

Koperasi Digital: Seberapa Penting dan Kesiapannya?

(Cooperatives Digitalization: How Urgent and Ready is Information Technology?)

Made Susilawati

Universitas Persatuan Guru 1945 NTT
 Jl. P. A. Manafe No. 7 Kelurahan Kayu Putih, Kec. Oebobo, Kota Kupang,
 Nusa Tenggara Timur, 85116, Indonesia
 E-Mail: madesusilawati10@yahoo.co.id

Abstract

Akuntansi Bisnis dan Manajemen (ABM),

Vol. 28

No. 02

Halaman 37-51,

Bulan Oktober, Tahun 2021

ISSN 0854-4190

E-ISSN 2685-3965

The purpose of this study was to examine how urgent and ready to digitize cooperatives during and through the covid-19 pandemic. Data was collected through literature study, interviews, focus group discussions, and observations. The object of the research is social capital in cooperatives in a number of districts/cities in NTT Province. The research method uses a qualitative approach through a case study. The result of this study is that the social capital of commitment as a healthy, independent, and contemporary cooperative is a stimulant towards the cooperatives digitization. Cooperative social capital from the cultural dimension of adaptation to digitalization still needs to be strengthened by literacy, preparation of resources supported by security of funds and data, and commitment.

Keywords: digitalization; covid-19; cooperative; Social Capital; Case Study

Abstrak

Informasi Artikel

Tanggal Masuk:

10 Oktober 2021

Tanggal Revisi:

20 Oktober 2021

Tanggal Diterima:

28 Oktober 2021

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji seberapa urgent dan siap digitalisasi koperasi pada saat dan melalui masa pandemi covid-19. Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan, wawancara, focus grup discussion, dan pengamatan. Obyek peneltian adalah modal sosial pada koperasi di sejumlah kabupaten/kota di Provinsi NTT. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui case study. Hasil penelitian ini adalah modal sosial komitmen sebagai koperasi sehat, mandiri, dan kekinian menjadi stimulan menuju digitalisasi koperasi. Modal sosial koperasi dari dimensi budaya adaptasi menuju digitalisasi masih perlu dikuatkan dengan literasi, persiapan sumber daya yang didukung keamanan dana dan data, serta komitmen bersama.

Keywords: digitalisasi; pandemi covid-19; koperasi; modal sosial; studi kasus

PENDAHULUAN

Mulai awal tahun 2020, Indonesia mengalami pandemi covid-19. Pandemi ini berdampak negatif pada dunia bisnis diantaranya menurunnya produksi, terhambatnya distribusi fisik, dan menurunnya permintaan pasar. Pada masa pandemi covid-19, Usaha Menengah Kecil dan Menengah (UMKM) termasuk usaha yang paling terdampak (Wantiknas, 2020). Pandemi covid-19 telah menyebabkan banyak orang sakit dan meninggal, penjualan menurun, kehilangan pekerjaan, belajar dari rumah, serta kerja dari rumah atau work from home (WFH). Pandemi covid-19 juga berdampak pada koperasi simpan pinjam diantaranya adalah minimnya jumlah simpanan dan kegagalan anggota dalam membayar angsuran tepat waktu yang mengakibatkan kredit bermasalah yang mempengaruhi likuiditas. Bila koperasi mengalami illikuid maka dapat mengakibatkan kesulitan mendanai kegiatan operasional koperasi atau kebangkrutan. Kebangkrutan banyak dialami UMKM pada saat pandemi covid-19 (Arianto, 2020). Oleh karena itu koperasi perlu menjaga likuiditas dan solvabilitasnya.

Jadi walaupun dalam kondisi pandemi covid-19, koperasi kerja ekstra dengan menjaga hubungan transaksi dan protokol kesehatan dengan anggota. Hal ini karena pemerintah menerbitkan peraturan pemerintah dalam upaya meminimalkan penyebaran covid-19 yaitu 5M (mencuci tangan, memakai masker, menjaga jarak, menjauhi kerumunan, dan mengurangi mobilitas) dan 3T (testing, tracing, treatment). Untuk melandaikan penyebaran covid-19, pemerintah memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Peraturan ini membuat masyarakat "dipaksa" beraktivitas menggunakan internet termasuk berbelanja menggunakan platform e-commerce dan website. Peraturan pemerintah berupa PSBB dan PPKM telah membatasi aktivitas usaha secara *offline*. Kondisi ini pun "memaksa" koperasi untuk melakukan adaptasi sebagai perilaku sosial mengikuti perkembangan kebutuhan diantaranya melalui digitalisasi. Digital marketing memengaruhi perilaku sosial penjual dan pembeli (Ariyani & Nurcahyono, 2014). Di samping itu, pada era digital ini, gaya hidup mengarah pada penggunaan perangkat teknologi yang mempermudah aktivitas manusia (Setiawan, 2017). Pertanyaannya adalah apakah koperasi sudah siap go digital? UMKM di Indonesia yang telah berplatform digital masih sekitar 13% (8 juta) dari 63 juta usaha mikro (Wantiknas, 2020). Dalam kondisi pandemic ini, bisnis digital menjadi lebih berkembang termasuk dalam menghubungkan dengan akses pembayaran.

Era digital memberikan dampak positif dan negatif sehingga menjadi suatu tantangan (Setiawan, 2017). Tantangan digitalisasi UMKM nasional adalah pada daerah tertentu sinyal masih sulit dijangkau dan ketersediaan gawai, kemampuan membeli pulsa dalam mengakomodir interaksi lewat internet, cara mendorong UMKM beralih ke platform digital, cara mempercepat literasi terkait lapangan kerja dan pemilihan platform digital (Wantiknas, 2020). Terkait hal ini, Eddy Satriya, Deputy Bidang Restrukturisasi Usaha, Kementerian Koperasi dan UKM (Wantiknas, 2020), menjelaskan langkah Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) dalam mensosialisasikan digitalisasi diantaranya adalah (a) peningkatan kualitas SDM berupa eduKUKM, webinar, smart campus, pahlawan digital; (b) mengangkat produk UMKM melalui komunitas dan aplikasi lokal; (c) meng-embed digitalisasi melalui kakak asuh, UMKM digital catalog, promosi dan pemasaran melalui billboard, promosi produk, pusat layanan Usaha Terpadu UMKM (PLUT), mengulas produk melalui berbagai aplikasi melalui artis, influencer, dll (Wantiknas, 2020). Namun demikian lebih lanjut Eddy Satriya mengatakan bahwa anggota pun masih membutuhkan interaksi fisik karena interaksi ini berperan memengaruhi perilaku berkoperasi (Wantiknas, 2020). Berdasarkan kondisi itu maka perpindahan ke platform digital harus memerhatikan kebutuhan masyarakat (Wantiknas, 2020).

Ini merupakan tantangan bagi koperasi dengan mengubah strategi penjualan dan memanfaatkan teknologi informasi melalui digitalisasi (Arianto, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa koperasi mau atau tidak harus mengikuti perkembangan teknologi informasi agar tidak ketinggalan zaman. Teknologi informasi ini memudahkan keterhubungan anggota, distributor, supplier, koperasi, dan masyarakat. Keterhubungan digital ini memudahkan transaksi jual-beli. Pada saat pandemi covid-19, digital telah menjadi alternatif penyelamatan dan pengembangan usaha digital (Arianto, 2020). Hal ini yang juga sedang dihadapi oleh sejumlah koperasi di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT).

