

JUDUL: Pendekatan Belajar Eksperiensial Untuk Meningkatkan Pemahaman Generasi Muda Tentang Credit Union

RINGKASAN

Credit Union (CU) adalah lembaga keuangan mikro yang dimiliki bersama oleh anggotanya dan bertujuan menyejahterakan anggotanya. Generasi muda (generasi milenial dan generasi Z) merupakan target anggota yang sangat potensial karena telah mendominasi populasi penduduk Indonesia saat ini dengan persentase 53,81% (Badan Pusat Statistik, 2021). Sayangnya, masih banyak generasi muda yang belum mengenal CU dengan baik, sehingga enggan bergabung menjadi anggota CU. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk membuat generasi muda dapat mengenal CU secara lebih mendalam, sehingga muncul keinginan dari dalam diri untuk bergabung dengan CU dan merencanakan masa depan mereka dengan baik. Pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan belajar eksperiensial dalam wujud kompetisi infografis digital. Dengan mendesain dan membuat infografis digital, peserta “dipaksa” untuk mencari dan mengonstruksi informasi sebanyak-banyaknya tentang CU. Dari hasil pengabdian masyarakat yang dilakukan, metode *experiential learning* yang digunakan dalam pengabdian ini memiliki efek yang positif terhadap pengetahuan peserta mengenai Credit Union. Selain itu, kegiatan ini juga cukup berhasil menarik minat dan perhatian dari pengguna media sosial Instagram, ditunjukkan dengan jumlah likes yang banyak di social media peserta lomba.

Kata kunci: belajar eksperiensial, credit union, generasi muda, kompetisi infografis

PENDAHULUAN

1. Analisis Situasi

Credit Union (CU) tidak sepenuhnya sama dengan koperasi simpan pinjam konvensional lainnya. CU adalah lembaga keuangan mikro di bidang simpan pinjam, namun dimiliki bersama oleh anggotanya dan bertujuan menyejahterakan anggotanya. CU beroperasi berdasarkan lima pilar (Inkopdit, 2021). Pertama, pilar swadaya, yaitu permodalan dan dana pengembangan CU hanya berasal dari tabungan anggotanya sendiri. Pilar kedua adalah solidaritas, yaitu CU memberikan layanan keuangan yang mensejahterakan dan tidak memberatkan anggotanya. Pilar ketiga adalah pendidikan, dimana CU berkewajiban memberi pendidikan bagi anggotanya, seperti pengelolaan keuangan keluarga dan fasilitasi usaha rumah tangga. Pilar keempat adalah inovasi sebagai jalan menuju kemajuan yang berkelanjutan untuk semakin memenuhi tuntutan zaman. Kelima adalah persatuan, dimana CU berusaha memperkuat gerakan Credit Union sehingga semakin dapat memudahkan memperkuat sosial ekonomi semua anggota CU di Indonesia.

Salah satu kekhasan CU adalah lembaga ini memiliki fungsi sosial memberdayakan masyarakat miskin dan rentan miskin, sehingga dapat lebih produktif secara ekonomi (Siagian, 2020). CU bertujuan membangun dan mewujudkan keadilan sosial dan manusia bagi individu anggota dan masyarakat dimana CU berada dan bekerja. Layanan CU dapat dimanfaatkan oleh anggota yang mengalami kesulitan ekonomi untuk mengamankan konsumsi, mengatasi kondisi darurat, sumber modal untuk mencari peluang usaha, serta membayar pengeluaran penting seperti pendidikan dan pernikahan. Fungsi sosial inilah yang membedakan CU dengan lembaga koperasi lainnya karena tidak hanya berorientasi kepada profit semata, tapi juga kesejahteraan sosial.

CU yang menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah CU Pelita Usaha cabang Semarang. CU Pelita Usaha didirikan oleh seorang biarawati di Temanggung pada 1 April

2002. CU ini perlahan-lahan berkembang bersama masyarakat setempat dan memperoleh legalisasi sebagai badan hukum pada tahun 2006. Saat ini, CU yang berkantor pusat di Jl. Sri Suwarno No.1 Temanggung ini memiliki delapan cabang kantor pelayanan yang tersebar di Semarang, Bandungan, dan Parakan. Meskipun CU didasari semangat iman Katolik, namun CU adalah lembaga awam yang memiliki pegawai dan melayani anggota dari berbagai latar belakang sosial dan agama. CU Pelita Usaha memiliki Visi: Terwujudnya lembaga keuangan profesional dan inovatif berlandaskan prinsip-prinsip serta nilai-nilai luhur koperasi.

Pengabdian masyarakat ini merupakan sebuah tindak lanjut atas program pengabdian masyarakat yang telah kami lakukan pada semester ganjil 2020-2021. Pada pengabdian masyarakat sebelumnya, kami berfokus pada peningkatan literasi keuangan generasi muda dan pembangunan sikap positif terhadap CU. Pengabdian masyarakat sebelumnya menggunakan metode seminar ahli dan pelatihan goal setting. Pada pengabdian masyarakat kali ini, kami menggunakan pendekatan dan desain kegiatan yang sangat berbeda. Pengabdian masyarakat kali ini bertujuan untuk menstimulasi generasi muda agar mengetahui dan memahami CU dengan lebih mendalam secara mandiri.

