***Technology Acceptance Model* Application of Cooperative Sebagai Media Pengembangan Koperasi Mahasiswa Berbasis Teknologi**

**Zakiah Noor Hidayati1), Devi Oktaviani2), Zulkarnain3)**

1)Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta

**e-mail**: zakiahnurhida@gmail.com

2)Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta

**e-mail**: devioktaviani.2017@student.uny.ac.id

3)Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta

**e-mail**: [z.zulkarnain8283@gmail.com](mailto:z.zulkarnain8283@gmail.com)

**Abstract**

The survey results, published in the September 2017 Cooperative edition, state that the 16-30 year generation collects, which is 60% of the total population of Indonesia is not interested and does not understand the cooperative. This of course has an impact on the existence of cooperatives where member participation is the key to the existence of a cooperative. One of the cooperative achievers at the provincial level is the student cooperative Yogyakarta State University. However, based on the 2015-2017 KOPMA UNY accountability report, as of December 2017, there were 5,576 KOPMA UNY members. In the same year, KOPMA UNY rationalized as many as 3,000 members, leaving only 2,576 members. Therefore, this study aims to determine the level of acceptance of ACOO as an online-based cooperative development media as an effort to increase the participation of cooperative members.

The method used in this study, namely Research and Development (R & D) with the development model of Richey and Klein (2009) which consists of design, production and evaluation. The subjects in this study were 98 respondents from KOPMA UNY obtained through calculation of Slovin formula. Then, data collection techniques in this study through questionnaires, observation, and documentation. While the validation related to the product of this research was provided by media experts and cooperative experts. 80% of respondents received ACOO as a technology-based cooperative development media.

**Abstrak**

Hasil survei yang dimuat dalam *Cooperative* edisi September 2017, menyatakan bahwa mayoritas generasi 16-30 tahun, yaitu 60% dari total penduduk Indonesia tidak tertarik dan tidak paham dengan koperasi. Hal ini tentu berdampak pada eksistensi koperasi dimana partisipasi anggota merupakan kunci eksistensi sebuah koperasi. Salah satu koperasi konsumen berprestasi tingkat provinsi ialah koperasi mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Akan tetapi, berdasarkan Laporan Pertanggungjawaban KOPMA UNY tahun 2015-2017, per Desember 2017, jumlah anggota KOPMA UNY sebanyak 5.576 anggota. Pada tahun yang sama, KOPMA UNY melakukan rasionalisasi sebanyak 3.000 anggota sehingga hanya tersisa 2.576 anggota. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat penerimaan ACOO sebagai media pengembangan koperasi berbasis *online* sebagai upaya peningkatan partisipasi anggota koperasi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *Research and Development (R&D)* dengan model pengembangan Richey dan Klein (2009) yang terdiri dari perancangan, produksi dan evaluasi. Subjek dalam penelitian ini anggota KOPMA UNY sebanyak 98 responden yang diperoleh melalui perhitungan rumus slovin. Kemudian, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan validasi terkait produk penelitian ini diberikan oleh ahli media dan ahli koperasi. Hasil penelitian menyatakan bahwa 80% responden menerima ACOO sebagai media pengembangan koperasi berbasis teknologi.

**Kata Kunci: Koperasi, Partisipasi Anggota, Aplikasi *On-Line***

**PENDAHULUAN**

Capaian kesejahteraan umum dalam konteks perekonomian Indonesia masih menjadi tolak ukur keberhasilan pembangunan suatu negara. Salah satunya di Indonesia, meskipun dalam perwujudannya, sistem ekonomi Indonesia mulai bergeser dari pemikiran orisinalitasnya. Hal ini juga yang diungkapkan oleh Goeltom (2017), bahwa struktur ekonomi Indonesia telah mengalami banyak perubahan. Perubahan didorong oleh berbagai faktor, seperti perkembangan teknologi, globalisasi, dan gaya hidup masyarakat. Begitupula pemikiran orisinal Bung Hatta mengenai sistem ekonomi khas Indonesia, yakni ekonomi kerakyataan yang masih sangat relevan sebagai fondasi dasar sistem ekonomi nasional agar tidak lagi bergantung pada struktur global. Salah satu implementasi sistem ekonomi kerakyataan khas Indonesia ialah perkoperasian.

