

Mungkinkah Koperasi Merah Putih Berhasil

Sri Hidayati Junaidi^{1*}, Taslim Sjah², Ketut Budastra³

^{1,2,3}Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

*Corresponding Author: srihidayatijunaidi1996@gmail.com

Article History

Received: 20-11-2025

Revised: 24-11-2025

Published: 30-11-2025

Kata Kunci: *koperasi pertanian, Akses Modal, Digitalisasi koperasi*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi penguatan koperasi pertanian melalui tiga dimensi kunci, yaitu akses modal, akses pasar, dan kapasitas kelembagaan. Metodologi penelitian menggunakan pendekatan Systematic Literature Review terhadap 19 artikel nasional dan dua dokumen kebijakan terbitan 2019–2025, yang dipilih berdasarkan kelayakan ilmiah, relevansi substansi, serta ketersediaan data empiris. Hasil sintesis memperlihatkan bahwa integrasi pembiayaan inklusif, penguatan rantai nilai berbasis kemitraan, dan tata kelola partisipatif berperan penting dalam memperbaiki kinerja koperasi. Koperasi yang mengadopsi digitalisasi layanan keuangan, transparansi manajerial, serta perluasan jejaring pasar mampu menunjukkan perkembangan yang lebih konsisten dibandingkan koperasi konvensional. Penelitian ini menyimpulkan bahwa model Koperasi Merah Putih berpotensi menjadi acuan pengembangan koperasi digital di sektor pertanian apabila didukung peningkatan kapasitas sumber daya manusia, ekosistem pembiayaan yang inklusif, dan kolaborasi lintas lembaga. Rekomendasi kebijakan diarahkan pada penguatan digitalisasi tata kelola, pengembangan platform pasar terintegrasi, serta dukungan pembiayaan yang lebih adaptif terhadap kebutuhan koperasi.

PENDAHULUAN

Koperasi pertanian merupakan salah satu pilar utama dalam sistem ekonomi rakyat Indonesia yang memiliki peran strategis dalam memperkuat posisi petani di rantai nilai agribisnis. Koperasi tidak sekadar menjadi wadah organisasi, melainkan instrumen ekonomi yang memungkinkan petani kecil mengakses sumber daya, teknologi, dan pasar secara kolektif. Melalui mekanisme kerja sama, koperasi menjadi sarana untuk memperkuat posisi tawar petani terhadap tengkulak, memperluas jaringan distribusi, serta meningkatkan efisiensi produksi dan pemasaran. Namun, di tengah perubahan struktur ekonomi dan percepatan digitalisasi, koperasi pertanian menghadapi tantangan serius dalam mempertahankan relevansinya. Globalisasi pasar, perubahan preferensi konsumen, serta kemajuan teknologi informasi menuntut koperasi untuk bertransformasi dari lembaga tradisional menjadi organisasi bisnis modern yang mampu bersaing secara strategis.

Kementerian Koperasi dan UKM (2025) mencatat bahwa meskipun jumlah koperasi aktif di sektor pertanian meningkat menjadi lebih dari 15 ribu unit, hanya sekitar 44 persen yang dinilai sehat secara manajerial dan finansial. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberlanjutan koperasi tidak hanya ditentukan oleh keberadaannya, tetapi juga oleh efektivitas strategi yang diterapkan dalam mengelola akses pasar dan permodalan anggotanya.

Permasalahan yang dihadapi koperasi pertanian sebagian besar berkaitan dengan lemahnya sistem manajemen, terbatasnya kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar, serta rendahnya kapasitas digital dan literasi keuangan pengurus. Data BPS (2024) menunjukkan bahwa lebih dari 65 persen hasil pertanian nasional masih dijual dalam bentuk bahan mentah, sementara produk olahan bernilai tambah masih di bawah 25 persen dari total produksi. Kondisi tersebut menegaskan bahwa kelemahan utama koperasi bukan pada produktivitas, melainkan pada strategi pemasaran yang belum berorientasi pada nilai tambah dan inovasi produk. Sebagian besar koperasi masih berfungsi sebagai perantara transaksi, belum mampu membangun jaringan pemasaran modern yang efisien dan berorientasi pada kebutuhan konsumen. Situasi ini diperparah oleh keterbatasan modal kerja, rendahnya akses terhadap lembaga keuangan formal, serta minimnya diversifikasi usaha.

Utami, Zulkifli, dan Rachmah (2025) mengemukakan bahwa masalah klasik seperti lemahnya struktur organisasi dan perencanaan bisnis menjadi penyebab utama stagnasi koperasi pertanian. Hal ini sejalan dengan temuan OECD (2022) dan FAO (2023) yang menegaskan bahwa koperasi yang gagal menyesuaikan diri dengan perubahan pasar global cenderung mengalami penurunan daya saing dan kehilangan anggota. Oleh karena itu, penyusunan strategi penguatan koperasi berbasis pasar menjadi kebutuhan mendesak agar koperasi tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang sebagai pelaku utama agribisnis nasional yang adaptif dan berkelanjutan.