2. Permasalahan Mitra

Generasi muda yang disasar dalam pengabdian masyarakat ini adalah generasi milenial dan generasi Z. Generasi muda sedang menjadi pusat perhatian dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat. Generasi milenial adalah mereka yang dilahirkan antara tahun 1980 sampai 2000 (saat ini berusia 20 sampai 40 tahun) dengan karakteristik-karakteristik khas dibandingkan generasi baby boomers dan generasi X sebelumnya (Kemenpppa, 2018). Menurut data Alvira (2020), generasi milenial adalah generasi yang sangat lekat dengan internet. Generasi milenial dapat menggunakan internet dengan durasi lebih dari tujuh jam per hari. Selain itu, loyalitas mereka pun tergolong rendah. Saat ada produk baru yang lebih menarik, generasi milenial akan dengan mudah berpaling. Di sisi lain Generasi Z adalah mereka yang lahir pada tahun 1995 sampai dengan 2010 (Syamsiyah, 2017). Banyaknya *role model* yang dimiliki membuat generasi Z memiliki ambisi besar untuk sukses. Selain itu, generasi Z menyukai pemecahan masalah yang lebih praktis dan enggan meluangkan waktu yang panjang untuk suatu masalah. Generasi Z suka dengan kebebasan, seperti kebebasan berpendapat, kebebasan berkreasi, kebebasan berekspresi, dan lain sebagainya. Generasi muda mampu bekerja dengan lebih cepat dan cerdas lantaran didukung oleh keberadaan teknologi. Perkembangan teknologi juga mendorong generasi muda memiliki kemampuan *multi-tasking*. Dalam bidang keuangan dan pengeluaran, generasi muda menunjukkan pengeluaran yang cukup tinggi di bidang telekomunikasi dan gaya hidup, mengalahkan pengeluaran untuk kebutuhan tabungan dan investasi.

CU, yang secara legal tergolong sebagai koperasi, merupakan salah satu pilar kunci perekonomian Indonesia karena dapat membantu masyarakat untuk mengembangkan usaha, meningkatkan pendapatan, serta memberikan pendidikan finansial kepada anggotanya (Ervina, 2019). CU dapat mewujudkan demokrasi ekonomi, yaitu kebersamaan dan gotong royong dalam perekonomian. CU memiliki risiko yang sangat minim untuk anggotanya karena manajemen CU dijalankan secara demokratis, dengan keanggotaan yang terbuka serta pengurus dan pengawas yang dipilih langsung oleh rapat anggota (Inkopdit, 2021) Namun demikian, kelangsungan CU sangat tergantung kepada partisipasi para anggotanya. Anggota yang berperan sebagai pemilik dan pengguna merupakan jantung CU. Tanpa keterlibatan anggota, CU tidak akan dapat berjalan dan bertahan. Sekretaris Kementerian Koperasi dan UKM, Rully Indrawan, mengatakan sektor koperasi harus bisa mengakomodasi kebutuhan dan karakter generasi muda agar dapat terus

eksis dalam perekonomian Indonesia (Prayogo, 2019). Jika kondisi ini tidak segera ditangani, CU akan ditinggalkan oleh generasi muda dan terancam mengalami kepunahan di Indonesia.

CU memiliki tantangan besar untuk menjangkit minat generasi muda di Indonesia untuk bergabung dengan CU (Prayogo, 2019). Apalagi, Indonesia akan memasuki masa bonus demografi selama rentang waktu 2020-2035 dimana komposisi penduduk Indonesia akan didominasi oleh generasi muda. Agar dapat bertahan, CU harus mampu menarik minat dan memenuhi tuntutan generasi muda yang butuh kepraktisan, kecepatan, dan efektivitas, namun tanpa mengurangi kualitas. Namun demikian, nyatanya CU berada dalam kondisi yang tidak sebaik badan keuangan lainnya (misalnya bank) karena masih banyak generasi muda yang kurang memahami kegiatan usaha CU maupun menaruh keraguan terhadap CU (Zulhartati, 2010). Menurut pengurus CU Pelita Usaha cabang Semarang, mereka mengalami kesulitan menarik minat generasi muda untuk bergabung dengan CU. Selama ini generasi muda menganggap bahwa CU adalah badan keuangan kecil yang kurang terpercaya dan diperuntukkan bagi orang tua. Meskipun CU Pelita Usaha sudah memulai inovasi layanan menggunakan aplikasi daring, penggunaannya oleh generasi muda masih sangat minim. Sejauh ini, proses sosialisasi kepada generasi muda hanya dilakukan anak-anak dari anggota CU, dan belum menjangkit cakupan yang lebih luas. Tantangan untuk menarik minat generasi muda harus mampu dijawab oleh CU agar organisasi ini dapat terus berjalan ke depannya.

HASIL DAN LUARAN

Pelaksanaan dan Peserta

Pengabdian masyarakat kali ini bertujuan untuk membuat generasi muda mengetahui dengan lebih mendalam tentang CU dan manfaat yang bisa diperoleh dari CU. Dengan memiliki pengetahuan yang lebih dalam tentang CU, diharapkan generasi muda menjadi tertarik untuk bergabung dengan CU, sehingga CU dapat terus berkembang di tengah tantangan zaman yang semakin dinamis. Salah satu tantangan terbesar dalam memberikan informasi dan mengajak generasi muda untuk bergabung dengan CU adalah memantik ketertarikan mereka untuk mengenal CU. Teori belajar eksperiensial (*experiential learning*) merupakan sebuah pendekatan yang sangat ampuh untuk mendorong terjadinya proses belajar, perkembangan, dan perubahan (Kolb D. A., 1984).