Di Indonesia, koperasi digital masih minim yaitu 906 koperasi (0,73 %) dari 123 ribu koperasi aktif ("berita/qk8kej383/ntt-dorong-pengembangan-koperasi-digital," 2020). Hingga tahun 2020, koperasi di Provinsi NTT berjumlah 4.202 dimana 3.846 (91,52%) dengan keanggotaan berjumlah 2.158.059 orang ("berita/qk8kej383/ntt-dorong-pengembangan-koperasi-digital," 2020). Di Provinsi NTT ekosistem digital masih minim dimana 6 koperasi yang dalam proses digital dan 9 koperasi yang akan melaksanakan kerjasama digital ("Sembilan Koperasi di NTT akan Kerjasama Digital ", 2021). Hingga 30 Mei 2021, 217 koperasi di NTT telah melakukan migrasi data menjadi koperasi digital ("Program Digitalisasi Koperasi 217 Koperasi di NTT Telah Migrasi Data," 2021). November 2020 Kementerian KUKM telah meluncurkan aplikasi digitalisasi koperasi ("Sembilan Koperasi di NTT akan Kerjasama Digital ", 2021), maka Dinas Koperasi, Tenaga Kerja dan Transmigrasi (Disnakertrans) Provinsi NTT menargetkan gerakan 1000 koperasi digital di 2021 dimana anggota dapat melakukan transaksi koperasi menggunakan telepon genggam berbasis android atau IOS.

Koperasi sebagai salah satu badan usaha mau tidak mau harus bersaing dengan badan usaha yang lain. Walaupun koperasi merupakan suatu badan usaha dari, untuk, dan oleh anggota koperasi, namun pengelolaan koperasi harus mengikuti perkembangan dunia usaha karena bila tidak mengikuti perkembangan maka koperasi akan sulit eksis dan berkembang. Koperasi memiliki suatu keunikan dibandingkan badan usaha yang lain. Keunikan koperasi itu adalah koperasi terbentuk dari kumpulan orang yang berkomitmen mencapai tujuan bersama melalui penjualan produk. Produk koperasi dijual untuk anggota koperasi dan masyarakat yang membutuhkan. Penjualan dan pengelolaan koperasi dilakukan oleh anggota yang dipilih menjadi elemen manajemen yaitu pengurus dan pengawas (selanjutnya disebut manajemen koperasi).

Pengurus mengangkat pengelola yang mengelola operasional koperasi. Pengelola dipimpin oleh seorang manajer. Manajer inilah yang mengelola usaha dan memberdayakan sumber daya koperasi agar dapat memberikan kontribusi bagi kesejahteraan anggota. Kepengurusan atau pengelolaan koperasi ini diawasi oleh pengawas sebagai kepenjangan tangan dari anggota. Pengawas berfungsi memastikan bahwa pengurus dan pengelola koperasi mematuhi aturan dan hukum yang berlaku dan mengelola koperasi sesuai tujuan bersama. Jadi antara pengurus, pengawas, pengelola, dan anggota (selanjutnya disebut elemen koperasi) saling bekerjasama dalam memajukan koperasi. Kerjasama ini menjadi komitmen bersama mewujudkan kemandirian koperasi baik dari aspek permodalan dan pengelolaan. Kemandirian koperasi menjadi dasar membentuk koperasi yang sehat dan koperasi yang menyejahterakan.

Kemandirian ini merupakan kolaborasi manajemen dan anggota koperasi yang bersumber dari modal sendiri yang kuat untuk di "putar" sehingga dapat menghasilkan kinerja yang diharapkan. Anggota yang memiliki dana menabung di koperasi dengan imbalan bunga tabungan sehingga manajemen mengelola dana tersebut dengan meminjamkan dana tersebut dengan imbalan angsuran bunga pinjaman. Dengan semua *stakeholders* memahami hak dan kewajibannya, pengelolaan koperasi akan menuju perbaikan kinerja dan pelayanan. Hal ini disebut kesadaran dan komitmen berkoperasi yang memberikan manfaat bagi diri sendiri dan

sesama anggota serta masyarakat. Kesadaran dan komitmen ini menjadi pondasi dalam membangun kemandirian dalam keuangan.

Kemandirian tersebut menjadi kunci dalam menghadapi masalah permodalan yang sering dihadapi koperasi. Bank dalam memberikan pinjaman mensyaratkan adanya agunan kredit, masalahnya masih minim koperasi yang memiliki agunan. Hal ini merupakan salah satu masalah tidak berkembangnya koperasi karena tidak memiliki inovasi dan kreativitas dalam memperkuat permodalan. Hal ini berelasi juga pada lemahnya pengelolaan koperasi karena minimnya pengetahuan manajemen.

Koperasi yang terbangun karena kebersamaan dalam mencapai kesejahteraan mendorong koperasi melakukan *self help* ("Ini Kelebihan dan Kelemahan Koperasi yang Harus Anda Ketahui," 2020). *Self help* ini dijadikan sebagai pegangan koperasi dalam menghadapi perubahan tatanan ekonomi yang dinamis. *Self help* mendorong masing-masing *stakeholders* dalam koperasi untuk bekerjasama memperkuat kemandirian koperasi dalam meningkatkan pelayanan dan kepercayaan anggota dan masyarakat.

Salah satu bentuk kemandirian koperasi adalah melakukan perubahan sesuai kondisi, kebutuhan, dan kemampuan koperasi. Hal yang menjadi tantangan bagi koperasi adalah kemampuan SDM dalam memanfaatkan upaya menekan penyebaran virus covid-19 serta mempertahankan dan mengembangkan usaha diantaranya tantangan untuk melakukan digitalisasi. Gaya hidup masyarakat saat ini mendorong koperasi untuk meningkatkan pelayanannya kepada anggotanya. Kondisi saat ini mendorong koperasi untuk melakukan digitalisasi. Digitalisasi menjadi suatu instrumen untuk meningkatkan transparansi, akuntabilitas, profesionalisme, pelayanan, dan kepercayaan anggota dan masyarakat terhadap koperasi. Digitalisasi ini menunjukkan pengelolaan modern yang mengarah pada peningkatan pelayanan dan profesionalisme. Namun digitalisasi baru dilakukan oleh sejumlah kecil koperasi di Indonesia.

Berbeda dengan koperasi di Indonesia, pengelolaan koperasi di negara maju telah dilakukan secara profesional. Anggota koperasi di negara maju pun aktif berkontribusi dan mendorong transparansi informasi yang akuntabel. Di negara maju koperasi telah mendapatkan kepercayaan masyarakat mengingat andilnya dalam memajukan ekonomi anggota. Hal ini menjadi tantangan yang dihadapi koperasi-koperasi di Indonesia. Di negara maju, koperasi memiliki nilai tawar yang tinggi, koperasi patuh pada hukum dan aturan yang berlaku, serta mengikuti perkembangan kebutuhan pelayanan dan teknologi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa koperasi yang kuat didukung oleh manajemen dan anggota yang bersama memajukan kinerja koperasi. Hal ini harus menjadi perhatian koperasi-koperasi di Indonesia agar dapat mereposisi nilai tawar koperasi di masyarakat.

Terkait hal itu, pemerintah mendorong koperasi untuk mereposisi menjadi bisnis kekinian dengan berplatform digital. Berbagai upaya pemerintah dilakukan diantaranya melalui bimbingan teknis (bimtek), literasi, dan mendorong kerjasama dengan berbagai platform digital. Namun respon koperasi masih minim dalam implementasinya. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik mengkaji seberapa urgen dan kesiapan koperasi dalam mereposisi menjadi koperasi kekinian berplatform digital agar dapat bertahan dan berkembang pada saat dan melalui pandemi covid-19 ini?

