

PENYULUHAN EKONOMI KOPERASI BAGI GENERASI MILENIAL

Heru Wahyudi^{1*}, Nairobi², I Wayan Suparta³, Widia Anggi Palupi⁴

^{1,2,3} Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung, Lampung, Indonesia

heru.wahyudi@feb.unila.ac.id^{1*}, nairobi@feb.unila.ac.id², wayan.suparta@feb.unila.ac.id³, widiaanggipalupi@gmail.com⁴

Dikumpulkan: 23 Februari 2023; Diterima: 18 Mei 2023; Terbit/Dicetak: 30 Juli 2023

<https://doi.org/10.23960/begawi.v1i2.16>

Abstract : *Cooperatives are one of the Soko guru of the national economy. If this soko guru is good, it will suit the country's economic system and vice versa. If the soko guru is damaged, it will affect the whole national economic order. The cooperative economy prioritizes mutual aid for the welfare of members and the wider community. Knowledge about the economy based on local potential and the pattern of the national economy, namely the cooperative economy, must begin to be grounded to the millennial generation who will continue the struggle. Noting these problems, the Faculty of Economics, through the implementation team of Heru Wahyudi, felt called to carry out a community service activity by collaborating with LP2M Lampung University and managing the At-Tarbiyah Mosque. The action in question was entitled Cooperative Economic Counseling for Millennial Generation which took place on Thursday, October 3, 2019, with a total of 30 participants—presentation of material by speakers in the form of lectures, discussions, questions, and answers. The material presented included an introduction to the economic basis of cooperatives, member participation, and cooperative formation procedures, as well as the characteristics of Indonesian cooperatives, which were successfully absorbed well by 90% of participants with A grades and the rest with B grades.*

Copyright © 2022, **BEGAWI**: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat | FEB-UNILA

Abstrak : Koperasi merupakan salah satu soko guru perekonomian nasional, apabila soko guru ini baik, maka akan menjadi baik seluruh sistem perekonomian Indonesia, begitupun sebaliknya, apabila sokogurunya rusak maka akan mempengaruhi seluruh tatanan ekonomi nasional. Ekonomi koperasi mengedepankan gotong royong untuk kesejahteraan anggota dan masyarakat luas. Pengetahuan mengenai ekonomi yang berbasis potensi lokal dan corak ekonomi nasional yaitu ekonomi koperasi harus mulai dibumikan kepada generasi milenial yang akan meneruskan perjuangan. Memperhatikan permasalahan tersebut, Fakultas Ekonomi melalui tim pelaksana Heru Wahyudi merasa terpanggil melakukan suatu kegiatan pengabdian masyarakat dengan bekerja sama dengan LP2M Universitas Lampung dan pengurus Masjid At-Tarbiyah. Kegiatan yang dimaksud diberi judul Penyuluhan Ekonomi Koperasi bagi Generasi Milenial yang penyelenggaraannya berlangsung pada hari Kamis tanggal 3 Oktober 2019 dengan jumlah 30 orang peserta. Penyampaian materi oleh narasumber dalam bentuk ceramah, diskusi, tanya jawab. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan tentang dasar ekonomi koperasi, partisipasi anggota dan prosedur pembentukan koperasi serta karakteristik koperasi Indonesia, berhasil diserap dengan baik oleh 90 % peserta dengan nilai A dan sisanya dengan nilai B.

Keywords: Generasi Milenial, Koperasi, Mahasiswa

***Corresponding author:**

Heru Wahyudi
 Jl. Prof. Dr. Sumantri Brodjonegoro No.
 1, Bandar Lampung, 35145, Indonesia
Email: Penulis
heru.wahyudi@feb.unila.ac.id

PENDAHULUAN

Koperasi merupakan salah satu ciri khas rakyat Indonesia yang berdasarkan asas kekeluargaan (Widiyono & Kusuma, 2016). Koperasi sudah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dalam menghadapi krisis moneter. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haryanti et al., (2020) koperasi bermanfaat bagi anggota dan masyarakat, serta berkontribusi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menyerap tenaga kerja, pemerataan pendapatan, dan mengurangi ketimpangan ekonomi. Hal tersebut menunjukkan bahwa koperasi memiliki peran penting bagi perekonomian. Namun, saat ini eksistensi koperasi mulai redup di kalangan anak muda (Panjaitan et al., 2020).