Menurut (Kolb A. Y., 2020), belajar eksperiensial dapat didefinisikan sebagai proses di mana pengetahuan diciptakan melalui kombinasi pemahaman dan transformasi pengalaman. Siklus dalam belajar eksperiensial meliputi empat langkah, yaitu: Pengalaman (*experiencing*), perenungan (*reflecting*), pemikiran (*thinking*), dan bertindak (*acting*). Belajar eksperiensial ini adalah proses pembelajaran yang diprakarsai oleh pengalaman konkret, yang menuntut refleksi, tinjauan dan pengambilan perspektif tentang pengalaman; kemudian berpikir untuk mencapai kesimpulan; mengarah ke keputusan untuk bertindak, terlibat dalam eksperimen aktif atau mencoba apa yang telah dipelajari.

Peserta yang mendaftar dalam perlombaan ini berjumlah 9 orang. Sedangkan, peserta yang mengumpulkan karyanya berjumlah 6 orang. Dari peserta yang mengumpulkan karya, peneliti membandingkan hasil pengukuran pada saat pendaftaran (*pre test*) dan pengumpulan karya (*post test*). Peserta perlombaan ini berusia antara 19 tahun hingga 22 tahun, sesuai dengan sasaran kegiatan ini yaitu generasi Z. Sebagian besar peserta merupakan mahasiswa atau pelajar di kota Semarang dan berasal dari berbagai paroki di kota Semarang. Data demografis dapat dilihat di tabel 1.

Tabel 1. Data Demografis Peserta Perlombaan

Peserta	Usia	Pekerjaan	Asal Paroki
Peserta 1	22	Mahasiswa	St. Theresia, Bongsari
Peserta 2	22	Mahasiswa	St. Theresia, Bongsari
Peserta 3	22	Mahasiswa	St. Perawan Maria Ratu Rosario Suci, Katedral
Peserta 4	22	Swasta	St. Yusuf, Gedangan
Peserta 5	18	Pelajar SMA	St. Theresia, Bongsari
Peserta 6	19	Pelajar SMA	St. Petrus, Sambiroto

Efektivitas keseluruhan program diukur dengan melihat perubahan sikap peserta lomba antara sebelum mengikuti lomba dan setelah mengikuti lomba. Perubahan sikap peserta diukur dengan alat ukur yang dikembangkan oleh peneliti (Tabel 2). Alat pengukuran sikap terdiri dari tujuh butir pernyataan yang mengukur sikap peserta terhadap Credit Union. Ketujuh butir pernyataan berbentuk skala Likert dengan 7 pilihan (sangat tidak sesuai - sangat sesuai).

Tabel 2. Butir pengukuran sikap dan mean

No	Kode	Bunyi Item	Mean	
			Sebelum	Setelah
1	CU_1	Saya sudah tahu tentang Credit Union	4,833	5,833
2	CU_2	Saya mengetahui syarat-syarat untuk menjadi anggota Credit Union	4,833	6,000
3	CU_3	Saya memiliki keinginan untuk bergabung menjadi anggota Credit Union	4,500	5,833
4	CU_4	Saya ingin mengajak orang dekat saya gabung jadi anggota Credit Union	5,000	6,333
5	CU_5	Menurut saya, bergabung dengan Credit Union adalah hal yang mudah	5,500	6,000
6	CU_6	Bergabung dengan Credit Union akan bermanfaat untuk saya	3,667	6,000
7	CU_7	Menurut saya, Credit Union memiliki fungsi yang penting di tengah masyarakat	3,000	6,000

Perbandingan sikap keseluruhan sebelum dan setelah perlombaan

Data sikap keseluruhan terdistribusi secara normal (lihat tabel 3), terbukti dengan hasil pengujian normalitas Shapiro-Wilk yang tidak signifikan ($W=0,902$; $p=n.s$). Oleh karena itu, peneliti menguji perbedaan mean sikap keseluruhan antara sebelum perlombaan dengan setelah perlombaan menggunakan pengujian parametrik student's T-test.

Tabel 3. Hasil Pengujian Normalitas

Variabel Demografis	Shapiro-Wilk Test	
	Statistic	Sig.
CU_1	0,814	0.078
CU_2	0,908	0.421
CU_3	0,920	0.505
CU_4	0,822	0,091

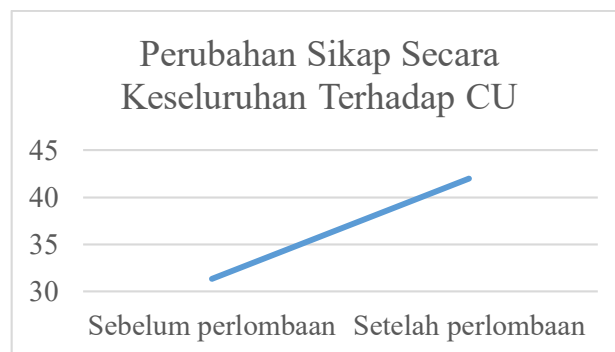
Variabel Demografis	Shapiro-Wilk Test	
	Statistic	Sig.
CU_5	0,827	0,101
CU_6	0,705	0,007
CU_7	0,814	0,078
Sikap terhadap CU	0,902	0,384