UMKM masih minim yang berplatform digital (Adhinegara, 2020). Hal ini diperkuat penelitian Nurdany & Prajasari bahwa penggunaan media digital koperasi masih minim (Nurdany & Prajasari, 2020). Berdasarkan data tersebut dihubungkan dengan data peneliti menunjukkan bahwa koperasi masih minim menggunakan platform digital. Hal ini karena sejumlah koperasi tetap mempertahankan non-digital karena kurangnya preferensi (Nurdany & Prajasari, 2020). Selain itu, peneliti melihat bahwa ada kecemasan koperasi dalam menerapkan teknologi yang dianggap "eksklusif" dan informasi negatif terkait

beberapa kasus platform digital. Kecemasan itu karena tidak sedikit pinjaman online (pinjol) yang berkedokkan koperasi namun menipu dan merugikan konsumen dan masyarakat. Tidak sedikit pinjol yang menawarkan pinjaman dengan alasan syarat yang mudah namun tidak didukung informasi yang lengkap dan benar sehingga menimbulkan risiko bagi peminjamnya. Untuk mengantisipasi hal tersebut, Direktur Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga, Veri Anggrijono dan Kementerian Perdagangan (Kemendag) menyelenggarakan bimbingan teknik (bimtek) ("Lindungi Konsumen dari Transaksi Digital," 2020). Bimtek juga mendorong koperasi untuk melakukan perbaikan dan perubahan menuju digitalisasi. Bimtek yang diselenggarakan pemerintah terkait pentingnya peran dan penggunaan platform digital telah mulai dilaksanakan pada koperasi yang diteliti. Namun, responnya masih minim. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengkaji seberapa urgen dan kesiapan koperasi terkait platform digital.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan cara yaitu pendekatan studi kepustakaan, *focus grup discussion* (FGD), wawancara, dan melakukan pengamatan (observasi). Teknik pengumpulan data ini dikategorikan sebagai penelitian kualitatif (Kamayanti, 2020). Pada pendekatan analisis ini, peneliti adalah instrumen kunci pengumpulan data untuk mendapatkan kedalaman informasi (Sugiyono, 2017). Hal ini dikuatkan oleh pendapat (Sugiyono, 2016) bahwa metode deskriptif kualitatif digunakan untuk meneliti objek alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci pengumpulan data yang dianalisis secara induktif yang mengandung makna bukan generalisasi.

Pengamatan merupakan pendekatan dengan melakukan komunikasi dan/atau mengamati langsung objek datanya untuk memperoleh data primer (Hartono, 2013). Pengamatan di lapangan dilakukan pada saat peneliti diundang Disnakertrans Provinsi NTT, Disnakertrans Kota dan Disnakertrans Kabupaten. Peneliti secara periodik diundang sebagai instruktur pemberi pelatihan dan bimbingan teknis baik di tingkat kota, kabupaten, dan provinsi di NTT. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengambil topik penelitian ini yang diharapkan menjadi bahan pertimbangan dalam berkoperasi serta dapat memperkaya pengetahuan terkait digitalisasi koperasi.

Pada saat peneliti memberikan pelatihan pada koperasi-koperasi, peneliti memperoleh informasi pada sesi diskusi dan tanya jawab dalam bentuk interview dan focus group discussion (FGD). Pada saat peserta pelatihan mengerjakan tugas dan saat menunggu dimulainya kegiatan pelatihan, peneliti mendapat kesempatan untuk mewawancarai peserta. FGD dilakukan dalam beberapa momen ketika peserta menjelaskan dan bertukar informasi terkait permasalahan penelitian ini dan permasalahan yang mereka hadapi. Peserta yang diwawancarai dan dilakukan FGD adalah peserta bimbingan teknis (bimtek) di 5 kabupaten dan Kota di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). Peserta meliputi pengurus, pengawas, pengelola, anggota, pengurus dekopinda, maupun pegawai Disnakertrans.

Selain itu peneliti juga mendapatkan data melalui studi dokumentasi berdasarkan catatan akuntansi, sistem informasi, laporan keuangan, membaca referensi dari penelitian terkait dan berbagai media online mainstream terkait koperasi dan digitalisasi koperasi. Metode pengumpulan data ini dipilih karena dengan peneliti terjun langsung di lapangan peneliti melakukan diskusi atau tanya jawab dan pengamatan yang mampu mendapatkan informasi yang diharapkan. Bahkan karena pengumpulan data itu dilakukan saat peneliti melakukan pelatihan dan bimbingan teknis, peneliti langsung dapat memberikan solusi perbaikan sehingga segera dapat memberikan manfaat bagi perbaikan kinerja koperasi. Peneliti menilai metode pengumpulan data ini mampu menentukan hasil penelitian dan hasil temuan mampu memberikan kontribusi (ALJEBI, 2021).

Data yang dikumpulkan dari interview, studi kepustakaan, pengamatan, dan FGD dikristalkan hingga tidak didapatkan lagi data terbaru (mencapai titik jenuh). Data yang dikumpulkan dianalisis sehingga dideskripsikan suatu makna yang bernilai bagi pengembangan pengetahuan dan koperasi. Oleh karena pengumpulan data dalam penelitian ini dari lebih dari satu sumber data maka ini merupakan ciri penelitian studi kasus (Creswell, 2014). Peneliti memilih menggunakan metode studi kasus karena peneliti ingin mendeskripsikan digitalisasi koperasi yang diamati secara lebih spesifik dan mendalam. Tipe studi kasus digitalisasi koperasi pada saat pandemik ini dengan melihat dari perspektif peneliti. Studi kasus merupakan suatu pencarian pengetahuan empiris yang meneliti fenomena agar ditemukan jawaban atau solusinya, (Yin, 1996).

Prosedur penelitian ini mengacu pada prosedur penelitian studi kasus menurut (Creswell, 2014) yaitu (1) dasar menggunakan pendekatan studi kasus; (2) menentukan tipe studi kasus; (3) pengumpulan data dari beberapa sumber informasi; (4) analisis untuk memahami kompleksitas konteks kasus; dan (5) mendeskripsikan makna. Penelitian ini didasari oleh fenomena kasus tantangan dan tindakan koperasi di beberapa kabupaten dan kota di provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) dalam mengantisipasi dan menghadapi pandemi virus covid-19. Penelitian ini termasuk studi kasus observasi karena peneliti melakukan observasi, wawancara, dan focus group discussion (FGD) pada saat memberikan bimbingan teknis pada koperasi-koperasi di beberapa kabupaten dan kota di Provinsi NTT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data di lapangan, lambatnya pertumbuhan platform digital pada koperasi-koperasi disebabkan kurangnya motivasi dan komitmen bersama, mismanajemen, mis pengawasan yang bersifat solutif, tidak adanya transformasi informasi, serta ketidakpahaman elemen koperasi atas fungsinya. Jadi dalam pembentukan koperasi, anggota dan manajemen harus terlebih dahulu memahami fungsinya. Transformasi urgent perlu dilakukan agar dapat bertahan dan berkembang. Salah satu bentuk transformasi adalah adaptasi terhadap digitalisasi terkait tuntutan kondisi terkini agar dapat tetap eksis dan berkembang. Pandemi covid-19 telah menstimuli akselerasi inovasi dan adaptasi dengan beradaptasi pada perkembangan teknologi digital dan era kenormalan baru ("Bersinergi Membangun Optimisme Pemulihan Ekonomi. Laporan Perekonomian Indonesia 2020," 2021).