Generasi milenial saat ini hidup dalam sebuah sistem ekonomi bukan sistem ekonomi yang menjadi ciri khas Indonesia. Sistem ekonomi dengan badan usahanya dimana keanggotaan yang bersifat terbuka, pengawasan secara demokratis, bunga yang terbatas atas modal, pembagian SHU yang sesuai dengan jasa anggota, penjualan dilakukan sesuai dengan harga pasar yang berlaku dan secara tunai, tidak ada diskriminasi berdasarkan ras, suku, agama dan politik, barang-barang yang dijual harus merupakan barang-barang yang asli, tidak rusak atau palsu dan pendidikan terhadap anggota secara berkesinambungan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Widiyono & Kusuma (2016) mengungkapkan bahwa peranan koperasi dalam menunjang perekonomian nasional harus

dimaksimalkan, terlebih dengan menjamurnya bank asing yang sampai masuk ke sektor mikro karena hanya 20% dari koperasi yang ada dapat dikategorikan sukses.

Era bonus demografi menjadikan generasi milenial diprediksi menjadi generasi yang memiliki peran penting dalam proses pembangunan di Indonesia. Kehadiran era bonus demografi harus bisa dimanfaatkan oleh semua elemen termasuk koperasi (Susanty, 2013). Menurut Kristian et al., (2020) koperasi harus bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman untuk menjawab permasalahan dan tantangan yang ada. Koperasi merupakan salah satu soko guru perekonomian nasional, apabila soko guru ini baik, maka akan menjadi baik seluruh sistem perekonomian Indonesia, begitupula sebaliknya, apabila soko gurunya rusak maka akan mempengaruhi seluruh tatanan ekonomi nasional. Ekonomi koperasi mengedepankan gotong royong untuk kesejahteraan anggota dan masyarakat luas. pengetahuan mengenai ekonomi yang berbasis potensi lokal dan corak ekonomi nasional yaitu ekonomi koperasi harus mulai dibumikan kepada generasi milenial yang akan meneruskan perjuangan perekonomian Indonesia.

Pembelajaran tentang urgensi ekonomi koperasi harus dibudayakan dari lingkungan keluarga sampai liang lahat. Semangat ekonomi Indonesia adalah ekonomi gotong royong atau ekonomi koperasi harus bisa dipahami oleh seluruh elemen masyarakat Indonesia terutama generasi muda atau generasi milenial. Berekonomi dalam praktek dengan melaksanakan praktek "ekonomi koperasi dalam kehidupan masyarakat sehari-hari dalam bentuk "Ekonomi koperasi Positif" berarti mewujudkan cita-cita kemerdekaan Indonesia. Dengan kata lain semakin jauh kita dari ciri ekonomi Indonesia maka akan semakin jauh nkri dari cita-cita kemerdekaan dan sebaliknya semakin kuat dan semakin cepat Indonesia memahami ekonomi pancasila/koperasi dan berpraktek maka semakin cepat mencapai cita-cita kemerdekaan Indonesia. Mengamankan ekonomi Indonesia dengan memberi bekal pengetahuan yang cukup kepada generasi muda/generasi milenial menjadi suatu hal yang penting yang harus dilakukan. Manfaat yang akan diperoleh dengan kegiatan pengabdian ini adalah:

- a. Menambah pengetahuan generasi milenial tentang urgensi ekonomi koperasi
- b. Membuat generasi milenial menjadi semangat tentang corak ekonomi koperasi sebagai corak ekonomi nasional
- c. Membumikan ekonomi koperasi dalam kehidupan generasi muda.
- d. Hasil penyuluhan ini dapat diseminarkan pada kegiatan seminar nasional pengabdian.

