

Minat berkoperasi pada generasi z di era Society 5.0

Zulaikhatul Khuluddiyah

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

e-mail: 220503110002@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

Koperasi, generasi Z, minat, society 5.0, ekonomi.

Keywords:

Cooperative, generation z, passion, society 5.0, economy.

ABSTRAK

Saat ini dunia telah memasuki era Society 5.0 dimana internet saat ini berkembang pesat dan dapat menjangkau semua kalangan usia terutama Generasi Z. Sedangkan kebanyakan koperasi di Indonesia masih beroperasi secara manual hanya sebagian kecil yang sudah beralih ke digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana minat berkoperasi pada Generasi Z di era Society 5.0. penelitian ini merupakan penelitian dengan metode metode ulasan karya ilmiah. Dimana penulis menggunakan pendekatan sistematis untuk mengevaluasi isi dari book chapter atau artikel jurnal. Penulis

menganalisis secara mendalam terhadap struktur, metodologi, temuan dan menyimpulkan sumber yang diulas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa minat Generasi Z terhadap koperasi masih sangat rendah hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah faktor kepercayaan dan kemudahan. Generasi Z cenderung lebih memilih badan usaha lain seperti perbankan karena mereka dapat memberikan fasilitas dan pelayanan serba digital serta memberikan jaminan keamanan yang lebih baik jika dibandingkan dengan koperasi. Hal ini menjadikan alasan kuat bagi koperasi di Indonesia agar lebih berinovasi dan beralih ke digital.

ABSTRACT

At present, the world has entered the era of Society 5.0, where the internet is currently and can reach all ages, especially Generation Z. While most cooperatives in Indonesia are still operating manually, only a tiny number have switched to digital. The purpose of this study is to find out how much interest there is in cooperatives among Generation Z in the Society 5.0 era. This research is based on scientific work review methods. Where the author uses a systematic approach to evaluate the contents of book chapters or journal articles. The author analyzes the structure, methodology, findings, and conclusions of the sources reviewed. The results of this study indicate that Generation Z's interest in cooperatives is still very low, which is influenced by several factors. One of them is trust and convenience. Generation Z tends to prefer other business entities, such as banks, because they can provide all-digital facilities and services and provide better security guarantees when compared to cooperatives. This is a strong reason for cooperatives in Indonesia to develop more and switch to digital.

Pendahuluan

Koperasi berasal dari kata co yang artinya bersama dan operation yang artinya usaha. Secara bahasa koperasi berarti bekerja sama dengan orang lain guna mencapai tujuan tertentu. Koperasi adalah sekumpulan orang yang memiliki tujuan yang sama yaitu memenuhi kebutuhan ekonomi dengan usaha yang mereka jalankan dimana anggota koperasi menjadi pemilik sekaligus pengguna atas jasa-jasa yang dikeluarkan oleh koperasi tersebut. Tidak seperti badan usaha lainnya yang berfokus pada investor, koperasi adalah perusahaan yang berfokus pada pengguna jasa daripada kumpulan



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

modal atau *investor*. Meskipun dalam menjalankan usaha modal merupakan unsur yang sangat penting, tetapi modal tersebut tidak menjadikan satu-satunya jalan bagi koperasi untuk mencapai tujuannya. Koperasi akan menghadapi pergulatan tanpa akhir (*never ending struggle*) jika menggunakan cara yang sama dengan badan usaha lainnya. Karena yang menjadi modal utama dari koperasi adalah anggotanya sendiri.

Secara khusus koperasi berdiri dengan tujuan untuk memajukan kesejahteraan anggotanya dan masyarakat secara umum serta ikut membangun perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan pada Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Koperasi memberikan kesejahteraan bagi anggotanya melalui pemberian Sisa Hasil Usaha (SHU) dan pemberian manfaat secara langsung kepada para anggotanya. Sedangkan kepada masyarakat, koperasi memberikan dukungan kesejahteraan melalui jasa yang ditawarkan dan fungsi pemberdayaan yang dilakukan oleh koperasi. (Susanto, 2017)