Perkembangan teknologi digital ikut memberikan andil pada perkembangan bisnis digital. Informasi terkait bisnis digital telah banyak diketahui koperasi, namun tidak sedikit koperasi yang walaupun telah mengetahui peran digitalisasi namun masih menggunakan aplikasi koperasi karena tidak semua simpanan dan analisis kredit dapat dilakukan hanya mengandalkan online. Di sisi lain, karena persaingan bisnis yang ketat, pendekatan interaksi fisik pada kondisi tertentu masih dibutuhkan mengingat adanya ikatan emosional dan jati diri koperasi yang bersifat kebersamaan. Namun koperasi juga harus mulai mempersiapkan menuju digitalisasi tanpa menghilangkan hal tertentu yang membutuhkan interaksi fisik dengan tetap menjaga protokol kesehatan. Jadi walaupun transformasi digital diharapkan menjadi solusi, namun koperasi perlu terlebih dahulu untuk berbenah.

Pemetaan Perubahan Perilaku

Upaya mereposisi koperasi membutuhkan modal sosial sebagai stimulan perubahan menuju perbaikan. (Bourdieu, 1986) menjelaskan bahwa modal sosial menjembatani jaringan hubungan sosial terkait akses pada sumber daya yang dapat digunakan. Di sisi lain, menurut (James, 1998) modal sosial menstimuli ketersediaan sumber daya dilihari dari fungsi dan manfaat dalam struktur sosial. Sedangkan menurut (Putnam, 1993), modal sosial meliputi

jaringan, nilai, dan kepercayaan berasal dari komunitas dalam memediasi koordinasi dan kerjasama yang berdampak pada produktivitas. Berdasarkan hal itu maka dapat dikatakan modal sosial merupakan seperangkat nilai dan jaringan informasi dalam mengakses sumber daya melalui kerjasama yang berdampak pada produktivitas.

Pada penelitian ini konsep substansi platform digitalisasi koperasi dikaji menggunakan teori modal sosial Bourdieu yang menjelaskan bahwa entitas sosial menggunakan simbol budaya sebagai identitas dalam struktur sosial. Berdasarkan teori modal sosial Bourdieu itu, pada prinsipnya masih banyak koperasi yang belum menerapkan digitalisasi walaupun memahami pentingnya peran digitalisasi produk koperasi. Hal ini dikarenakan masih minimnya pengetahuan dan kemampuan sumber daya terkait produktivitas dan keamanan dana dan data.

Produktivitas dibutuhkan koperasi agar tetap bisa eksis dan berkembang. Koperasi merupakan bagian dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan garda terdepan dalam menghadapi gejolak ekonomi. Namun perbankan masih minim memberikan kredit kepada UMKM karena khawatir risiko kredit macet, penghasilan tidak stabil, dan UMKM tidak memiliki agunan kredit (Adhinegara, 2020). Oleh karena itu, pemerintah (Kementerian BUMN & Kementerian KUKM) menyalurkan bantuan pinjaman bergulir melalui koperasi-koperasi yang telah mendapatkan rekomendasi dari Disnakertrans untuk memediasi penyaluran kredit kepada UMKM. Mengingat jati diri koperasi, penilaian analisis kredit tidak hanya mempertimbangkan agunan dan kemampuan bayar, tetapi juga mempertimbangkan integritas, walaupun agunan tidak sesuai dengan pengajuan jumlah kredit.

Seberapa Urgensinya Digitalisasi Koperasi?

Koperasi dihadapkan pada trend bisnis berorientasi digital. Sebelum mengimplementasikan koperasi berplatform digital, koperasi perlu mengidentifikasi seberapa urgent digitalisasi pada suatu koperasi. Pada dasarnya bila dilihat dari kondisi pandemi covid-19 dimana setiap individu diharapkan kesadarannya untuk menerapkan protokol kesehatan, maka koperasi berplatform digital menjadi suatu alternatif dalam bertahan dan berkembang. Namun dibalik itu, penerapan disesuaikan dengan kondisi, kebutuhan, dan kemampuan. Berdasarkan data di lapangan, urgensi utama sebelum mengembangkan digitalisasi koperasi adalah kemandirian yang mengindikasikan sebagai koperasi yang sehat.

Sejumlah koperasi di Provinsi NTT yang diteliti masih dalam kondisi kurang dan tidak sehat. Hal ini menjadi PR bagi Disnakertrans dan koperasi-koperasi yang bersangkutan untuk menyetatkan koperasi. Masalah ini mau tidak mau harus segera diidentifikasi permasalahannya. Setelah peneliti mengumpulkan informasi, koperasi-koperasi tersebut memiliki beberapa permasalahan yang urgent harus segera dibenahi. Permasalahan tersebut diantaranya adalah mismanajemen, koperasi dibangun tidak berdasarkan komitmen bersama, pemilihan manajemen tidak berdasar kompetensi, pengurus dan pengawas tidak paham fungsinya masing-masing. Kondisi tersebut berperan dalam lambatnya pengembangan digitalisasi koperasi. Hal ini merupakan upaya mereposisi koperasi dari selama ini berstigma negatif menjadi usaha berstigma positif dengan manajemen kekiniaan yang handal dan terpercaya.

Upaya mereposisi koperasi diantaranya dilakukan melalui perubahan yang signifikan pada koperasi. Perubahan itu diantaranya adalah digitalisasi koperasi. Digitalisasi membutuhkan modal dana dan teknologi yang memadai. Di sebagian besar negara, kendala koperasi platform hampir sama yaitu regulasi dan modal (ICCI, 2019). Pada koperasi yang diteliti terdapat kendala tambahan yaitu kemampuan sumber daya. Oleh karena itu, koperasi yang telah menerapkan digitalisasi umumnya adalah koperasi yang telah memiliki sumber daya yang memadai.

Dalam kondisi pandemi covid-19 ini, digitalisasi menjadi primadona sedangkan usaha yang tidak berplatform digital mengalami penurunan omzet penjualan termasuk koperasi. Mengingat peran digitalisasi dalam mengikuti perkembangan kebutuhan dan gaya hidup dan menghadapi persaingan dengan badan usaha yang lain, Menteri KUKM, Teten Masduki, mendorong 123 ribu koperasi aktif untuk menerapkan digitalisasi. Hal ini karena baru sekitar 906 koperasi (0,73%) yang telah dikategorikan sebagai ekosistem berplatform digital ("Digitalisasi akan Tingkatkan Daya Saing Koperasi," 2021b). Digitalisasi merupakan suatu upaya dalam meningkatkan kesejahteraan yang lebih baik serta menghadapi stigma koperasi yang jadul, pelayanan yang lambat, dan akuntabilitas yang buruk ("Digitalisasi akan Tingkatkan Daya Saing Koperasi," 2021b).