METODE

Metode yang paling efektif untuk kegiatan ini adalah metode belajar kelas atau metode pelatihan. Mengingat metode ini bisa dilaksanakan dalam waktu yang singkat. Metode ini dinilai lebih cocok diterapkan untuk pembelajaran penyuluhan. Pemberian materi dilakukan dalam waktu 1 hari kegiatan. Dimana peserta akan memperoleh bahan slide materi penyuluhan. Materi yang diberikan pada kegiatan tersebut adalah:

1. Karakteristik organisasi koperasi
2. Partisipasi anggota koperasi
3. Jaringan usaha koperasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyuluhan Ekonomi Koperasi Bagi Generasi Milenial dihadiri oleh 30 orang peserta yang merupakan generasi milenial yang menjadi jamaah masjid At-Tarbiyah. Peserta datang dari beberapa komunitas. Selama kegiatan berlangsung terlihat bahwa peserta begitu antusias mengikuti penyajian materi maupun pada saat tanya jawab atau diskusi mengenai koperasi sebagai soko guru perekonomian Indonesia. Sebelum diberi materi pelatihan, peserta terlebih dahulu mengisi kuesioner untuk mengetahui sejauh mana pemahaman peserta tentang koperasi. Kemudian penyampaian materi yaitu dasar-dasar ekonomi koperasi, partisipasi anggota, dan jaringan usaha koperasi. Setelah diberikan materi penyuluhan koperasi ini maka peserta di beri post test untuk mengetahui serapan pengetahuan yang telah diberikan dalam penyuluhan. Dengan dilaksanakannya ekonomi koperasi bagi generasi milenial ini, diharapkan nantinya para peserta pada khususnya dan masyarakat pada umumnya dapat mendapatkan pengetahuan dan pemahaman tentang koperasi dan secara bersama-sama menegakan kembali koperasi di Indonesia.

Tema dasar-dasar koperasi memberikan pengetahuan dasar tentang pengertian koperasi, ciri koperasi, ciri badan usaha koperasi, unsur-unsur organisasi koperasi, ruang lingkup usaha koperasi, permodalan koperasi, serta sub tema bentuk dan jenis-jenis koperasi. Unsur-unsur Organisasi koperasi Jika dilihat dari segi fungsi, maka

terdapat pembagian tugas antara Rapat Anggota, Pengurus, Pengawas dan Pengelola sebagai berikut: Rapat Anggota, sebagai pemegang kekuasaan tertinggi dan menetapkan kebijaksanaan umum dibidang organisasi, manajemen dan usaha koperasi. Pengurus, Pemegang kuasa rapat anggota dan melaksanakan kebijaksanaan umum serta mengelola organisasi dan usaha koperasi, sebagaimana telah ditetapkan oleh rapat anggota. Pengawas, memiliki anggota melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijaksanaan dan pengelolaan koperasi yang dilaksanakan oleh pengurus dan pengelola. Dan Pengelola, Melaksanakan pengelolaan usaha sesuai dengan kuasa dan wewenang yang diberiklan kepada pengurus.