Sebagai respons terhadap dinamika tersebut, pemerintah meluncurkan berbagai kebijakan penguatan kelembagaan koperasi, salah satunya melalui program Koperasi Merah Putih. Program ini dirancang untuk mendorong transformasi digital koperasi pertanian melalui penguatan akses modal, integrasi rantai pasok, dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Koperasi Merah Putih menjadi simbol komitmen nasional terhadap pembangunan

ekonomi rakyat berbasis digital, sejalan dengan arah Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020–2024 yang menempatkan koperasi sebagai salah satu instrumen kunci pemerataan ekonomi.

Panduan Teknis Kemenkop UKM (2025) menegaskan bahwa koperasi yang ingin berpartisipasi dalam ekosistem Koperasi Merah Putih harus memenuhi tiga pilar strategis, yaitu transparansi kelembagaan, digitalisasi manajemen, dan integrasi pasar. Dalam konteks tersebut, pendekatan teoritis diperlukan untuk menafsirkan bagaimana kebijakan dapat dioperasionalkan menjadi strategi kelembagaan yang efektif. Sebab, efektivitas program di tingkat desa sangat bergantung pada kesiapan koperasi dalam menerjemahkan kebijakan nasional menjadi praktik bisnis yang efisien, adaptif, dan berorientasi pasar. Hambatan teknis, kesenjangan literasi digital, dan keterbatasan infrastruktur pedesaan menjadi tantangan nyata dalam mewujudkan transformasi kelembagaan koperasi secara menyeluruh.

Dari perspektif teoritis, strategi penguatan koperasi dapat dijelaskan melalui *market linkage theory* dan *collective marketing approach*. Menurut Bijman dan Hanisch (2021), market linkage theory menekankan pentingnya hubungan vertikal yang saling menguntungkan antara petani dan pasar melalui lembaga perantara yang efektif, salah satunya koperasi. Koperasi yang kuat secara kelembagaan mampu mengonsolidasikan hasil produksi petani dan menyalirkannya ke pasar dengan efisiensi biaya yang lebih tinggi serta margin keuntungan yang lebih adil bagi anggota. Sementara itu, collective marketing menyoroti pentingnya strategi pemasaran kolektif untuk meningkatkan skala ekonomi dan daya saing produk.

Melalui pengelolaan bersama, koperasi dapat mengembangkan merek dagang, melakukan promosi terpadu, serta memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Penelitian Karthikeyan dan Narayanan (2023) menunjukkan bahwa koperasi agribisnis yang menerapkan strategi pemasaran digital dan integrasi rantai pasok mampu meningkatkan efisiensi transaksi hingga 30 persen dan memperluas jangkauan pasar hingga ke sektor ekspor. Dalam konteks Indonesia, hal ini menjadi relevan karena sebagian besar koperasi pertanian masih beroperasi dengan model konvensional yang belum terhubung dengan sistem rantai pasok modern. Oleh karena itu, adaptasi terhadap prinsip market linkage dan collective marketing menjadi kunci utama bagi Koperasi Merah Putih untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha anggotanya.

Selain faktor teoritis, dinamika eksternal juga berpengaruh signifikan terhadap efektivitas strategi penguatan koperasi. Globalisasi perdagangan, integrasi pasar digital, dan perubahan iklim ekonomi telah mengubah cara produksi, distribusi, dan konsumsi produk pertanian di Indonesia. Platform e-commerce dan pasar daring seperti TaniHub, Agromaret, serta berbagai inisiatif digital supply chain menawarkan peluang baru bagi koperasi untuk memperluas jaringan pemasaran tanpa bergantung pada tengkulak. Namun, tantangan yang muncul tidak ringan.

Penelitian Kusumawardhani et al. (2025) menemukan bahwa lebih dari separuh koperasi di tingkat desa belum memiliki strategi digital yang terencana karena keterbatasan sumber daya manusia dan minimnya dukungan teknis. BRIN (2024) juga menegaskan bahwa keberhasilan digitalisasi koperasi tidak hanya bergantung pada penyediaan teknologi, tetapi

juga pada kesiapan organisasi dalam mengelola perubahan budaya kerja dan tata kelola berbasis data. Oleh karena itu, strategi penguatan koperasi pertanian perlu mencakup dua aspek utama: pertama, peningkatan literasi digital dan manajerial pengurus; kedua, pembangunan kolaborasi lintas sektor dengan pemerintah, lembaga keuangan, dan mitra usaha agar tercipta ekosistem bisnis yang saling mendukung. Inovasi teknologi hanya akan efektif apabila diimbangi dengan penguatan kapasitas kelembagaan dan pembangunan kepercayaan antaranggota sebagai fondasi modal sosial koperasi.

