

Rendahnya Minat Generasi Z pada Koperasi di Indonesia: Analisis terhadap Inovasi dan Digitalisasi

Kusmarini¹, Eka Cahaya Ningsih², Syadikin³, Aminah Ramalia^{4*}

¹⁻⁴Pendidikan Ekonomi, Universitas Jambi, Indonesia

*Penulis Korespondensi: aminahramalia@unja.ac.id

Abstract. *Cooperatives are a people's economic institution that plays a vital role in improving community welfare through the principles of togetherness, economic democracy, and member participation. However, Generation Z's interest in cooperatives in Indonesia remains relatively low. This study aims to analyze the factors contributing to Generation Z's low interest in cooperatives and to examine the role of innovation and digitalization in increasing young people's participation in cooperatives. This study used a literature review method by reviewing various relevant literature sources, such as scientific journals, articles, and previous research results. The results indicate that Generation Z's low interest is influenced by a lack of understanding of cooperatives, a perceived conventional image of cooperatives, minimal use of digital technology, and suboptimal promotion through social media. On the other hand, innovation and digitalization have been shown to increase the attractiveness of cooperatives through easy access to services, transparency, operational efficiency, and interactions that are more in line with Generation Z's characteristics. In addition, social and psychological factors also influence the level of participation of young people in cooperatives. Therefore, cooperatives need to undertake digital transformation, improve innovation services, and strengthen social media-based education and promotion to remain relevant and able to attract Generation Z's interest in the modern era.*

Keywords: *Cooperatives; Digitalization; Generation Z; Innovation; Participation.*

Abstrak. Koperasi merupakan salah satu lembaga ekonomi kerakyatan yang memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui prinsip kebersamaan, demokrasi ekonomi, dan partisipasi anggota. Namun, minat Generasi Z terhadap koperasi di Indonesia masih tergolong rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya minat Generasi Z terhadap koperasi serta mengkaji peran inovasi dan digitalisasi dalam meningkatkan partisipasi generasi muda terhadap koperasi. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (*literature review*) dengan mengkaji berbagai sumber literatur yang relevan, seperti jurnal ilmiah, artikel, dan hasil penelitian terdahulu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rendahnya minat Generasi Z dipengaruhi oleh kurangnya pemahaman tentang koperasi, citra koperasi yang dianggap konvensional, minimnya pemanfaatan teknologi digital, serta kurang optimalnya promosi melalui media sosial. Di sisi lain, inovasi dan digitalisasi terbukti mampu meningkatkan daya tarik koperasi melalui kemudahan akses layanan, transparansi, efisiensi operasional, dan interaksi yang lebih sesuai dengan karakteristik Generasi Z. Selain itu, faktor sosial dan psikologis juga berpengaruh terhadap tingkat partisipasi generasi muda dalam koperasi. Oleh karena itu, koperasi perlu melakukan transformasi digital, meningkatkan inovasi layanan, serta memperkuat edukasi dan promosi berbasis media sosial agar tetap relevan dan mampu menarik minat Generasi Z di era modern.

Kata kunci: Digitalisasi; Generasi Z; Inovasi; Koperasi; Partisipasi.

1. LATAR BELAKANG

Koperasi merupakan salah satu lembaga ekonomi yang berperan dalam mewujudkan pemerataan kesejahteraan melalui prinsip demokrasi ekonomi dan partisipasi anggota. Prinsip ini menekankan bahwa setiap anggota memiliki hak dan kedudukan yang sama dalam menentukan arah dan kebijakan koperasi, sehingga tidak terjadi dominasi oleh pihak tertentu. Dalam pelaksanaannya, koperasi tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada peningkatan kualitas hidup anggotanya melalui distribusi hasil usaha yang adil dan transparan. Menurut Mufiani (2025), koperasi telah lama diakui sebagai salah satu fondasi krusial dalam

memperkuat ekonomi dan aspek sosial masyarakat di Indonesia. Dengan mengusung prinsip kebersamaan, ekonomi yang demokratis, serta kemandirian, koperasi menawarkan model bisnis alternatif yang tidak hanya fokus pada profit, tetapi juga pada kesejahteraan anggotanya. Peran ini semakin signifikan dalam menghadapi berbagai tantangan ekonomi global seperti ketidakadilan, perubahan iklim, dan krisis keuangan, yang menuntut koperasi berkontribusi dalam menciptakan ekonomi yang berkelanjutan. Secara umum, koperasi merupakan peranan penting dalam pembangunan ekonomi nasional, terutama dalam memberdayakan masyarakat ekonomi lemah serta mewujudkan keadilan sosial. Keberhasilan koperasi tidak hanya bergantung pada kebijakan pemerintah, tetapi juga dipengaruhi oleh kesadaran dan keterlibatan aktif masyarakat. Dengan adanya semangat pembaruan serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan global, koperasi di Indonesia mempunyai peluang besar untuk berkembang sebagai penggerak ekonomi yang inklusif, berkelanjutan, dan berkeadilan (Amelliyah, Firmansyah, and Mashudi 2025).

