

Implementasi Manajemen Koperasi Bagi Pengurus Koperasi Baru di Kota Cilegon

Yuanita Indriani ¹, Ami Purnamawati ²

^{1,2} Universitas Koperasi Indonesia

yuanita_indriani@ikopin.ac.id ¹, amipurnamawati@ikopin.ac.id ²

ABSTRAK

Koperasi adalah badan usaha yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Sebagai sebuah entitas bisnis, koperasi dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan anggota sekaligus memberikan manfaat bagi anggotanya, baik manfaat ekonomi maupun manfaat sosial. Pendiri koperasi yang hampir dapat dipastikan akan menjadi Pengurus/Pengawas/Anggota koperasi, harus memahami perbedaan yang mendasar antara usaha yang dijalankan oleh koperasi dengan usaha yang dijalankan oleh perusahaan bukan koperasi. Dampak yang muncul karena kekurangpahaman Pengurus terhadap makna dan konsekuensi dari perusahaan koperasi adalah bahwa perusahaan koperasi bersaing ketat dengan perusahaan bukan koperasi untuk memperebutkan konsumen dalam hal ini adalah anggota. Dalam kondisi ini seharusnya koperasi dapat menunjukkan keunggulannya bahwa koperasi memiliki anggota yang menjadi '*Captive Market*'; dengan demikian seharusnya terbangun hubungan bisnis yang mengarah pada *contractual business* koperasi dengan anggotanya. Pencegahan praktik perkoperasian yang menyalahi ketentuan dan jati diri koperasi dilakukan melalui peningkatan pemahaman Pengurus Koperasi yang baru dibentuk tentang penerapan manajemen koperasi pada layanan usaha yang sesuai dengan kebutuhan anggota dan dapat memberikan manfaat terbesar bagi anggotanya.

Kata Kunci: Pengurus Koperasi; Jatidiri Koperasi; Pasar Kaptif Koperasi; Manajemen Usaha, Canvas Bisnis Model

ABSTRACT

Cooperatives are business entities that aim to improve the welfare of their members. As a business entity, cooperatives are required to be able to meet the needs of their members while providing benefits to their members, both economic and social benefits. Cooperative founders, who will almost certainly become the Managers/Supervisors/Members of the cooperative, must understand the fundamental differences between businesses run by cooperatives and those run by non-cooperative companies. The impact that arises from the Managers' lack of understanding of the meaning and consequences of cooperative companies is that cooperative companies compete fiercely with non-cooperative companies to compete for consumers, in this case, members. In this condition, cooperatives should be able to demonstrate their superiority by having cooperative members who are 'Captive Market'; thus, a business relationship should be built that leads to contractual business Cooperatives and their members. Prevention of cooperative practices that violate cooperative regulations and the cooperative's identity is carried out by increasing the understanding of newly formed Cooperative Management regarding the application of cooperative management to business services that are appropriate to the needs of members and can provide the greatest benefits for their members.

Keywords: Cooperative Management; Cooperative Identity; Cooperative Captive Market; Business Management; Business Model Canvas

I. PENDAHULUAN

Koperasi adalah badan usaha yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Sebagai sebuah entitas bisnis, koperasi dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan anggota sekaligus memberikan manfaat bagi anggotanya, baik manfaat ekonomi maupun manfaat sosial. Hal ini yang menjadi salah satu penciri utama dari koperasi jika dibandingkan dengan badan usaha bukan koperasi.

Pendiri koperasi yang hampir dapat dipastikan akan menjadi Pengurus/ Pengawas/ Anggota koperasi, harus memahami perbedaan yang mendasar antara usaha yang dijalankan oleh koperasi dengan usaha yang dijalankan oleh perusahaan bukan koperasi; untuk itu diperlukan berbagai upaya yang memungkinkan terjadinya peningkatan pemahaman masyarakat yang akan mendirikan koperasi atau para Pengurus koperasi yang baru didirikan mengenai perbedaan mendasar tersebut. Hal ini menjadi penting dan perlu mengingat pada praktiknya, banyak koperasi yang menjalankan kegiatan usahanya sama sebagaimana yang dilakukan oleh perusahaan bukan koperasi.