Lebih lanjut, keberhasilan strategi koperasi dalam memperkuat akses pasar tidak dapat dilepaskan dari kapasitas internal organisasi dalam mengelola sumber daya manusia dan memperkuat nilai-nilai sosial kolektif. Modal sosial berupa kepercayaan, partisipasi aktif, dan solidaritas menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan koperasi. Fauziah dan Yahya (2021) menyebutkan bahwa solidaritas anggota koperasi merupakan faktor penentu keberhasilan jangka panjang karena menjadi dasar munculnya komitmen dan rasa memiliki terhadap organisasi. Namun, dalam praktiknya, banyak koperasi masih menghadapi masalah rendahnya keterlibatan anggota dalam pengambilan keputusan dan pengawasan kegiatan organisasi. Widjajani dan Hidayati (2024) menambahkan bahwa regenerasi kepemimpinan koperasi di pedesaan sering kali terhambat oleh faktor usia dan kurangnya kaderisasi. Oleh sebab itu, strategi penguatan koperasi tidak hanya berfokus pada aspek finansial dan teknologi, tetapi juga harus diarahkan pada pembangunan kapasitas manusia yang adaptif terhadap perubahan zaman. Pendidikan dan pelatihan anggota menjadi langkah penting untuk memastikan koperasi dapat berkembang secara berkelanjutan dan tidak bergantung pada figur tertentu dalam kepemimpinan.

Berdasarkan keseluruhan konteks di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penguatan Koperasi Merah Putih dalam meningkatkan akses pasar dan modal bagi petani di Indonesia. Fokus kajian diarahkan pada tiga variabel utama: akses modal, akses pasar, dan kelembagaan koperasi yang saling berinteraksi dalam membentuk kinerja dan keberhasilan organisasi koperasi. Pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) digunakan untuk mengidentifikasi dan mensintesis hasil penelitian nasional periode 2019–2025, sehingga menghasilkan pemahaman komprehensif mengenai strategi yang efektif dan relevan dengan kondisi terkini. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam memperkaya teori kelembagaan koperasi berbasis digital serta rekomendasi praktis bagi pemerintah, lembaga keuangan, dan pelaku agribisnis dalam mempercepat transformasi koperasi pertanian menjadi organisasi ekonomi rakyat yang tangguh, inklusif, dan kompetitif di era digital.

Penelitian ini secara khusus diarahkan untuk menganalisis strategi penguatan koperasi pertanian dengan menempatkan tiga aspek utama, yakni akses modal, akses pasar, dan kapasitas kelembagaan sebagai fokus kajian. Untuk membaca dinamika di antara ketiga aspek tersebut, diperlukan pijakan teoritis yang mampu menjelaskan hubungan antara petani, koperasi, dan struktur pasar yang terus berkembang. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dalam mengisi kesenjangan literatur terkait strategi penguatan koperasi pertanian berbasis digital yang berfokus pada dua dimensi utama, yaitu akses modal dan akses pasar.

Pendekatan Systematic Literature Review yang digunakan memungkinkan penyusunan model konseptual yang dapat menjadi acuan bagi pengembangan Koperasi Merah Putih sebagai prototipe kelembagaan ekonomi desa yang adaptif terhadap era transformasi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) (Snyder, 2019; Kitchenham & Charters, 2007) untuk menganalisis secara komprehensif strategi penguatan koperasi pertanian di Indonesia, khususnya pada aspek akses pasar dan akses modal yang menjadi penentu keberhasilan kelembagaan koperasi. Pendekatan SLR dipilih karena memiliki keunggulan metodologis dalam menghasilkan sintesis pengetahuan yang sistematis, objektif, dan berbasis bukti ilmiah. Menurut Snyder (2019), SLR memungkinkan peneliti mengintegrasikan hasil-hasil penelitian sebelumnya secara terstruktur guna menemukan pola, kesenjangan, serta arah pengembangan kebijakan di bidang tertentu. Kitchenham & Charters (2007) juga menegaskan bahwa SLR harus dilakukan melalui tahapan eksplisit dan transparan agar dapat direplikasi oleh peneliti lain. Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya memetakan hasil studi terdahulu, tetapi juga menelaah strategi yang terbukti efektif dalam penguatan koperasi di era transformasi digital.