Keberhasilan konsep ekonomi kerakyatan sebagai ideologi yang menjembatani kegagalan komunisme dan liberalisme tahun 1920 hingga awal 1930-an dijewantahkan pula melalui pasal 33 Undang-Undang Dasar Negara tahun 1945. Momentum ini sekaligus menetapkan koperasi sebagai bagian penting dalam perekonomian Indonesia. Bahwasannya, perekonomian disusun sebagai usaha bersama atas asas kekeluargaan dan berdasar nilai-nilai demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi, keadilan, kekeberlanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional telah menjadi jiwa perkoperasian. Dalam implementasinya pun, koperasi mampu menjadi satu-satunya gerakan ekonomi yang bertahan ketika krisis ekonomi melanda Indonesia, yakni pada era orde baru tahun 1998 ([www.kemenkopukm.go.id](http://www.kemenkopukm.go.id)).

Koperasi dalam Undang-Undang No. 25 tahun 1992 pasal 1 ayat 1 dimaknai sebagai badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi yang setiap kegiatannya berlandaskan prinsip koperasi. Pemaknaan koperasi tersebut memiliki penekanan penting dalam keanggotaannya. Arti koperasi beranggotakan orang seorang bukan semata-mata mengenai kuantitas modal material akan tetapi lebih kepada kualitas modal sosial di dalamnya. Rama Trisuladana (2017: 1), menjelaskan hubungan antara anggota koperasi dengan modal koperasi melalui refleksi kalimat “dari, oleh, dan untuk anggota”. Dengan demikian, keanggotaan koperasi begitu penting dalam eksistensi koperasi itu sendiri. Artinya, anggota koperasi merupakan pemilik serta pengelola koperasi yang akan menentukan eksistensi atau tidaknya sebuah koperasi karena kontribusi anggota atau partisipasi keanggotaannya memiliki peran strategis.

Peran strategis yang dimaksud ialah kesediaan anggota memikul kewajiban dan menjalankan hak keanggotannya secara bertanggungjawab (Miftakhul Janah: 2016). Berbagai bentuk partisipasi anggota koperasi meliputi (1) Membayar iuran wajib secara tertib dan teratur; (2) Menabung secara sukarela sehingga dapat menambah modal koperasi; (3) Memanfaatkan modal koperasi dalam bentuk menggunakan barang atau jasa yang disediakan koperasi; (4) Memanfaatkan dana pinjaman koperasi dengan taat mengangsur; (5) Menghadiri rapat-rapat dan pertemuan secara aktif (Kartasapoetra dalam Masya Bunga Fauziah, 2017). Esensi pemikiran Bung Hatta ini jelas tercermin dari kekuataan utama koperasi yang mengarah pada transformasi ekonomi dan juga sosial (Swasono, 2002). Sebagai sistem yang terus berkembang dan menghadapi berbagai tantangan perubahan, Kementrian koperasi dan UMKM pada tahun 2015 melakukan agenda besar terkait eksistensi koperasi dalam menghadapi perubahan sosial masyarakat Indonesia, yakni reformasi total koperasi.

Perubahan sosial masyarakat Indonesia tidak terlepas dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat. Bahwasannya perkembangan teknologi hari ini telah mencapai pada tahap revolusi industri 4.0. Tantangan luar biasa dari sisi teknologi inilah yang kemudian memiliki andil besar dalam pemikiran koperasi kedepannya. Memiliki peran yang sama dengan koperasi di belahan dunia lain, seperti koperasi di Swedia, Amerika Serikat, dan juga Korea Selatan, yakni sebagai alat mencapai kesejahteraan masyarakat. Eksistensi koperasi Indonesia mulai digenjot kembali melalui agenda reformasi koperasi. Hal ini tentu selaras dan penting dilakukan karena sebuah survei dalam jurnal Cooperative edisi September 2017 menyatakan generasi milenial usia 17-30 tahun yang mencapai jumlah 60% dari total penduduk Indonesia tidak paham dan tidak tertarik dengan koperasi. Begitupula realitanya, penggunaan teknologi di kalangan perkoperasian masih rendah.