Dampak yang muncul karena kekurangpahaman Pengurus terhadap makna dan konsekuensi dari perusahaan koperasi adalah bahwa perusahaan koperasi bersaing ketat dengan perusahaan bukan koperasi untuk memperebutkan konsumen dalam hal ini adalah anggota, dalam konteks ini seharusnya koperasi dapat menunjukkan keunggulannya bahwa koperasi memiliki anggota sebagai '*Captive Market*'; seharusnya terbangun hubungan bisnis yang mengarah pada *contractual business* koperasi dengan anggotanya; koperasi menyediakan kebutuhan anggota dan sebaliknya anggota berkewajiban untuk melanggan usaha koperasinya, karena usaha koperasi dan layanan usaha yang disediakan koperasi semata untuk memenuhi kebutuhan anggotanya, di lain pihak koperasi berkewajiban untuk memberikan layanan prima bagi anggotanya.

Mengacu pada kondisi tersebut, untuk mencegah praktik perkoperasian yang menyalahi ketentuan dan jati diri koperasi, perlu dilakukan peningkatan pemahaman kepada Pengurus Koperasi baru dalam penerapan manajemen koperasi pada layanan usaha yang sesuai dengan kebutuhan anggota dan dapat memberikan manfaat terbesar bagi anggotanya.

Tujuan dari penyelenggaraan peningkatan kompetensi ini adalah agar Pengurus mampu untuk:

1. Mengurus kelembagaan, usaha dan keuangan koperasi dengan baik dan benar sesuai dengan jati diri koperasi;
2. Membuat rencana usaha koperasi dalam rangka memenuhi kebutuhan anggotanya pada koperasi;
3. Menjadikan koperasi aktif, baik dari aspek kelembagaan maupun usaha;
4. Menggerakkan anggota untuk berpartisipasi aktif pada koperasinya;
5. Menciptakan iklim kerja koperasi yang menyenangkan dan kondusif sehingga seluruh SDM Koperasi dapat berkontribusi untuk keberhasilan koperasi.

Pelatihan ini secara keseluruhan terdiri atas 16 JPL, diselenggarakan pada tanggal 20 dan 21 November 2025 di Kantor Dinas Koperasi dan UMKM Kota Cilegon.

II. METODE

Metode yang digunakan pada pelatihan ini adalah pendidikan bagi orang dewasa yang memungkinkan Pengurus sebagai peserta mau dan mampu menyampaikan pendapat, mengajukan pertanyaan dan bahkan berbeda pendapat dengan peserta lain.

Metode lainnya adalah, mempraktikkan materi untuk perancangan usaha koperasi dengan menggunakan model bisnis Canvas; kemudian dipresentasikan dan dievaluasi oleh pelatih untuk diberikan saran yang bisa lebih tepat.

Perlengkapan yang diperlukan untuk pelatihan sesi ini adalah format *Canvas Business Model*, dan materi paparan.

Peserta Pelatihan

Peserta pelatihan adalah Ketua dan Sekretaris Pengurus Koperasi di kawasan Kota Cilegon – Provinsi Banten, yang koperasinya didirikan pada tahun 2025. Rekrutmen pelatih dilakukan oleh Kepala Bidang Perkoperasian, penetapan peserta didasarkan pada urutan pemberian nomor badan hukum koperasi.

Pelatih

Pelatih pada kegiatan ini adalah:

1. Dr. Yuanita Indriani, Ir., M.Si.
2. Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si.

Pemberian materi disesuaikan dengan bidang keahlian dari masing-masing pelatih.

Materi Pelatihan:

No	Materi Pelatihan	Sessi	Substansi Materi	Tujuan Penyampaian Materi Pelatihan
1.	Orientasi Pelatihan dan Pre Test	1	Tujuan, ruang lingkup, substansi pelatihan, metode dan harapan kepada setiap peserta setelah mengikuti pelatihan ini Konsep dan teori pada ruang lingkup pelaksanaan pekerjaan yang harus dilakukan yang terkait dengan berbagai upaya penerapan GCG dalam tata kelola koperasi sesuai dengan jati diri koperasi Lesson learn penerapan jati diri koperasi pada Koperasi	Peserta memahami tujuan pelatihan dan juga perannya dalam kegiatan pelatihan ini, dampak apa yang diharapkan setelah mengikuti pelatihan Materi Pre Test disusun dengan tujuan untuk mengetahui pemahaman peserta pelatihan terhadap ruang lingkup pekerjaan yang harus dilakukan yang terkait dengan upaya penerapan tata kelola koperasi yang baik dan benar.
2.	Implementasi Manajemen Koperasi berdasarkan Jatidiri Koperasi	3	- Karakteristik Organisasi Koperasi; Definisi, Prinsip dan Nilai Koperasi serta penerapannya pada Koperasi - Kinerja Koperasi dan kaitannya dengan manfaat koperasi dan Partisipasi Anggota Koperasi - Praktik Mengukur manfaat koperasi	- Peserta Pelatihan memahami pentingnya pemahaman terhadap jati diri koperasi dan dampaknya terhadap karakteristik organisasi koperasi dan tata kelola koperasi yang baik dan benar sesuai jatidirinya; - Peserta memahami pentingnya koperasi menciptakan manfaat bagi anggotanya; - Peserta memahami pentingnya partisipasi anggota dalam menciptakan kinerja koperasi yang handal dan bagaimana mengukur kinerja koperasi; - Peserta mampu menciptakan dan mengukur manfaat koperasi bagi anggota dan masyarakat.