Permodalan Koperasi, Sesuai dengan Undang-Undang RI No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Indonesia Tahun 1992, modal koperasi terdiri atas modal sendiri dan modal pinjaman. Sebagai badan usaha, koperasi harus memiliki modal ekuitas dan modal perusahaan. Dalam pasal 41 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian menyebutkan bahwa 1) Modal koprasri terdiri atas modal sendiri dan modal pinjaman 2) Modal sendiri dapat berasal dari simpanan pokok, simpanan wajib, dana cadangan hibah; 3) Modal pinjaman dapat berasal dari anggota, koperasi lainnya dan/atau anggotanya, bank dan lembaga keuangan lainnya, penerbitan obligasi dan surat utang lainnya dan sumber lainnya yang sah. Dalam penjelasan pasal 41 disebutkan bahwa yang dimaksud dengan modal sendiri adalah modal yang mengandung resiko atau disebut modal akuitas. Simpanan pokok adalah sejumlah uang yang sama banyaknya, yang wajib dibayarkan oleh anggota kepada koperasi pada saat masuk menjadi anggota, dan simpanan pokok tidak dapat diambil kembali selama yang bersangkutan masih menjadi anggota. Simpanan wajib adalah sejumlah simpanan tertentu yang tidak harus sama yang wajib dibayar oleh anggota kepada koperasi dalam waktu dan kesempatan tertentu, dan simpanan wajib tidak dapat diambil kembali selama yang bersangkutan masih menjadi anggota. Dana cadangan adalah sejumlah uang yang diperoleh dari penyisihan sisa hasil usaha, yang dimaksudkan untuk memupuk modal sendiri dan untuk menutup kerugian koperasi bila diperlukan.

Tema partisipasi mengupas partisipasi dari sifatnya, bentuknya, pelaksanaannya, dan peran serta perorangan /sekelompok orang. Partisipasi merupakan faktor yang paling penting dalam mendukung keberhasilan atau perkembangan suatu organisasi. Melalui partisipasi segal aspek yang berhubungan dengan pelaksanaan pencapaian tujuan direalisasikan. Semua program yang harus dilaksanakan oleh manajemen perlu memperoleh dukungan dari semua unsur atau komponen yang ada dalam organisasi. Tanpa dukungan semua unsur atau komponen, pelaksanaan program-program manajemen tidak akan berhasil dengan baik.

Partisipasi memegang peranan yang menentukan dalam perkembangan koperasi. Tanpa partisipasi anggota, koperasi tidak akan dapat bekerja secara efisien dan efektif. Karena alasan itulah partisipasi diikutsertakan dalam tes komparatif koperasi. Suatu koperasi bisa berhasil dalam kompetisi (bersaing dengan perusahaan nonkoperasi), tetapi tak akan ada artinya bila anggota tak memanfaatkan keunggulan yang dimiliki tersebut. Anggota harus berpartisipasi dalam mencapai tujuan koperasi.

Terdapat satu lagi alasan mendasar mengapa partisipasi merupakan kondisi yang diperlukan untuk penampilan komparatif yaitu agar pihak manajemen koperasi tahu apa yang menjadi kepentingan anggotanya dan berapa banyak serta kualitas pelayanan yang bagaimana yang diperlukan oleh para anggota.

Partisipasi bisa dipandang dari sifatnya, bentuknya, pelaksanaannya, dan peran serta perorangan/sekelompok orang. Dimensi-dimensi partisipasi dijelaskan sebagai berikut:

- a. Dimensi partisipasi dipandang dari sifatnya
Dipandang dari sifatnya, partisipasi dapat berupa, partisipasi yang dipaksakan (*forced*) dan partisipasi sukarela (*foluntary*). Pada beberapa negara banyak pekerja dipaksa oleh undang-undang atau keputusan pemerintah untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan pekerjaan, misalnya oleh negara-negara komunis (ketika masih berkuasa) seperti Rusia, Kuba, Cina, dan lain-lain.
- b. Dimensi partisipasi dipandang dari bentuknya
Dipandang dari sifat keformalannya, partisipasi dapat bersifat formal (*formal participation*) dan dapat pula bersifat informal (*informal participation*). Pada partisipasi yang bersifat formal biasanya telah tercipta mekanisme formal dalam pengambilan keputusan dan dalam pelaksanaan setiap kegiatan (misalnya serikat pekerja, dewan pengurus).
- c. Partisipasi dipandang dari pelaksanaannya
Dipandang dari pelaksanaannya, partisipasi dapat dilaksanakan secara langsung maupun secara tidak langsung. Partisipasi langsung terjadi apabila setiap orang dapat mengajukan pandangan, membahas pokok persoalan, mengajukan keberatan secara langsung terhadap keinginan orang lain atau terhadap ucapannya. Seseorang dapat secara langsung menyampaikan ide-ide, informasi, keinginan, harapan, saran dan lain-lain

ke pihak yang menjadi pipinannya tanpa harus melalui dewan perwakilan. Sedangkan partisipasi tidak langsung terjadi apabila ada wakil yang membawa aspirasi orang lain, misalnya karyawan atau anggota. Wakil yang terpilih tersebut akan berbicara atas nama karyawan atau anggota dengan kelompok yang lebih tinggi tingkatannya (manajer atau pengurus).

