntut perkembangan teknologi semakin canggih membuat koperasi harus terus membenahi diri khususnya pada teknologi modern agar tidak tertinggal dari persaingan yang kian ketat, dan ketidaksadaran masyarakat akan manfaat koperasi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, berikut ini diberikan beberapa saran antara lain:

1. Bagi pihak Bagi Perusahaan (Gojek)

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan untuk perusahaan Gojek dalam mengembangkan usahanya, menambah mitra gojeknya dan mempertahankan mitra gojek agar loyal terhadap usahanya. Selain itu dalam membantu perekonomian Indonesia yaitu dengan memajukan koperasi di era milenial.

2. Bagi Koperasi

Koperasi mendapatkan gambaran untuk dapat menarik generasi milenial ke koperasi yaitu dengan adanya rebranding koperasi. Dan dinas koperasi dapat memberikan suport dan menjembatani rencana pembentukan koperasi ini.

3. Bagi Generasi milenial

Generasi milenial harus mengetahui adanya koperasi dan dapat berperan dalam perkembangan koperasi di era milenial. selain itu generasi milenial dapat membantu memajukan koperasi dengan memanfaatkan teknologi yang ada.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam tentang peran generasi milenial terhadap koperasi agar diperoleh gambaran yang lebih lengkap lagi, sehingga diharapkan hasil penelitian yang akan datang lebih baik dari penelitian ini.
- b. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti kembali peluang dan tantangan pembentukan koperasi mitra Gojek di wilayah Jatinangor-Bandung. Agar dalam penelitian selanjutnya dapat dilihat gambaran model yang tepat.

Daftar Pustaka

- ALFIYYAH, S. N. (2019). *Pengaruh Rebranding, Brand Image, Brand Trust Dan Corporate Image Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pt. Trans Retail Indonesia, Tbk* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Amaliah, I. (2018). *Persepsi Generasi Milenial terhadap Pangan Fungsional di Indonesia* (Doctoral dissertation, Universitas Bakrie).
- Devi, Y., & Rindias, E. Kedudukan Hukum Koperasi Sebagai Soko Guru Di Era Ekonomi Kreatif Di Tinjau Dari Undang-Undang No 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian.
- Fiansyah, R. (2018, 02 14). *Bappenas: Jumlah Milenial di Indonesia Capai 90 Juta Orang*. Retrieved from <https://www.inews.id/finance/makro/bappenas-jumlah-milenial-di-indonesia-capai-90-juta-orang>
- Hardiyanto. (2017). Koperasi Menembus Generasi Milenial. *Cooperative*, 22.
- Hardiyanto. (2017). Langkah Nyata Membangun Koperasi dan UKM. *Cooperative* edisi 8, 20.
- Jannah, R. (2019). Reformasi total koperasi bagi generasi millennial. *Oetoesan-Hindia: Telaah Pemikiran Kebangsaan*, 1(1), 21-32.

- Isa, I. G. T., & Hartawan, G. P. (2017). Perancangan Aplikasi Koperasi Simpan pinjam Berbasis Web (Studi Kasus Koperasi Mitra Setia). *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi (Jurnal Akuntansi, Pajak dan Manajemen)*, 5(10), 139-151.
- Kurniasih, W. *Analisis Ekonomi Kelembagaan Koperasi Nelayan (Kud) Di Kabupaten Situbondo: Studi Modal Sosial Dan Dinamika Pendapatan Nelayan* (Doctoral dissertation). Listyaningrum, D. N. *Perkembangan Koperasi Di Dunia Dan Di Indonesia*.
- Margiono, M. R. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Melalui Marketing Online Di Dinas Koperasi Dan Umkm Kabupaten Banyuwangi. *Journal Proceeding*, 4(1).
- Novita, D. (2015). *Perkembangan Koperasi di dunia dan di Indonesia*. Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.
- pemkab-Sumedang, R. .-E.-R. (2017, 12 14). *Bintek Penataan Kelembagaan Koperasi di Sumedang*. Retrieved from <https://jabarprov.go.id/index.php/news/26482/2017/12/14/Bintek-Penataan-Kelembagaan-Koperasi-di-Sumedang>
- Salsabila, Y. (2019). *Karakteristik Wisatawan Milenial Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Wisata Di Orchid Forest Bandung*.
- Setiawan, A., Chamami, A., & Handayani, N. B. (2017). *Statistik Pemuda Indonesia*. Retrieved on December.
- Solihin, A., & Lestari, E. P. (2014). *Ekonomi Koperasi*.
- Statistik, B. P. (2018, 7 20). *Jumlah Penduduk Kabupaten Sumedang Menurut Kecamatan Tahun 2016* . Retrieved from <https://sumedangkab.bps.go.id/statictable/2017/07/05/11/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-di-kabupaten-Sumedang-Tahun-2016.Html>
- Sujarwo, S., & Listiawati, R. (2018). Pengembangan Bisnis Koperasi KAMPUS (Era Milenial dan Revolusi Industri Ke-4.0). *Mitra Akademia*, 1(2).
- Syamsu Ridhuan, M. P. *Koperasi Era Milenial Dalam Perspektif Ketahanan Nasional*.