Di era perkembangan teknologi digital, koperasi dituntut untuk mampu beradaptasi agar tetap relevan dengan kebutuhan masyarakat modern. Dalam koperasi, digitalisasi kini tidak lagi hanya dianggap sebagai inovasi tambahan, melainkan telah menjadi kebutuhan penting agar koperasi dapat tetap bersaing di tengah perkembangan ekonomi modern (Miarawati et al. 2025). Menurut Azmi (2025), melalui digitalisasi, koperasi diharapkan dapat meningkatkan daya saingnya dengan lembaga keuangan lainnya dalam menghadirkan layanan keuangan yang praktis serta mudah dijangkau masyarakat. Kondisi ini memungkinkan koperasi menjangkau anggota dalam jumlah yang lebih luas dan turut mendukung perkembangan ekonomi berbasis komunitas. Selain itu, peningkatan kapasitas koperasi melalui pemanfaatan teknologi dapat mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi sekaligus memberikan kontribusi yang besar terhadap tercapainya target pembangunan nasional. Pemanfaatan teknologi digital mampu membantu koperasi dalam meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat pelayanan, memperluas jangkauan informasi, serta menciptakan sistem pengelolaan yang lebih transparan dan mudah diakses oleh masyarakat. Selain itu, perkembangan teknologi juga mendorong perubahan pola pikir dan perilaku masyarakat, khususnya generasi muda, yang lebih menyukai layanan berbasis digital, praktis, cepat, dan fleksibel. Oleh karena itu, koperasi dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat modern agar tetap relevan serta memiliki daya tarik di kalangan generasi muda. Namun, meskipun koperasi memiliki potensi besar dalam mendukung

kesejahteraan ekonomi masyarakat, minat Generasi Z terhadap koperasi di Indonesia masih tergolong rendah.

Meskipun koperasi memiliki peran penting dalam memperkuat ekonomi dan kesejahteraan sosial masyarakat, tingkat partisipasi generasi Z dalam koperasi di Indonesia masih tergolong rendah. Beberapa faktor yang mempengaruhi rendahnya partisipasi ini antara lain kurangnya pemahaman generasi Z mengenai manfaat jangka panjang koperasi, serta ketidaksesuaian antara prinsip dan model koperasi yang ada dengan karakteristik dan preferensi generasi Z. Generasi ini cenderung lebih tertarik pada model bisnis yang berbasis teknologi, fleksibel, dan memiliki kemudahan akses. Selain itu, koperasi yang belum mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dan kurang responsif terhadap perubahan sosial-ekonomi yang cepat menjadi hambatan lain dalam menarik minat generasi Z. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dalam pengelolaan koperasi, seperti penerapan sistem digital untuk mempermudah transaksi, serta pengembangan program-program yang lebih relevan dengan kebutuhan dan aspirasi generasi Z, guna meningkatkan partisipasi mereka dalam koperasi. Ini sejalan dengan pendapatnya Panjaitan et al. (2010) dalam perkembangannya, koperasi menghadapi tantangan dalam menarik minat Generasi Z sebagai generasi penerus yang diharapkan dapat menjaga dan mengembangkan eksistensi koperasi di masa depan.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) 2025, terdapat 222.462 koperasi aktif di Indonesia. Dari jumlah tersebut, Jawa Timur mencatatkan angka terbanyak dengan 30.132 unit, menjadikannya provinsi dengan jumlah koperasi aktif terbesar di negara ini. Tingginya jumlah koperasi aktif ini mencerminkan tingginya partisipasi masyarakat dalam sistem ekonomi berbasis gotong royong, serta dukungan pemerintah daerah terhadap pengembangan sektor koperasi.

