

Reposisi Peran Koperasi sebagai Mitra Strategis UMKM dalam Ekosistem Keuangan Inklusif Berbasis Digital

Meli Saputri¹, Gama Pratama²
Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon

Email : melip8995@gmail.com¹, gamapratama0@gmail.com²

Received: 2025-04-02; Accepted: 2025-04-15; Published: 2025-05-01

Abstract

Digital transformation in the financial sector has created new opportunities for cooperatives to strengthen their role as strategic partners for MSMEs. This study aims to analyze how cooperatives can reposition themselves within a digitally inclusive financial ecosystem, and to identify key challenges and adaptive strategies. Using a qualitative approach and case studies of active cooperatives in both rural and urban areas, the findings reveal that cooperatives integrating digital services such as mobile banking, loan applications, and cloud-based financial systems are more attractive to MSME actors. Furthermore, member participation and digital literacy are crucial to the success of this repositioning. The study offers policy recommendations to accelerate cooperative digitalization in support of sustainable MSME economic growth.

Keywords: *Cooperatives, MSMEs, financial inclusion, digitalization, role repositioning*

Copyright © 2025 Finotec: Journal of Islamic Finance and Economics

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Jumlahnya yang sangat besar dan kemampuannya menyerap tenaga kerja menjadikan UMKM sebagai sektor yang sangat penting dalam menciptakan stabilitas dan pertumbuhan ekonomi nasional. Namun, di balik kontribusinya yang signifikan, UMKM masih dihadapkan pada berbagai kendala, terutama dalam hal akses terhadap pembiayaan yang terjangkau, aman, dan berkelanjutan. Banyak pelaku UMKM yang belum tersentuh oleh

lembaga keuangan formal karena keterbatasan jaminan, keterampilan administratif, serta rendahnya literasi keuangan (Arifah et al., 2020).

Koperasi, sebagai lembaga ekonomi rakyat yang berlandaskan prinsip kekeluargaan dan kebersamaan, memiliki potensi besar untuk menjadi jembatan antara UMKM dan akses keuangan yang inklusif. Selama ini koperasi telah berperan dalam menyediakan layanan simpan pinjam, pembiayaan usaha, hingga distribusi produk anggota. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, posisi koperasi mulai tergeser oleh munculnya berbagai platform keuangan digital seperti fintech lending dan bank digital yang menawarkan kemudahan akses, kecepatan layanan, dan teknologi yang lebih adaptif.

Tantangan ini mendorong pentingnya reposisi peran koperasi dalam sistem keuangan nasional, terutama dalam konteks digitalisasi dan inklusi keuangan. Reposisi yang dimaksud bukan sekadar perubahan citra, tetapi meliputi pembaruan sistem kerja, adopsi teknologi digital, hingga inovasi dalam produk dan pelayanan keuangan. Dengan kata lain, koperasi perlu bertransformasi menjadi lembaga keuangan modern yang mampu bersaing secara sehat namun tetap menjaga nilai-nilai koperasi seperti kebersamaan, keterbukaan, dan tanggung jawab social (Sitepu, Elfran Dinata, 2023).

Di era digital saat ini, banyak pelaku UMKM yang mulai beradaptasi dengan teknologi dalam menjalankan usahanya—dari penggunaan media sosial sebagai sarana promosi hingga penggunaan aplikasi keuangan sederhana untuk pencatatan transaksi. Hal ini menjadi peluang besar bagi koperasi untuk hadir lebih relevan dan responsif melalui layanan digital seperti aplikasi koperasi berbasis mobile, sistem informasi anggota online, hingga platform pinjaman digital internal yang transparan dan cepat.

