

Peran Koperasi Merah Putih Dalam Menghadapi Persaingan Pasar

Yolanda Alfrita^{1*}, Hendra Riofita²

^{1,2}Prodi Pendidikan Ekonomi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

*Corresponding Author:  yolandaalfrita@gmail.com

Info Artikel**Sejarah Artikel:****Diterima:**

25 April 2026

Direvisi:

30 April 2026

Disetujui:

15 Mei 2026

Kata Kunci:

Koperasi, Daya Saing, Persaingan Pasar, Digitalisasi, Strategi Pemasaran


Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Koperasi Merah Putih dalam menghadapi persaingan pasar di era globalisasi dan digitalisasi ekonomi. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada semakin ketatnya persaingan antara koperasi dengan pelaku usaha lainnya, seperti perusahaan besar dan usaha mikro kecil menengah (UMKM), yang menuntut koperasi untuk meningkatkan daya saingnya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik studi literatur (literature review), yaitu dengan mengkaji berbagai sumber ilmiah yang relevan seperti jurnal, buku, dan hasil penelitian terdahulu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Koperasi Merah Putih memiliki peran strategis dalam menghadapi persaingan pasar melalui penguatan partisipasi anggota, peningkatan kualitas produk dan layanan, penerapan strategi pemasaran yang efektif, serta pemanfaatan teknologi digital. Selain itu, koperasi juga dapat meningkatkan daya saing melalui inovasi usaha dan kerja sama dengan berbagai pihak. Namun demikian, koperasi masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan sumber daya manusia, keterbatasan modal, serta rendahnya pemanfaatan teknologi informasi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Koperasi Merah Putih dapat meningkatkan daya saingnya apabila mampu melakukan transformasi secara menyeluruh, baik dari aspek manajemen, sumber daya manusia, maupun teknologi. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang berkelanjutan dalam meningkatkan kapasitas koperasi agar mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

How to Cite:

Alfrita, Y., & Riofita, H. (2026). Peran Koperasi Merah Putih dalam Menghadapi Persaingan Pasar. *Jurnal Pendidikan Vokasi Raflesia*, 6(1), 99-106. <https://doi.org/10.53494/jpvr.v6i1.1358>

Penerbit:

Politeknik Raflesia

 jpvralflesia@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi dan digitalisasi ekonomi telah membawa perubahan signifikan dalam struktur pasar, baik di tingkat nasional maupun lokal. Persaingan pasar menjadi semakin kompleks, ditandai dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha, baik dari sektor swasta, BUMN, maupun usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam konteks ini, koperasi sebagai salah satu pilar ekonomi kerakyatan di Indonesia dituntut untuk mampu beradaptasi agar tetap relevan dan kompetitif. Salah satu bentuk inovasi kebijakan pemerintah dalam memperkuat peran koperasi adalah melalui pembentukan Koperasi Merah Putih.

Koperasi Merah Putih merupakan program strategis nasional yang bertujuan untuk memperkuat ekonomi masyarakat berbasis desa dan kelurahan melalui prinsip gotong royong dan partisipasi kolektif. Program ini diluncurkan dengan target puluhan ribu koperasi di seluruh Indonesia, yang diharapkan mampu menjadi motor penggerak ekonomi lokal serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kehadiran koperasi ini tidak hanya sebagai lembaga ekonomi biasa, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan nasional yang berorientasi pada pemerataan ekonomi. Secara konseptual, koperasi merupakan badan



usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan berlandaskan prinsip kekeluargaan dan demokrasi ekonomi. Dalam hal ini, Koperasi Merah Putih memiliki karakteristik khusus karena didesain untuk mengintegrasikan berbagai sektor usaha seperti simpan pinjam, distribusi logistik, penyediaan sembako, hingga layanan kesehatan masyarakat. Dengan model bisnis yang terintegrasi tersebut, koperasi diharapkan mampu menciptakan efisiensi ekonomi sekaligus meningkatkan daya saing di pasar.

