



PENGEMBANGAN DIGITALISASI KOPERASI DAN UMKM KOTA MALANG DALAM PENGEMBANGAN PRODUK TINGKAT NASIONAL

Agus Wiastono, Koslani

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Koperasi Malang, Indonesia
e-mail: aguswiastono@stiekop.com, koslani@stiekop.ac.id

Correspondence: aguswiastono@stiekop.com

Abstract

Purpose –

Efforts are being made to win business competition, specifically through digital transformation. Cooperative platforms must have attractive and unique features because the system in cooperatives is different from other business entities where cooperatives have unique characteristics, namely members as owners and customers, which is called dual identity.

Design/methodology/approach –

Participants in this study involved one of the cooperatives in Malang Regency that has been engaged in production cooperatives with various types of business and has used digital in the implementation process. The data in this study uses primary and secondary data obtained directly through interviews and literature studies.

Findings –

The impact obtained is an increase in the welfare of cooperative members due to the use of cooperative digital services. The transformation of digital products provided by cooperatives into cooperative member capabilities (which are influenced by conversion factors) and the translation process from capabilities into functions that support the activities of cooperative members before finally having a positive impact on the welfare of cooperative members. For cooperatives that want the digitalization of their services to lead to increased member welfare, they should pay attention to this process.

Research limitations/implications –

Cooperatives are very open to implementing cooperative digitalization with the note that they must be accompanied intensively because cooperatives in Indonesia are still not used to using sophisticated technologies. Assistance through the government by the local Cooperative and SME Service has been carried out, but the effects given are only temporary because there is no follow-up by the local Cooperative and SME Service.

Originality/value –

Digitalization of cooperatives is only one of the efforts to advance cooperatives, but in advancing cooperatives, a very strong commitment is needed from supervisors, administrators, management, and cooperative members in advancing cooperatives through their participation in utilizing cooperative services and also conveying their aspirations as owners for the sustainable progress of cooperatives.

Keyword : Digitalization, cooperatives, SME

Paper type : Case Study

ARTICLE INFO

Article History:

Received 10 Aug 2024

Revised 27 Aug 2024

Accepted 29 Sept 2024

Available online 01 Oct 2024

I. INTRODUCTION

Pandemi *covid-19* di Indonesia memaksa semua sektor usaha untuk bertransformasi dari transaksi tunai menjadi transaksi digital sebagai salah satu usaha untuk mengurangi penyebaran virus. Saat ini Indonesia telah memasuki masa pasca pandemi *covid-19*, segala kegiatan transaksi perlahan-lahan kembali normal, namun terdapat perbedaan dibandingkan sebelum masa pandemi, dimana transaksi digital menjadi salah satu alternatif sebagai alat tukar-menukar dan dinilai lebih praktis dibandingkan dengan transaksi tunai. Transformasi digital tidak hanya terletak pada kegiatan transaksi, namun juga terdapat pada kegiatan manajemen, diantaranya:

1. *Cloud Computing* tidak mengharuskan pekerja datang ke kantor untuk mengerjakan pekerjaannya;
 2. Presensi kehadiran cukup menekan tombol “hadir” pada gawai tanpa harus menempel jari pada *fingerprint* atau tanda tangan di kantor;
 3. Penyusunan laporan keuangan menjadi lebih mudah dengan menggunakan aplikasi-aplikasi pendukung seperti *microsoft excel*, *MYOB Accounting*, *accurate*, *zahir accounting*, dan masih banyak yang lainnya tanpa harus mencatat laporan secara tertulis pada buku besar;
 4. Laporan penjualan telah terintegrasi antara pekerja dan manajer;
 5. dan masih banyak kegiatan-kegiatan manajemen yang telah menggunakan digital.
- Pada penerapan awal, para pengguna dihadapkan dengan kebingungan untuk menggunakan aplikasinya yang disebabkan oleh berbagai faktor-faktor seperti:
1. Pengguna belum mengerti dasar-dasar dalam pengoperasian aplikasi;
 2. Pengguna belum mengerti dasar-dasar sistematika pelaporan pekerjaan, misalnya pengguna menggunakan aplikasi *accurate* tetapi belum mengerti dasar-dasar akuntansi; dan
 3. Pengguna tidak dibekali dalam pengoperasian aplikasi oleh pengembang aplikasi (*developer*).