Seperti dapat dilihat pada tabel 4, mean sikap keseluruhan para peserta setelah mengikuti perlombaan ternyata lebih tinggi daripada mean sikap keseluruhan sebelum perlombaan. Perbedaan mean tersebut terkonfirmasi secara statistik ($T=-3,858$; $p<0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan mean sikap keseluruhan antara sebelum perlombaan dengan setelah perlombaan. Setelah mengikuti perlombaan, peserta memiliki sikap yang lebih positif terhadap CU dibandingkan sebelum mengikuti perlombaan.

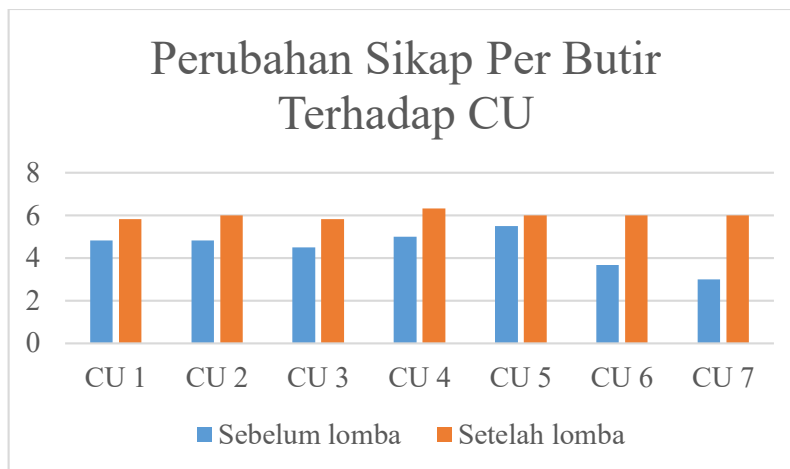
Apabila meninjau setiap butir pertanyaan, enam dari tujuh butir pernyataan juga menunjukkan perubahan yang signifikan secara statistik. Perlombaan ini terbukti dapat meningkatkan pemahaman generasi muda tentang CU secara keseluruhan ($T=-2,236$; $p<0,05$) maupun syarat-syarat menjadi anggota CU ($T=-2,445$; $p<0,05$). Keinginan peserta untuk mendaftarkan diri menjadi anggota CU pun meningkat setelah perlombaan ini ($T=-2,000$; $p<0,05$). Selain itu, setelah mengikuti perlombaan ini, peserta menjadi semakin sadar akan manfaat yang dapat diberikan CU kepada diri mereka sendiri ($T=-3,070$; $p<0,05$) maupun kepada masyarakat secara luas ($T=-6,708$; $p<0,01$). Hasil analisis yang baik ini menandakan bahwa perlombaan desain infografis yang diadakan sangat efektif untuk meningkatkan pemahaman dan sikap positif peserta terhadap CU.

Tabel 4. Hasil uji beda mean sikap peserta sebelum dan setelah perlombaan

	Pre test		Post test		Statistic	p
	M	SD	M	SD		
CU_1	4,833	0,983	5,833	1,169	-2,236	0,038
CU_2	4,833	0,983	6,000	0,632	-2,445	0,029
CU_3	4,500	0,643	5,833	0,983	-2,000	0,041
CU_4	5,000	0,894	6,333	0,516	-4,000	0,005
CU_5	5,500	0,378	6,000	0,632	-1,000	0,182
CU_6	3,667	1,506	6,000	0,632	-3,070	0,014
CU_7	3,000	1,095	6,000	0,632	-6,708	<0,001
Sikap terhadap CU	31,333	6,470	42,000	4,817	-3,858	0,006



Gambar 1. Diagram perubahan sikap peserta perlombaan



Gambar 2. Diagram perubahan sikap setiap butir peserta perlombaan

Analisis Kualitatif

Metode *experiential learning* yang digunakan dalam pengabdian ini memiliki efek yang positif terhadap pengetahuan peserta mengenai Credit Union. Metode ini mendorong peserta untuk mencari tahu sendiri informasi tentang CU, lalu menyebarkan informasi yang mereka peroleh melalui *platform* media sosial. Sehingga tidak hanya peserta yang mendapatkan pengetahuan baru tentang CU, tapi juga orang-orang yang mengikuti peserta di media sosial. Pemahaman peserta ini dapat dilihat dari isi kuesioner yang diberikan setelah peserta mengumpulkan karya, lalu dibandingkan dengan isi kuesioner yang diisi oleh peserta sebelum mengumpulkan karya. Sehingga apabila ada perubahan pengetahuan, dapat ditarik kesimpulan bahwa perubahan itu benar-benar disebabkan karena peserta secara aktif mencari informasi mengenai CU.