No	Materi Pelatihan	Sessi	Substansi Materi	Tujuan Penyampaian Materi Pelatihan
3.	Menyusun Rencana Pengembangan Usaha dengan CBM dan praktik menyusun model bisnis usaha pada koperasi berdasar CBM dan gambaran penciptaan manfaat koperasi pada CBM (tugas Praktik menyusun Rencana Pengembangan Usaha dan manfaat Koperasi berdasarkan CBM)	3	- Hal penting yang harus ada dan diperhatikan pada bisnis model koperasi; - Contoh BMC pada koperasi penyelenggara usaha; - Bagaimana membuat bisnis model dengan CBM; - Bagaimana menuangkan bisnis model menjadi rencana aksi;	Peserta memahami bagaimana model bisnis koperasinya dalam penyelenggaraan kegiatan usaha dan berbagai hal penting yang harus diperhatikan pada model bisnis koperasi yang saat ini dijalankannya; dapat mengidentifikasi potensi masalah dan alternatif solusinya; Peserta mampu menyusun model bisnis koperasi dengan menggunakan CBM serta mampu mengorganisasi dan memanfaatkan data dan informasi untuk pengembangan usaha koperasi;
4.	Partisipasi Anggota pada Koperasi	2	Bagaimana peran penting anggota pada koperasi: 1) Sebagai Pemilik 2) Sebagai Pengguna	Peserta memahami pentingnya: Partisipasi anggota pada koperasi, baik sebagai pemilik maupun sebagai anggota;
5.	Komunikasi Efektif pada Koperasi	3	- Penetapan dan Capaian Tujuan komunikasi - Komunikasi organisasi (komunikasi Pengurus dengan Anggota, komunikasi anggota dengan pengurus, Laporan hasil kerja Pengurus dan pengawas kepada Anggota dan kepada masyarakat, dsb) - Komunikasi kerja pada Koperasi; - Kerjasama Tim.	Peserta memahami 1. Pentingnya seluruh personil koperasi memahami tujuan dan target kerja koperasi (rencana dan target kerja jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang yang dituangkan dalam dokumen tertulis yang dapat dipelajari kapan saja); 2. Pentingnya efektivitas komunikasi pada organisasi koperasi; 3. Pentingnya kohesivitas usaha koperasi dengan kebutuhan anggota, dalam kaitannya dengan partisipasi anggota; 4. Pentingnya keterlibatan anggota untuk memberi saran dan masukan untuk perbaikan koperasi kini dan masa mendatang 5. Berkoperasi adalah membangun kerjasama dalam tim yang memiliki tujuan yang konkrit.
7.	Kepemimpinan yang efektif pada Koperasi	3	- Karakteristik kepemimpinan pada organisasi koperasi; - Peran Pengurus dalam memimpin Koperasi secara Collective Collegial; - Membangun Sinergi Pengurus – Manajer - Anggota	Peserta memahami bahwa koperasi memiliki karakteristik dan pola kepemimpinan yang unik; Pengurus memahami berbagai prinsip kepemimpinan yang bersifat collective collegial pada koperasi; Penerapan prinsip one man one vote pada koperasi dalam pengambilan keputusan kolektif; Peran Pengurus dalam menumbuhkan kembangkan koperasi melalui penetapan program yang sesuai dengan kebutuhan anggotanya;