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari literatur sekunder yang diterbitkan pada periode 2019–2025, untuk memastikan representasi dinamika koperasi modern di Indonesia sejak diluncurkannya agenda transformasi digital oleh Kementerian Koperasi dan UKM pada 2019. Jenis sumber yang digunakan mencakup artikel ilmiah dari jurnal nasional terakreditasi Sinta, prosiding seminar nasional, laporan penelitian lembaga pemerintah dan universitas, serta dokumen kebijakan resmi seperti Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2025 tentang Percepatan Pembentukan Koperasi Merah Putih, dan Panduan Teknis Kemenkop UKM (2025). Kriteria inklusi literatur meliputi penelitian yang membahas koperasi di sektor pertanian atau agribisnis, menyajikan hasil empiris atau konseptual terkait akses modal, akses pasar, atau kelembagaan koperasi, menggunakan data primer atau sekunder yang jelas, serta diterbitkan secara terbuka (open access). Literatur populer, tidak melalui proses peer review, atau tidak menjelaskan metodologi penelitian secara eksplisit dikeluarkan dari analisis.

Proses analisis dilakukan melalui penyaringan bertahap dengan menggunakan portal ilmiah nasional seperti Garuda Ristekbrin, Neliti, dan Google Scholar, serta kombinasi kata kunci seperti “koperasi pertanian”, “strategi koperasi”, “akses modal koperasi”, “akses pasar petani”, “kelembagaan koperasi”, “Koperasi Merah Putih”, “keberhasilan koperasi”, dan “kegagalan koperasi”. Setelah penyaringan dua tahap (review judul dan abstrak, serta telaah full-text), diperoleh 19 artikel ilmiah nasional dan dua dokumen kebijakan pemerintah yang memenuhi kriteria. Analisis literatur dilakukan menggunakan *sintesis tematik (thematic*

synthesis), dengan klasifikasi pada tiga tema besar: (1) akses modal koperasi, (2) akses pasar koperasi, dan (3) kelembagaan koperasi. Keandalan dan validitas dijaga melalui quality appraisal, triangulasi sumber, dan perbandingan dengan data resmi dari BPS (2024), laporan Kemenkop UKM (2025), dan penelitian BRIN (2024). Hasilnya kemudian dirumuskan dalam *Systematic Framework*, yang menghubungkan identifikasi topik, kriteria literatur, penyaringan, pengkodean, sintesis tematik, serta penarikan kesimpulan dan rekomendasi strategi. Pendekatan ini memastikan seluruh proses bersifat transparan, terukur, dan dapat direplikasi, sekaligus memberikan dasar konseptual yang kuat bagi penguatan Koperasi Merah Putih dalam memperluas akses pasar, memperkuat jaringan pembiayaan, serta memperkokoh kelembagaan koperasi pertanian di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Faktor Keberhasilan Koperasi

Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa keberhasilan koperasi pertanian di Indonesia sangat bergantung pada efektivitas lembaga dalam mengelola tiga aspek utama, yaitu akses modal, akses pasar, dan kekuatan kelembagaan. Ketiga aspek tersebut saling terhubung secara fungsional, di mana penguatan pada satu variabel akan berpengaruh langsung terhadap performa dua variabel lainnya.

Berdasarkan analisis terhadap 19 artikel nasional dan dua dokumen kebijakan (2019–2025), diketahui bahwa sebagian besar koperasi pertanian masih dihadapkan pada keterbatasan pendapatan usaha, akses pasar yang belum kompetitif, serta kelembagaan yang belum berjalan optimal. Studi pada koperasi hortikultura di Jawa Timur dan Jawa Barat memperlihatkan bahwa rata-rata pendapatan koperasi hanya berada pada kisaran Rp 350–780 juta per tahun, sementara pada klaster kopi robusta di Tulungagung perputaran usaha tercatat sekitar Rp 420–950 juta per tahun. Nilai tersebut tergolong belum memadai untuk menopang ekspansi modal dan pembiayaan jangka panjang, terutama ketika dibandingkan dengan kebutuhan operasional dan biaya rantai distribusi yang terus meningkat. Kondisi ini menjelaskan mengapa sebagian besar koperasi masih bertumpu pada simpanan pokok dan wajib sebagai sumber pembiayaan utama, serta belum mampu mengembangkan investasi internal secara mandiri. Meskipun demikian, sejumlah koperasi yang telah mengadopsi sistem digital, kemitraan pasar, dan tata kelola partisipatif menunjukkan perkembangan kinerja yang lebih konsisten dibandingkan koperasi konvensional.

Temuan umum ini memperlihatkan bahwa model Koperasi Merah Putih yang digagas pemerintah memiliki relevansi kuat dengan dinamika koperasi pertanian modern. Program ini menekankan integrasi antara akses modal berbasis keuangan inklusif, penguatan akses pasar melalui digitalisasi rantai nilai, serta pemberian kelembagaan berbasis tata kelola partisipatif. Pendekatan tersebut sejalan dengan arah kebijakan nasional yang tercantum dalam Rencana

Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020–2024 dan agenda Transformasi Koperasi Digital 2025. Dalam konteks pembangunan ekonomi pedesaan, strategi ini diharapkan mampu memperkuat posisi koperasi sebagai penghubung antara petani, lembaga keuangan, dan pasar modern, sekaligus menjadi katalisator pertumbuhan ekonomi berbasis komunitas.