Selanjutnya, Jawa Barat tercatat dengan 24.629 koperasi aktif, diikuti oleh Jawa Tengah dengan 19.724 unit. Di luar Pulau Jawa, Sumatra Utara memiliki 12.024 koperasi aktif, disusul oleh Aceh dengan 10.952 unit. Sumatra Selatan tercatat memiliki 7.932 koperasi aktif, sementara Sulawesi Selatan mencatatkan 7.594 unit. Di wilayah perkotaan dan penyangga ibu kota, DKI Jakarta mencatat 6.713 koperasi aktif, sedikit lebih banyak daripada Banten dengan 6.620 unit. Nusa Tenggara Timur berada di posisi terakhir dalam sepuluh besar dengan 6.255 koperasi aktif. Data ini menunjukkan bahwa koperasi masih menjadi elemen penting dalam perekonomian daerah, terutama di provinsi dengan ekonomi berbasis rakyat yang kuat. Data jumlah koperasi yang tersebar di Indonesia dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Laporan data Jumlah Koperasi di Indonesia.

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2025 dikutip melalui GoodStats oleh (Rendaniati 2026)

Sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa rendahnya minat Gen Z terhadap koperasi di Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain kurangnya pemahaman generasi muda tentang manfaat koperasi, ketidaksesuaian antara model koperasi tradisional dengan kebutuhan gaya hidup mereka yang lebih modern dan berbasis digital, serta minimnya promosi dan edukasi mengenai koperasi yang relevan bagi mereka. Hal ini diperparah dengan adanya persepsi negatif yang masih melekat pada koperasi sebagai entitas yang kaku dan tidak dapat mengikuti perkembangan zaman, padahal koperasi memiliki potensi besar dalam pemberdayaan ekonomi yang berbasis pada prinsip gotong royong. Menurut Khuluddiyah (2023), generasi Z tidak hanya melihat koperasi sebagai bagian dari institusi pendidikan, tetapi juga menganggapnya sebagai entitas yang perlu beradaptasi dengan budaya dan lingkungan milenial. Agar koperasi tetap relevan, inovasi yang sesuai dengan tren masa kini perlu diterapkan, sehingga koperasi tidak dianggap sebagai organisasi yang hanya beroperasi pada masa lalu. Generasi Z juga perlu memahami pentingnya teknologi dan komunikasi dalam pengelolaan koperasi saat ini. Selain perannya dalam perekonomian, koperasi juga harus diawasi dengan baik, mengingat ada pihak yang menyalahgunakan keberadaannya untuk mengumpulkan dana masyarakat demi kepentingan pribadi tanpa nilai investasi yang jelas.

Berdasarkan data hasil survei *Indonesian Consortium for Cooperative Innovation* (ICCI), terlihat bahwa koperasi menghadapi kesulitan besar dalam melibatkan Generasi Z. *Indonesia Consortium for Cooperatives Innovation* (ICCI) memaparkan hasil surveinya dalam

Webinar Research Expose “Koperasi dan Generasi Muda” pada Selasa (23/4) lalu. Webinar tersebut membahas hasil jajak pendapat yang berjudul “Identifikasi Program Penjangkauan dan Pengembangan Generasi Muda pada Koperasi,” yang dilakukan pada bulan Maret sebelumnya. Pada tahun 2022, kami melakukan survei dengan melibatkan 614 responden dari koperasi mengenai status SDM koperasi. Hasilnya menunjukkan bahwa secara demografis, anggota koperasi dari Generasi Z memiliki komposisi yang sangat rendah, yakni hanya 6%. Artinya, hanya 6 dari setiap 100 anggota koperasi yang berusia antara 12 hingga 27 tahun,” ungkap Firdaus Putra, Ketua Komite Eksekutif ICCI, dalam pengantarnya. Padahal, secara demografis, komposisi Gen Y mencapai 25% dan Gen Z sebesar 27%. Ini menunjukkan bahwa dua generasi muda tersebut sebenarnya merupakan mayoritas. Generasi Z, yang mencakup individu berusia antara 13 hingga 28 tahun, menunjukkan adanya gap negatif yang cukup besar, yaitu sebesar -21,9%. Hal ini menandakan bahwa keterlibatan generasi ini dalam koperasi sangat rendah dibandingkan dengan proporsi mereka dalam populasi secara keseluruhan. Bahkan, defisit partisipasi mereka mencapai 19,9%, yang mengindikasikan ketidakseimbangan yang signifikan antara jumlah anggota koperasi dari generasi ini dan jumlah populasi mereka. Sebaliknya, Generasi Y (29-44 tahun) menunjukkan adanya surplus partisipasi positif sebesar 12,0%. Surplus ini menunjukkan bahwa partisipasi mereka dalam koperasi melebihi proporsi populasi mereka, yang mengindikasikan adanya minat atau pemahaman yang lebih baik terhadap koperasi dibandingkan dengan generasi yang lebih muda (Arnisa 2024).

