

STRATEGI PENINGKATAN PARTISIPASI ANGGOTA DALAM PENGELOLAAN KOPERASI GURU DAN KARYAWAN DI MTSN 6 KEDIRI

Murniyati¹ & Rahmad Harddian²

^{1,2} Program Studi Akuntansi, Universitas Kahuripan Kediri
email: murniyati442@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi untuk meningkatkan partisipasi anggota dalam pengelolaan Koperasi Guru dan Karyawan di MTsN 6 Kediri. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi anggota masih rendah, terutama dalam aspek pengambilan keputusan dan kegiatan koperasi. Faktor penyebab rendahnya partisipasi adalah kurangnya pemahaman anggota terhadap fungsi koperasi, minimnya inovasi produk dan layanan, serta komunikasi yang belum optimal antara pengurus dan anggota. Strategi yang disarankan meliputi peningkatan transparansi pengelolaan, pemberian insentif bagi anggota aktif, pengembangan produk koperasi, serta pelatihan dan sosialisasi berkelanjutan. Implementasi strategi ini diharapkan mampu meningkatkan keterlibatan anggota dan memperkuat kinerja koperasi secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi, Partisipasi Anggota, Koperasi, Pengelolaan

Abstract

This study aims to describe strategies to increase member participation in managing the Teachers and Employees Cooperative at MTsN 6 Kediri. The research used a descriptive qualitative approach, with data collected through interviews, observations, questionnaires, and documentation. The findings reveal that member participation remains low, particularly in decision-making and cooperative activities. The low participation is caused by a lack of understanding of cooperative functions, limited product innovation, and weak communication between administrators and members. Recommended strategies include enhancing management transparency, providing incentives for active members, developing new cooperative products, and implementing continuous training and education. These strategies are expected to improve member involvement and strengthen the cooperative's sustainability.

Keywords: *strategy, member participation, cooperative, management*

PENDAHULUAN

Koperasi merupakan lembaga ekonomi berbasis anggota yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan melalui asas kebersamaan dan kekeluargaan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992, koperasi berfungsi memperkuat ekonomi masyarakat melalui partisipasi anggotanya. Namun, di banyak koperasi, termasuk Koperasi Guru dan Karyawan MTsN 6 Kediri, tingkat partisipasi anggota masih rendah. Data awal menunjukkan hanya sekitar 55% anggota yang berpartisipasi aktif. Rendahnya partisipasi ini disebabkan oleh minimnya sosialisasi, keterbatasan inovasi produk koperasi, dan kurangnya komunikasi antara pengurus dan anggota. Menurut Gunawan (2019), partisipasi anggota adalah kunci keberhasilan koperasi karena anggota berperan sebagai pemilik sekaligus pengguna jasa koperasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan merumuskan strategi peningkatan partisipasi anggota dalam pengelolaan koperasi di MTsN 6 Kediri, dengan fokus pada pengembangan produk dan transparansi keuangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggali informasi mendalam mengenai strategi peningkatan partisipasi anggota. Lokasi penelitian adalah Koperasi Guru dan Karyawan MTsN 6 Kediri, dilaksanakan pada Desember 2024 hingga Januari 2025. Sumber data terdiri dari data primer melalui wawancara dengan pengurus dan anggota koperasi (40 responden), serta data sekunder berupa dokumen koperasi dan laporan keuangan. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara semi-terstruktur, kuesioner, dan dokumentasi. Validitas data diuji menggunakan

triangulasi sumber dan metode, sedangkan analisis data dilakukan dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 1994).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat partisipasi anggota Koperasi Guru dan Karyawan MTsN 6 Kediri masih berada pada kategori rendah, terutama dalam hal keterlibatan pada proses pengambilan keputusan. Temuan ini sejalan dengan konsep partisipasi anggota koperasi yang menekankan pentingnya keterlibatan aktif dalam rapat anggota sebagai pemegang kekuasaan tertinggi dalam koperasi (Hendar & Kusnadi, 2005).

Minimnya keterlibatan anggota dalam proses pengambilan keputusan mengindikasikan adanya jarak antara pengurus dan anggota, yang dapat berdampak pada lemahnya rasa memiliki terhadap koperasi. Menurut Ropke (2003), partisipasi yang rendah sering kali dipengaruhi oleh rendahnya pemahaman anggota mengenai fungsi dan peran koperasi dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi.