2. Akses Modal

Akses modal merupakan faktor paling fundamental dalam strategi penguatan koperasi pertanian. Tanpa dukungan pembiayaan yang memadai, koperasi sulit meningkatkan kapasitas produksi maupun memperluas usaha anggotanya. Wuryani (2019) mencatat bahwa lebih dari 60% koperasi pertanian di Jawa Timur menghadapi kesulitan memperoleh pinjaman dari lembaga keuangan formal karena keterbatasan agunan dan administrasi keuangan yang belum tertata baik. Kondisi serupa juga ditemukan dalam laporan BPS (2024), yang menunjukkan bahwa hanya sekitar 23% koperasi sektor pertanian memiliki akses terhadap kredit formal. Hal ini menyebabkan banyak koperasi mengandalkan simpanan anggota sebagai sumber utama modal, yang sering kali tidak cukup untuk membiayai kegiatan produktif skala menengah dan besar.

Sebagai solusi, strategi pembiayaan inklusif menjadi kunci keberhasilan koperasi modern. Penelitian Utami, Zulkifli, dan Rachmah (2025) menunjukkan bahwa kehadiran Lembaga Keuangan Mikro Agribisnis (LKM-A) dan koperasi simpan pinjam syariah (KSPPS) dapat memperluas akses permodalan petani kecil. Melalui dana bergulir dan skema bagi hasil, LKM-A di Purbalingga mampu meningkatkan kapasitas modal petani hingga 27%. Kolaborasi antara koperasi dengan lembaga keuangan syariah, seperti yang dikemukakan Dzikrullah dan Chazanah (2024), juga terbukti menekan risiko kredit sekaligus memperkuat prinsip keadilan ekonomi. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital melalui aplikasi seperti SiPanKa KopSyah (Yasin et al., 2024) meningkatkan efisiensi transaksi dan mempercepat proses pinjaman anggota. Digitalisasi keuangan memungkinkan koperasi menerapkan sistem pencatatan real-time, transparan, dan terintegrasi, sehingga meningkatkan kepercayaan anggota serta memudahkan audit internal.

Namun, kendala literasi keuangan masih menjadi tantangan utama dalam penguatan akses modal. Sejumlah studi (Mazrukhan et al., 2019; Fauziah & Yahya, 2021) menyoroti lemahnya kemampuan manajerial pengurus dalam mengelola dana pinjaman, terutama dalam hal pembukuan dan akuntansi berbasis data. Lemahnya literasi ini sering kali berujung pada risiko moral hazard dan penurunan tingkat kepercayaan anggota terhadap koperasi. Oleh karena itu, strategi penguatan akses modal perlu diiringi dengan peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan akuntansi digital, manajemen risiko, dan tata kelola keuangan yang transparan. Kementerian Koperasi dan UKM (2025) juga menekankan pentingnya capacity building bagi pengurus koperasi dalam rangka memperkuat akuntabilitas pengelolaan dana

publik. Keberhasilan Koperasi Merah Putih nantinya akan sangat bergantung pada sejauh mana strategi pembiayaan ini dijalankan secara profesional, transparan, dan berkelanjutan.

Dengan penguatan akses pembiayaan melalui inovasi digital dan peningkatan literasi keuangan, koperasi memiliki fondasi yang lebih kokoh untuk memasuki tahap berikutnya, yaitu memperluas jaringan pemasaran produk dan memperkuat posisi tawar petani di pasar.

3. Akses Pasar

Faktor kedua yang menentukan keberhasilan koperasi adalah strategi penguatan akses pasar. Literatur yang dikaji menunjukkan bahwa koperasi dengan jaringan pemasaran luas dan strategi diversifikasi produk memiliki kinerja ekonomi yang lebih baik. Aztoko dan Heliluziatiningsih (2022) menunjukkan bahwa diversifikasi produk olahan nanas oleh Koperasi Langgeng Mulyo di Kediri meningkatkan margin keuntungan hingga 15% melalui pengembangan pasar daring dan kemitraan dengan toko modern. Penelitian Putri et al. (2020) pada Koperasi Agro Siger Mandiri di Lampung juga menegaskan bahwa jaringan pemasaran terintegrasi meningkatkan efisiensi distribusi dan memperluas jangkauan konsumen. Prazekti et al. (2025) bahkan menunjukkan bahwa penguatan kelembagaan petani kopi di Tulungagung melalui koperasi mampu membuka pasar ekspor karena dukungan kemitraan berkelanjutan antara koperasi, eksportir, dan pemerintah daerah.