d. Dimensi partisipasi dipandang dari segi kepentingannya

Dari segi kepentingannya partisipasi dalam koperasi dapat berupa partisipasi kontributif (*contributive participation*) dan partisipasi insentif (*incentive participation*). Kedua jenis partisipasi ini timbul sebagai akibat peran ganda anggota sebagai pemilik dan sekaligus sebagai pelanggan.

Rangsangan partisipasi berupa insentif dan kontribusi anggota perseorangan terhadap koperasinya dapat dijelaskan secara singkat sebagai berikut:

- a. Peningkatan pelayanan yang efisien melalui penyediaan barang dan jasa oleh perusahaan koperasi akan menjadi perangsang penting bagi anggota untuk turut memberikan kontribusinya bagi pembentukan dan pertumbuhan koperasi. Dalam hal ini intensitas perangsang yang dikehendaki para anggota itu, sangat berkaitan erat dengan seberapa jauh barang dan jasa tersebut:
 - 1) Memenuhi kebutuhan yang secara subyektif dirasakan oleh masing-masing anggota, sehingga dapat meningkatkan kepentingan rumah tangga, usaha tani, atau unit usahanya.
 - 2) Sama sekali tidak tersedia di pasar atau tidak disediakan oleh lembaga-lembaga pemerintah
 - 3) Disediakan dengan harga dan kualitas atau kondisi yang lebih menguntungkan dibandingkan dengan barang/jasa yang ditawarkan di pasar atau badan-badan pemerintah.

Oleh karena itu ditinjau dari sudut pandang para anggota perseorangan yang menilai keinginannya, maka dimensi partisipasi akan saling berkaitan satu dengan yang lain dan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Para anggota perseorangan akan berpartisipasi dalam kegiatan pelayanan perusahaan.
- b. Untuk maksud tersebut, para anggota harus menyetujui dan harus digerakkan melalui ketentuan-ketentuan organisasi untuk berperanserta dalam membiayai perusahaan koperasi yang harus bekerja secara efisien, memiliki kapasitas yang cukup dan struktur organisasi yang sesuai serta manajemen yang profesional.
- c. Hal itu berarti bahwa para anggota harus memiliki hak dan kesempatan serta termotivasi dan sanggup berpartisipasi dalam mengambil keputusan mengenai tujuan yang hendak dicapai dan dalam mengendalikan/mengawasi prestasi organisasi koperasi dan perusahaan koperasi.

Cara meningkatkan partisipasi, untuk meningkatkan partisipasi, langkah pertama adalah perlunya manajemen koperasi meningkatkan rangsangan-rangsangan insentif kepada anggota melalui peningkatan manfaat keanggotaan. Peningkatan manfaat keanggotaan secara operasional dapat dilakukan dengan berbagai macam cara tergantung dari situasi dan kondisi serta kemampuan koperasi. Namun beberapa kegiatan yang harus dapat dilakukan adalah:

- a. Menyediakan barang-barang atau jasa-jasa yang dibutuhkan oleh anggota yang relatif lebih baik dari para pesaingnya di pasar
- b. Meningkatkan harga pelayanan kepada anggota
- c. Menyediakan barang-barang yang tidak tersedia di pasar bebas wilayah koperasi atau tidak disediakan oleh pemerintah.
- d. Berusaha memberikan deviden per anggota (SHU per anggota) yang meningkat dari waktu ke waktu
- e. Memperbesar alokasi dana dari aktivitas bisnis koperasi dengan non anggota melalui pemberian kredit dengan bunga yang relatif lebih murah dan jangka waktu pengembalian lebih lama.
- f. Menyediakan berbagai tunjangan (bila mampu) kenaggotaan, seperti tunjangan hari raya, tunjangan kesehatan dan lain-lain.