Perubahan pemahaman peserta mengenai CU secara umum dapat dilihat pada tabel 5. Pada tabel ini dapat dilihat bahwa sebelum mengikuti lomba pengetahuan peserta seputar CU terbatas pada “lembaga simpan pinjam yang serupa dengan koperasi”. Setelah mengikuti lomba, peserta jadi mengetahui bahwa CU memiliki perbedaan dengan koperasi pada umumnya. Peserta juga mengetahui tentang sejarah dan kantor pusat CU.

Tabel 5. Pemahaman Peserta tentang CU Secara Umum

Peserta	Sebelum mengikuti perlombaan	Setelah mengikuti perlombaan
Peserta 1	Yang saya tahu Credit Union merupakan sebuah koperasi.	Credit Union ternyata sudah lama dibangun sekitar abad-19. Namun, mungkin masih beberapa orang yang belum tahu tentang CU ini. CU sendiri ternyata kantor pusatnya berada di Temanggung dan sudah memiliki 6 cabang sendiri. Di Semarang terdapat 2 cabang, Bandungan 1 cabang, Parakan 1 cabang, Sukorejo, dan Kandangan juga masing-masing 1 cabang. Selain itu pinjaman serta simpanan yang ada di CU bermacam-macam. Terdapat simpanan pokok, simpanan wajib, sibuhar, sisuka, simapan, pantasi, sisuka plus, dan sinta. Pinjamannya pun

Peserta 2	CU adalah koperasi simpan pinjam yang melibatkan beberapa gereja sekaligus dan menyediakan fasilitas pinjaman.	berbagai macam salah satu contohnya pinjaman mandiri. Adapun sarana solidaritas dari CU yaitu Sehati, Daperma, dan terdapat juga dana sosial. CU adalah kospin semacam LKM/koperasi yang dalam ranah ekonomi perannya cukup penting untuk memajukan kesejahteraan sosial dengan pinjaman berbunga tidak tinggi. Credit Union merupakan lembaga keuangan berbentuk koperasi yang dimiliki sendiri oleh anggotanya sehingga anggotanya dapat menentukan arah keberlangsungan koperasi. CU memiliki biaya yang tergolong rendah, suku bunga yang tinggi dan layanan yang lebih personal daripada bank. CU adalah lembaga keuangan mikro di bidang simpan pinjam yang bertujuan untuk menyejahterakan anggotanya. CU mempunyai makna Kumpulan Orang Orang yang saling Percaya dalam suatu ikatan pemersatu dan sepakat menabungkan uang mereka, sehingga tercipta modal bersama untuk dipinjamkan kepada anggota dengan tujuan produktif dan kesejahteraan.
Peserta 3	Koperasi kredit	
Peserta 4	Koperasi, menabung, pinjaman	
Peserta 5	Koperasi, pinjaman	

Pengetahuan peserta mengenai syarat-syarat bergabung dengan CU juga semakin lengkap setelah mereka mengikuti lomba ini. Hal ini dapat dilihat pada tabel 6. Apabila sebelumnya peserta hanya bisa menjawab dengan syarat-syarat yang umum, seperti membawa KTP/kartu identitas lainnya dan mengisi formulir, setelah mengikuti lomba peserta jadi memiliki pengetahuan yang lebih detail. Tidak hanya dengan membawa KTP/kartu identitas dan mengisi formulir, peserta juga harus bersedia mematuhi AD/ART dan aturan CU. Peserta juga jadi tahu bahwa mereka bisa datang langsung ke kantor CU terdekat atau mengirim e-mail pendaftaran untuk menyelesaikan proses pendaftaran menjadi anggota.

Tabel 6. Pemahaman Peserta tentang Syarat-Syarat Menjadi Anggota CU

Peserta	Sebelum mengikuti perlombaan	Setelah mengikuti perlombaan
Peserta 1	Membawa pas foto, FC Kk dan KTP, mengisi formulir	Mengisi formulir keanggotaan dengan pinjaman anggota kopdit. Melampirkan kelengkapan data : - Fotocopy KTP 1 lembar - Fotocopy KK 1 lembar - 2 lembar pas foto berwarna ukuran 3x4
Peserta 2	Belum tau	Mengisi formulir pendaftaran Menyediakan berkas dan identitas
Peserta 3	Fotokopi KTP/KK Mengisi formulir	Mengisi formulir Fotokopi KTP dan KK Pas foto

Peserta 4	Mengisi pendaftaran	Bersedia mematuhi AD/ART, Pola Kebijakan, dan Aturan Khusus CU Mengisi form pendaftaran yang berisikan fotocopy KTP, fotokopi KK, dan foto calon anggota lalu dikirim ke email: pelitausaha_tmg@yahoo.com atau ke kantor cabang terdekat
Peserta 5	Mengisi formulir untuk menjadi anggota, menyetujui semua S&K yang berlaku	Mengisi form pendaftaran dan melengkapi berkas

Sementara tabel 7 menunjukkan perubahan pengetahuan peserta terkait manfaat yang didapat apabila menjadi anggota CU. Secara umum, sebelum mengikuti lomba, yang diketahui peserta mengenai manfaat bergabung dengan CU adalah untuk menabung dan mendapatkan pinjaman. Setelah mengikuti lomba peserta mendapatkan pengetahuan tambahan. Apabila mereka menabung di CU, maka mereka juga dapat membantu anggota CU lainnya untuk mendapatkan pinjaman modal. Selain itu anggota juga tidak hanya mendapatkan pinjaman tetapi juga mendapatkan wawasan mengenai cara mengolah uang pinjaman tersebut.