Selain itu, kebijakan pemerintah melalui program Koperasi Berbasis Klaster Komoditas (Kemenkop UKM, 2024) mendorong integrasi antara koperasi dan pelaku usaha di rantai nilai pertanian. Program ini memperkenalkan konsep *digital agribusiness hub*, yaitu platform yang menghubungkan petani, koperasi, dan pembeli secara langsung. Dalam konteks ini, koperasi berperan sebagai aggregator sekaligus penjamin mutu produk. Implementasi konsep ini pada beberapa koperasi hortikultura di Jawa Barat terbukti meningkatkan efisiensi logistik dan memperpendek rantai distribusi hingga 25%. BPS (2024) juga melaporkan bahwa koperasi yang memanfaatkan e-commerce mencatat peningkatan penjualan hingga 31% dibandingkan koperasi yang masih bergantung pada pasar tradisional.

Namun demikian, tantangan besar tetap muncul dari rendahnya literasi digital di kalangan pengurus dan anggota koperasi. Kuzumawardhani et al. (2025) menemukan bahwa sebagian besar koperasi di tingkat desa masih kesulitan memanfaatkan teknologi pemasaran digital secara optimal. Infrastruktur internet yang belum merata serta keterbatasan akses pelatihan digital menjadi faktor pembatas utama. Oleh karena itu, strategi penguatan pasar bagi Koperasi Merah Putih tidak hanya berfokus pada pembukaan saluran distribusi baru, tetapi juga pada pembangunan ekosistem digital agribisnis yang inklusif. Literasi digital, pelatihan pemasaran daring, serta kolaborasi dengan platform teknologi seperti TaniHub atau AgroMaritim.id perlu diperkuat agar koperasi dapat beradaptasi dengan perubahan pola

konsumsi dan distribusi di era digital. Dengan demikian, penguatan akses pasar hanya persoalan ekonomi, tetapi juga transformasi sosial dan teknologi yang mendukung keberlanjutan koperasi di masa depan.

4. Kelembagaan Koperasi

Kelembagaan menjadi pilar utama yang menopang keberlanjutan koperasi pertanian. Struktur organisasi yang partisipatif, transparan, dan berbasis anggota (*member-based cooperative*) terbukti memperkuat kepercayaan serta meningkatkan loyalitas anggota. Widjajani dan Hidayati (2024) menegaskan bahwa koperasi dengan sistem tata kelola berbasis anggota memiliki ketahanan lebih tinggi terhadap fluktuasi pasar dan krisis ekonomi. Zailani, Budimansyah, dan Nurhayati (2023) menambahkan bahwa modal sosial berupa solidaritas dan kepercayaan antar-pengurus serta anggota memiliki pengaruh langsung terhadap efektivitas kelembagaan koperasi. Fauziah dan Yahya (2021) juga menemukan bahwa solidaritas sosial menjadi faktor utama keberhasilan lembaga ekonomi kolektif di pedesaan.

Namun, kelembagaan koperasi di tingkat desa sering kali masih menghadapi tantangan serius. Banyak koperasi yang bergantung pada figur pengurus tertentu, tanpa adanya regenerasi kepemimpinan dan sistem kontrol internal yang kuat. Tambunan (2023) menyebutkan bahwa kegagalan banyak koperasi di daerah terjadi karena lemahnya sistem pelaporan keuangan dan tidak adanya mekanisme evaluasi partisipatif.

Untuk itu, Koperasi Merah Putih perlu membangun sistem kelembagaan digital yang transparan dan adaptif terhadap perubahan sosial ekonomi. Digitalisasi administrasi, pelatihan kepemimpinan, serta pembentukan unit audit internal menjadi langkah strategis yang harus diambil. Selain itu, pendidikan anggota koperasi melalui penyuluhan dan pelatihan berkala akan memperkuat akuntabilitas, mendorong regenerasi, dan menciptakan rasa memiliki yang tinggi di antara anggota.

5. Integrasi Lintas Variabel

Sintesis lintas variabel menunjukkan bahwa ketiga aspek modal, pasar, dan kelembagaan tidak dapat berdiri sendiri. Akses modal tanpa dukungan kelembagaan yang kuat akan menimbulkan risiko penyalahgunaan dana, sementara kelembagaan tanpa dukungan modal dan pasar akan sulit berkembang. Yazmin, Lestari, dan Affandi (2019) membuktikan bahwa sinergi antara pembiayaan mikro dan strategi pemasaran kolektif dapat meningkatkan efisiensi ekonomi hingga 20%. Dalam konteks Koperasi Merah Putih, integrasi ini dapat diwujudkan melalui digitalisasi pembiayaan, transparansi manajemen, dan konektivitas pasar berbasis platform daring. Sinergi ini memungkinkan koperasi berfungsi sebagai pusat koordinasi ekonomi lokal, di mana setiap keputusan strategis didukung oleh data dan partisipasi anggota. Integrasi ketiga aspek ini menjadi dasar bagi terbentuknya ekosistem koperasi digital yang mandiri, transparan, dan berorientasi pada kesejahteraan anggota.