Tema berikutnya yaitu jaringan usaha koperasi. Mengantisipasi persaingan pasar bebas dan dalam upaya menghadapi era globalisasi ekonomi, maka pengusaha menengah, kecil dan koperasi dituntut untuk dapat memiliki kapabilitas dan daya saing usaha yang lebih baik melalui pembaharuan pada system perencanaan dan manajemennya.

Jaringan usaha koperasi merupakan kerja sama bisnis dari paling sedikit tiga koperasi/usaha untuk meraih peluang bisnis terutama secara lebih kompetitif, tanpa melepaskan identitas dan idenperensi dari masing-masing usaha yang terkait. Jaringan usaha koperasi merupakan wujud keinginan dari masing-masing anggota dalam upaya menjawab tantangan dan peluang usaha. Melalui kerjasama ini masing-masing koperasi dapat berbagi resiko, mengurangi biaya, meningkatkan laba, dan meningkatkan kemampuan terutama dalam mengatasi masalah klasik seperti kekurangan modal, kelangkaan teknologi dan kelemahan pemasaran

Beberapa hal yang dibahas sebagai berikut :

1. Manfaat Program Jaringan Usaha Koperasi

Ada beberapa manfaat dari jaringan usaha koperasi yang antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Masing-masing koperasi dapat saling belajar satu dengan yang lainnya.
- b. Koperasi peserta program semakin mempererat satu dengan lainnya.
- c. Koperasi dapat mewujudkan skala ekonomis produksi, pengembangan produk dan pemasaran.
- d. Koperasi dapat menciptakan peluang pasar terhadap produk dan pelayanan.
- e. Memperkuat daya tawar menawar dalam pembelian barang.
- f. Meningkatkan persaingan, baik dalam negeri maupun luar negeri.
- g. Meningkatkan ekspor.
- h. Pengurangan biaya.
- i. Pembagian resiko

2. Jenis Kerjasama Dalam Jaringan Koperasi

Dalam kegiatan usaha koperasi maka segala kemungkinan dari kerjasama antar koperasi merupakan imajinasi yang tak ada akhirnya. Proyek yang biasanya dijalankan dengan jaringan usaha koperasi biasanya dibentuk menjadi tiga kategori dan beberapa kemungkinan jenis kerjasama antara lain sebagai berikut:

Jenis kerjasama Masukan:

- a. Gabungan pembelian
- b. Pelatihan tenaga kerja
- c. Gabungan bidang keuangan
- d. Penelitian dan pengembangan
- e. Keterbukaan sumber daya, keterampilan dan informasi
- f. Identifikasi peluang pasar
- g. Keterkaitan sub kontraktor dan penyalur

Jenis kerjasama operasional:

- a. Gabungan pengelolaan
- b. Industri gabungan
- c. Peralihan teknologi dan penyebaran
- d. Standar kualitas global (TQM / ISQ 1400)
- e. Proyek pengurangan biaya
- f. Peningkatan produktifitas
- g. Benchmarking tingkat internasional

Jenis kerjasama keluar:

- a. Pembaharuan dan perencanaan
- b. Mengomersilkan produk dan pelayanan baru
- c. Pergantian impor
- d. Pemasaran
- e. Ekspor
- f. Pemecahan masalah

Secara Fungsional

- a. Jaringan Produksi
Secara fungsional jaringan kerja produksi ini koperasi-koperasi bekerja sama dalam bidang produksi dengan mengupayakan kombinasi dari sumber daya dan keterampilan, termasuk pada personilnya, kemampuan produksi, teknologi dan informasi.
- b. Jaringan Kerja Pelayanan
Secara fungsional jaringan kerja pelayanan ini koperasi-koperasi mengupayakan kombinasi melalui penggabungan berbagai sumber daya untuk memberikan pelayanan pada masing-masing anggota. Anggota dapat bekerjasama dalam bidang penelitian, administrasi atau pelayanan dan pemasaran.
- c. Jaringan Kerja Terpimpin
Jaringan kerja terpimpin biasanya diawali oleh koperasi besar sebagai pemimpin untuk meyakinkan bahwa para penyalur dapat menyesuaikan dalam segi kualitas, kuantitas dan jadwal kerja koperasi tersebut.