No	Materi Pelatihan	Sessi	Substansi Materi	Tujuan Penyampaian Materi Pelatihan
8.	Pos-Test	1	Konsep dan teori pada ruang lingkup pekerjaan yang biasa dilakukan yang terkait dengan penerapan manajemen koperasi	Materi Pos Test disusun dengan tujuan untuk mengetahui perubahan pemahaman peserta pelatihan terhadap ruang lingkup pekerjaan yang biasa dilakukan yang terkait dengan upaya penyelenggaraan koperasi yang baik dan benar;
9.	Action Commitment dan penutupan	1	Rencana aksi peserta setelah mengikuti pelatihan ini	Peserta mampu mengidentifikasi berbagai hal yang akan dilakukannya pasca pelatihan sebagai upaya konkrit peserta dalam penerapan manajemen yang baik dan benar pada koperasi yang diurusnya.
Jumlah		17		

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hari pertama, setelah pembukaan secara resmi dan *pre-test*, materi yang diberikan adalah Implementasi Manajemen Koperasi berdasarkan Jatidiri Koperasi. Pendalaman mengenai jatidiri dan implementasinya pada organisasi koperasi menjadi topik yang memicu banyak pertanyaan, karena pada umumnya peserta kurang memahami apa perbedaan antara koperasi dengan bukan koperasi; bahwa koperasi harus beroperasi berdasarkan definisi, prinsip dan nilai koperasi menjadi pengetahuan baru yang diperoleh peserta.

Pemahaman definisi koperasi menjadi topik yang harus melekat pada diri sumber daya manusia koperasi, karena di dalam definisi koperasi dijelaskan bahwa koperasi adalah usaha; dengan demikian maka semua pemangku kepentingan harus memiliki kesadaran bahwa koperasi harus dikelola secara profesional ketika tujuan koperasi ingin dicapai. Tujuan koperasi adalah menyejahterakan anggotanya.

Selain berkaitan dengan badan usaha, Peserta diberikan pemahaman bahwa dengan mengacu pada definisi koperasi tersebut, maka koperasi bisa beranggotakan orang seorang yang kemudian dimaknai bahwa koperasi yang beranggotakan orang seorang, dalam tingkatan koperasi merupakan koperasi primer; ketika koperasi beranggotakan badan hukum koperasi maka berarti tingkat koperasi sekunder.

Prinsip dan nilai koperasi disampaikan untuk dipahami peserta bahwa koperasi memiliki landasan filosofis untuk beroperasi.

Kegiatan pelatihan ini berjalan dengan sangat lancar, seluruh peserta antusias dalam menerima berbagai materi yang disampaikan, karena peserta merasa bahwa mereka memiliki pengetahuan tentang perkoperasian yang sangat terbatas, pengetahuan tentang perkoperasian diperoleh melalui kegiatan sosialisasi organisasi koperasi saat rapat pendirian koperasi; sehingga kegiatan pelatihan ini dirasakan sangat mencerahkan dan membantu peserta untuk mengelola koperasi.

**Gambar 1.**

Implementasi Manajemen Koperasi berdasarkan Jatidiri Koperasi

Canvas Business Model (CBM)

Kondisi di lapangan, menunjukkan bahwa pada umumnya koperasi belum memiliki bisnis model, mereka menjalankan bisnis koperasi apa adanya, tanpa pertimbangan berbagai aspek yang diperkirakan akan memengaruhi kelancaran usaha dan bagaimana koperasi dapat memberikan manfaat bagi anggotanya. Penyampaian materi CBM memberi sudut pandang baru mengenai usaha koperasi yang seharusnya dijalankan dengan mempertimbangkan berbagai aspek penentu keberhasilan usaha koperasi; pada umumnya peserta belum dapat membedakan antara perusahaan koperasi dengan perusahaan bukan koperasi, hal ini tercermin dari tujuan usaha adalah untuk memupuk keuntungan agar usaha dapat terus bertambah besar.

**Gambar 2**

Pemaparan Materi Canvas Business Model

Setelah pemaparan materi *Canvas Business Model*, peserta diminta untuk berdiskusi dengan rekannya untuk merancang kegiatan usaha dengan menggunakan CBM yang memiliki sembilan elemen yaitu: (1) segmen pelanggan, (2) proposisi nilai, (3) saluran, (4) hubungan pelanggan, (5) arus pendapatan, (6) sumber daya utama, (7) aktivitas kunci, (8) mitra kunci, dan (9) struktur. Dalam waktu 30 menit peserta sudah bisa mengisi seluruh elemen tersebut dan kemudian diserahkan kepada pelatih untuk diberikan komentar atau evaluasi. Peserta diminta untuk mempresentasikan apa yang direncanakan dengan model bisnis tersebut.