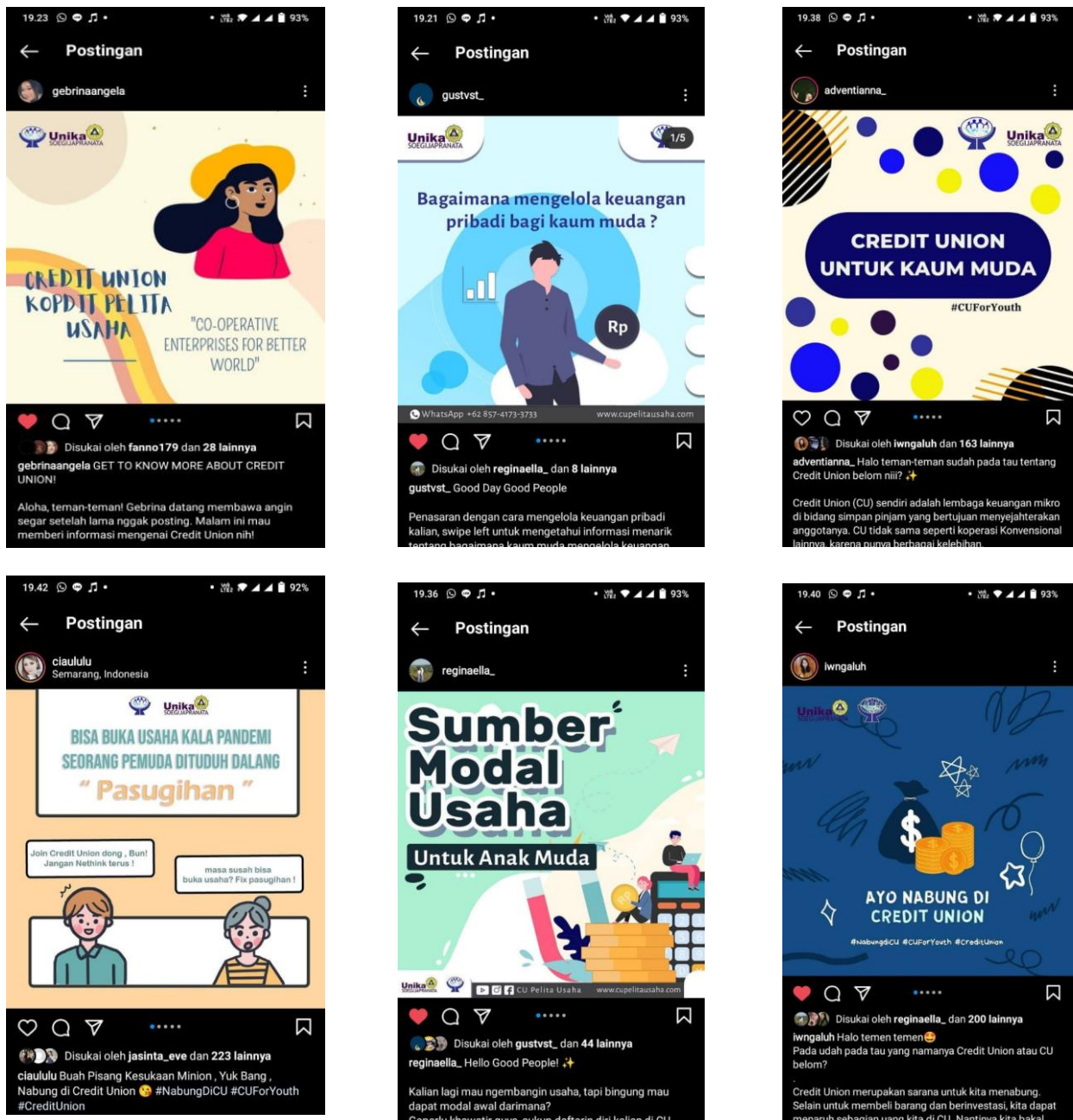
Tabel 7. Pemahaman Peserta tentang Manfaat Menjadi Anggota CU

Peserta	Sebelum mengikuti perlombaan	Setelah mengikuti perlombaan
Peserta 1	Bisa mendapatkan pinjaman modal dengan bunga kecil.	Mampu mengubah mindset kita terhadap menabung dan meminjam. Ternyata dengan bergabung CU ini kita justru bisa mengolah kembali uang yang kita miliki dan bisa juga untuk membantu sesama. Serta segala proses yang dilakukan sangat mudah dengan pelayanan yang sudah ada kita semakin dibantu juga.
Peserta 2	Menambah relasi dan kaitan kemitraan dengan gereja lain. Memperoleh dana tambahan.	Menambah kemitraan dengan anggota CU. Mendapatkan tambahan dana atau secondary fund yang menguntungkan disisi lain memiliki tabungan dalam bentuk baru.
Peserta 3	jadi lebih rutin nabung	Sarana untuk menabung dapat mengubah pola pikir serta kebiasaan (dari yang sebelumnya jarang menabung menjadi rutin menabung)
Peserta 4	Mudah untuk menyimpan dan meminjam uang	Dapat menjadi sarana menabung dan meminjam untuk usaha modal awal
Peserta 5	Mendapat pinjaman modal	Bisa melakukam simpanan dan pinjaman, serta mendapat edukasi terkait keuangan

Lomba poster ini mewajibkan peserta untuk membagikan pengetahuan yang telah mereka dapatkan terkait CU ke media sosial masing-masing (instagram). Sehingga yang mendapatkan pengetahuan tentang CU bukan hanya peserta, tetapi juga pengikutnya. Gambar 3 menunjukkan

jumlah *likes* pada postingan peserta tentang CU. Jumlah *likes* tersebut mengindikasikan jumlah minimal dari pengikut yang melihat dan membaca postingan peserta lomba.