Untuk meningkatkan partisipasi generasi Z dalam koperasi, perlu adanya perubahan dalam paradigma pengelolaan koperasi yang lebih inovatif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Digitalisasi dalam koperasi merupakan salah satu solusi yang dapat mempermudah transaksi dan mempermudah akses informasi bagi anggota koperasi, khususnya generasi Z yang terbiasa dengan platform digital. Pemanfaatan aplikasi berbasis teknologi seperti platform *e-commerce* koperasi atau aplikasi *mobile* untuk transaksi dan pengelolaan keanggotaan dapat memberikan kemudahan dan transparansi yang diinginkan oleh generasi Z. Selain itu, inovasi dalam pengelolaan koperasi juga dapat melibatkan pengembangan model bisnis yang lebih fleksibel dan relevan dengan kebutuhan generasi Z, seperti koperasi yang lebih berfokus pada produk atau layanan yang mengedepankan keberlanjutan atau digitalisasi. Misalnya, koperasi dapat menciptakan peluang bagi generasi Z untuk berinovasi dalam bidang teknologi, atau menyediakan akses kepada mereka untuk berinvestasi dalam usaha berbasis teknologi digital yang mereka pahami dan minati.

Dalam konteks ini, digitalisasi bukan hanya tentang implementasi teknologi untuk efisiensi operasional, tetapi juga tentang menciptakan pengalaman yang sesuai dengan ekspektasi generasi Z akan kepraktisan dan keberlanjutan. Inovasi seperti ini dapat membangun keterikatan yang lebih kuat antara koperasi dan generasi Z, yang akhirnya dapat mendorong tingkat partisipasi mereka yang lebih tinggi. Pemanfaatan teknologi informasi, otomatisasi proses kerja, serta pengembangan layanan digital terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses pelayanan, mengurangi kesalahan administratif, serta meningkatkan transparansi dan akurasi pengelolaan data keuangan. Dari sisi pelayanan, digitalisasi memberikan kemudahan akses, fleksibilitas waktu, dan peningkatan kualitas interaksi antara koperasi dan anggota. Dampak tersebut juga tercermin pada meningkatnya produktivitas pegawai serta perbaikan hasil usaha koperasi, yang menunjukkan bahwa digitalisasi berperan penting dalam mendukung efektivitas kerja dan daya saing koperasi di tengah dinamika ekonomi digital (Sasmito and Syihabuddin 2025).

Berdasarkan berbagai temuan tersebut, terlihat adanya kesenjangan dalam literatur terkait partisipasi generasi Z di koperasi, khususnya dalam hal pemahaman mereka terhadap manfaat, peran, dan prinsip koperasi yang ideal dibandingkan dengan kenyataan di lapangan. Pendahuluan menunjukkan bahwa meskipun koperasi memiliki nilai sosial-ekonomi yang signifikan, generasi Z masih menunjukkan minat rendah karena kurangnya pemahaman, ketidaksesuaian model koperasi dengan preferensi mereka, dan minimnya pemanfaatan digitalisasi. Oleh karena itu, penelitian *literature review* ini bertujuan untuk menelaah sejauh mana literatur membahas pemahaman generasi Z terhadap koperasi, persepsi mereka terhadap relevansi koperasi dalam konteks modern, serta inovasi dan digitalisasi yang telah diidentifikasi sebagai faktor potensial untuk meningkatkan partisipasi generasi muda.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain studi pustaka (*Library Research*) atau (*Literature Review*), yaitu suatu metode penelitian yang dilakukan dengan mengkaji berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik yang diteliti. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti, berdasarkan temuan-temuan yang telah dipublikasikan sebelumnya, dengan fokus pada rendahnya minat Generasi Z terhadap koperasi di Indonesia, serta analisis inovasi dan digitalisasi dalam konteks tersebut.