Hingga saat ini koperasi di Indonesia terus mengalami perkembangan, bahkan sampai ke jenjang pendidikan juga. Koperasi sudah mulai dikenalkan sejak jenjang SMP dan juga SMA dengan adanya KOPSIS (Koperasi Siswa) lanjut dengan KOPMA (Koperasi Mahasiswa) pada tingkatan Universitas. Adanya koperasi pada lingkungan pendidikan menjadikan salah satu sarana bagi pelajar/mahasiswa untuk belajar tentang perkoperasian dan juga kewirausahaan sejak dini. (Arifin, 2021) Di masa kemajuan zaman saat ini kemajuan teknologi tumbuh sangat pesat. Menjadikan banyak bidang yang mampu dirubah dengan mesin. Salah satunya adalah dengan adanya berbagai pelayanan digital di bidang keuangan. Hal ini menjadikan salah satu alasan apakah di era *society 5.0* ini koperasi masih banyak diminati oleh kalangan generasi Z dimana mereka lahir dan dibesarkan di era serba digital. (Rahayu & Naja, 2023)

Penelitian yang digunakan adalah metode ulasan karya ilmiah. Dimana penulis menggunakan pendekatan sistematis untuk mengevaluasi isi dari *book chapter* atau artikel jurnal. Penulis menganalisis secara mendalam terhadap struktur, metodologi, temuan dan menyimpulkan sumber yang diulas.

Pembahasan

Society 5.0 / Masyarakat 5.0

Era *society 5.0* merupakan masa depan bagi seluruh umat manusia dengan memanfaatkan teknologi disetiap aspek kehidupan. Era ini diperkenalkan pertama kali oleh Shinzo Abe selaku Perdana Menteri Jepang yang bertujuan untuk menyelaraskan kemajuan teknologi dengan penyelesaian masalah sosial yang terintegrasi. Pada era sebelumnya yaitu era *society 4.0* atau biasa dikenal sebagai era industri 4.0 manusia baru mengenal teknologi, dan kemudahan dalam mengakses informasi yang menjadikan kedua hal tersebut menjadi dampak positif dari era tersebut. Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, pemanfaatan teknologi mulai ditingkatkan perannya dalam kehidupan manusia dan di era inilah disebut *society 5.0* dimana pada zaman ini teknologi menjadi sangat dekat dengan kehidupan manusia.

Ditunjuk sebagai soko guru perekonomian, koperasi memiliki peran yang sangat penting bagi ekonomi negara. Hal ini sudah dibuktikan pada tahun 1998 koperasi

terbukti sebagai badan usaha yang dapat bertahan ketika terjadi krisis ekonomi di Indonesia. Memasuki era Society 5.0 menjadi tantangan bagi koperasi agar dapat terus bertahan dan menjadi badan usaha yang masih diminati oleh masyarakat terutama Generasi Z. (Rustidja et al., 2020)

Koperasi dikalangan Generasi Z

Koperasi menjadi salah satu sarana yang tepat untuk meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat yang memiliki golongan ekonomi menengah kebawah. Koperasi dapat dijadikan sebagai sarana perjuangan ekonomi melawan persaingan dari perusahaan besar. Saat ini koperasi dipandang kurang baik dikalangan masyarakat, karena banyak koperasi yang tidak berjalan sesuai dengan prinsip dan tujuan dari koperasi. Dan banyak dimanfaatkan oleh pengurus yang tidak profesional. Meski demikian, masih banyak koperasi di Indonesia yang masih bertahan meskipun dalam pengelolaannya tidak mudah, karena koperasi didirikan dan di kelola secara mandiri oleh para anggotanya (Handayani & Khasanah, 2021).

Koperasi Mahasiswa

a. Pengertian & Tujuan Koperasi Mahasiswa

Koperasi mahasiswa merupakan koperasi yang pengurus, pengawas dan anggotanya berasal dari mahasiswa dimana koperasi tersebut dijalankan. Penggerak utama dari koperasi tersebut adalah mahasiswa. Melalui koperasi ini, mahasiswa dapat menyalurkan pemikirannya yang kritis dan inovatif agar koperasi dapat berkembang dan lebih bersinar. Secara umum koperasi mahasiswa memiliki tujuan yang sama dengan koperasi pada umumnya yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan para anggotanya dan masyarakat. Secara khusus terdapat tujuan lain didirikannya koperasi mahasiswa antara lain :

- 1) Memberikan bekal langsung kepada mahasiswa melalui praktek berkoperasi dalam memenuhi kebutuhan diperkuliahan
- 2) Menumbuhkan sikap gotong royong, saling menghormati dan kekeluargaan antar mahasiswa
- 3) Mengembangkan dan menyempurnakan demokrasi, kreativitas, keterampilan, pengetahuan dan lainnya.