Gambar 3 menunjukkan bahwa ada peserta yang banyak mendapatkan *likes*, yaitu sebanyak 224 *likes*. Tapi ada juga peserta yang hanya mendapatkan sedikit *likes*, yaitu 9 *likes*. Namun setelah ditelusuri, peserta tersebut ternyata memang tidak memiliki banyak pengikut di Instagram. Sehingga jumlah *likes* di postingannya dapat dimaklumi. Jumlah *likes* ini menunjukkan bahwa informasi yang dibawakan dalam bentuk infografis dapat menarik minat dan perhatian dari pengguna media sosial instagram.



Gambar 3. Jumlah Likes Peserta

Keberhasilan kegiatan ini menunjukkan bahwa metode belajar eksperiensial, yaitu melalui pengalaman konkret, refleksi, dan pengambilan keputusan untuk bertindak dapat secara efektif meningkatkan pengetahuan dan mengubah mindset generasi milenial terhadap CU. Meskipun kami tidak mengukur dan memetakan secara detil proses belajar eksperiensial, seperti perenungan (*reflecting*), pemikiran (*thinking*), dan bertindak (*acting*) yang dialami peserta, namun output yang dihasilkan telah cukup menggambarkan bahwa pemahaman dan sikap peserta berubah secara signifikan setelah mengikuti kegiatan ini. Berdasarkan hasil pre-test, di awal lomba peserta belum memiliki pengetahuan yang cukup tentang CU. Dengan mendesain dan membuat poster, peserta “dipaksa” untuk mencari informasi sebanyak-banyaknya tentang CU secara mandiri. Mereka mendapat pengalaman secara langsung untuk mencari, memikirkan, dan mengonstruksi informasi-informasi yang diperoleh tentang CU. Kondisi ini sesuai dengan pendekatan belajar eksperiensial karena individu didorong untuk secara langsung melibatkan diri dalam pengalaman. Pemahaman tersebut tidak hanya terkait isu general, namun juga informasi detil tentang keanggotaan dan kegiatan yang dilakukan oleh CU. Hal ini terbukti dari pengetahuan peserta tentang syarat-syarat bergabung menjadi anggota CU yang meningkat setelah mengikuti kegiatan (M=4,833 menjadi M=6,000). Selain itu, keinginan peserta untuk bergabung menjadi anggota CU juga meningkat setelah mengikuti kegiatan (M=4,500 menjadi M=5,833).

PELAKSANAAN KEGIATAN DAN EVALUASI

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan lomba infografis ini dilaksanakan sesuai dengan linimasa yang telah disusun. Panitia mulai membuka pendaftaran peserta dari tanggal 28 Juni sampai dengan 15 Mei 2021. Pada saat pendaftaran ini, peserta mengisi beberapa pertanyaan sebagai pre tes dalam pengabdian ini. Pada akhir masa pendaftaran, jumlah peserta yang mendaftar ada 10 orang orang muda yang berasal dari berbagai paroki di Kota Semarang. Kondisi ini sesuai dengan target yang ditetapkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Panitia melakukan technical meeting untuk menjelaskan peraturan dan penilaian lomba pada tanggal 16 Mei 2021. Technical meeting dapat dihadiri oleh seluruh pendaftar lomba.

Masa pembuatan infografis ditetapkan sejak tanggal 17 Mei hingga 29 Mei 2021. Peserta dibebaskan membuat infografis menggunakan media apapun. Pada tanggal 30 Mei 2021, peserta diminta mengumpulkan karya mereka. Pada saat pengumpulan, peserta sekaligus mengisi beberapa pertanyaan sebagai post test. Peserta juga diwajibkan memposting karya mereka dari tanggal 30 Mei sampai 4 Juni 2021 di Instagram pribadi mereka sebagai upaya untuk mempromosikan informasi penting tentang CU kepada teman-teman orang muda lainnya. Pada saat pengumpulan kegiatan, peserta yang mengumpulkan karya berjumlah 6 orang. Empat orang mengundurkan diri dikarenakan mereka ingin focus melaksanakan Ujian Akhir Semester di sekolah mereka.