Menurut Maharani & Khumairoh (2023), *literature review* atau tinjauan pustaka, yang bertujuan untuk mengkaji dan menilai secara kritis pengetahuan, gagasan, atau temuan yang ada dalam literatur. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk merumuskan kontribusi teoritis dan metodologisnya untuk topik yang dibahas. Penelitian ini bersifat analisis deskriptif, yang berarti menguraikan data yang diperoleh secara sistematis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis literatur yang dilakukan dalam penelitian ini, beberapa temuan utama berhasil diungkap yang memberikan wawasan mendalam tentang berbagai faktor yang mempengaruhi perkembangan koperasi, terutama di kalangan Generasi Z. Temuan-temuan tersebut meliputi beberapa aspek penting, di antaranya adalah: pertama, pengaruh inovasi dalam koperasi yang berperan besar dalam meningkatkan daya tarik koperasi bagi generasi muda. kedua, penerapan digitalisasi dalam koperasi yang menjadi faktor kunci dalam memperluas jangkauan dan memodernisasi cara kerja koperasi agar lebih efisien dan relevan dengan kebutuhan zaman. ketiga, faktor sosial dan psikologis yang mempengaruhi perilaku dan minat Generasi Z terhadap koperasi, yang melibatkan nilai-nilai, preferensi, serta pola pikir yang berbeda dengan generasi sebelumnya, dan keempat. keterlibatan media sosial yang semakin penting dalam mempengaruhi minat Generasi Z untuk bergabung dengan koperasi, karena platform ini memberikan kemudahan dalam akses informasi dan interaksi yang lebih langsung dan personal. Temuan-temuan ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika yang ada dalam dunia koperasi dan bagaimana koperasi dapat menyesuaikan diri dengan *trend* terbaru untuk menarik minat generasi muda.

Pengaruh Inovasi dalam Koperasi

Anjarwati (2017) melakukan penelitian Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Inovasi Terhadap Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Koperasi di Kota Surabaya menunjukkan Hasil penelitian pada Tabel 2 bahwa Inovasi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja koperasi di kota Surabaya. Artinya, semakin kuat inovasi yang dikembangkan oleh pengurus koperasi, semakin kreatif orientasi kewirausahaan yang dihasilkan oleh pengurus koperasi di kota Surabaya. Sebaliknya, apabila inovasi yang diciptakan oleh pengurus lemah, maka orientasi kewirausahaan yang dihasilkan oleh pengurus koperasi di kota Surabaya cenderung kurang kreatif.

Selain meningkatkan kinerja koperasi, inovasi juga berpengaruh terhadap persepsi dan ketertarikan generasi muda terhadap koperasi. Generasi Y dan Z cenderung lebih terbuka terhadap perubahan, pembaruan, dan penggunaan teknologi dalam suatu organisasi. Oleh karena itu, penerimaan mereka terhadap koperasi tidak hanya bergantung pada pemahaman mengenai koperasi itu sendiri, tetapi juga pada kemampuan koperasi dalam menyesuaikan diri dengan kebutuhan generasi muda yang dinamis. Hal ini sejalan dengan pernyataan Sholilah et al. (2025), bahwa Generasi Y dan Z cenderung lebih terbuka terhadap inovasi dan berbagai pembaruan, sehingga pandangan mereka terhadap koperasi tidak hanya didasarkan pada pemahaman tradisional semata, tetapi juga pada kemampuan koperasi dalam menyesuaikan diri dengan kebutuhan mereka yang lebih dinamis. Oleh karena itu, meskipun pengetahuan mengenai koperasi cukup dikenal di kalangan generasi muda, tingkat penerimaan mereka terhadap koperasi sangat dipengaruhi oleh relevansi koperasi dengan kehidupan dan kebutuhan mereka saat ini.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Silaningsih et al. (2022) menyatakan bahwa kinerja koperasi berbasis kreativitas dan inovasi serta partisipasi anggota menunjukkan pengaruh inovasi terhadap kinerja, berdasarkan hasil perhitungan uji t, menunjukkan nilai t-hitung sebesar 5,591 dengan signifikansi 0,000, sementara nilai t-tabel dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan $93 - 3 - 1 = 89$ adalah 1,662. Hal ini menunjukkan bahwa t-hitung lebih besar dari t-tabel ($5,591 > 1,662$) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, pada taraf signifikansi 95%, dapat disimpulkan bahwa inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja koperasi di Kota Sukabumi. Implementasi inovasi oleh koperasi sudah cukup baik, dengan penilaian tertinggi pada inovasi administrasi dan terendah pada inovasi proses.