Dorongan pemerintah dalam pengembangan platform digital pada koperasi juga dipengaruhi oleh pengaruh pandemi covid-19. Pada saat pandemi covid-19, usaha berplatform digital mampu bertahan. Pada kuartal II tahun 2020 pengguna platform digital mengalami peningkatan 26% dibandingkan tahun 2019 ("Digitalisasi akan Tingkatkan Daya Saing Koperasi," 2021b). Mengingat Indonesia sebagai negara keempat berpenduduk terbanyak di dunia, maka diperkirakan tahun 2025, nilai ekonomi digital Indonesia mencapai Rp 1.700 triliun. Hal ini karena berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada saat pandemi covid-19 terjadi perubahan pola gaya hidup digital masyarakat yang cukup signifikan yang diindikasikan dari pengguna internet Indonesia yang meningkat dimana tahun 2018 berjumlah 64,8% sedangkan tahun 2019-2020 berjumlah 73,7% (196,7 juta pengguna) dari proyeksi Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah penduduk Indonesia tahun 2019 sebesar 266.911.900 ("Dirjen PPI Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital," 2021). Lebih lanjut dikatakan bahwa jumlah pengguna internet tahun 2019 naik 21 juta pengguna sedangkan tahun 2020 pengguna internet meningkat 25,5 juta. Pemerintah pun telah memperluas infrastruktur untuk memperluas coverage internet sehingga segmen penggunaannya makin luas. Hal ini karena lebih dari 90% konektivitas bergantung pada *mobile communication* ("Kompetensi SDM Kunci Keberhasilan Transformasi Digital," 2021).

Dalam upaya melandaikan covid-19, pemerintah Republik Indonesia menerapkan peraturan dalam upaya melandaikan orang yang terdampak positif covid-19. Hal ini mengakibatkan berkurangnya interaksi secara fisik (transaksi offline) dan meningkatnya transaksi online ("Digitalisasi Koperasi," 2021). Online shop pun semakin mengalami perkembangan yang pesat. Dalam kondisi ini agar koperasi bisa bertahan maka koperasi perlu melakukan penyesuaian. Salah satu bentuk penyesuaiannya adalah melakukan transformasi digital. Digitalisasi memudahkan anggota dan masyarakat untuk pemenuhan kebutuhannya dengan tetap mematuhi protokol kesehatan. Namun hal yang harus diperhatikan koperasi adalah kesiapan koperasi dan anggota dalam implementasi digitalisasi. Di satu sisi, digitalisasi memudahkan akses anggota terkait transparansi informasi dan pengelolaan dana. Namun di sisi lain, koperasi harus memiliki SDM, sistem, dan teknologi yang mampu menjaga keamanan dana dan keamanan data.

Hal itu karena koperasi pun harus dapat mengantisipasi maraknya pinjaman online (pinjol) ilegal berkedok koperasi digital. Menurut Ketua Satgas Waspada Investasi, Tongam L. Tobing, tujuan aplikasi koperasi simpan pinjam ilegal adalah untuk mengelabui masyarakat agar dikira pinjaman *online* itu telah memiliki legalitas dari Kementerian Koperasi ("Hati-hati ini Daftar 50 Aplikasi Pinjaman Online Ilegal Berkedok Koperasi," 2021). Anggota koperasi perlu diingatkan untuk berhati-hati dalam meminjam pada pinjaman online ilegal. Pinjaman online ilegal berkedok koperasi melanggar aturan karena koperasi menjual produknya kepada anggota dan calon anggotanya karena koperasi adalah badan usaha dari anggota, oleh anggota, dan untuk anggota. Ketua Satuan Tugas Waspada Investasi menegaskan bahwa koperasi

simpan pinjam dikhususkan untuk menawarkan produknya kepada anggota dan calon anggota KSP bukan untuk masyarakat umum karena melanggar ketentuan perundang-undangan Koperasi ("Hati-hati ini Daftar 50 Aplikasi Pinjaman Online Ilegal Berkedok Koperasi," 2021). Hal ini perlu diliterasi ke anggota dan masyarakat agar menghindari resiko penipuan dan kerugian.

Tidak sedikit pinjaman online yang berkedokkan berplatform koperasi namun faktanya adalah rentenier yang memberatkan peminjam. Pinjol seperti ini memiliki andil "merusak" nama koperasi. Pinjol menerapkan digitalisasi peminjaman secara online. Hal ini perlu menjadi perhatian koperasi dalam menerapkan koperasi digital karena tidak sedikit pinjol yang telah "memelaratkan" peminjam akibat bunga pinjaman yang "mencekik leher". Bahkan tidak sedikit yang diteruskan menjadi kasus hukum, mengalami sakit kejiwaan, ataupun bunuh diri karena tidak mampu menanggung berlipatnya jumlah pinjaman yang tidak terkontrol ("Digitalisasi akan Tingkatkan Daya Saing Koperasi," 2021a).

Berdasarkan data OJK, terdapat sejumlah koperasi saja yang terdaftar telah menerapkan aplikasi online koperasi melalui berbagai media online diantaranya melalui platform, email koperasi/developer, URL playstore, dan URL web. Koperasi berplatform online yang terdaftar di OJK adalah koperasi yang memenuhi persyaratan dan mendapat pengawasan OJK (www.ojk.go.id). Oleh karena itu, masyarakat dihimbau untuk bila ingin melakukan pinjaman maka harus mempertimbangkan pinjol yang terdaftar di OJK dan harus berhati-hati dalam melakukan pinjaman dengan harus memahami risiko dan kewajibannya. OJK juga telah melakukan tindakan menghentikan kegiatan 50 aplikasi koperasi simpan pinjam (KSP) yang melakukan penawaran pinjaman online ilegal yang tidak memenuhi prinsip koperasi ("Ini Pinjol yang Terdaftar di OJK 2021 Lainnya Ilegal," 2021). Pinjaman online ilegal bersifat merugikan masyarakat karena membeikan bunga pinjaman dan *fee* yang sangat tinggi, jangka waktu pinjaman yang pendek, dan diduga menyebarkan data pribadi serta intimidasi ketika peminjam tidak membayar angsuran pinjaman tepat waktu ("Hati-hati ini Daftar 50 Aplikasi Pinjaman Online Ilegal Berkedok Koperasi," 2021).

Seberapa Siap Koperasi Berplatform Digital?

Pada satu sisi, tujuan digitalisasi adalah modernisasi bisnis agar meningkatkan dan mempercepat pelayanan serta memudahkan transaksi dan kerja. Namun di sisi lain, koperasi perlu mempertimbangkan kebutuhan anggota serta kesiapan sumber dayanya baik sumber daya manusia, sumber daya sistem, sumber daya teknologi, dan sumber daya modal termasuk keamanan dana dan data. Jadi seberapa siap koperasi untuk menerapkan digitalisasi koperasi tergantung pada kebutuhan dan kondisi sumber dayanya melalui proses tahapan persiapan yang matang agar terhindar dari kegagalan. Jadi koperasi jangan asal mengikuti trend dan mengikuti target dari pihak lain yang tidak mengetahui kondisi internal koperasi. Hal ini karena kondisi setiap koperasi tidak sama.

Dalam memperkuat internal, koperasi perlu kondisikan koperasi dalam kondisi sehat terlebih dahulu baik secara pengelolaan, Sumber Daya Manusia (SDM), dan modal memiliki potensi untuk mengembangkan digitalisasi koperasi. Koperasi yang sehat memudahkan manajemen koperasi untuk berinovasi secara bertahap mulai mempersiapkan untuk mengembangkan digital koperasi. Persiapan diawali dengan menjajaki bentuk digital yang akan dikembangkan. Pilihan bentuk digital didiskusikan di tingkat manajemen dan gabungan dengan anggota sehingga semua elemen memiliki rasa memiliki untuk bersama memberikan masukan perbaikan sehingga platform digital tersebut memudahkan pelaksanaan fungsi masing-masing elemen koperasi.