Secara Struktural

Dalam jaringan usaha koperasi secara struktural berlandaskan pada hubungan Kerjasama antara anggota, dianalisis menurut posisinya masing masing dalam rangkaian rantai penyalur.

- a. Vertikal

Dalam kerjasama ini antara koperasi-koperasi primer dan koperasi-koperasi skunder yang sejenis. Dalam hal ini posisi masing-masing tidak sejajar untuk saling mendukung dalam upaya pencapaian tujuan yang sama.

b. Horizontal

Dalam kerjasama ini antara koperasi primer dengan koperasi primer, atau koperasi sekunder dengan koperasi sekunder lainnya. Dalam hal ini, posisi masing-masing sama atau sejajar dalam upaya tujuan yang sama.

c. Campuran

Dalam kerjasama ini merupakan campuran antara hubungan kerjasama vertical dan horizontal dalam upaya pencapaian tujuan yang sama.

Tahapan Program Jaringan Usaha Koperasi

a. Tahap Kelayakan Usaha

Dalam tahap ini studi kelayakan disusun oleh konsultan berdasarkan masukan dari peserta jaringan kerja. Laporan kelayakan berisi antara lain tujuan usaha, kegiatan yang akan dilakukan, kontribusi masing-masing peserta, analisis pasar, analisis keuangan, analisis produksi dan berbagai analisis lainnya yang dibutuhkan didalam studi kelayakan usaha.

b. Tahap Rencana Usaha

Dalam tahap rencana usaha ini masih dibantu oleh konsultan lapangan, dan pada tahap ini jaringan usaha koperasi membuat rencana usaha yang didalamnya berisi antara lain: kegiatan usaha yang terinci, proksi keuangan, rencana produksi, rencana pemasaran, dan struktur usaha beserta uraian tugas dan personil yang dibutuhkan.

c. Tahap Pelaksanaan Produksi

Dalam tahap pelaksanaan usaha ini dilakukan dengan atau tanpa bantuan konsultan pada tahap ini jaringan usaha koperasi mulai berfungsi menjalankan rencana usahanya. Kinerja konsultan diukur dari keluaran yang dihasilkan yaitu dari laporan studi kelayakan usaha dalam tahap pertama dan rencana usaha dalam tahap kedua.

Sebelum dilaksanakan pelatihan, terlebih dahulu diberikan tes awal (pre-test) untuk mengetahui pemahaman peserta pelatihan serta tes akhir (post-test) untuk melihat perubahan dari tes awal. Tabel berikut ini menunjukkan komposisi indikator atau tujuan instruksional khusus untuk setiap bagian soal test awal dan test akhir.

Tabel 1. Komposisi Indikator *pre-test* dan *post-test*

No	Indikator/Tujuan Instruksional Khusus (TIK)	Butir Soal	Prosentase (%)
1	Pengetahuan dasar-dasar tentang koperasi	10	100
2	Pengetahuan tentang partisipasi anggota koperasi	10	100
3	Pengetahuan tentang jaringan usahan koperasi	10	100
Rata-rata			100

Dari hasil indicator capaian sebelum dan setelah dilakukan kegiatan penyuluhan dapat dilihat hasilnya. Hasil dari pre-test dan post-test.