Penerapan Digitalisasi dalam Koperasi

Wardana et al. (2025), melakukan penelitian tentang Analisis Peran dan Strategi Pengembangan Koperasi di Bengkulu menunjukkan generasi muda lebih cenderung memilih koperasi yang telah mengadopsi digitalisasi sebagai cara untuk mempermudah interaksi dan transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi koperasi memainkan peran yang sangat penting dalam menarik perhatian dan minat Generasi Z untuk bergabung serta berpartisipasi aktif dalam koperasi. Sebagai langkah strategis, digitalisasi koperasi tidak hanya mempermudah proses interaksi dan transaksi, tetapi juga dianggap sebagai faktor kunci dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan oleh koperasi. Dalam konteks ini, digitalisasi menjadi instrumen yang vital bagi koperasi agar tetap relevan

di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan perubahan pola perilaku konsumen, terutama generasi muda. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), sebanyak 81,84% wilayah di Provinsi Bengkulu memiliki kekuatan sinyal telepon seluler yang kuat atau sangat kuat, yang menunjukkan kesiapan infrastruktur digital yang mendukung implementasi program digitalisasi koperasi. Kondisi ini sangat mendukung pelaksanaan digitalisasi koperasi, terutama di daerah-daerah seperti Rejang Lebong dan Kaur, yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan koperasi berbasis digital dan menjangkau lebih banyak anggota dari kalangan Generasi Z.

Setyaningsih & Marsudi (2024), melakukan penelitian strategi pengembangan koperasi melalui transformasi digital menunjukkan Penerapan digitalisasi pada koperasi menjadi langkah strategis untuk meningkatkan efisiensi operasional, transparansi, dan kemudahan akses layanan bagi anggota, khususnya generasi muda yang lebih terbiasa dengan teknologi. Sebagai contoh, Koperasi Serba Usaha Rumanti melaksanakan strategi digitalisasi melalui analisis kebutuhan internal, pengembangan infrastruktur teknologi, pembuatan aplikasi dan platform digital, serta pelaksanaan program promosi dan edukasi untuk anggota. Dengan digitalisasi, proses bisnis menjadi otomatis, kesalahan manual berkurang, data keuangan dan operasional dapat diakses secara *real-time*, serta partisipasi anggota meningkat lewat sistem voting digital. Selain itu, digitalisasi memungkinkan pengembangan produk dan layanan baru, memperluas jangkauan pasar melalui platform *online*, serta meningkatkan keterampilan dan motivasi karyawan melalui pelatihan teknologi. Dengan demikian, transformasi digital tidak hanya memperkuat pertumbuhan koperasi secara organisasi, tetapi juga meningkatkan kepercayaan, loyalitas anggota, dan memastikan koperasi tetap relevan serta kompetitif di era modern.

Faktor Sosial dan Psikologis yang Mempengaruhi Generasi Z

Sidabukke et al. (2025), melakukan Penelitian Persepsi Generasi Muda terhadap Koperasi sebagai Lembaga Ekonomi Kerakyatan dan menunjukkan bahwa Pada kenyataannya, masih banyak generasi muda yang belum memahami secara mendalam makna dan peran koperasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar generasi milenial dan generasi Z hanya mengenal koperasi sebatas koperasi sekolah atau lembaga sederhana, sehingga mereka belum menyadari fungsi penting koperasi sebagai sarana pemberdayaan ekonomi masyarakat. Rendahnya minat generasi muda terhadap koperasi menjadi tantangan besar bagi keberlangsungan regenerasi koperasi, karena tanpa partisipasi generasi penerus, keberadaan koperasi dapat semakin kehilangan relevansi di masa depan.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Badrudin et al. (2007) tentang faktor-faktor sosial ekonomi dan psikologis yang berhubungan dengan tingkat partisipasi anggota koperasi citra baru sektor agribisnis menunjukkan bahwa faktor sosial dan psikologis memiliki pengaruh signifikan terhadap partisipasi Generasi Z di Koperasi Citra Baru sektor agribisnis. Pendidikan formal anggota terbukti berhubungan positif dengan partisipasi, di mana Gen Z dengan tingkat pendidikan setingkat SMP lebih mampu menyerap informasi koperasi, memahami prosedur, serta aktif menjalankan kewajiban dan haknya. Lamanya keanggotaan juga memengaruhi tingkat partisipasi; anggota yang telah bergabung lebih lama menunjukkan kedekatan sosial dengan anggota lain dan pemahaman yang lebih baik terhadap aturan koperasi, sehingga keterlibatan mereka meningkat. Dari sisi psikologis, motivasi pengembalian kredit menjadi pendorong utama partisipasi, karena anggota yang termotivasi cenderung bertanggung jawab dan memanfaatkan fasilitas koperasi untuk mendukung kegiatan agribisnis mereka. Selain itu, persepsi anggota terhadap pelayanan koperasi berkontribusi pada partisipasi; pelayanan yang baik menumbuhkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab, sehingga mendorong keterlibatan yang lebih aktif. Sebaliknya, faktor usia, jumlah tanggungan keluarga, pendapatan rumah tangga, serta persepsi terhadap program agribisnis tidak menunjukkan pengaruh signifikan, mengindikasikan bahwa keterlibatan Generasi Z lebih ditentukan oleh pengalaman interaktif dan faktor internal daripada kondisi sosial ekonomi mereka.