Namun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa koperasi seringkali menghadapi berbagai tantangan dalam menghadapi persaingan pasar. Persaingan tidak hanya datang dari perusahaan besar dan ritel modern, tetapi juga dari platform digital yang semakin mendominasi aktivitas ekonomi masyarakat. Hal ini menuntut koperasi untuk tidak hanya mengandalkan prinsip tradisional, tetapi juga mengadopsi inovasi teknologi dan manajemen modern agar mampu bersaing secara efektif.

Literatur menunjukkan bahwa salah satu kelemahan utama koperasi di Indonesia adalah rendahnya kapasitas manajerial dan keterbatasan akses terhadap teknologi informasi. Banyak koperasi yang masih dikelola secara konvensional, sehingga kurang mampu merespons dinamika pasar yang cepat berubah. Dalam konteks ini, Koperasi Merah Putih hadir dengan pendekatan yang lebih modern, termasuk penggunaan sistem digital dalam pengelolaan usaha dan transaksi. Transformasi digital ini menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing koperasi di era ekonomi digital. Selain itu, Koperasi Merah Putih juga memiliki peran strategis dalam memperkuat rantai distribusi dan stabilisasi harga di tingkat lokal. Dengan adanya unit usaha seperti gerai sembako, gudang logistik, dan distribusi barang, koperasi dapat berperan sebagai penghubung antara produsen dan konsumen. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi distribusi, tetapi juga membantu menekan harga dan mengurangi ketergantungan pada pihak ketiga. Dengan demikian, koperasi memiliki peluang besar untuk menjadi pemain penting dalam pasar lokal.

Dalam perspektif ekonomi kerakyatan, koperasi memiliki keunggulan dibandingkan badan usaha lainnya karena menempatkan anggota sebagai pemilik sekaligus pengguna jasa. Hal ini memberikan keuntungan dalam bentuk pembagian sisa hasil usaha (SHU) yang adil berdasarkan partisipasi anggota. Namun, keunggulan ini seringkali belum dimanfaatkan secara optimal karena rendahnya partisipasi anggota dan kurangnya pemahaman tentang manfaat koperasi. Persaingan pasar yang semakin ketat juga menuntut koperasi untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan. Konsumen saat ini cenderung lebih selektif dan memiliki banyak pilihan, sehingga koperasi harus mampu menawarkan nilai tambah yang kompetitif. Dalam hal ini, inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, serta pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor kunci dalam memenangkan persaingan. Lebih lanjut, kebijakan pemerintah melalui pembentukan Koperasi Merah Putih menunjukkan adanya komitmen untuk memperkuat sektor koperasi sebagai pilar ekonomi nasional. Program ini didukung oleh berbagai kementerian dan lembaga, serta didasarkan pada regulasi yang jelas, seperti Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2025. Dukungan ini memberikan peluang besar bagi koperasi untuk berkembang, namun juga menuntut adanya tata kelola yang baik dan profesional. Dalam kajian literatur, beberapa penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan koperasi dalam menghadapi persaingan pasar sangat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kualitas sumber daya manusia, manajemen organisasi, dan kemampuan inovasi. Sementara itu, faktor eksternal mencakup kebijakan pemerintah, kondisi pasar, serta perkembangan teknologi. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang komprehensif untuk meningkatkan daya saing koperasi, termasuk melalui peningkatan kapasitas SDM, penguatan kelembagaan, dan pemanfaatan teknologi digital.

Koperasi Merah Putih memiliki potensi besar untuk menjadi solusi dalam menghadapi persaingan pasar, khususnya di tingkat lokal. Dengan pendekatan berbasis



komunitas dan dukungan pemerintah, koperasi dapat menjadi alternatif yang kuat terhadap dominasi pasar oleh perusahaan besar. Namun, keberhasilan program ini sangat bergantung pada implementasi di lapangan, termasuk partisipasi masyarakat dan kualitas pengelolaan koperasi. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa peran Koperasi Merah Putih dalam menghadapi persaingan pasar menjadi isu yang penting untuk diteliti. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana koperasi dapat meningkatkan daya saingnya, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan koperasi dalam menghadapi persaingan pasar. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dan pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif untuk pengembangan koperasi di Indonesia.