b. Modal Koperasi Mahasiswa

Dalam menjalankan koperasi mahasiswa pasti membutuhkan dana sebagai modalnya. Modal tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan guna melancarkan jalannya koperasi. Modal koperasi mahasiswa dapat diperoleh dari :

- 1) Simpanan pokok anggota

Simpanan pokok anggota merupakan simpanan yang harus dibayarkan oleh anggota baru ketika bergabung pada koperasi mahasiswa dan nominalnya ditentukan oleh anggota koperasi melalui rapat anggota.

- 2) Simpanan wajib anggota

Simpanan ini wajib dibayarkan secara rutin setiap bulannya oleh anggota dan nominalnya juga ditentukan sendiri oleh anggota koperasi melalui rapat anggota.

3) Sisa hasil usaha yang disisihkan

SHU merupakan sisa hasil usaha yang tidak dibagikan kepada para anggota koperasi. Dana ini dijadikan dana cadangan bagi koperasi mahasiswa.

4) Sumber dana lain yang layak dan tidak mengikat

c. *Keanggotaan dan kepengurusan*

Keanggotaan dalam koperasi bersifat sukarela dan terbuka untuk seluruh mahasiswa. Seluruh mahasiswa dapat menjadi anggota koperasi tanpa paksaan dan tanpa batasan dari jurusan maupun fakultas tertentu. Keanggotaan koperasi berlaku selama mahasiswa tersebut masih berstatus sebagai mahasiswa aktif, jika mahasiswa tersebut mengundurkan diri atau lulus maka keanggotaan mereka dalam koperasi mahasiswa juga berakhir. Sedangkan pengurus koperasi ditentukan melalui rapat anggota. Pengurus koperasi memiliki tanggung jawab untuk melaporkan pertanggung jawaban kepada anggota koperasi melalui rapat anggota.

Minat Berkoperasi

Minat merupakan sesuatu yang dimiliki oleh seseorang dan dapat dikembangkan. Minat tidak ada dalam diri seseorang dengan sendirinya, namun karena adanya usaha dan pengalaman untuk mengembangkannya. Minat dapat menjadi modal yang besar untuk menggapai tujuan. Terdapat empat indikator minat yaitu, perasaan senang, ketertarikan, perhatian dan keterlibatan. Menurut *theory of reasoned action* minat adalah fungsi dari penentu yang berhubungan dengan faktor pribadi dan pengaruh sosial. Kedua faktor inilah yang menjadi faktor penentu minat untuk berkoperasi. Faktor pribadi berhubungan dengan sikap terhadap perilaku individual sedangkan faktor social berhubungan dengan pandangan seseorang terhadap tekanan sosial yang akan mempengaruhi minat (Akbar & Fitri, 2020).

Dunia internet saat ini sangat berkembang pesat dan dapat menjangkau semua kalangan usia terutama Generasi Z. Selain media sosial Generasi Z juga sudah mengenal dan menggunakan *e-commerce*. Pembelian barang dilakukan dengan dua cara yaitu *social commerce* dan *e-commerce*. Bagi sebagian kalangan *e-commerce* merupakan suatu hal yang baru yang dapat mengubah perilaku, kebiasaan dan tren bagi konsumen. *Social commerce* adalah pembelian online melalui aplikasi media sosial seperti *instagram*, *twitter*, *facebook* dan lain sebagainya. Berdasarkan informasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kalangan yang paling sering menggunakan komunikasi dan internet adalah Generasi Z. Sedangkan kebanyakan koperasi di Indonesia masih beroperasi secara manual hanya sebagian kecil yang sudah beralih ke digital (Tsamroh & Sisilia, 2022).