Koperasi yang kurang atau tidak sehat secara pengelolaan, SDM, dan modal memiliki peluang yang minim untuk mengembangkan digital koperasi. Pada koperasi jenis ini langkah pertama yang harus dilakukan pada saat pandemi covid-19 ini adalah semua elemen koperasi

duduk bersama memetakan permasalahan yang menghambat perkembangan koperasi. Permasalahan ini dicarikan solusinya. Bila sulit dicarikan solusi maka koperasi dapat meminta mediasi pihak eksternal yang berintegritas serta memiliki pengetahuan dan pengalaman berkoperasi sehingga didapatkan solusi. Langkah ini menjadi dasar langkah perbaikan berikutnya. Dalam hal ini koperasi melakukan perbaikan dengan komitmen bersama baik manajemen dan anggota koperasi. Selanjutnya semua elemen koperasi berupaya belajar dan memperbaiki kinerjanya sehingga mampu melaksanakan fungsinya masing-masing. Perbaikan dilakukan secara bertahap melalui suatu persiapan.

Persiapan dilakukan menuju modernisasi koperasi. Modernisasi koperasi dilakukan dalam hal kelembagaan, usaha, dan permodalan yang didukung digitalisasi, sinergitas, kesadaran berkoperasi dengan SDM yang kompeten, dan semangat otonomi (Suryokumora & Ula, 2020). Modernisasi sebagai upaya koperasi untuk mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan. Koperasi yang ingin berkembang perlu didukung oleh manajemen yang mengoptimalkan media digital dengan cara 1) memberikan pemahaman internet berupa promosi melalui toko online, facebook, instagram; 2) mengenalkan pengetahuan dan keterampilan strategi pemberdayaan melalui media digital; 3) memberikan pelatihan, penyuluhan, dan pendampingan secara berkala terkait teknologi internet (Edy, Marsono, & Supriyono, 2018). Jadi koperasi perlu awali upaya menuju digitalisasi dengan memberikan literasi pentingnya peran digitalisasi dan penggunaan platform digital.

Salah satu persiapan menuju digitalisasi adalah melakukan pelatihan aplikasi online, melakukan pemasaran online di media sosial atau website (Arrizal & Sofyantoro, 2020). Pelatihan mempertimbangkan dengan memilih beberapa alternatif platform digital yang paling sesuai kebutuhan dan kemampuan termasuk dalam menjaga keamanan dana dan data. Pelatihan juga termasuk pelatihan sistem informasi yang terintegrasi dengan aplikasi akuntansi koperasi. Selain itu, pelatihan strategi berkoperasi yang sehat dan mandiri perlu didukung dalam memperkuat manajemen. Berdasarkan berbagai alternatif platform digital, koperasi perlu menentukan platform dengan mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan. Dalam implementasi digitalisasi diperlukan pendampingan dan update pengembangan teknologi informasi dan komunikasi. Selanjutnya dilakukan monitoring dan evaluasi. Pelatihan dirancang agar sumber daya koperasi telah benar-benar siap dalam menerapkan koperasi yang berplatform digital. Digital marketing memudahkan perolehan informasi dan interaksi dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan kesadaran, dan meningkatkan penjualan (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Transformasi Ekosistem Koperasi Platform Digital

Pada era disrupti ini, usaha yang berteknologi digital mengundang generasi muda untuk bergabung. Peningkatan animo generasi muda pada koperasi akan dapat mereposisi koperasi menjadi usaha yang tidak jadul lagi. Dengan kondisi ini, mau tidak mau akan memengaruhi generasi tua untuk beradaptasi mengikuti perkembangan yang ada.

Apabila dilihat dari jenis koperasinya, koperasi produksi, koperasi jasa, koperasi konsumen, dan koperasi serba usaha berpotensi mengembangkan digital marketing dengan menawarkan produk dan pembayaran pembelian produk melalui media aplikasi. Koperasi ini ada yang mengembangkan aplikasi sendiri dan ada juga yang bergabung menjadi mitra dari shopping online mainstream (ternama). Menjadi mitra shopping online ternama membuka jalan untuk dikenal masyarakat (target pasar) yang lebih luas. Namun bagi koperasi simpan pinjam, pada kondisi analisis kredit, koperasi harus melakukan interaksi fisik dalam interview untuk mengidentifikasi integritas calon debitur terkait penghasilan serta pengamatan lapangan untuk melihat dan menilai kondisi agunan sebagai dasar penilaian plafon kredit dan kemampuan bayar angsuran kredit (pinjaman). Berdasarkan hal tersebut diatas dapat

dikatakan bahwa digitalisasi koperasi tidak sebatas slogan dan koperasi langsung dapat menerapkan digitalisasi tanpa ditunjang kekuatan sumber daya.

Terkait hal itu, Ketua Umum Asosiasi Industri UMKM Indonesia (Akumandiri) Hermawati Setyorini mendorong pemerintah untuk memberikan peran lebih kepada koperasi untuk melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat ("Koperasi Menjadi Garda Terdepan," 2020). Sosialisasi dan edukasi perlu lebih diefektifkan agar anggota dan masyarakat dapat benar-benar paham pentingnya adaptasi dan perbaikan agar dapat meningkatkan pelayanan sesuai kebutuhan.

Di sisi lain, transaksi digital perlu dilindungi dengan peraturan untuk meminimalkan tindakan kejahatan digital. Hal ini karena hingga pandemi ini marak terjadi tindakan kejahatan tersebut. Walaupun pemerintah telah menerapkan berbagai strategi dalam menghadapi resesi akibat pandemi covid-19, namun pemerintah masih perlu melakukan evaluasi untuk memastikan program bantuan yang tepat sasaran dan terhindar dari kecurangan (Mirani *et al.*, 2021). Niaga elektronik dan transaksi keuangan digital membutuhkan tindakan perlindungan konsumen ("Lindungi Konsumen dari Transaksi Digital," 2020). Oleh karena itu, Kementerian Perdagangan (Kemendag) melaksanakan bimbingan teknis (bimtek) Sumber Daya Manusia (SDM) Penegak Pegawai Negeri Sipil Perlindungan Konsumen (PPNS PK) dalam pengawasan dan penegakan hukum dalam bidang perlindungan konsumen dan perdagangan ("Lindungi Konsumen dari Transaksi Digital," 2020). Jadi upaya mengembangkan digital di koperasi membutuhkan dukungan aturan sehingga dapat tercapai tujuan digitalisasi.

Menurut Jerry Sambuaga ("Lindungi Konsumen dari Transaksi Digital," 2020) tujuan digitalisasi adalah mempermudah proses transaksi, meningkatkan layanan kepada konsumen, mengurangi risiko kejahatan, memudahkan pendataan termasuk data omset, memodernkan pasar agar lebih efisien, efektif, dan memberikan kepuasan stakeholders. Selain era industri 4.0 menandai era digital, pandemi covid-19 juga memengaruhi perilaku beraktivitas dengan platform digital. Perilaku masyarakat itu diantaranya adalah belajar dan kerja dari yang sebelumnya kontak fisik (offline) menjadi cenderung lebih online (daring) sehingga ini menjadi momen untuk melakukan transformasi koperasi yang berplatform digital sebagai bentuk upaya mereposisi koperasi menjadi usaha kekinian.