KAJIAN TEORI

Koperasi merupakan salah satu pilar utama dalam sistem perekonomian Indonesia yang berlandaskan prinsip ekonomi kerakyatan. Dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992, koperasi didefinisikan sebagai badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi yang berlandaskan pada prinsip koperasi serta asas kekeluargaan. Keberadaan koperasi tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat secara luas. Dalam konteks ini, Koperasi Merah Putih hadir sebagai representasi koperasi yang diharapkan mampu memperkuat ekonomi rakyat serta menjadi alternatif dalam menghadapi dominasi pelaku usaha besar di pasar. Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif, koperasi dituntut untuk memiliki daya saing yang kuat. Persaingan pasar merupakan kondisi di mana berbagai pelaku usaha berlomba-lomba untuk menarik konsumen melalui keunggulan produk, harga, pelayanan, maupun inovasi. Menurut Porter (2008), daya saing suatu organisasi ditentukan oleh kemampuannya dalam menciptakan nilai lebih dibandingkan pesaingnya. Dalam hal ini, koperasi harus mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis, termasuk perkembangan teknologi, globalisasi ekonomi, serta perubahan perilaku konsumen.

Peran koperasi dalam menghadapi persaingan pasar dapat dilihat dari berbagai aspek, salah satunya adalah penguatan partisipasi anggota. Koperasi memiliki keunggulan unik dibandingkan badan usaha lainnya, yaitu anggota sebagai pemilik sekaligus pengguna jasa. Partisipasi aktif anggota dalam kegiatan koperasi dapat menjadi sumber kekuatan utama dalam meningkatkan daya saing. Semakin tinggi tingkat partisipasi anggota, maka semakin besar pula potensi koperasi dalam mengembangkan usaha dan meningkatkan pelayanan. Oleh karena itu, koperasi perlu membangun kepercayaan dan keterlibatan anggota melalui transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan. Selain itu, peningkatan kualitas produk dan layanan juga menjadi faktor penting dalam menghadapi persaingan pasar. Koperasi harus mampu menyediakan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Dalam era globalisasi, konsumen memiliki banyak pilihan sehingga koperasi harus mampu menawarkan nilai tambah yang membedakannya dari pesaing. Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas produk, inovasi layanan, serta penyesuaian harga yang kompetitif. Dengan demikian, koperasi dapat mempertahankan loyalitas anggota sekaligus menarik konsumen baru.

Perkembangan teknologi informasi juga memberikan peluang sekaligus tantangan bagi koperasi dalam menghadapi persaingan pasar. Digitalisasi telah mengubah cara berbisnis, termasuk dalam hal pemasaran, distribusi, dan pelayanan. Koperasi yang mampu memanfaatkan teknologi informasi akan memiliki keunggulan kompetitif dalam hal efisiensi dan jangkauan pasar. Misalnya, penggunaan media sosial dan platform digital dapat membantu koperasi dalam mempromosikan produk serta menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain itu, sistem informasi manajemen juga dapat membantu koperasi dalam mengelola data dan informasi secara lebih efektif. Namun demikian, tidak semua



koperasi mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi tersebut. Banyak koperasi yang masih menghadapi kendala dalam hal sumber daya manusia, infrastruktur, serta keterbatasan modal. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi Koperasi Merah Putih dalam upaya meningkatkan daya saingnya. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendidikan, serta dukungan dari pemerintah dan pihak terkait dalam menyediakan infrastruktur yang memadai.