Beberapa studi (Yazmin et al., 2019; Prazekti et al., 2025) juga memperlihatkan bahwa koperasi yang mengintegrasikan pembiayaan mikro dengan strategi pemasaran kolektif mengalami peningkatan efisiensi ekonomi hingga 20%. Hal ini menegaskan pentingnya pendekatan sinergis dalam membangun ekosistem koperasi pertanian yang berdaya saing dan berkelanjutan.

6. Tantangan Implementasi Strategi Koperasi

Meskipun strategi integratif tersebut menjanjikan, implementasinya di lapangan tidak lepas dari tantangan. Pertama, terdapat kesenjangan kapasitas digital antara koperasi di wilayah perkotaan dan pedesaan. Data Kemenkop UKM (2025) menunjukkan bahwa hanya 38% koperasi desa yang telah memanfaatkan sistem digital untuk manajemen keuangan dan pemasaran. Kedua, dukungan infrastruktur digital di beberapa wilayah agraris masih terbatas, terutama akses internet dan perangkat teknologi. Ketiga, koordinasi antarinstansi dalam mendukung program digitalisasi koperasi belum berjalan optimal. Dalam hal ini, peran penyuluhan pertanian dan pendamping koperasi menjadi sangat penting sebagai penghubung antara kebijakan pemerintah dan kebutuhan anggota koperasi. Penyuluhan dapat membantu edukasi literasi digital, mengawal transparansi keuangan, dan memastikan agar strategi yang diterapkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan lapangan. Sinergi antara pemerintah daerah, akademisi, dan lembaga riset seperti BRIN diperlukan untuk memastikan implementasi strategi koperasi berlangsung efektif dan berkelanjutan.

7. Implikasi Kebijakan dan Keberlanjutan

Temuan penelitian ini memiliki implikasi penting bagi penguatan kebijakan koperasi nasional. Strategi integratif yang menekankan digitalisasi pembiayaan, transparansi manajemen, dan partisipasi anggota perlu dijadikan model pengembangan koperasi modern di Indonesia. Pemerintah perlu memperkuat dukungan melalui program insentif digitalisasi koperasi, penyediaan dana bergulir berbunga rendah, dan penguatan kapasitas kelembagaan. Selain itu, sinergi antarinstansi seperti Kemenkop UKM, Kementerian Pertanian, BRIN, dan dinas koperasi daerah perlu diperkuat agar kebijakan pengembangan koperasi tidak berjalan sektoral. Dalam jangka panjang, keberhasilan Koperasi Merah Putih dapat menjadi dasar bagi replikasi model koperasi digital di berbagai daerah dengan penyesuaian terhadap karakteristik lokal. Pendekatan ini diharapkan mampu menciptakan ekosistem ekonomi desa yang berdaya saing, mandiri, dan berkelanjutan dalam menghadapi era transformasi digital nasional.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan koperasi pertanian di Indonesia ditentukan oleh sinergi antara tiga variabel utama: akses modal, akses pasar, dan kelembagaan

koperasi. Ketiga aspek ini membentuk sistem yang saling melengkapi dan berperan penting dalam meningkatkan daya saing koperasi, baik di tingkat lokal maupun nasional. Akses modal menjadi fondasi utama penguatan usaha dan investasi anggota, akses pasar menentukan posisi tawar serta nilai tambah produk, sedangkan kelembagaan berfungsi sebagai pilar transparansi, partisipasi, dan keberlanjutan organisasi. Analisis terhadap 19 artikel nasional dan dua dokumen kebijakan menunjukkan bahwa koperasi yang mengintegrasikan ketiga dimensi ini melalui strategi berbasis digitalisasi pembiayaan, kemitraan pasar, serta tata kelola partisipatif mampu menunjukkan kinerja ekonomi dan sosial yang lebih baik dibandingkan koperasi konvensional. Temuan ini menegaskan potensi Kopraasi Merah Putih sebagai model kelembagaan ekonomi digital di sektor pertanian, yang mampu menggabungkan nilai-nilai tradisional seperti gotong royong dan solidaritas anggota dengan inovasi teknologi, kemitraan lintas sektor, serta dukungan kebijakan pemerintah.