Gambar 2
Presentasi Canvas Business Model

Partisipasi Anggota

Peningkatan pemahaman peserta terhadap karakteristik organisasi koperasi dari aspek keanggotaan pada koperasi juga menjadi hal yang penting dan perlu untuk disampaikan, dalam hal ini pada umumnya peserta masih berpendapat bahwa faktor penentu keberhasilan koperasi adalah Pengurus Koperasi. Pada sesi ini ditekankan bahwa pada organisasi koperasi, anggota merupakan kunci keberhasilan koperasi; Anggota adalah pemilik dan sekaligus pengguna layanan koperasi; sebagai pemilik anggota harus memodali usaha koperasi, memberikan masukan dan ide serta saran untuk kemajuan koperasinya. Dalam kedudukannya sebagai pelanggan anggota berkewajiban untuk melanggani koperasinya.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Pelatihan implementasi manajemen koperasi telah terselenggara dengan sangat baik, hal ini ditunjukkan oleh indikasi:

1. Tingginya antusiasme seluruh peserta dalam mengikuti seluruh rangkaian acara pelatihan ini;
2. Banyaknya pertanyaan yang diajukan dan pernyataan peserta bahwa pada umumnya mereka merasakan manfaat dari pelatihan yang diikutinya;
3. Materi disampaikan sesuai jadwal yang telah ditetapkan

Saran

Kesadaran peserta pelatihan berkaitan dengan pentingnya materi pelatihan menjadi tantangan tersendiri, apalagi pelatihan dilaksanakan di hari kerja yang menjadikan para peserta harus membagi waktu dengan pekerjaannya. Untuk itu perlu dilakukan pendekatan agar peserta memang fokus untuk secara penuh mengikuti acara ini.

Persiapan pelatihan terutama tentang sarana dan prasarana aktivitas pelatihan orang dewasa perlu mendapat perhatian agar apa yang diperlukan pada pelaksanaannya dapat berjalan lancar.

BIBLIOGRAFI

- Azhar, Shofwan and Nurwati, Ucu. 2021. Komitmen Anggota dan Layanan Prima Kunci Keberhasilan Koperasi. In: Koperasi: Filsafat, Hukum, Strategi, dan Kinerja. IKOPIN, pp. 109-114.
- Indriani, Yuanita. 2021. Strategi Menciptakan Keunggulan Koperasi. 25-36. Bandung: Repository Ikopin University.
- Indriani, Yuanita. 2023. Strategi Transformasi Koperasi Menjadi Koperasi Modern yang Bermanfaat Bagi Anggotanya. 39-48. Bandung: Repository Ikopin University.
- Irawan, D. (2023). Pelatihan Kepatuhan Koperasi Terhadap Penyelenggaraan Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan (Bagi Pengurus dan Pengawas Koperasi di Provinsi Jawa Barat Dengan Klasifikasi Koperasi Simpan Pinjam dan Koperasi yang Memiliki Unit Usaha Simpan Pinjam). Jurnal Ilmiah Abdimas, 253-259.
- JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 588-58. doi:10.31933/jemsi.v3i6
- Purnamawati, A. (2021). Komunikasi Organisasi Internal Dan Eksternal Dalam Peningkatan Kinerja Koperasi. Repository Ikopin University Press, 127- 136.
- Retrieved from: <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/ecoiqtishodi/article/download/3118/2592/14433> Mulyana, I., & ARR, T. (2023). Peran Manajemen Koperasi dalam Mewujudkan Modernisasi Koperasi. Ikopin Press, 1-14. Bandung: Repository Ikopin University. 124
- Riinawati. (2019). Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru Press.
- Ropke, J. (2003). Ekonomi Koperasi Teori dan Manajemen. Jakarta: Salemba Empat.
- Syahputra, R. D., & Aslami, N. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. Manajemen Kreatif Jurnal (MAKREJU), 51-61. doi:10.55606/makreju.v1i3.1615
- Yuanita Indriani dan Widiarti Agustin. (2024). Manajemen Komunikasi Pengurus dengan Anggota dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Koperasi sebagai Pemilik. Bandung: Repository Ikopin University.