Reposisi peran koperasi juga berkaitan erat dengan semangat inklusi keuangan, yaitu bagaimana memastikan setiap lapisan masyarakat, termasuk pelaku usaha kecil dan kelompok rentan, memiliki akses terhadap layanan keuangan yang adil dan sesuai kebutuhan. Inklusi keuangan tidak hanya soal keterjangkauan layanan, tetapi juga mencakup aspek literasi, perlindungan konsumen, dan keberlanjutan layanan. Dalam konteks ini, koperasi memiliki nilai lebih karena mampu menjangkau anggota secara langsung dan memiliki kedekatan sosial dengan komunitas yang dilayaninya.

Namun, transformasi ini tentu tidak tanpa tantangan. Keterbatasan kapasitas sumber daya manusia di lingkungan koperasi, keterbatasan modal untuk pengembangan teknologi, serta minimnya regulasi pendukung digitalisasi koperasi masih menjadi penghambat utama. Di sisi lain, jika koperasi mampu melewati hambatan-hambatan ini dan melakukan perubahan strategis, maka koperasi bukan hanya mampu bertahan, tetapi juga tumbuh menjadi mitra strategis yang kuat bagi UMKM di tengah era persaingan digital yang semakin ketat.

Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian mendalam mengenai bagaimana koperasi dapat mereposisi perannya di era digital, khususnya dalam mendukung keuangan inklusif bagi

UMKM. Kajian ini penting untuk mengidentifikasi strategi-strategi adaptif yang dapat diterapkan oleh koperasi agar tidak tertinggal dalam arus digitalisasi. Dengan memahami tantangan dan potensi yang ada, koperasi dapat dirancang untuk menjadi lebih inovatif, kompetitif, namun tetap berpihak pada kepentingan anggotanya.(Perbatasan, 2026)

Melalui penelitian ini, diharapkan muncul berbagai temuan dan rekomendasi yang dapat memperkuat posisi koperasi sebagai lembaga keuangan alternatif yang relevan dan solutif, sekaligus mendukung pertumbuhan UMKM yang lebih inklusif dan berkelanjutan di era ekonomi digital. Dengan semakin pesatnya digitalisasi di semua lini kehidupan, koperasi dituntut tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang secara strategis. Inovasi digital yang dilakukan oleh koperasi tidak harus meniru fintech atau bank digital secara utuh, tetapi justru harus disesuaikan dengan karakteristik koperasi itu sendiri—yaitu berbasis anggota, kepercayaan, dan solidaritas ekonomi. Dengan pendekatan tersebut, koperasi bisa menjadi lembaga keuangan yang tidak hanya menyediakan layanan teknis, tetapi juga membangun ketahanan ekonomi komunitas secara kolektif.

Relevansi koperasi dalam ekosistem keuangan inklusif tidak boleh lagi dipandang sebelah mata. Jika koperasi mampu merespons kebutuhan UMKM secara tepat melalui adaptasi digital dan penguatan kapasitas kelembagaan, maka koperasi bisa menjadi penggerak utama dalam menciptakan sistem keuangan yang lebih adil, inklusif, dan berkelanjutan. Inilah saatnya koperasi melakukan reposisi peran, dari sekadar lembaga konvensional menuju mitra strategis yang proaktif dan inovatif dalam mendukung pertumbuhan UMKM di era digital.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan dan menganalisis bagaimana koperasi melakukan reposisi peran dalam mendukung UMKM di era digital. Pendekatan ini dipilih karena dinilai mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai dinamika sosial, strategi adaptif, serta tantangan yang dihadapi koperasi dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga keuangan inklusif.(Raktikum et al., 2020)

Penelitian dilakukan di beberapa koperasi yang aktif melayani UMKM, baik di wilayah perkotaan maupun pedesaan, untuk menangkap gambaran yang lebih luas terkait proses digitalisasi dan reposisi peran. Koperasi yang dipilih merupakan koperasi simpan pinjam dan koperasi serba usaha yang telah menerapkan layanan berbasis digital, meskipun dalam skala terbatas.(Na'im, 2022)

Subjek penelitian terdiri dari:

- a. Pengurus dan manajemen koperasi
- b. Anggota koperasi yang merupakan pelaku UMKM

- c. Pihak pendamping atau mitra koperasi (jika ada)