Selain itu, penelitian menemukan bahwa pemanfaatan produk dan layanan koperasi juga masih rendah. Banyak anggota yang tidak mengetahui secara jelas manfaat produk yang ditawarkan, sehingga penggunaan fasilitas koperasi tidak optimal. Hal ini selaras dengan pendapat Sataloff (2016) bahwa informasi yang tidak tersampaikan secara komprehensif dapat menyebabkan rendahnya keterlibatan pengguna dalam suatu layanan.

Kurangnya pemahaman mengenai manfaat koperasi tampaknya menjadi faktor dominan yang menghambat partisipasi anggota. Pengetahuan koperasi yang rendah menyebabkan anggota tidak merasa terdorong untuk terlibat secara aktif. Sejalan dengan teori perilaku konsumen, persepsi manfaat memiliki peran kunci dalam menentukan keputusan seseorang untuk berpartisipasi dalam suatu institusi (Kotler & Keller, 2016).

Minimnya inovasi produk juga menjadi hambatan signifikan bagi partisipasi. Produk koperasi yang tidak berkembang menimbulkan persepsi bahwa koperasi tidak memiliki nilai tambah yang menarik bagi anggota. Dalam konteks manajemen koperasi, inovasi produk sangat berperan dalam mempertahankan relevansi koperasi di tengah perubahan kebutuhan anggota (Hanel, 1992).

Tidak adanya insentif bagi anggota aktif juga turut menurunkan motivasi partisipasi. Anggota cenderung tidak mendapatkan penghargaan, baik dalam bentuk materi maupun non-materi, sehingga partisipasi dipandang tidak memiliki nilai balik.

Menurut Robbins dan Judge (2019), insentif merupakan faktor penting dalam membentuk perilaku organisasi dan meningkatkan motivasi individu.

Komunikasi yang belum efektif antara pengurus dan anggota memperburuk minimnya partisipasi. Banyak anggota yang mengaku tidak mendapatkan informasi terbaru mengenai kegiatan koperasi. Menurut Lunenburg (2010), komunikasi dua arah yang intens merupakan fondasi penting dalam membangun hubungan yang efektif dalam sebuah organisasi.

Hambatan komunikasi ini menyebabkan informasi mengenai rapat anggota, program koperasi, serta laporan keuangan tidak tersampaikan secara merata. Keterbatasan saluran komunikasi juga menyebabkan anggota kurang memahami perkembangan terbaru koperasi. Hal ini diperkuat oleh penelitian Hackman dan Johnson (2013) yang menekankan bahwa keterbukaan informasi dapat meningkatkan rasa percaya dalam organisasi.

Strategi edukasi koperasi melalui pelatihan dan sosialisasi berkala menjadi salah satu rekomendasi utama untuk meningkatkan pemahaman anggota. Pelatihan yang dilakukan secara konsisten dapat meningkatkan literasi koperasi dan mendorong anggota untuk lebih terlibat. Menurut Wrihatnolo dan Nugroho (2020), pendidikan anggota merupakan aspek fundamental dalam keberhasilan koperasi.

Selain pelatihan, sosialisasi mengenai manfaat koperasi perlu digencarkan melalui berbagai media agar anggota memperoleh gambaran yang jelas mengenai keuntungan berpartisipasi. Sosialisasi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran dan rasa memiliki anggota terhadap koperasi, sebagaimana dikemukakan oleh Sudarma dan Pranadji (2011).

Transparansi laporan keuangan yang mudah diakses juga menjadi strategi penting dalam meningkatkan kepercayaan anggota. Akses informasi keuangan yang terbuka akan membuat anggota merasa memiliki kontrol dan pengawasan terhadap koperasi. Menurut Mardiasmo (2018), transparansi merupakan elemen utama tata kelola organisasi yang baik.

Keterbukaan laporan keuangan dapat mengurangi potensi kecurigaan dan meningkatkan legitimasi pengurus di mata anggota. Anggota yang merasa informasinya terpenuhi cenderung akan lebih aktif dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini sejalan dengan konsep good governance yang menekankan akuntabilitas sebagai faktor pendorong partisipasi (World Bank, 2014).

Pemberian insentif bagi anggota aktif juga dipandang sebagai strategi yang dapat meningkatkan motivasi. Insentif dapat berupa reward finansial, penghargaan dalam rapat anggota, atau prioritas layanan. Menurut Kreitner dan Kinicki (2013), penghargaan dapat meningkatkan perilaku positif dalam organisasi.