Generasi Z memandang koperasi tidak hanya sebagai bagian dari sekolah saja. Koperasi membutuhkan inovasi agar dapat berbaur dengan budaya dan lingkungan milenial. Tren masa kini perlu dipelajari dan dijadikan inovasi agar koperasi tidak dipandang sebagai perusahaan yang hanya dapat beroperasi dan bertahan pada masa lampau saja. Generasi z juga harus mengetahui manfaat dari teknologi dan komunikasi

saat ini dalam pengoperasian koperasi. Karena keberadaan koperasi saat ini perlu diperhatikan. Selain turut serta dalam menggerakkan roda perekonomian, koperasi juga sering dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab untuk mengumpulkan dana dari masyarakat dan digunakan untuk kepentingan pribadi tanpa nilai investasi. Dalam hal ini pembinaan dan pengawasan masih kurang, sehingga ada kemungkinan merugikan anggota koperasi karena koperasi berubah menjadi lembaga keuangan yang tidak punya jaminan keamanan, maka dari itu koperasi harus lebih memperhatikan tujuan dan prinsip awal dari koperasi itu sendiri. Pada zaman serba digital ini koperasi dituntut tidak hanya dapat bertahan hidup tetapi juga dapat bersaing dengan badan usaha lainnya yang sudah beralih ke digital. Koperasi harus selalu siap dalam menghadapi perubahan di era ini (Sari et al., n.d.).

Pada era saat ini lingkungan dunia kerja sudah dipenuhi oleh Generasi Z. Generasi Z cenderung memiliki jiwa yang bebas dan bersikap apa adanya, lebih mengerti perbedaan dan berpikiran realistis terkait segala hal salah satunya pekerjaan. Hal ini menjadikan minat generasi z terhadap koperasi sangat rendah. Menurut mereka jika mereka memiliki kebutuhan dibidang keuangan maupun investasi akan lebih memilih dunia perbankan daripada koperasi. Karena mereka beranggapan koperasi belum dapat menjamin keamanan sebaik perbankan saat ini yang memeberikan fasilitas dan pelayanan serba digital (Panjaitan et al., 2020).

Menurunnya Eksistensi Koperasi

Pada zaman sekarang ini, telah banyak upaya dilakukan guna mengembangkan koperasi, akan tetapi saat ini koperasi berada pada posisi dimana memiliki berbagai kendala yang tentunya akan berdampak pada turunnya eksistensi koperasi beberapa dari kendala tersebut adalah :

1. Modal yang terbatas

Keterbatasan modal ini dapat terjadi karena kurangnya pembentukan modal oleh anggota koperasi itu sendiri, tidak menarik sumber dana dari luar, dan kurangnya upaya dan inisiatif untuk meningkatkan modal.

2. Lemahnya daya saing

Di era *society 5.0* ini pesaing dapat muncul dari mana saja dan setiap saat. Baik dari penjuru negeri maupun luar negeri. Jika dibandingkan dengan badan usaha lain, dapat dikatakan koperasi masih belum dapat bersaing.

3. Rendahnya kesadaran berkoperasi pada anggota

Rendahnya kesadaran berkoperasi pada anggota dapat menghambat perkembangan koperasi itu sendiri. Seperti anggota koperasi yang sering telat atau tidak menyetorkan iuran wajib kepada koperasi.

4. Kualitas Sumber Daya Manusia dalam pengelolaan koperasi

kualitas sumber daya manusia yang rendah menyebabkan kurangnya kerja sama antara pengurus, pengawas dan anggotanya. Sehingga koperasi tidak dapat berjalan dengan lancar. Serta menghambat laju pertumbuhan koperasi dan tujuan koperasi tidak dapat terwujud.

5. Pengenaan pajak terhadap koperasi tidak memenuhi keadilan

Kendala ini terlihat dari banyaknya keluhan yang muncuk tentang pengenaan pajak terhadap koperasi, yang membebani koperasi yang sedang berkembang.

6. Rendahnya pengetahuan tentang koperasi serta minimnya minat masyarakat untuk bergabung dengan koperasi.

Minimnya minat masyarakat untuk berkoperasi disebabkan oleh kurangnya rasa kepercayaan terhadap koperasi karena masyarakat menganggap bahwa koperasi belum tentu dapat memberikan kesejahteraan kepada anggotanya ditambah lagi dengan pengelolaan koperasi yang lemah dan tidak sesuai dengan prinsipnya. Hal lainnya, seperti yang kita ketahui di era *Society 5.0* ini masih banyak koperasi yang belum menyesuaikan model bisnisnya dengan masyarakat milenial, sehingga hal ini juga menimbulkan rendahnya minat masyarakat untuk berkoperasi.