Proses penilaian karya dilakukan oleh dua orang juri pada tanggal 3 Juni sampai 5 Juni 2021. Juri pertama adalah Ryan Nababan, S.Sn., M.Sn. yang merupakan dosen program studi Desain Komunikasi Visual Unika Soegijapranata. Dosen kedua merupakan perwakilan dari CU, yaitu Bapak Iwan Setiyo Aji. Kedua dosen dipilih agar proses penilaian dapat ditinjau dari segi estetika dan substansi materi infografis. Pada tanggal 6 Juni 2021 panitia mengumumkan 3 orang pemenang lomba infografis melalui media sosial Fakultas Psikologi Unika Soegijapranata. Juara 3 diraih oleh peserta dengan nama Adventianna Ruem C, juara 2 diraih oleh peserta atas nama Lidwina Pragnahita Galuh Lagaida, dan juara 1 diraih oleh peserta atas nama Regina Ella

Setyandari. Juara 1 mendapatkan hadiah sebesar Rp.1.000.000 dan sertifikat, juara 2 mendapatkan hadiah sebesar Rp.500.000 dan sertifikat, dan juara 3 mendapatkan hadiah sebesar Rp.300.000 dan sertifikat.

Pembagian kerja dari tim pengabdian adalah sebagai berikut:

Bartolomeus Yofana Adiwena	Ketua pengabdian	Koordinasi teknis lomba
Eugenius Tintus Reinaldi	Anggota pengabdian	Koordinasi dalam technical meeting
Lucia Trisni Widianingtanti	Anggota pengabdian	Koordinasi dengan tim juri
Elizabeth Dhea	Anggota pengabdian	Koordinasi dengan peserta lomba

Evaluasi

Secara umum, kegiatan ini berjalan dengan lancar dan tujuan yang ditetapkan juga dapat tercapai dengan baik. Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan generasi muda tentang CU dan intensi mereka untuk bergabung dengan CU, serta menyebarkan informasi tentang CU secara lebih luas dan masif melalui media sosial peserta lomba. Salah satu indikator bahwa tujuan program ini tercapai adalah meningkatnya pengetahuan peserta tentang syarat-syarat bergabung menjadi anggota CU setelah mengikuti kegiatan (M=4,833 menjadi M=6,000), serta meningkatnya keinginan peserta untuk bergabung menjadi anggota CU setelah mengikuti kegiatan (M=4,500 menjadi M=5,833). Pelebaran informasi juga cukup baik karena informasi tentang CU yang disebarkan di media sosial peserta memperoleh apresiasi/like dari ratusan orang.

Namun demikian, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan. *Pertama*, terkait jumlah pendaftar yang tidak terlalu banyak. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan masih kurang masif dan efektif. Pada kegiatan-kegiatan selanjutnya, khususnya yang melibatkan generasi muda, promosi kegiatan mungkin dapat dilakukan secara lebih masif dan aktif, yaitu dengan cara menjemput bola, menghubungi yang potensial. *Kedua*, terkait beberapa peserta yang sudah mendaftar namun mengundurkan diri saat pengumpulan karya. Pada kegiatan pengabdian ini, panitia tidak memperhitungkan tentang agenda atau aktivitas yang dimiliki oleh peserta yang ditargetkan, khususnya dari siswa SMA. Pada saat pengumpulan, banyak peserta yang mengundurkan diri karena harus fokus menghadapi ujian akhir semester. Kegiatan lainnya yang melibatkan peserta dari kalangan pelajar atau mahasiswa sebaiknya memperhitungkan juga jadwal atau masa-masa dimana mereka akan menjadi sibuk dengan urusan akademiknya. Dengan demikian, diharapkan jumlah pendaftar yang mengundurkan diri dapat diminimalisir.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvara, 2020. *Indonesia Gen Z Anda Millennial Report 2020: The Battle Of Our Generation*, Jakarta: Alvara.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. Badan Pusat Statistik. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Ervina, 2019. *Koperasi di Indonesia dan Perannya dalam Perekonomian*. [Online] Available at: <https://www.talenta.co/blog/insight-talenta/koperasi-indonesia/> [Accessed 8 Oktober 2020].
- Inkopdit. (2021, Maret 27). *Pilar Credit Union*. Retrieved from <https://cucoindo.org/lima-pilar-credit-union/>
- Kempppa, 2018. *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*, Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Kolb, D. A., 1984. *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. New Jersey: Prentice-Hall.

- Kolb, A. Y., 2020. *What Is Experiential Learning?*. [Online] Available at: <https://experientiallearninginstitute.org/resources/what-is-experiential-learning/> [Accessed 12 Maret 2021].
- Moon, J., 2004. *A Handbook of Reflective and Experiential Learning: Theory and Practice*. London: Routledge Falmer.
- Prayogo, C., 2019. *Wajah Koperasi di Mata Milenial*. [Online] Available at: <https://www.wartaekonomi.co.id/read252435/wajah-koperasi-di-mata-milenial> [Accessed 8 Oktober 2020].
- Siagian, S. (2020, April 23). *Credit Union Di Indonesia, apakah Memperjuangkan Kebutuhan Anggota?* Retrieved from <https://cucoindo.org/2020/04/23/credit-union-di-indonesia-masihkah-memperjuangkan-kebutuhan-anggota/>
- Syamsiyah, M. N., 2017. *7 Karakteristik Generasi Z yang Perlu Kamu Tahu*. [Online] Available at: <https://kumparan.com/kumparannews/7-karakteristik-generasi-z-yang-perlu-kamu-tahu/full> [Accessed 12 Maret 2021].
- Zulhartati, S., 2010. Peranan Koperasi dalam Perekonomian Indonesia. *Guru Membangun*, 25(3), pp. 1-7.