Selain faktor internal, faktor eksternal juga mempengaruhi kemampuan koperasi dalam menghadapi persaingan pasar. Persaingan tidak hanya datang dari sesama koperasi, tetapi juga dari perusahaan besar, usaha mikro kecil menengah (UMKM), serta lembaga keuangan lainnya. Dalam kondisi ini, koperasi harus mampu menentukan strategi yang tepat agar dapat bertahan dan berkembang. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah diferensiasi produk, yaitu dengan menawarkan produk atau layanan yang unik dan memiliki nilai tambah. Selain itu, koperasi juga dapat menjalin kerja sama dengan berbagai pihak untuk memperluas jaringan dan meningkatkan daya saing. Dalam konteks Koperasi Merah Putih, peran koperasi dalam menghadapi persaingan pasar menjadi sangat penting karena koperasi ini diharapkan mampu menjadi model koperasi modern yang adaptif terhadap perubahan. Untuk itu, koperasi perlu mengoptimalkan seluruh potensi yang dimiliki, baik dari segi sumber daya manusia, teknologi, maupun jaringan usaha. Selain itu, koperasi juga perlu menerapkan prinsip manajemen yang profesional agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koperasi memiliki peran strategis dalam menghadapi persaingan pasar melalui penguatan partisipasi anggota, peningkatan kualitas produk dan layanan, pemanfaatan teknologi informasi, serta penerapan strategi bisnis yang tepat. Koperasi Merah Putih sebagai bagian dari sistem ekonomi kerakyatan diharapkan mampu mengimplementasikan berbagai strategi tersebut untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usahanya di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan jenis penelitian studi literatur, di mana peneliti memanfaatkan berbagai buku, jurnal, dan sumber bacaan lainnya untuk mendukung pengumpulan data. Proses analisis data melibatkan pengamatan dan penilaian mendalam terhadap sumber-sumber bacaan tersebut untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif. Langkah ini dianggap penting untuk memperkuat hasil penelitian. Subjek utama dalam penelitian ini mencakup e-jurnal, e-book, dan buku-buku pendukung lainnya. Proses analisis data dilakukan dengan cara mengevaluasi studi pustaka, termasuk buku dan jurnal yang berfungsi sebagai referensi penting dalam penelitian ini. Analisis ini bertujuan untuk menggali informasi yang relevan dan mendalam dari sumber-sumber tersebut untuk mendukung temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Literatur Riwiew

No	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi dengan Penelitian
1	Rusmiati et al. (2025)	Inovasi Penentuan Pasar Sasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Koperasi	Kualitatif	Inovasi pasar dan pemanfaatan digitalisasi meningkatkan daya saing koperasi	Menunjukkan pentingnya strategi pasar dalam menghadapi persaingan
2	Suparman (2025)	Analisis Strategi Koperasi dalam	Deskriptif	Strategi pelayanan, teknologi, dan jaringan	Relevan dalam merumuskan



		Meraih Keunggulan Bersaing		usaha berpengaruh terhadap daya saing koperasi	strategi koperasi menghadapi persaingan
3	Usman Arief (2013)	Meningkatkan Daya Saing Koperasi untuk Ketahanan Ekonomi	Kualitatif	Koperasi menghadapi persaingan ketat dengan lembaga keuangan dan usaha modern	Menunjukkan tantangan eksternal koperasi
4	Farida et al. (2024)	Analisis Digital Marketing pada Koperasi dan UMKM	Kuantitatif	Digital marketing mampu meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan koperasi	Mendukung pentingnya transformasi digital
5	Sutopo & Gunawati (2008)	Koperasi dalam Perekonomian Kompetitif	Literatur Review	Koperasi harus beradaptasi dengan pasar bebas dan globalisasi	Menjadi dasar teori persaingan pasar koperasi
6	Luthfia et al. (2024)	Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing	Deskriptif	Penerapan strategi 4P (produk, harga, tempat, promosi) meningkatkan daya saing	Relevan untuk strategi pemasaran koperasi
7	Fahmi (2025)	Membangun Daya Saing Koperasi Berkelanjutan	Kualitatif	SDM, inovasi, dan kolaborasi menjadi faktor utama daya saing koperasi	Menunjukkan pentingnya faktor internal koperasi
8	Sumaryana et al. (2024)	Meningkatkan Daya Saing Koperasi di Era Digital	Deskriptif	Pemanfaatan teknologi meningkatkan transparansi dan kepercayaan anggota	Relevan dalam peningkatan kepercayaan anggota
9	Kusnindar & Arifin (2017)	Faktor Penghambat Daya Saing Koperasi	Kualitatif	Hambatan utama meliputi SDM, modal, dan teknologi	Menunjukkan kendala dalam menghadapi persaingan
10	Hasan (2015)	Daya Saing Koperasi dalam Pasar ASEAN	Deskriptif	Strategi harga dan kualitas produk penting dalam persaingan global	Mendukung pentingnya strategi kompetitif koperasi