Era revolusi 4.0 dan pandemi covid-19 ini mengindikasikan adanya perubahan gaya hidup ke arah digital yang berdampak pada peningkatan bisnis secara digital. Internet telah menjadi suatu kebutuhan masyarakat. Mindset masyarakat pun terpengaruh untuk menggunakan aplikasi digital dalam memenuhi kebutuhannya. Kedua era ini menstimuli momentum percepatan penyesuaian dan transformasi digital serta momen mengembalikan peran dan jati diri koperasi sebagai badan usaha yang mampu beradaptasi menuju perbaikan. Apalagi generasi muda saat ini bermindset kekinian. Oleh karena itu, koperasi pun perlu melakukan penyesuaian pada era revolusi 4.0 dan pandemi covid-19 ini. Penyesuaian ini membutuhkan komitmen yang kreativitas dan inovasi. Bahkan dalam kondisi pandemi covid-19, Rapat Anggota Tahunan Koperasi (RAT) "dipaksa" untuk dilakukan secara daring atau online bagi koperasi yang telah memiliki SDM dan fasilitas yang memadai. Namun, tidak sedikit koperasi yang tidak melaksanakan RAT karena keterbatasan pemahaman dalam penggunaan media online (daring). Kondisi ini menjadi pekerjaan rumah bagi koperasi dan Dinas Koperasi & UKM dalam mewujudkan transparansi pertanggungjawaban pengurus dan pengawas dalam pengelolaan koperasi. Dinas Koperasi & UKM dan Dewan Koperasi Indonesia Daerah (Dekopinda) perlu segera memberikan pelatihan RAT online dan digitalisasi yang mendorong koperasi untuk segera mengadaptasi dan mengimplementasikannya.

Koperasi dikatakan mengimplementasikan digitalisasi bila koperasi telah menggunakan sistem aplikasi digital berbasis android secara mandiri (2020: <https://inilahonline.com>). Selain berbasis android, koperasi juga dapat menggunakan media internet non android. Hal ini untuk mengkomodir media yang digunakan oleh anggota dan masyarakat. Saat ini beberapa

koperasi telah menerapkan sistem aplikasi digital berbasis aplikasi android. Selain itu, sistem aplikasi digital juga dapat dilakukan melalui akun dalam sosial media, baik berupa akun dalam instagram, facebook, youtube, dll. Bahkan ada juga koperasi yang menawarkan produknya melalui online shopping walaupun jumlahnya masih minim.

Di samping itu, website interaktif juga merupakan bagian yang disebut digital marketing. Website koperasi membantu memediasi kebutuhan anggota, masyarakat, dan koperasi itu sendiri. Melalui website, anggota dan masyarakat mendapatkan informasi tentang profil, manajemen, dan produk koperasi. Hal ini menunjukkan bahwa website menjadi media mempromosikan produk dan menjaga kepercayaan anggota dan masyarakat. Pihak yang membutuhkan informasi tentang koperasi dan produknya dapat ditelusuri melalui mesin pencari di internet. Website interaktif yang telah terintegrasi ini menjadi bagian dari sistem aplikasi digital. Namun demikian, hal yang perlu diperhatikan bahwa digitalisasi koperasi membutuhkan SDM yang menguasai akuntansi, marketing, teknologi informasi, dan telekomunikasi ("Digitalisasi Koperasi Adalah Sebuah Keniscayaan," 2020). Akuntansi menjadi suatu kebutuhan untuk membuat laporan keuangan yang sesuai standar akuntansi keuangan yang berlaku dan mampu menghasilkan data dan informasi terkini yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan berupa strategi perlu diakomodir melalui pemasaran dan penjualan yang efektif. Pemasaran dan penjualan produk serta penyusunan laporan keuangan juga perlu didukung oleh teknologi informasi yang memadai dan sesuai kebutuhan dan kemampuan anggota dan masyarakat.

Di sisi lain, biaya penggunaan media digital ini mahal di awal namun dapat menghemat biaya operasional setelahnya. Penyesuaian mau tidak mau harus dilakukan oleh pelaku usaha termasuk koperasi agar dapat bertahan bahkan berkembang ("Digitalisasi Koperasi Adalah Sebuah Keniscayaan," 2020). Di sini, koperasi harus "jeli" memanfaatkan strategi yang tepat. Salah satu hal yang dilakukan koperasi adalah bermitra dengan perusahaan aplikasi koperasi dan startup dalam memasarkan produk dan penyusunan laporan keuangannya.

Aplikasi koperasi menyediakan fasilitas laporan keuangan berupa neraca, laporan perhitungan hasil usaha (L/R), laporan perubahan arus kas, laporan perubahan modal, dan catatan atas laporan keuangan. Bahkan ada aplikasi koperasi yang memiliki fasilitas kolektibilitas kredit, analisis laporan keuangan, buku pembantu, dan inventaris aktiva tetap. Ada koperasi yang telah menerapkan aplikasi koperasi digital dan ada juga yang berupa offline (luring) dalam aktivitas usahanya. Untuk aplikasi koperasi digital, koperasi melakukan aktivitasnya baik simpan pinjam, pembelian, penjualan, pemasaran, hingga pembayaran secara online. Untuk penerapan aplikasi online ini membutuhkan sumber daya yang memadai. Namun tidak sedikit koperasi yang masih beraktivitas secara fisik ("Digitalisasi Koperasi Adalah Sebuah Keniscayaan," 2020). Upaya literasi dan sosialisasi Dinas Koperasi dan UKM ke koperasi untuk bertransformasi ke koperasi digital tidaklah mudah karena keterbatasan sumber daya, modal, dan infrastruktur. Oleh karena itu, stakeholders koperasi perlu berkomitmen memperbaiki kemandirian koperasi sebagai dasar pengembangan koperasi berplatform digital.

Berdasarkan hal itu maka penelitian ini mengacu pada bagaimana konsep modal sosial diimplementasikan berupa digitalisasi sebagai suatu upaya untuk menyesuaikan dengan kondisi pandemi dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi agar bisa tetap eksis dan berkembang. Teori modal sosial ini menekankan bahwa stakeholders dengan nilai sosialnya mengedepankan kerjasama dengan mengandalkan kekuatan sendiri. Jadi modal sosial mendorong kemandirian yang menstimuli inovasi dan kreativitas yang berkorelasi dengan kesejahteraan. Hal ini mendukung pendapat Bourdieu yang mendeskripsikan modal sosial sebagai sumber daya aktual dan potensial yang melembaga secara kolektif. Kekuatan modal

sosial tergantung seberapa kuat jalinan hubungan yang dibangun dengan dasar kebersamaan (Bourdieu, 1986).

KESIMPULAN DAN SARAN

Selain koperasi memberikan dampak positif, digitalisasi juga memiliki dampak negatif yaitu low contact yang cenderung bersifat individual. Hal ini berbeda dengan jati diri koperasi yang mengutamakan kekeluargaan dan kerjasama yang membutuhkan high contact dalam membangun ikatan emosional. Jadi walaupun bila koperasi telah berplatform digital, namun koperasi tetap menjaga hubungan komunikasi dengan tetap menjaga protokol kesehatan sebagai bentuk tanggungjawab saling menjaga. Koperasi juga perlu memiliki pengetahuan koperasi profesional yang selalu melakukan perbaikan termasuk penyesuaian teknologi yang dibutuhkan. Penyesuaian digital koperasi tidak saja dilakukan oleh manajemen koperasi tetapi juga perlu diikuti oleh anggota koperasi dalam menghadapi kondisi usaha yang dinamis ini. Pada masa pandemi covid-19 ini penerapan adaptasi digitalisasi dan nilai-nilainya sebagai modal sosial sejumlah koperasi di Provinsi NTT masih minim. Jadi budaya modal sosial perlu dibentuk sebagai akar untuk menumbuhkan kepekaan dan membentuk tunas komitmen persiapan sumber daya menuju koperasi kekinian. Hal tersebut dikarenakan kepekaan sosial merupakan *sosial capital* terkait pembentukan budaya digitalisasi. Pembentukan ini membutuhkan andil dari stakeholders koperasi agar lebih efektif dalam melakukan literasi dan penyebaran informasi.