Data dikumpulkan melalui beberapa teknik berikut:

- a. Wawancara mendalam (in-depth interview): dilakukan terhadap pengurus koperasi dan pelaku UMKM untuk mengetahui pandangan mereka terkait perubahan peran koperasi, penerapan teknologi, serta kendala yang dihadapi.
- b. Observasi langsung: dilakukan dengan mengamati aktivitas operasional koperasi, khususnya dalam penggunaan teknologi digital untuk pelayanan anggota.
- c. Studi dokumentasi: mencakup analisis dokumen internal koperasi seperti laporan tahunan, laporan keuangan, data anggota, serta aplikasi atau sistem digital yang digunakan.

Data yang diperoleh dari lapangan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Proses ini melibatkan:

- a. Reduksi data: menyaring data yang relevan dengan fokus penelitian.
- b. Kategorisasi: mengelompokkan data berdasarkan tema seperti strategi digital, peran koperasi, tantangan, dan dampak terhadap UMKM.
- c. Penarikan kesimpulan: menyusun interpretasi berdasarkan pola temuan dan kaitannya dengan teori yang relevan.

Untuk menjaga keabsahan dan kepercayaan hasil penelitian, digunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari berbagai narasumber dan metode (wawancara, observasi, dokumentasi). Selain itu, validasi dilakukan melalui diskusi dengan informan kunci untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti tidak menyimpang dari realitas yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Kesadaran Akan Pentingnya Digitalisasi

Seluruh koperasi yang diteliti menunjukkan kesadaran yang cukup tinggi terhadap pentingnya digitalisasi dalam pelayanan keuangan. Para pengurus menyatakan bahwa digitalisasi bukan lagi sekadar pilihan, tetapi kebutuhan agar koperasi tetap relevan. Salah satu pengurus koperasi di wilayah urban menyampaikan bahwa anggota mereka mulai membandingkan layanan koperasi dengan fintech dan bank digital yang lebih cepat dan praktis. Hal ini mendorong koperasi untuk mulai berinovasi, meskipun dengan keterbatasan sumber daya. (Shalihah, 2015)

2. Penerapan Teknologi Masih Sederhana dan Bertahap

Meskipun sudah menyadari pentingnya transformasi digital, sebagian besar koperasi masih dalam tahap awal penggunaan teknologi. Beberapa langkah yang sudah dilakukan

antara lain: Penggunaan aplikasi keanggotaan berbasis Android untuk mencatat simpanan dan pinjaman, Integrasi WhatsApp Business untuk komunikasi dan pengingat jatuh tempo angsuran, dan Implementasi software akuntansi sederhana untuk mempermudah laporan keuangan.

Namun, belum ada koperasi yang sepenuhnya melakukan digitalisasi menyeluruh seperti e-signature, pemrosesan pinjaman otomatis, atau integrasi dengan e-wallet. Salah satu kendala yang dihadapi adalah kurangnya tenaga IT dan mahalnya biaya pengembangan sistem yang sesuai kebutuhan koperasi.

3. Perubahan Pola Layanan dan Interaksi dengan Anggota

Digitalisasi berdampak pada cara koperasi melayani anggotanya. Beberapa koperasi mulai mengurangi transaksi manual dan memperkenalkan metode layanan berbasis aplikasi. Anggota yang sebelumnya harus datang langsung ke kantor, kini bisa mengecek saldo atau mengajukan pinjaman awal melalui aplikasi. (Assayyidi & Samsudin, 2024) Namun demikian, beberapa anggota—terutama yang berusia lanjut—masih lebih nyaman dengan metode konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi perlu dilakukan secara bertahap dan inklusif.