Berdasarkan hasil literature review di atas, dapat disimpulkan bahwa koperasi, termasuk Koperasi Merah Putih, memiliki peluang besar untuk bersaing di pasar apabila mampu mengoptimalkan strategi yang tepat. Beberapa faktor utama yang mempengaruhi daya saing koperasi meliputi inovasi pasar, kualitas produk dan layanan, pemanfaatan teknologi digital, serta kompetensi sumber daya manusia.

Selain itu, hasil kajian juga menunjukkan bahwa koperasi masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, rendahnya kualitas SDM, dan kurangnya pemanfaatan teknologi. Oleh karena itu, koperasi perlu melakukan transformasi, baik dari segi manajemen, pemasaran, maupun teknologi agar mampu bertahan dalam persaingan pasar yang semakin ketat.

Dengan demikian, literature review ini memperkuat bahwa peran Koperasi Merah Putih dalam menghadapi persaingan pasar sangat bergantung pada kemampuannya dalam berinovasi, beradaptasi dengan perkembangan teknologi, serta menerapkan strategi bisnis yang efektif.

PEMBAHASAN



Berdasarkan hasil kajian literatur yang telah disajikan sebelumnya, dapat dipahami bahwa Koperasi Merah Putih memiliki peran yang sangat strategis dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif, terutama di era globalisasi dan digitalisasi ekonomi. Persaingan pasar saat ini tidak hanya terjadi antar koperasi, tetapi juga melibatkan perusahaan besar, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), serta lembaga keuangan modern yang memiliki sumber daya lebih kuat. Oleh karena itu, koperasi dituntut untuk mampu beradaptasi dan mengembangkan strategi yang tepat agar tetap eksis dan mampu bersaing.

Salah satu peran utama Koperasi Merah Putih dalam menghadapi persaingan pasar adalah sebagai penggerak ekonomi kerakyatan. Koperasi memiliki keunikan dibandingkan badan usaha lainnya karena mengedepankan prinsip kekeluargaan dan partisipasi anggota. Hal ini menjadi kekuatan tersendiri yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing. Partisipasi aktif anggota tidak hanya berperan sebagai konsumen, tetapi juga sebagai pemilik yang memiliki tanggung jawab terhadap keberlangsungan koperasi. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat partisipasi anggota, maka semakin kuat posisi koperasi dalam menghadapi persaingan pasar.

Selain itu, peningkatan kualitas produk dan layanan menjadi faktor penting dalam mempertahankan eksistensi koperasi. Berdasarkan hasil literature review, banyak penelitian menunjukkan bahwa koperasi yang mampu menyediakan produk berkualitas dengan harga yang kompetitif memiliki peluang lebih besar untuk bersaing di pasar. Dalam hal ini, Koperasi Merah Putih perlu melakukan inovasi produk serta meningkatkan kualitas layanan kepada anggota dan konsumen. Inovasi tersebut dapat berupa pengembangan produk baru, peningkatan kualitas produk yang sudah ada, maupun penyesuaian dengan kebutuhan pasar yang terus berubah. Dengan demikian, koperasi dapat menciptakan nilai tambah yang menjadi keunggulan kompetitif.

Peran lain yang tidak kalah penting adalah pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha koperasi. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola bisnis secara signifikan, termasuk dalam hal pemasaran dan distribusi produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koperasi yang memanfaatkan digital marketing dan platform online mampu menjangkau pasar yang lebih luas serta meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu, Koperasi Merah Putih perlu mengadopsi teknologi digital, seperti penggunaan media sosial, marketplace, serta sistem informasi manajemen untuk mendukung kegiatan operasional dan pemasaran. Transformasi digital ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memperkuat daya saing koperasi di pasar.