Tabel 2. Peningkatan TIK

No	Pencapaian	TIK 1	TIK 2	TIK 3	Rata-Rata
1	TIK Pre-Test	64%	60%	62%	62%
2	TIK Post-Test	96%	96%	98%	97%

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa rata-rata nilai pencapaian tes awal sebesar 60 persen. Setelah dilakukan tes akhir rata-rata nilai pencapaian tes akhir sebesar 97 persen. Hal ini menunjukkan kenaikan sebesar 37 persen yang berarti setelah dilakukan pelatihan pemahaman peserta meningkat. Adapun rincian peningkatan pengetahuan saat dari hasil kegiatan penyuluhan ini yang dilihat dari hasil nilai pre test dan post test tertera pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Nilai Tes Awal dan Tes Akhir

No	Nilai Pree Test	Nilai Post Test
1.	D	A
2.	D	A
3.	D	A
4.	D	A

No	Nilai Pree Test	Nilai Post Test
5.	D	A
6.	C	A
7.	C	A
8.	C	A
9.	C	A
10	C	A
11	C	A
12	C	A
13	C	A
14	C	A
15	C	A
16	C	A
17	C	A
18	D	B
19	D	B
20	D	B
21	C	A
22	C	A
23	C	A
24	D	A
25	D	A
26	D	A
27	C	A
28	C	A
29	D	B
30	D	B

Sumber : Hasil Quisoner, diolah 2019

Tabel 3 telah menunjukkan adanya perubahan pengetahuan dari peserta tentang dasar-dasar ekonomi koperasi, partisipasi anggota koperasi dan jaringan usaha koperasi. Menjadi bukti bahwa generasi milenium masih tetap potensial untuk menjaga Indonesia melalui ekonomi yang sesuai dengan nilai kebangsaan Indonesia yaitu ekonomi koperasi.



Gambar 1. Penyampaian Materi



Gambar 2. Tanya Jawab antara Narasumber dan Peserta



Gambar 3. Diskusi Peserta

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa generasi milenial sangat antusias dalam mengikuti seluruh materi pelatihan yang diberikan serta dengan pengetahuan yang telah diperoleh dari pelatihan tersebut diharapkan nantinya koperasi membumi dan benar-benar menjadi sokoguru perekonomian Indonesia. Untuk kedepannya diharapkan Kegiatan pengabdian masyarakat semacam ini sebaiknya perlu dilakukan secara berkala dan meluas ke berbagai generasi lain di Kota dan kabupaten lain di propinsi Lampung

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis berterimakasih kepada koordinator mahasiswa sehingga bisa mengumpulkan 80 peserta untuk acara tersebut. Trimakasih juga kepada LPPM yang telah memberi izin untuk menyelenggarakan kegiatan ini. Juga berterimakasih kepada semua pihak yang mendukung pelaksanaan acara ini.

REFERENSI

- Haryanti, S. S., Susila, L. N., & Kesdu, P. (2020). Pendampingan Pembentukan Koperasi Sebagai Usaha Mewujudkan Kemandirian Ekonomi di Grogol Kabupaten Sukoharjo. *Wasana Nyata*, 4(2), 108–114. <https://doi.org/10.36587/wasananyata.v4i2.744>
- Kristian, K. M., Shoba, A. N., Anggun, & Feryanto. (2020). Mi-Co (Millennial Cooperative): Solusi Rebranding Koperasi Era Milenial Menyongsong Bonus Demografi 2030. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 199–221.
- 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. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v14i2.8966>
- Pemerintah Republik Indonesia. (1992). Undang-Undang RI No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Indonesia. *Peraturan Bpk*, 25, 1–57. <https://www.peraturan.bpk.go.id>
- Susanty, V. (2013). Pengaruh Pengetahuan, Jumlah Pendapatan, Aksesibilitas dan Preferensi Risiko terhadap keputusan Milenial Menggunakan Produk Keuangan di Koperasi Syariah Malang. *Pengetahuan Dan Sikap Dalam Penelitian Kesehatan*, 11150331000034, 1–147.
- Widiyono, W., & Kusuma, M. (2016). *Penyuluhan Tentang Koperasi Melalui PKK di Kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat*.