Menariknya, koperasi yang berbasis di desa justru menunjukkan pendekatan adaptif yang menarik, yaitu menggabungkan pelayanan digital dengan edukasi secara langsung kepada anggotanya. Mereka mengadakan pelatihan dasar penggunaan aplikasi dan media sosial sebagai bagian dari peningkatan literasi digital anggota, yang ternyata sangat diapresiasi oleh para pelaku UMKM. (Salahudin et al., 2018)

4. Dampak terhadap UMKM

Reposisi peran koperasi melalui digitalisasi terbukti memberikan manfaat langsung bagi UMKM anggotanya. Beberapa UMKM menyampaikan bahwa akses ke pinjaman menjadi lebih mudah karena proses verifikasi dipercepat. Selain itu, koperasi yang memberikan pendampingan bisnis berbasis digital (seperti pelatihan pemasaran online dan pencatatan keuangan digital) membantu pelaku usaha kecil menjadi lebih siap menghadapi pasar yang makin kompetitif.

Salah satu pelaku UMKM yang diwawancarai mengatakan bahwa berkat bantuan koperasi, ia kini bisa memasarkan produknya melalui e-commerce dan menerima pembayaran melalui QRIS. Ini adalah bentuk nyata bahwa koperasi bukan hanya penyedia modal, tetapi juga pendukung transformasi bisnis anggotanya.

5. Kendala dalam Reposisi dan Digitalisasi

Meski banyak manfaat, proses reposisi koperasi tidak berjalan mulus. Beberapa hambatan utama yang ditemukan dalam penelitian ini antara lain utama yang ditemukan dalam penelitian ini antara lain: Kurangnya SDM yang melek digital, baik di kalangan pengurus maupun anggota, Keterbatasan dana untuk investasi dalam infrastruktur teknologi, Resistensi budaya terhadap perubahan, terutama pada koperasi yang sudah lama berdiri, dan Belum adanya dukungan regulasi dan kebijakan insentif yang mendorong koperasi untuk mengadopsi digitalisasi.

Namun, koperasi yang memiliki kepemimpinan yang adaptif dan responsif cenderung lebih siap menghadapi tantangan ini. Mereka mencari solusi kolaboratif, seperti bekerja sama dengan penyedia aplikasi lokal, universitas, atau startup teknologi untuk mengembangkan sistem yang murah dan mudah digunakan

6. Strategi Adaptif yang Efektif

Beberapa strategi adaptif yang ditemukan efektif dalam penelitian ini meliputi:

Pendidikan anggota secara berkelanjutan terkait manfaat digitalisasi, terutama dalam konteks usaha mereka. Kolaborasi dengan mitra eksternal, seperti lembaga pelatihan digital, lembaga zakat, atau inkubator bisnis. Segmentasi layanan digital, di mana anggota yang sudah melek teknologi dilayani dengan sistem otomatis, sedangkan anggota lainnya tetap dilayani secara konvensional dengan perlahan-lahan dikenalkan ke sistem baru. Penguatan nilai koperasi, agar digitalisasi tidak membuat koperasi kehilangan identitas sosialnya.

Pembahasan

Temuan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa koperasi sebagai lembaga keuangan yang berbasis komunitas mulai melakukan penyesuaian peran dalam rangka menjawab tantangan zaman, khususnya terkait digitalisasi dan inklusi keuangan. Perubahan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga struktural, karena menyentuh cara koperasi memaknai kembali fungsinya sebagai mitra strategis bagi UMKM.

1. Reposisi Peran Koperasi sebagai Lembaga Keuangan Inklusif

Secara teoritis, koperasi memiliki keunggulan sebagai lembaga yang menjunjung prinsip keadilan, partisipasi anggota, dan solidaritas ekonomi. Ketika dikaitkan dengan semangat keuangan inklusif, koperasi sebenarnya sudah memiliki dasar yang kuat karena menjangkau segmen masyarakat yang tidak terlayani oleh bank konvensional.

Namun dalam praktiknya, koperasi sering tertinggal karena kurang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Penelitian ini menunjukkan bahwa upaya reposisi peran koperasi telah dimulai, terutama dengan digitalisasi pelayanan dan pendampingan berbasis teknologi. Hal ini sejalan dengan pendapat Kementerian Koperasi dan UKM (2023) bahwa koperasi yang mampu mengadopsi teknologi akan menjadi tulang punggung UMKM di era ekonomi digital.