Di samping itu, strategi pemasaran juga menjadi aspek penting dalam menghadapi persaingan pasar. Berdasarkan teori pemasaran, strategi yang efektif dapat dilakukan melalui pendekatan bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi. Koperasi Merah Putih perlu menerapkan strategi ini secara optimal agar dapat menarik minat konsumen. Misalnya, dengan menetapkan harga yang kompetitif, memilih lokasi distribusi yang strategis, serta melakukan promosi yang efektif melalui berbagai media. Dengan strategi pemasaran yang tepat, koperasi dapat meningkatkan daya tarik produknya di pasar.

Namun demikian, dalam pelaksanaannya, Koperasi Merah Putih masih menghadapi berbagai tantangan yang dapat menghambat daya saingnya. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM). Banyak koperasi yang belum memiliki SDM yang kompeten dalam bidang manajemen, teknologi, maupun pemasaran. Hal ini menyebabkan koperasi sulit untuk berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Oleh karena itu, peningkatan kualitas SDM melalui pelatihan dan pendidikan menjadi langkah penting yang harus dilakukan.

Selain keterbatasan SDM, masalah permodalan juga menjadi kendala yang sering dihadapi koperasi. Modal yang terbatas menghambat koperasi dalam mengembangkan usaha, meningkatkan kualitas produk, serta mengadopsi teknologi baru. Dalam kondisi ini,

koperasi perlu mencari alternatif sumber pembiayaan, seperti kerja sama dengan lembaga keuangan atau pemerintah, untuk mendukung pengembangan usaha. Dengan adanya dukungan modal yang memadai, koperasi dapat meningkatkan kapasitas produksi dan memperluas jangkauan pasar.

Tantangan lain yang dihadapi adalah rendahnya pemanfaatan teknologi informasi. Meskipun teknologi digital memiliki banyak manfaat, tidak semua koperasi mampu mengimplementasikannya dengan baik. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan, biaya, serta infrastruktur yang belum memadai. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari pemerintah dan pihak terkait dalam menyediakan fasilitas dan pelatihan yang dapat membantu koperasi dalam melakukan transformasi digital.

Dalam menghadapi berbagai tantangan tersebut, Koperasi Merah Putih perlu menerapkan strategi yang komprehensif dan berkelanjutan. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah memperkuat kelembagaan koperasi melalui penerapan manajemen yang profesional. Koperasi harus dikelola secara transparan dan akuntabel agar dapat meningkatkan kepercayaan anggota dan masyarakat. Selain itu, koperasi juga perlu menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, seperti pemerintah, swasta, dan lembaga lainnya, untuk memperkuat jaringan usaha dan meningkatkan daya saing.

Lebih lanjut, inovasi dan kolaborasi juga menjadi kunci dalam menghadapi persaingan pasar. Koperasi tidak dapat berjalan sendiri, tetapi perlu bekerja sama dengan berbagai pihak untuk menciptakan peluang usaha baru. Kolaborasi ini dapat dilakukan dalam bentuk kemitraan bisnis, pengembangan produk bersama, maupun pemanfaatan teknologi secara bersama-sama. Dengan adanya kolaborasi, koperasi dapat memperluas jaringan dan meningkatkan kapasitas usahanya.

Secara keseluruhan, hasil pembahasan ini menunjukkan bahwa Koperasi Merah Putih memiliki potensi besar untuk bersaing di pasar apabila mampu mengoptimalkan peran dan strateginya. Koperasi harus mampu memanfaatkan keunggulan yang dimilikinya, seperti partisipasi anggota, serta mengatasi berbagai kelemahan melalui peningkatan kualitas SDM, pemanfaatan teknologi, dan penguatan modal. Dengan demikian, koperasi dapat menjadi pelaku ekonomi yang kompetitif dan berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Dengan kata lain, keberhasilan Koperasi Merah Putih dalam menghadapi persaingan pasar sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam beradaptasi, berinovasi, dan menjalin kerja sama. Jika hal ini dapat dilakukan secara optimal, maka koperasi tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang dan menjadi kekuatan ekonomi yang signifikan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian literatur dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Koperasi Merah Putih memiliki peran yang sangat penting dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif di era globalisasi dan digitalisasi. Koperasi tidak hanya berfungsi sebagai badan usaha, tetapi juga sebagai penggerak ekonomi kerakyatan yang mengandalkan partisipasi aktif anggota sebagai kekuatan utama. Dalam menghadapi persaingan, koperasi perlu mengoptimalkan berbagai strategi, seperti peningkatan kualitas produk dan layanan, penerapan strategi pemasaran yang efektif, serta pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional.