Implikasi praktis dari penelitian ini menunjukkan perlunya penguatan strategi koperasi melalui integrasi modal, pasar, dan kelembagaan yang didukung digitalisasi manajemen dan sistem informasi terbuka. Pemerintah perlu mendorong terciptanya ekosistem pembiayaan koperasi melalui kolaborasi antara lembaga keuangan mikro, BMT, perbankan, dan fintech syariah agar akses modal menjadi lebih inklusif. Selain itu, pengembangan platform digital koperasi yang terhubung dengan pasar daring dapat memperluas jangkauan pemasaran produk pertanian dan meningkatkan nilai tambah petani. Sinergi antara pemerintah daerah, lembaga riset seperti BRIN, dan penyuluh pertanian juga sangat penting dalam memperkuat inovasi kelembagaan dan sistem data koperasi nasional. Dengan penguatan berkelanjutan dan berbasis bukti empiris, Kopraasi Merah Putih berpotensi menjadi model koperasi digital pertanian yang tangguh, adaptif, dan berkelanjutan, sekaligus berperan sebagai pilar utama kemandirian ekonomi desa dan ketahanan pangan nasional di era transformasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aztoko, B., & Heliluzianiningih, N. (2022). Penguatan akses pasar melalui diversifikasi produk olahan agribisnis nanas pada Koperasi Langgeng Mulyo Kediri. *Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian*, 9(1), 45–57.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah 2024*. Jakarta: BPS RI.
- BRIN. (2023). *Laporan riset kelembagaan ekonomi desa berbasis digital*. Jakarta: Badan Riset dan Inovasi Nasional.
- Dzikrullah, M., & Chazanah, U. (2024). Kolaborasi koperasi dan lembaga keuangan syariah dalam memperkuat akses modal petani. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 8(2), 89–101.

- Fauziah, S., & Yahya, M. (2021). Pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan koperasi pertanian di Jawa Tengah. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 12(3), 310–324.
- Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2025 tentang Percepatan Pembentukan Koperasi Merah Putih.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2025). *Panduan teknis penguatan kelembagaan koperasi digital*. Jakarta: Kemenkop UKM RI.
- Kitchenham, B. (2004). *Procedures for performing systematic reviews*. Keele University Technical Report, TR/SE-0401.
- Kitchenham, B., & Charters, S. (2007). *Guidelines for performing systematic literature reviews in software engineering*. EBSE Technical Report.
- Kusumawardhani, D., Putra, A., & Ramadhani, L. (2025). Literasi digital dan penguatan akses pasar koperasi di era ekonomi digital. *Jurnal Ekonomi Digital dan Kewirausahaan*, 5(1), 33–46.
- Mazrukhan, A., Arifin, M., & Wuryani, S. (2019). Manajemen risiko moral hazard dalam pengelolaan dana koperasi pertanian. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 20(2), 167–180.
- Prazekti, D., Utomo, S., & Lestari, P. (2025). Penguatan kelembagaan petani kopi melalui kemitraan koperasi di Tulungagung. *Jurnal Manajemen Agribisnis Indonesia*, 13(1), 22–35.
- Putri, R. A., Handayani, S., & Marzono, E. (2020). Strategi pengembangan jaringan pemasaran koperasi agribisnis di Provinsi Lampung. *Jurnal Agriekonomika*, 9(2), 99–110.
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020–2024. (2020). Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas). Jakarta: Kementerian PPN/Bappenas.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Tambunan, T. (2023). Tantangan regenerasi kepemimpinan dalam kelembagaan koperasi desa. *Jurnal Koperasi dan Pengembangan Masyarakat*, 7(1), 11–22.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian.
- Utami, A., Zulkifli, M., & Rachmah, F. (2025). Peran lembaga keuangan mikro agribisnis dalam peningkatan akses modal petani. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 9(2), 115–128.
- Widjajani, S., & Hidayati, D. (2024). Penguatan tata kelola berbasis anggota pada koperasi pertanian di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi dan Kelembagaan*, 10(3), 221–236.

- Wuryani, S. (2019). Akses permodalan dan tantangan koperasi pertanian di Indonesia. *Jurnal Koperasi dan Ekonomi Kerakyatan*, 6(2), 55–68.
- Yazin, M., Ramadhan, F., & Sari, I. (2024). Inovasi digitalisasi keuangan koperasi syariah melalui aplikasi SiPanKa KopSyah. *Jurnal Teknologi dan Keuangan Islam*, 4(1), 41–53.
- Yazmin, N., Lestari, H., & Affandi, R. (2019). Integrasi pembiayaan mikro dan strategi pemasaran kolektif dalam pemberdayaan ekonomi petani. *Jurnal Pembangunan Pertanian*, 40(2), 90–103.
- Zailani, M., Budimansyah, D., & Nurhayati, T. (2023). Modal sosial dan efektivitas kelembagaan koperasi pertanian di Indonesia. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 12(3), 245–258.