Salah satu bentuk koperasi yang dekat dengan generasi millenial ialah koperasi mahasiswa. Koperasi Mahasiswa yang selanjutnya disebut KOPMA merupakan koperasinya mahasiswa yang masa pendidikannya di Perguruan Tinggi juga disiapkan sebagai insan pembangunan masa depan, mestinya juga melalui mengkaji keterkaitan antara koperasi dengan program industrialisasi yang dilaksanakan sebagai bagian dari pembangunan (Panji Anoraga 1993: 2003). Revrisond Baswir (2000: 91) menjelaskan karena koperasi adalah milik bersama para anggota, dan usahanya ditujukan terutama untuk memenuhi kepentingan anggota-anggota itu, maka usaha koperasi sangat tergantung pada partisipasi para anggotanya.

Namun, koperasi setingkat KOPMA UNY yang memperoleh predikat sebagai koperasi konsumen berprestasi tingkat Provinsi sekalipun berdasarkan laporan pertanggungjawaban tahun 2015-2017 dinyatakan bahwa jumlah anggota KOPMA UNY per Desember 2017 ialah sebanyak 5.576 anggota. Pada tahun yang sama, KOPMA UNY juga melakukan rasionalisasi anggota sebesar 3.000 anggota sehingga hanya tersisa 2.576 anggota. Ditinjau dari laporan triwulan Oktober-Desember 2017, sebanyak 3.000 anggota dinyatakan tidak aktif berdasar pembayaran simpanan wajib. Minimnya respons dan ketidakvalidan data dari anggota juga menjadi kendala bagi bidang Pemberdayaan Sumber Daya Anggota (PSDA) untuk mengkonfirmasi anggota. Hal ini berbanding lurus dengan hasil penelitian Latifah Nur Aini pada tahun 2017 tentang faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi anggota pada koperasi mahasiswa UNY, yaitu kecenderungan partisipasi anggota 20,4% sangat baik, 31,6% baik, 24,5% cukup, 22,4% kurang dan 1% kurang baik. Dengan demikian, penelitian mengenai penerimaan teknologi ACOO (Application of Cooperative) sebagai inovasi media pengembangan koperasi dalam upaya peningkatan partisipasi anggota koperasi mahasiswa penting untuk dilakukan.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian Application of Cooperative berlokasi di Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Pemilihan KOPMA UNY sebagai subyek penelitian ialah didasarkan pada prestasi KOPMA UNY sebagai koperasi konsumen berprestasi tingkat provinsi akan tetapi memiliki permasalahan dalam keanggotaan koperasi, yakni partisipasi anggota. Model penelitian yang digunakan ialah *Research and Development (R&D),* yaitu jenis penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu, dan menguji keefektifan produk tersebut (Sugiyono, 2010: 407). Penelitian ini menghasilkan produk berupa aplikasi koperasi *online* yang disebut ACOO *(Application of Cooperative),* kemudian juga dilakukan analisis untuk menguji keefektifan ACOO. Prosedur pengembangan yang digunakan ialah model pengembangan Richey dan Klein (2009) dimana fokus perancangan dan penelitian pengembangannya bersifat analisis mulai dari tahap awal hingga akhir. Tahap penelitian dan pengembangan Richey dan Klein terdiri dari perancangan, produksi dan evaluasi.