Selain itu, keberhasilan Koperasi Merah Putih dalam bersaing juga sangat dipengaruhi oleh faktor internal, seperti kualitas sumber daya manusia, kemampuan manajerial, serta ketersediaan modal. Di sisi lain, koperasi juga menghadapi berbagai tantangan eksternal, seperti persaingan dengan perusahaan besar, perubahan perilaku konsumen, dan perkembangan teknologi yang cepat. Oleh karena itu, koperasi perlu melakukan



transformasi secara menyeluruh melalui peningkatan kompetensi SDM, penguatan kelembagaan, serta penerapan inovasi dan kolaborasi dengan berbagai pihak.

Dengan demikian, Koperasi Merah Putih dapat meningkatkan daya saingnya apabila mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis serta memanfaatkan peluang yang ada secara optimal. Upaya ini diharapkan tidak hanya mampu menjaga keberlangsungan koperasi, tetapi juga menjadikannya sebagai kekuatan ekonomi yang mampu berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, I. (2025). Membangun Daya Saing dan Talenta Koperasi Berkelanjutan. *J-Coop: Journal of Co-operative*, 1(1). <https://ojs.ikopin.ac.id/jcoop/article/view/14/15>
- Farida, A. W., Harahap, B. N., & Asrina, R. (2026). Analisis Penerapan Digital Marketing pada Koperasi dan UMKM. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4). <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS/article/view/4665/3676>
- Hasan, I. (2015). Daya Saing Koperasi dalam Menghadapi Pasar ASEAN. *Jurnal Ekonomika*. <https://jurnal.umuslim.ac.id/index.php/eko/article/view/248>
- Kusnindar, A., & Arifin. (2017). Analisis Faktor Penghambat Daya Saing Koperasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*. <https://ejournal.umpri.ac.id/index.php/JIEM/article/view/1244>
- Luthfia, D., dkk. (2024). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Koperasi dan UMKM. *Jurnal Inovasi dan Kreativitas Mahasiswa (JIKM)*. <https://sejurnal.com/pub/index.php/jikm/article/view/2515>
- Riofita, H. (2016). Bentuk Peranan Guru dalam Memberikan Pendidikan Kepemimpinan. *POTENSIA: Jurnal Kependidikan Islam*, 2(1).
- Riofita, H. (2024a). Perceived Opportunity and Risk Control Role on Willingness to Recommend Sharia Fintech. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 13(2).
- Riofita, H. (2024b). Predicting Muslim Female Customer Retention Through Islamic Marketplace Attractiveness. *Journal of Islamic Economic and Business Research*, 4(2).
- Rusmiati, R., Mutiarani, M., & Royani, N. (2025). Inovasi Penentuan Pasar Sasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Koperasi di Era Globalisasi dan Digitalisasi. *ECONOMIE*, 7(2). <https://journal.uwks.ac.id/economie/article/view/4657>
- Sumaryana, F. D., dkk. (2024). Meningkatkan Daya Saing Koperasi di Era Digital. *E-Coops-Day: Jurnal Ilmiah Abdimas*, 5(2), 353-360. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/ecoopsday/article/view/4682/3700>
- Suparman. (2025). Analisis Strategi Koperasi dalam Meraih Keunggulan Bersaing. *Jurnal Strategi dan Inovasi Bisnis (JSIB)*, 1(1). <https://jurnal.stieyapisdampu.ac.id/jsib/article/view/21/15>
- Sutopo, I., & Gunawati, E. S. (2008). Koperasi Indonesia dalam Perekonomian yang Kompetitif dan Pasar Bebas. *Eko-Regional: Jurnal Pembangunan Ekonomi Wilayah*. <https://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/eko-regional/article/view/408>