7. Pemahaman Generasi Z/ Milenial tentang Koperasi masih rendah

Kesalahpahaman dan stigma negatif tentang koperasi muncul akibat dari kurangnya pemahaman tentang koperasi, hal ini menunjukkan bahwa koperasi saat ini masih kurang mendapatkan perhatian oleh kalangan Generasi muda yaitu Generasi Z. keadaan tersebut sekaligus menjadi bukti bahwa pemerintah masih kurang berkomitmen dalam pembangunan kopersidi Indonesia. Dalam menghadapi masalah ini diharapkan pemerintah dapat ikut serta untuk mengatasi kendala serta kekurangan pada perkoperasian di Indonesia (Sari et al., n.d.).

Kesimpulan dan Saran

Dunia internet saat ini sangat berkembang pesat dan dapat menjangkau semua kalangan usia terutama Generasi Z. Pada era saat ini lingkungan dunia kerja sudah dipenuhi oleh Generasi Z. Generasi Z cenderung memiliki jiwa yang bebas dan bersikap apa adanya, lebih mengerti perbedaan dan berpikiran realistis terkait segala hal salah satunya pekerjaan. kebanyakan koperasi di Indonesia masih beroperasi secara manual hanya sebagian kecil yang sudah beralih ke digital. Sedangkan kalangan yang paling sering menggunakan komunikasi dan internet adalah Generasi Z. Telah banyak upaya dilakukan guna mengembangkan koperasi, akan tetapi saat ini koperasi berada pada posisi dimana memiliki berbagai kendala yang tentunya akan berdampak pada turunya eksistensi koperasi beberapa dari kendala tersebut adalah Modal yang terbatas, Lemahnya daya saing. Rendahnya kesadaran berkoperasi pada anggota, Kualitas Sumber Daya Manusia dalam pengelolaan koperasi, Pengenaan pajak terhadap koperasi tidak memenuhi keadilan, Rendahnya pengetahuan tentang koperasi serta minimnya minat masyarakat untuk bergabung dengan koperasi, dan Pemahaman Generasi Z/ Milenial tentang Koperasi masih rendah. Dalam menghadapi masalah ini diharapkan pemerintah dapat ikut serta untuk mengatasi kendala serta kekurangan pada perkoperasian di Indonesia. Agar minat generasi penerus bangsa yaitu Generasi Z dapat terus meningkat.

Daftar Pustaka

- Akbar, D. M., & Fitri, A. A. (2020). Peran Mahasiswa Terhadap Perekonomian Di Kota Malang Melalui Koperasi Mahasiswa. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 294–313.
- Arifin, A. N. (2021). *Peran koperasi mahasiswa dalam pendidikan kewirausahaan bagi anggota koperasi mahasiswa Padang Bulan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/29508/1/14130022.pdf>
- Handayani, W. R., & Khasanah, U. (2021). Peran Nilai Islami Anggota Koperasi dalam Meningkatkan Eksistensi Lembaga. *Iqtishoduna*, 17(1), 81–96. <https://doi.org/10.18860/iq.v17i1.9821>
- Panjaitan, O. W. O., Mahrita, A., & Rahayu, R. (2020). Persepsi dan minat generasi Z dalam berkoperasi guna mendorong keberlanjutan koperasi (Studi Pada Cu Betang Asi). *Competence: Journal of Management Studies*, 14(2), 234–250.
- Rahayu, Y. S., & Naja, C. D. (2023). Penerapan Artificial Intelligence Sebagai Inovasi Di Era Disrupsi Dalam Mengurangi Resiko Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *WADIAH*, 7(2).
- Rustidja, E. S., Wipartini, Y., Nugraha, H., Setiawati, R., Ermaya, S. K., Mulyana, I., Wahyuningsih, E., Sugiyanto, S., Indriani, Y., & Purnamawati, A. (2020). *Bunga Rampai 2020: 20 Pemikiran Koperasi Dalam Menghadapi Industrial Era 4.0 and Society 5.0*. Institut Manajemen Koperasi Indonesia.
- Sari, R. T. N., Batubara, G. V., & Islami, D. P. (n.d.). *Strategi untuk mempertahankan eksistensi koperasi dalam kehidupan masyarakat*.
- Susanto, B. (2017). *Konstruksi penggunaan akad dalam pendirian koperasi syariah*.
- Tsamroh, Y., & Sisilia, K. (2022). Analisis Minat Beli Online dan Minat Berkoperasi Digital pada Generasi Z. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 137–147.