Hal ini perlu didukung pelatihan berkelanjutan. Jadi keputusan untuk melakukan digitalisasi perlu dipersiapkan terlebih sumber dayanya agar dapat menjaga aset dan kepercayaan anggota koperasi. Hal ini karena ketergesaan tanpa persiapan yang matang dapat menimbulkan kegagalan. Dengan persiapan yang matang, koperasi akan menjadi koperasi yang kuat dan inklusif. Pada dasarnya digitalisasi digunakan untuk meningkatkan daya tahan dan kinerja yang produktif dan inovatif. Hal ini membutuhkan sinergi yang terus diperkuat diantara elemen koperasi. Hal itu mengindikasikan bahwa koperasi yang telah memiliki ketahanan dan kekuatan menjadi dasar dalam bertransformasi. Transformasi akan menjadi lebih kokoh bila didukung oleh optimalisasi penggunaan teknologi digital yang mampu meningkatkan daya saing dan mengintegrasikan sistem informasi dan sistem kerja. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa transformasi berbasis digital menstimuli akselerasi peningkatan pelayanan dan peningkatan kinerja. Oleh karena itu maka implikasi praktis dari penelitian ini adalah pengembangan literasi yang lebih efektif dan penguatan kemampuan sumberdaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhinegara, B. Y. (2020, Oktober 26). Koperasi Menjadi Garda Terdepan Pemulihan Ekonomi Nasional. *Harian Ekonomi Neraca*, 10.
- ALJEBI. (2021). Menulis Artikel Berkualitas: Perspektif Editor. Malang: Penerbit Peneleh.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 233-247.
- Ariyani, N. I., & Nurcahyono, O. H. (2014). Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1), 1-12.
- Arrizal, N. Z., & Sofyantoro, S. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi. *Birokrasi Pancasila: Jurnal Pemerintahan, Pembangunan dan Inovasi Daerah*, 2(1), 39-48.

- berita/qk8kej383/ntt-dorong-pengembangan-koperasi-digital. (2020). <https://www.republika.co.id/>. Retrieved from. Bersinergi Membangun Optimisme Pemulihan Ekonomi. Laporan Perekonomian Indonesia 2020. (2021) (Vol. Bab VI). Jakarta: Bank Indonesia.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital." in Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. In J. G. Richardson (Ed.), (pp. 241-258). New York: Greenwood Press.
- Creswell, J. (2014). Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih di antara Lima Pendekatan (Vol. SAGE Terjemahan). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Digitalisasi akan Tingkatkan Daya Saing Koperasi. (2021a). <https://investor.id/business/digitalisasi-akan-tingkatkan-daya-saing-koperasi>. Retrieved from <https://investor.id/business/digitalisasi-akan-tingkatkan-daya-saing-koperasi>
- Digitalisasi akan Tingkatkan Daya Saing Koperasi. (2021b). <https://investor.id/business>. Retrieved from Digitalisasi Koperasi. (2021). <https://analisis.kontan.co.id>. Retrieved from <https://analisis.kontan.co.id/news/digitalisasi-koperasi>
- Digitalisasi Koperasi Adalah Sebuah Keniscayaan. (2020). <https://inilahonline.com>. Retrieved from <https://inilahonline.com/digitalisasi-koperasi-adalah-sebuah-keniscayaan>
- Dirjen PPI Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital. (2021). <https://www.kominfo.go.id>. Retrieved from https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker
- Edy, I. C., Marsono, S., & Supriyono. (2018). Pelatihan: Strategi Pemberdayaan Koperasi di Era Digital Pada Koperasi SB 210 Sumber Surakarta. *Wasana Nyata: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 76-80.
- Febriyantoro, T. M., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 62-76.
- Hartono, J. (2013). Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman (Vol. 6). Yogyakarta: BPFE UGM.
- Hati-hati ini Daftar 50 Aplikasi Pinjaman Online Ilegal Berkedok Koperasi. (2021). <https://www.liputan6.com/bisnis>. Retrieved from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4261382/hati-hati-ini-daftar-50-aplikasi-pinjaman-online-ilegal-berkedok-koperasi>
- ICCI. (2019). Bagaimana Koperasi Platform di dunia? Simak Kisah ICCI dari Amerika. Retrieved from <https://theicci.id/2019/11/13/bagaimana-koperasi-platform-di-dunia/>
- Ini Kelebihan dan Kelemahan Koperasi yang Harus Anda Ketahui. (2020). <https://www.merdeka.com/jatim>. Retrieved from <https://www.merdeka.com/jatim/ini-kelebihan-dan-kelemahan-koperasi-yang-harus-anda-ketahui-klm.html?page=2>
- Ini Pinjol yang Terdaftar di OJK 2021 Lainnya Ilegal. (2021). <https://www.cnbcindonesia.com>. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210901103608-37-272812/ini-pinjol-yang-terdaftar-di-ojk-2021-lainnya-ilegal>. 01 September 2021 10:55. Diunduh tanggal 2 September 2021 pukul 7:37
- James, C. S. (1998). Social capital in the Creation of Human Capital, *American Journal of Sociology* (Vol. 94, pp. 95-120).

- Kamayanti, A. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif Akuntansi: Pengantar Relegiositas Keilmuan (Vol. Edisi Revisi). Malang: Penerbit Peneleh.
- Kompetensi SDM Kunci Keberhasilan Transformasi Digital. (2021). <https://www.kominfo.go.id/>. Retrieved from https://www.kominfo.go.id/content/detail/34702/kompetensi-sdm-kunci-keberhasilan-transformasi-digital/0/berita_satker
- Koperasi Menjadi Garda Terdepan. (2020, Oktober 26). *Harian Ekonomi Neraca*, 10.
- Lindungi Konsumen dari Transaksi Digital. (2020, Oktober 26). *Harian Ekonomi Neraca*, 10.
- Mirani, K. P., Margareth, A. N., Chayani, N., & Maulana, A. (2021). Strategi Kebijakan Fiskal Pemerintah Dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia pada Masa Pandemi Covid-19. *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(2), 193-204.
- Nurdany, A., & Prajasari, A. C. (2020). Digitalization In Indonesian Cooperatives: Is It Necessary? *Journal of Developing Economies*, 5(2), 120-131.
- Program Digitalisasi Koperasi 217 Koperasi di NTT Telah Migrasi Data. (2021). *pos-kupang.com*. Retrieved from <https://keren.coop/program-digitalisasi-koperasi-217-koperasi-di-ntt-telah-migrasi-data>
- Putnam, R. D. (1993). *The Prosperous Community: Social Capital and Public Life, The American Prospect* (pp. 35-42): Spring.
- Sembilan Koperasi di NTT akan Kerjasama Digital (2021). *suara-ntt.com*. Retrieved from <https://keren.coop/sembilan-koperasi-di-ntt-akan-kerjasama-digital-di-2021/>
- Setiawan, W. (2017). *Era Digital dan Tantangannya*. Paper presented at the Seminar Nasional Pendidikan.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: untuk penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretif, interaktif, dan konstruktif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suryokumora, H., & Ula, H. (2020). Menelaah Koperasi Era Omnibus Law, 5, 80-95.
- Wantiknas. (2020). *Transformasi Digital untuk UMKM: Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional*.
- Yin, R. K. (1996). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.