2. Digitalisasi sebagai Alat, Bukan Tujuan Akhir

Transformasi digital dalam koperasi, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil penelitian ini, tidak bisa dilepaskan dari konteks lokal, sumber daya, dan karakteristik anggota. Digitalisasi harus dipahami sebagai alat untuk mempercepat pelayanan dan meningkatkan efisiensi, bukan sebagai tujuan akhir. (Rohmatillah, 2022)

Koperasi yang terlalu memaksakan digitalisasi secara top-down tanpa memahami kesiapan anggota justru berisiko kehilangan jati diri sosialnya. Oleh karena itu, pendekatan bertahap, kolaboratif, dan berbasis literasi menjadi kunci keberhasilan. Strategi seperti pelatihan digital untuk anggota UMKM, penggunaan aplikasi sederhana, dan komunikasi dua arah terbukti mampu meningkatkan penerimaan anggota terhadap perubahan ini.

3. Dampak Nyata terhadap UMKM

Dalam perspektif ekonomi kerakyatan, keberadaan koperasi yang mampu mengadaptasi teknologi memberikan dampak positif langsung bagi pelaku UMKM. Mereka tidak hanya memperoleh akses pembiayaan yang lebih mudah dan cepat, tetapi juga mendapat pendampingan untuk meningkatkan daya saing usaha.

Penelitian ini memperlihatkan bahwa koperasi tidak hanya bisa menjadi sumber dana, tetapi juga sebagai fasilitator transformasi digital UMKM. Ini membuktikan bahwa reposisi peran koperasi sangat relevan dan potensial dalam konteks perekonomian lokal, khususnya pasca-pandemi di mana UMKM perlu dukungan menyeluruh. (Izaturahmi et al., 2025)

4. Tantangan Struktural dan Kultural

Meskipun potensi koperasi besar, terdapat tantangan struktural seperti keterbatasan SDM, infrastruktur, dan regulasi. Dalam banyak kasus, pengurus koperasi belum memiliki kompetensi digital yang memadai, dan masih banyak koperasi yang belum memiliki roadmap transformasi digital yang jelas.

Selain itu, ada tantangan kultural, terutama pada koperasi yang sudah lama berdiri dan memiliki pola kerja konservatif. Perubahan seringkali dihambat oleh rasa takut akan kegagalan

atau kekhawatiran kehilangan kontrol atas organisasi. Oleh karena itu, kepemimpinan yang visioner dan partisipatif sangat dibutuhkan untuk menggerakkan perubahan dari dalam.

5. Urgensi Dukungan Eksternal dan Kolaborasi

Koperasi tidak bisa bergerak sendiri. Peran pemerintah daerah, lembaga keuangan syariah, perguruan tinggi, dan mitra teknologi sangat penting dalam proses ini. Penelitian ini menegaskan bahwa koperasi yang berhasil melakukan digitalisasi umumnya memiliki jejaring kerja sama yang kuat.

Kolaborasi seperti pelatihan literasi digital oleh universitas, bantuan teknis dari startup teknologi, atau integrasi QRIS dari bank mitra menjadi faktor kunci yang memungkinkan koperasi naik kelas. Model kolaboratif ini bisa menjadi rujukan bagi koperasi lain di Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa reposisi peran koperasi sebagai mitra strategis UMKM dalam ekosistem keuangan inklusif berbasis digital merupakan langkah yang sangat relevan di tengah pesatnya perkembangan ekonomi digital. Koperasi yang mampu beradaptasi dengan transformasi digital memiliki peluang besar untuk memperkuat perannya sebagai lembaga keuangan yang dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat, terutama UMKM. (Raharjani & Mas'ud, 2017)

Meskipun demikian, proses digitalisasi di koperasi masih menghadapi tantangan signifikan, baik dari segi SDM yang belum cukup melek digital, keterbatasan anggaran untuk pengembangan infrastruktur teknologi, maupun resistensi budaya terhadap perubahan. Oleh karena itu, digitalisasi harus dilakukan secara bertahap, mengedepankan edukasi dan literasi digital untuk anggota, serta menciptakan sistem yang inklusif dan mudah diakses oleh semua pihak.