Anggota yang merasa dihargai atas kontribusinya akan lebih termotivasi untuk terlibat dalam aktivitas koperasi. Pengurus dapat merancang sistem poin partisipasi yang dapat ditukar dengan keuntungan tertentu. Strategi ini dinilai efektif dalam meningkatkan engagement organisasi (Deci & Ryan, 2000).

Pengembangan produk dan layanan koperasi juga menjadi kunci untuk meningkatkan partisipasi. Produk koperasi harus disesuaikan dengan kebutuhan anggota, seperti simpan pinjam kompetitif, layanan pembiayaan pendidikan, atau toko serba ada berbasis kebutuhan guru dan karyawan. Menurut Kotler (2016), relevansi produk merupakan faktor utama dalam menarik minat konsumen.

Inovasi produk memungkinkan koperasi untuk menawarkan nilai tambah yang sebelumnya tidak tersedia. Ketika anggota merasa kebutuhannya terbantu, tingkat loyalitas dan partisipasi akan meningkat. Inovasi juga penting untuk keberlanjutan koperasi di tengah persaingan lembaga keuangan lainnya (Hendar & Kusnadi, 2005).

Pemanfaatan media digital menjadi strategi modern yang relevan dilakukan koperasi. Media digital seperti WhatsApp Group, platform informasi, dan aplikasi keuangan dapat mempercepat arus komunikasi. Menurut Tapscott (2014), digitalisasi mampu meningkatkan efisiensi organisasi melalui penyebaran informasi yang cepat.

Penggunaan media digital mempermudah penyampaian informasi terkait agenda rapat, promo produk, laporan bulanan, dan saran anggota. Saluran komunikasi dua arah juga memungkinkan anggota memberikan masukan secara cepat. Komunikasi interaktif seperti ini dapat meningkatkan keterlibatan anggota (Kaplan & Haenlein, 2010).

Pengurus koperasi juga perlu memastikan bahwa media digital dikelola secara profesional agar konten informasi selalu relevan dan menarik. Jika dikelola dengan baik, digitalisasi dapat meningkatkan transparansi dan memperluas cakupan komunikasi. Hal ini dapat memperkuat hubungan antara pengurus dan anggota.

Implementasi strategi secara simultan diharapkan dapat meningkatkan partisipasi anggota. Peningkatan pemahaman, transparansi, inovasi, dan komunikasi akan saling melengkapi sebagai sistem. Menurut Sasono (2013), strategi pengembangan koperasi harus dilaksanakan secara terintegrasi agar menghasilkan dampak signifikan.

Melalui peningkatan partisipasi, koperasi dapat mencapai kinerja yang lebih efektif. Anggota yang aktif akan memberikan masukan yang konstruktif dan mendukung pengembangan koperasi. Hal ini sesuai dengan pandangan Ropke (2003) bahwa keberhasilan koperasi sangat bergantung pada tingkat partisipasi anggotanya.

Peningkatan partisipasi tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga memperkuat solidaritas sosial antaranggota. Koperasi sebagai organisasi sosial-ekonomi memiliki peran strategis dalam membangun hubungan kolektif yang produktif. Hal ini sesuai dengan nilai dasar koperasi yaitu kekeluargaan dan gotong royong (UU No. 25 Tahun 1992).

Dengan meningkatnya partisipasi, kualitas tata kelola koperasi juga akan membaik. Anggota memiliki ruang untuk berperan aktif dalam pengawasan dan perumusan kebijakan koperasi. Menurut Mardiasmo (2018), tata kelola yang baik membutuhkan partisipasi seluruh pihak agar organisasi tetap transparan dan akuntabel.

Implementasi strategi ini menjadi langkah penting untuk menciptakan koperasi yang berkelanjutan. Dengan melibatkan anggota secara aktif, koperasi dapat mengembangkan inovasi berbasis kebutuhan nyata anggota. Ini sejalan dengan prinsip koperasi yang berorientasi pada kesejahteraan anggota (ICA, 2015).

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa rendahnya partisipasi anggota dapat diatasi melalui intervensi terstruktur dalam aspek edukasi, transparansi, insentif, inovasi, dan digitalisasi. Kombinasi strategi ini dipandang efektif untuk memperkuat fondasi organisasi koperasi di lingkungan MTsN 6 Kediri.