Keterlibatan Media Sosial dalam Mempengaruhi Minat

Mulyana et al. (2026) melakukan penelitian tentang *Rebranding* Koperasi sebagai Strategi Meningkatkan Kinerja dan Daya Tarik Koperasi Berdasarkan Indikator Peningkatan Koperasi di Indonesia menunjukkan bahwa Penerapan layanan koperasi berbasis digital, seperti penggunaan aplikasi keanggotaan, transaksi daring, serta akses informasi keuangan secara *online*, dapat mempermudah anggota dalam memperoleh layanan yang lebih cepat, praktis, dan transparan. Selain itu, digitalisasi tersebut juga mampu meningkatkan ketertarikan generasi milenial dan generasi Z terhadap koperasi. Namun, rendahnya keterlibatan koperasi dalam media sosial dan kurangnya strategi komunikasi digital menyebabkan generasi Z masih memandang koperasi sebagai organisasi yang konvensional, kurang inovatif, dan tidak sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini. Padahal, generasi Z merupakan kelompok yang sangat aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi, interaksi, dan pembentukan persepsi terhadap suatu organisasi. Oleh karena itu, keterlibatan media sosial menjadi faktor penting dalam membangun citra koperasi yang modern, transparan, dan relevan dengan kebutuhan generasi muda. Pemanfaatan media sosial secara aktif melalui penyebaran

informasi, promosi layanan digital, edukasi perkoperasian, serta interaksi yang komunikatif dapat meningkatkan minat dan partisipasi generasi Z terhadap koperasi di Indonesia.

Selain itu, Mujiyanti et al. (2023) juga melakukan penelitian tentang Persepsi Gen Z terhadap Koperasi Sebagai Entitas Bisnis yang Berkelanjutan menunjukkan hasil bahwa Media sosial dan berbagai platform digital juga dapat digunakan untuk mengenalkan koperasi sebagai model usaha yang relevan dan berkelanjutan, sehingga Generasi Z memandang koperasi sebagai pilihan bisnis masa depan yang menarik serta mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Arizona & Sutawiyani (2024) tentang Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran jasa koperasi dan upaya kredit macet pada KSU Semeton Bali Satya menunjukkan bahwa Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran jasa yang ditawarkan koperasi serba usaha, didukung oleh pengalokasian biaya yang sesuai serta penggunaan waktu yang optimal, memiliki peranan penting dalam meningkatkan penyebaran informasi mengenai berbagai layanan yang disediakan oleh KSU Semeton Bali Satya dari pegawai kepada para anggota.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kajian literatur yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa rendahnya minat Generasi Z terhadap koperasi di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kurangnya pemahaman mengenai fungsi dan manfaat koperasi, citra koperasi yang masih dianggap konvensional, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan koperasi. Generasi Z cenderung lebih tertarik pada sistem yang praktis, modern, fleksibel, dan berbasis teknologi sehingga koperasi perlu melakukan penyesuaian terhadap perkembangan zaman agar tetap relevan di kalangan generasi muda.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa inovasi dan digitalisasi memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik dan kinerja koperasi. Penerapan layanan digital, penggunaan media sosial, serta pengembangan sistem koperasi berbasis teknologi dapat meningkatkan efisiensi, transparansi, dan partisipasi anggota, khususnya Generasi Z. Selain itu, faktor sosial dan psikologis seperti pendidikan, motivasi, pengalaman berorganisasi, dan persepsi terhadap pelayanan koperasi turut mempengaruhi minat generasi muda untuk bergabung dan berpartisipasi aktif dalam koperasi. Oleh karena itu, koperasi perlu melakukan transformasi yang lebih inovatif dan adaptif agar mampu menarik minat Generasi Z sebagai penerus keberlangsungan koperasi di masa depan.