Reposisi peran koperasi yang berhasil menunjukkan bahwa koperasi tidak hanya sebagai lembaga pemberi pinjaman, tetapi juga sebagai fasilitator pertumbuhan ekonomi yang proaktif mendampingi UMKM dalam menghadapi tantangan era digital. Hal ini terbukti dapat meningkatkan daya saing UMKM, mempercepat akses keuangan, dan memfasilitasi pemasaran produk melalui platform digital.

Namun, agar koperasi dapat lebih maksimal dalam menjalankan perannya, dukungan dari berbagai pihak seperti pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta sangat dibutuhkan. Kolaborasi ini menjadi penting untuk memperkuat kapasitas koperasi dalam

menghadapi perubahan yang cepat, serta untuk membangun sistem yang lebih adil dan inklusif bagi UMKM.(Syuhada et al., 2024)

REFERENSI

- Arifah, U., Azizah, A., Salwa, D. K., & Rohyanti, I. (2020). Kepemimpinan Dan Bakat. LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam, 4(1), 1–19. <https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/lab>
- Assayyidi, N., & Samsudin, S. (2024). Pesantrenpreneurship dalam Perspektif Pendidikan Islam. TA'DIBUNA: Jurnal Pendidikan Agama Islam, 6(2), 162. <https://doi.org/10.30659/jpai.6.2.162-171>
- Izaturahmi, F., Rehulina, D., & Ramadani, I. (2025). Peran Strategis Masjid dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi.
- Na'im, Z. (2022). Etika Kepemimpinan Dalam Perspektif Islam Dan Korelasinya Terhadap Kinerja. Evaluasi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 6(1), 195–210. <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v6i1.972>
- Perbatasan, D. I. D. (2026). KELAYAKAN BISNIS DALAM ERA EKONOMI DIGITAL. 13(September 2024), 2026–2043. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i3.1257>
- Raharjani, D. S., & Mas'ud, F. (2017). Praktik Kepemimpinan Islam (Studi Kasus pada Kepala Bagian Non Medis Rumah Sakit Roemani Muhammadiyah Semarang). Diponegoro Journal of Management, 6(3), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Raktikum, P., Pembelajaran, A. T., & Galat, M. (2020). Model Odelling Dan Analisis. 4(2), 1–97.
- Rohmatillah, N. (2022). Eksistensi Ekonomi Syariah Di Indonesia Dalam Perspektif Psikologi Ekonomi. Jurnal QIEMA, 8(1), 66–74.
- Salahudin, S., Wahyudi, W., Ulum, I., & Kurniawan, Y. (2018). Model Manajemen kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Usaha Tepung Tapioka. Aristo, 6(1), 18. <https://doi.org/10.24269/ars.v6i1.777>
- Shalihah, M. (2015). Peran Kepemimpinan Islami dalam Peningkatan Manajemen Usaha Perusahaan. Tahkim, 11(2), 115–129.
- Sitepu, Elfran Dinata, N. A. (2023). Peran Pemimpin Islami Dalam Optimalisasi Tata Kelola Perusahaan. Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce, 2(3), 01–11.
- Syakur, A. (2018). Ruang Lingkup Ekonomi Islam. PANCAWAHANA: Jurnal Studi Islam, 13(2), 1689–1699.
- Syuhada, W., Mamun, S., Midisen, K., & Ahmad, A. N. (2024). Optimalisasi Bazar Masjid sebagai Katalisator Pemberdayaan UMKM: Studi Kasus di Perumahan Sukaraya Indah Bekasi. 09(02), 447–460. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1912>