Jika strategi-strategi tersebut diimplementasikan secara konsisten dan terukur, maka koperasi berpotensi menjadi lembaga yang lebih profesional, relevan, dan mampu meningkatkan kesejahteraan anggota. Peningkatan partisipasi akan menjadi indikator utama keberhasilan transformasi koperasi menuju pengelolaan yang lebih efektif dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Partisipasi anggota dalam koperasi masih berada pada tingkat yang rendah, terutama dalam konteks pengambilan keputusan dan keterlibatan dalam berbagai kegiatan organisasi. Rendahnya tingkat partisipasi tersebut dipengaruhi oleh sejumlah faktor utama, antara lain kurangnya pemahaman anggota terhadap manfaat koperasi, minimnya inovasi produk dan layanan yang ditawarkan, serta komunikasi internal yang belum

berjalan secara efektif. Kondisi ini menyebabkan anggota tidak merasakan urgensi maupun manfaat langsung dari keterlibatan aktif mereka dalam organisasi koperasi.

Untuk meningkatkan partisipasi, sejumlah strategi direkomendasikan, seperti penguatan edukasi perkoperasian melalui pelatihan berkelanjutan, peningkatan transparansi laporan keuangan, pemberian insentif bagi anggota aktif, serta pengembangan produk dan layanan koperasi yang lebih responsif terhadap kebutuhan anggota. Keberhasilan implementasi strategi tersebut sangat bergantung pada komitmen pengurus dalam membangun tata kelola yang inklusif dan inovatif, serta pada kesediaan anggota untuk terlibat aktif dalam setiap kegiatan yang diselenggarakan koperasi. Dengan sinergi keduanya, koperasi berpotensi berkembang lebih efektif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, S., & Kasdi, B. (2022). Pengaruh Partisipasi Anggota terhadap Keberhasilan Koperasi Simpan Pinjam di Desa Pengurung Kabupaten Kaur. *Jurnal Administrasi Bisnis Nusantara*, 1(1), 27–32.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). *The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior*. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268.
- Fatimah, & Darna. (2011). Peranan Koperasi dalam Mendukung Permodalan Usaha Kecil dan Mikro. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 127–138.
- Finanto, H., & Ismawanto, T. (2020). Analisis Identifikasi Permasalahan Koperasi Politeknik Balikpapan dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Anggota. *Akuntabel*, 17(2), 253–260.
- Gunawan, U. (2019). Faktor Pendidikan Anggota dalam Meningkatkan Partisipasi Koperasi. *Coopetition*, 9(1), 1–14.
- Hackman, M. Z., & Johnson, C. E. (2013). *Leadership: A communication perspective*. Waveland Press.
- Halim, A. (2024). Strategi Kepala Koperasi dalam Meningkatkan Kesejahteraan Guru dan Staf Pegawai di SMP IT Nurul Azizi. *Jurnal Manajemen*, 7(4), 4379–4385.
- Hanel, A. (1992). *Basic issues and trends in cooperative development*. Institute for Cooperation in Developing Countries.
- Hendar, & Kusnadi. (2005). *Ekonomi koperasi*. Lembaga Penerbit FEUI.
- International Cooperative Alliance. (2015). *Cooperative identity, values & principles*. ICA Publications.

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*. Business Horizons, 53(1), 59–68.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kreitner, R., & Kinicki, A. (2013). *Organizational behavior*. McGraw-Hill.
- Lunenburg, F. C. (2010). *Communication: The process, barriers, and improving effectiveness*. Schooling, 1(1), 1–11.
- Mardiasmo. (2018). *Akuntansi sektor publik*. Andi.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational behavior*. Pearson.
- Ropke, J. (2003). *Economics of cooperatives*. Philipps-University of Marburg.
- Sasono, S. (2013). *Pemberdayaan koperasi dalam perekonomian Indonesia*. LP3ES.
- Sataloff, R. (2016). *Organizational communication*. Routledge.
- Sudarma, M., & Pranadji, T. (2011). *Pendidikan perkoperasian*. Kementerian Koperasi.
- Tapscott, D. (2014). *The digital economy*. McGraw-Hill.
- UU Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian.
- World Bank. (2014). *Governance and development*. World Bank Publications.
- Wrihatnolo, R., & Nugroho, R. (2020). *Manajemen pemberdayaan*. Gramedia.