DAFTAR REFERENSI

- Amellyah, Fidia, Moh Maulana Firmansyah, and Mashudi. 2025. "Sejarah Perkembangan Koperasi di Indonesia : Dari Masa Kolonial Hingga Era Modern." *Jurnal Media Akademik (JMA)* 3(6).
- Anjarwati, Tri. 2017. "Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Dan Inovasi Terhadap Orientasi Kewirausahaan Dan Kinerja Koperasi Di Kota Surabaya (The." *Jurnal Aplikasi Pelayaran Dan Kepelabuhanan* 8.
- Arizona, I. Putu Edy, and Ni Wayan Rista Sutawiyani. 2024. "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Jasa Koperasi dan Upaya Kredit Macet Pada KSU SEMETON BALI SATYA." *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat* 3:568–77.
- Arnisa, Alvita. 2024. "Ini Dia! Inovasi Agar Anak Muda Suka Berkoperasi." *WARTA KOPERASI (Solusi Ekonomi Rakyat)*.
- Azmi, Riza. 2025. "Digitalisasi Koperasi: Urgensi, Tantangan, Dan Strategi."
- Badrudin, Redy, Nusril, and Aminah. 2007. "Faktor –Faktor Sosial Ekonomi dan Psikologis Yang Berhubungan Dengan Tingkat Partisipasi Anggota Koperasi Citra Baru Sektor Agribisnis." *Jurnal AGRISEP Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*.
- Khuluddiyah, Zulaikhatul. 2023. "Minat Berkoperasi Pada Generasi z Di Era Society 5 . 0." *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ)* 1(2):92–98.
- Miarawati, Alfina, Najibullah Muluk, Wanda Sefiani, and Raden Ai Lutfi Hidayat. 2025. "Tantangan Dan Peluang Koperasi Di Era Digital : Studi Literatur Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 9(2023):40177–82.
- Mufiani, Melia. 2025. "Peran Koperasi Dalam Pembangunan Ekonomi dan Sosial Anggota: Tinjauan Literatur Sistematis." *EKONOMIS Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 19(2).
- Mujiyanti, Sri Ayudha, Nailin Nikmatul Maulidiyah, Dassucik, Ahmad Hafas Rasyidi, and indi Kamila Indawati. 2023. "Persepsi Gen Z Terhadap Koperasi Sebagai Entitas Bisnis Yang Berkelanjutan." *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5:1344–49. doi: 10.37034/infeb.v5i4.705.
- Mulyana, Iwan, Tryiis ARR, and Endang Wahyuningsih. 2026. "Rebranding Koperasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kinerja Dan Daya Tarik Koperasi Berdasarkan Indikator Pemingkatan Koperasi Di Indonesia." *J-COOP Journal Of Co-Operative* 2(1):37–52.
- Panjaitan, Olivia Winda Ony, Ani Mahrita, and Kanti Rahayu. 2010. "Persepsi dan Minat Generasi Z Dalam Keberlanjutan Koperasi (Studi Pada CU BETANG ASI)." *Jurnal Kompetensi* 4:234–50.
- Rendaniati, Annisa. 2026. "Jawa Timur Catat Jumlah Koperasi Aktif Terbanyak Pada 2025." *GoodStats*.
- Sasmito, Sidiq Ugi, and Muhammad Syihabuddin. 2025. "Analisis Implementasi Digitalisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Koperasi Kospin Jasa Surakarta." *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)* 4(4):6754–60.
- Setyaningsih, Intan, and Hidup Marsudi. 2024. "Srategi Pengembangan Koperasi Melalui Transformasi Digital." *Edunomika* 8(3):1–12.

- Sholilah, Dienni Ruhjatini, Dea Delia Lestari, and Risty Rahma Dafina. 2025. "Eksplorasi Pandangan Dan Minat Generasi Y Dan Z Terhadap Transformasi Koperasi." *Entrepreneur : Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan* 6(1).
- Sidabukke, Catrina Eglesia, Eka Ariani, Enjelia Hutauruk, Fifa Nur Azizah, and Ahmad Rifki. 2025. "Persepsi Generasi Muda Terhadap Koperasi Sebagai Lembaga Ekonomi Kerakyatan." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 9:36289–94.
- Silaningsih, Endang, Dwi Gemina, Rizal Habibi, and Pra Gemini. 2022. "Kinerja Koperasi Berbasis Kreativitas Dan Inovasi Serta Partisipasi Anggota." *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 05:301–13.
- Wardana, Mohamad Irfan Surya, Ismail, Imam Abdurrahman Mursalin, and Akhmad Alfian Rosyadi. 2025. "SENTRI : Analisis Peran Dan Strategi Pengembangan Koperasi Di Bengkulu." *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 4(9):1873–90.