Media pengembangan ACOO dirancang berdasarkan analisis kebutuhan anggota koperasi. Data analisis kebutuhan anggota koperasi diperoleh melalui penyebaran kuesioner analisis kebutuhan. Adapun kuesioner yang disebar bersifat *offline* dan juga *online,* yakni lembar kuesioner *hardfile* dan *link* *google form.* Sample dalam penelitian ini sebanyak 98 responden dari 5.576 anggota koperasi yang diperoleh melalui penghitungan rumus slovin, Data kebutuhan awal juga diperoleh melalui telaah dokumentasi. Adapun dokumentasi yang digunakan, yakni laporan pertanggung jawaban KOPMA UNY lima tahun terakhir, yakni dari tahun 2014 hingga 2018, laporan triwulan lima tahun terakhir, dan juga data simpanan anggota koperasi.

Hal-hal yang dianalisis antara lain, tingkat partisipasi anggota, yaitu yang berkaitan dengan aktivitas keanggotaan dalam pembayaran simpanan baik simpanan pokok, wajib, maupun sukarela, sarana prasarana layanan koperasi, pendapat awal mengenai pengembangan media koperasi berbasis *online,* bahkan juga analisis kompetitor sejenis. Kemudian, untuk mengetahui skala prioritas pembuatan fitur-fitur dalam aplikasi ACOO, maka dilakukan analisis korelasi antara kebutuhan anggota dan pemenuhan dari ACOO melalui analisis *house of quality.*

Tahap kedua, yakni produksi dimana tahap ini merupakan pengembangan media dari yang semula berbentuk rancangan *story board* menjadi aplikasi *online.* Kemudian, tahap ketiga yakni tahap evaluasi yang merupakan tahapan uji coba ACOO serta penilaian tingkat spesifikasi produk kepada subyek penelitian. Tahap ini terdiri dari beberapa langkah, yaitu validasi, uji coba produk, dan revisi. Langkah validasi dilakukan untuk mengetahui keabsahan ACOO sebagai media pengembangan koperasi. Pihak validasi ACOO terdiri dari validator media dan validator koperasi. Masukan serta saran dari pihak validator menjadi bahan penyempurnaan media pengembangan koperasi ACOO. Uji coba ACOO bertujuan untuk mengetahui tingkat penerimaan ACOO sebagai media pengembangan koperasi mahasiswa oleh anggota koperasi mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

ACOOsebagai media pengembangan koperasi mahasiswa di era millenial yang dirancang dengan model penelitian Research and Development dan model pengembangan Richey dan Klein, yakni perancangan, produksi, dan evaluasi memiliki tingkat penerimaan teknologi tinggi. Berdasarkan hasil 98 kuesioner yang disebar, 80% anggota koperasi menerima media pengembangan koperasi ACOO.

**Hasil**

Dalam melakukan analisis ACOO melalui teori penerimaan teknologi terdapat empat aspek utama penerimaan teknologi (Mallat dan babaee: 2010), yaitu persepsi kemudahan, manfaat, resiko, dan kepercayaan. Dalam melakukan analisis penerimaan teknologi ACOO dilakukan penghitungan persentil agar jawaban kuesioner terklasifikasi dalam tiga kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Berikut penghitungan klasifikasi 98 kuesioner, yaitu:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Statistik** | | | | | | | | |
|  | | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | Total |
| N | Valid | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 |
| Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Percentiles | 25 | 21,0000 | 8,0000 | 34,0000 | 14,0000 | 21,0000 | 8,0000 | 107,7500 |
| 50 | 23,0000 | 8,0000 | 36,0000 | 16,0000 | 23,0000 | 8,0000 | 114,0000 |
| 75 | 25,0000 | 9,0000 | 38,0000 | 17,0000 | 24,0000 | 8,0000 | 119,0000 |

Hasil penghitungan persentil kemudian menghasilkan klasifikasi penerimaan teknologi ACOO dengan hasil 29,6% tinggi, 50% sedang, dan 20,4% rendah.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Mode** | | | | | |
|  | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1,00 | 29 | 29,6 | 29,6 | 29,6 |
| 2,00 | 49 | 50,0 | 50,0 | 79,6 |
| 3,00 | 20 | 20,4 | 20,4 | 100,0 |

Agar hasil penelitian spesifik, maka dilakukan penghitungan tiap-tiap indikator technology acceptance model, yaitu:

1. Persepsi Kemudahan

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Persepsi Kemudahan** | | | | | |
|  | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1,00 | 29 | 29,6 | 29,6 | 29,6 |
| 2,00 | 38 | 38,8 | 38,8 | 68,4 |
| 3,00 | 31 | 31,6 | 31,6 | 100,0 |
| Total | 98 | 100,0 | 100,0 |  |

1. Persepsi Manfaat

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Persepsi Manfaat** | | | | | |
|  | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1,00 | 30 | 30,6 | 30,6 | 30,6 |
| 2,00 | 39 | 39,8 | 39,8 | 70,4 |
| 3,00 | 29 | 29,6 | 29,6 | 100,0 |
| Total | 98 | 100,0 | 100,0 |  |

1. Persepsi Resiko

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Persepsi Resiko** | | | | | |
|  | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1,00 | 48 | 49,0 | 49,0 | 49,0 |
| 2,00 | 25 | 25,5 | 25,5 | 74,5 |
| 3,00 | 25 | 25,5 | 25,5 | 100,0 |
| Total | 98 | 100,0 | 100,0 |  |

1. Persepsi Kepercayaan

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Persepsi Kepercayaan** | | | | | |
|  | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1,00 | 20 | 20,4 | 20,4 | 20,4 |
| 3,00 | 78 | 79,6 | 79,6 | 100,0 |
| Total | 98 | 100,0 | 100,0 |  |

**Pembahasan**

Mallat dan babaee (2010), menjelaskan indikator penerimaan suatu teknologi terdiri atas empat aspek utama, yakni persepsi kemudahan, manfaat, resiko, dan kepercayaan. ACOO sebagai media pengembangan koperasi berdasarkan analisis TAM menurut Mallat dan Babae menunjukkan tingkat penerimaan yang tinggi, hal ini juga dapat dilihat berdasarkan analisis tiap indikator yang terdapat dalam TAM, sebagai berikut:

1. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan merupakan tingkat kepercayaan pengguna/*user* bahwa penggunaan teknologi lebih mudah menyelesaikan pekerjaan (Venkatesh dan Davis, 2000). Artinya, sistem yang tersedia dapat digunakan dengan mudah untuk menghindari penolakan dari pengguna. Begitupula dalam penelitian yang dilakukan oleh Davis (1989) dinyatakan bahwa faktor persepsi kemudahan terbukti dapat menjelaskan alasan seseorang dalam menggunakan sistem dan menjelaskan bahwa sistem baru yang sedang dikembangkan dapat diterima oleh pengguna. Dalam ujicoba ACOO, persepsi kemudahan penggunaan ACOO sebagai media pengembangan koperasi mahasiswa sangat baik, sebanyak 29,6% menyatakan kemudahan ACOO tinggi, 38,8% sedang, dan 31,6% rendah. Kemudahan ini ditinjau dari segi ACOO sebagai media partisipasi anggota koperasi dimana prosedur akses ACOO mudah dipahami, persyaratan akses mudah dipenuhi, begitupula untuk melakukan pembayaran simpanan wajib, menabung, dan bertransaksi produk serta jasa melalui ACOO lebih mudah, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan anggota koperasi.

1. Persepsi manfaat

Menurut Shun Wang et al (2003: 501-519) dalam (Adhiputra, 2015) mengatakan bahwa persepsi manfaat penggunaan suatu teknologi merupakan adanya rasa kepercayaan seseorang dengan menggunakan suatu sistem teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja mereka. Sedangkan menurut Yasa, Ratnaningrum, & Sukaatmaja (2014), persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan suatu kepercayaan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi informasi akan memberikan keuntungan bagi penggunanya. Hal tersebut secara tidak langsung menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki hubungan kuat terhadap persepsi kepercayaan pengguna pada teknologi. ACOO sendiri memiliki tingkat manfaat yang tinggi ditinjau sebagai media yang mendukung partisipasi anggota, seperti pembayaran simpanan wajib, tabungan, penggunaan barang dan jasa serta pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Sebanyak 30,6% responden merasakan bahwa ACOO tinggi kebermanfaatannya dalam menunjang partisipasi anggota, 39,8% responden menyatakan sedang, dan 29,6% lainnya menyatakan rendah.

1. Persepsi resiko

Resiko merupakan sebuah hal yang terjadi dikarenakan suatu kejadiaan terjadi tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Pada persepsi risiko terdapat dua aspek utama, yakni keamanan dan kerahasian sistem tersebut. Keamanan sistem informasi adalah manajemen pengelolaan yang dapat mencegah, mengatasi dan melindungi sistem informasi dari tindakan yang dapat merugikan seperti penggunaan tanpa izin, penyusupan dan persuakan berbagai informasi yang dimiliki (Desmayanti: 2012). Sedangkan kerahasian adalah sebuah kejadian pertukaran informasi antara satu orang dengan yang lain dan menyembunyikan pertukaran informasi tersebut dari orang lain yang bukan anggotanya. Hasil dari analisis penerimaan ACOO dari segi persepsi resiko ialah 49% tinggi, 25,5%sedang, dan 25,5% rendah. Artinya dua aspek penting, yakni keamanan dan kerahasiaan ACOO sangat tinggi sehingga informasi pengguna ACOO terjamin. Keamanan ini juga berkaitan dengan tingkat keabsahan data keanggotaan, tagihan simpanan wajib, hingga pada resiko teknis, yakni jaringan internet dalam penggunaan ACOO.

1. Persepsi kepercayaan

Muhammad Rafiq (2009) mengutip Doney dan Cannon (1997) menyatakan bahwa kepercayaan memuat dua aspek penting, yaitu kredibilitas dan kejujuran. Kredibilitas diawali keyakinan akan suatu keahlian mitra melakukan tugas secara efektif dan dapat diandalkan. Sedangkan kejujuran ialah keyakinan bahwa maksud dan motivasi mitra akan membawa keuntungan untuk bersama dan tidak akan melakukan tindakan yang akan berpengaruh negatif atau merugikan. Dilihat dari persepsi kepercayaan, ACOO termasuk media pengembangan koperasi yang terpercaya sebagai media pembayaran simpanan wajib, menabung, serta bertransaksi *online,* begitupula dilihat dari segi teknologi, generasi milenial yang notabene anggota koperasi telah didukung dengan android yang mampu mengakses ACOO dimana dan kapan saja. Tingkat kepercayaan terhadap ACOO sebesar 20,4% sangat percaya dan 79,6% responden percaya.

**SIMPULAN**

ACOO sebagai media pengembangan koperasi yang bertujuan meningkatkan partisipasi anggota koperasi dari sisi teknologi dapat diterima baik oleh anggota koperasi mahasiswa. Penggunaan teknologi ini juga mengoptimalkan agenda reformasi koperasi yang terdiri dari tiga tahap, yakni reorientasi, reabilitasi, dan juga pengembangan. Pengoptimalan teknologi juga selaras dengan kondisi masyarakat Indonesia yang aat ini telah memasuki era revolusi industri 4.0. Artinya, penggunaan teknologi mulai merambah di semua apsek kehidupan sehingga kondisi koperasi yang tidak melek terhadap teknologi perlu ditingkatkan. Pengembangan media koperasi ACOO dirancang berdasarkan analisis kebutuhan anggota koperasi. Pengembangan tersebut kemudian diujicobakan kembali kepada anggota koperasi yang kemudian memperoleh hasil bahwa ACOO diterima sebagai media pengembangan koperasi berdasarkan analisis penerimaan teknologi atau *technology acceptance model.* Hal ini dibuktikan dengan hasil kuesioner yang menyatakan bahwa 80% responden menerima baik ACOO sebagai media pengembangan koperasi mahasiswa. ACOO sebagai media pengembangan koperasi memiliki tingkat kemudahan penggunaan ACOO sebesar 69, 4%, persepsi manfaat 70,4%, persepsi rendah resiko 74,5%, serta tingkat kepercayaan sebesar 57,65%.

**UCAPAN TERIMAKASIH**

Peneliti menyadari banyaknya dukungan dari berbagai pihak baik yang berupa pikiran, waktu, tenaga, serta bentuk dukungan yang lainnya. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih atas dukungan semua pihak dalam upayanya mengoptimalkan penelitian ini,

1. Allah Yang Maha Esa
2. Kedua orang tua peneliti yang telah mendukung baik secara batin maupun lahir
3. Kementrian Riset, Teknologi, dan Perguruan Tinggi Republik Indonesia selaku pihak yang mendanai penelitian dalam ajang Program Kreativitas Mahasiswa
4. Universitas Negeri Yogyakarta selaku perguruan tinggi yang telah mendukung selama kegiatan penelitian
5. Ibu Dyna Herlina Suwarto, M.Sc sebagai dosen pendamping yang ikhlas dan sabar dalam membimbing peneliti
6. Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta sebagai subjek penelitian kami
7. Dan teman-teman seperjuangan yang selalu mengingatkan dan menguatkan

**DAFTAR PUSTAKA**

Agung, K.(2005).*Transformasi Pelayanan Publik*.Yogyakarta: Pembaharuan Jurnal : analisis partisipasi anggota koperasi terhadap peningkatan pendapatan shu koperasi pada kpn adanjakaya kecamatan marawola tahun buku 2002-2003. E-jurnal katalogis. Volume 4 nomor 1 januari 2016. Rozali

Aji Basuki Rohmat. 2015*. Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Koperasi dalam UndangUndang Koperasi (Studi Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 dan Undang-Undang* No*. 17 Tahun 2012)*. Jurnal Pembaharuan Hukum. Vol. 2 No. 1, hlm. 139.

Ayuningtyas, Yulita. 2018. Pengaruh Pendidikan Perkoperasian, Layanan Koperasi, Dan Pengalaman berorganisasi Anggota Terhadap Partisipasi Anggota Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.

Badu Syamsu Qamar. 2012. “*Sosok Ideal Manusia Indonesia Generasi 2045*”. **Makalah**.Yogyakarta: Konaspi VII Universitas Negeri Yogyakarta.

Covey, Stephen R. ( alih Bahasawandi S Brata ). 2005. *The 8th Habit, Melampaui Efektivitas Menggapai Keagungan***.** Jakarta: PT

Indah Khoiru Nisa. 2015. *Strategi Koperasi Mahasiswa (Kopma) Dalam Menumbuhkan Semangat Kewirausahaan Anggota Di UIN Walisongo Semarang*. Skripsi. Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, hlm. 31.

Masya Bunga Fauziah. 2017. *Hubungan Motivasi Berkoperasi dan Pengetahuan Perkoperasian dengan Partisipasi Anggota Pada Koperasi Sekolah SMA Negeri 2 Muaro Jambi.* Jambi: FKIP Universitas Jambi. Skripsi. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi, hal. 19-20.

Miftakhul Jannah. 2016. *Partisipasi Anggota Dalam Pengembangan Koperasi Tani Sari Ngaglik Desa Bonomerto Kecamatan Suruh*. Skripsi. Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, hlm. 22.

Nurseto,Tejo. 2011. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Utang Koperasi Guna Meningkatkan Kinerja Pada Koperasi Mahasiswa. 2011. Universitas Negeri Yogyakarta.

Pengawas Kopma UNY. 2017. *Laporan Triwulan Oktober-Ddesember 2017*. Yogyakarta: Kopma UNY.

Rama Trisuladana. 2017. *Pengaruh Pendidikan Perkoperasian Dan Komitmen Organisasi Terhadap Partisipasi Anggota Koperasi CU Pundhi Arta*. Tesis. Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, hlm. 1.

Susilana, R dan Riyana, C.2009.*Media Pembelajaran*.Bandung: CV Wacana Prima.

Suwarto, Dyna H. Wibowo, Purwo Adi. 2011. Technology Acceptance Model of Mabile Ticketing. Proceding of 1st International Conference on Information System For Business Competitiveness. 117-122.