Dari beberapa faktor tersebut hanya terjadi saat pertama menggunakannya, namun lama-kelamaan para pengguna hanya membutuhkan waktu dalam menguasai aplikasi tertentu. Koperasi sebagai salah satu badan usaha yang berorientasi pada pelayanan kepada anggota (Sugiyanto, 2021) harus mampu berupaya memenangkan persaingan dengan badan usaha yang lain. Salah satu upaya dalam memenangkan persaingan usaha yaitu dengan bertransformasi digital. Menurut Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki (dalam Tempo, 2022) transformasi digital Koperasi dan UKM sebagai salah satu upaya untuk bertahan, bangkit, hingga memenangkan persaingan di tengah pandemi *covid-19*. Saat ini di Indonesia sudah memiliki 16,9 juta UMKM yang telah terhubung dengan sistem digital termasuk koperasi. *Platform* koperasi harus memiliki fitur-fitur yang menarik serta unik, dikarenakan sistem pada koperasi berbeda dengan badan usaha yang lain di mana koperasi memiliki ciri khas yaitu anggota sebagai pemilik serta pelanggan yang disebut dengan *dual identity*. Menurut Ramudi Ariffin (2003) prinsip *dual identity* anggota koperasi dapat dijadikan sebagai ciri pembeda yang hakiki dari koperasi terhadap bentuk organisasi/perusahaan non koperasi.

Platform koperasi seperti yang telah diuraikan harus mampu menyesuaikan dengan kebutuhan koperasi, sehingga fitur-fiturnya tidak bisa disamakan dengan *platform-platform* usaha yang lainnya. Di Indonesia, telah banyak perusahaan IT yang menawarkan aplikasi- aplikasi yang diperuntukkan koperasi secara *default* (fitur dasar) seperti *smartcoop*, *softkop*, *koperasiku*, *KSP Versi 1.2*, *koperasi accurate accounting software 5*, dan yang lainnya. Cara pengoperasian dari masing-masing aplikasi berbeda-beda dari yang termudah sampai tersulit, termurah sampai termahal, dan terlengkap sampai ringkas. Sebaik-baiknya suatu aplikasi tetap tidak akan berguna jika pengunannya tidak mengerti dalam menggunakannya. Berbagai perilaku pengguna dalam menerapkan aplikasi koperasi sangat bervariasi dari yang sangat jarang sampai dengan sangat sering dalam menggunakannya. Menurut BPS (2021) Jawa Barat merupakan provinsi yang memiliki koperasi terbanyak kedua di Indonesia sebanyak 15.621 koperasi setelah Jawa Timur dengan jumlah koperasi sebanyak 22.845 koperasi. Dengan banyaknya jumlah koperasi telah semestinya koperasi di Jawa Barat telah melaksanakan digitalisasi koperasi sesuai dengan instruksi Menteri Koperasi dan UKM Indonesia. Berbagai pembekalan serta pendampingan digitalisasi koperasi di Jawa Barat juga telah dilaksanakan melalui Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat (DISKUK Jabar) dan masing-masing dinas koperasi daerah kabupaten/kota. Dari beberapa pembekalan serta pendampingan yang telah disebutkan, perilaku koperasi dalam

mengadopsi teknologi digital sangat bervariasi sehingga dibutuhkan kajian khusus mengenai hal tersebut.

II. METHODS

Dalam penelitian hal ini merupakan penelitian kualitatif dengan rancangan berbentuk fenomenologi untuk memaparkan pelaksanaan pengembangan digitalisasi pengembangan koperasi sebagai kekokohan ekonomi kerakyatan. Subjek penelitian ini adalah nasabah koperasi, pengurus koperasi tersebut. Metode yang diangkat adalah studi pustaka dan pengumpulan informasi merupakan teknik penghimpunan data yang digunakan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti sendiri dan dengan bantuan orang lain merupakan penghimpun data utama. Pengambilan data diambil ketika peneliti melaksanakan program observasi dengan melaksanakan pengamatan terkait fenomena dan budaya yang telah terjadi. pengujian keabsahan data yang digunakan yaitu triangulasi sumber dan metode. Metode analisis data dimana menggunakan suatu metode analisis interaktif yaitu melalui penghimpunan, reduksi, penyajian, dan penarikan resolusi data dari hasil telaahan pustaka, pengamatan, serta penghimpunan informasi terkait penerapan digitalisasi koperasi dengan menyajikan data dalam bentuk uraian.

III. RESULTS AND DISCUSSION

Mengukur perilaku para pengguna aplikasi dapat menggunakan model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) yang diusulkan oleh Venkatesh pada tahun 2003. Model ini mengukur ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi, dan minat dalam memanfaatkan.

- a. Ekspektasi kinerja terukur dari kemudahan, produktivitas, manfaat, pengalaman, dan efisiensi.
 - Aplikasi koperasi yang ditawarkan di Jawa Barat menurut beberapa sumber koperasi yang telah menerapkan digitalisasi terbilang mudah dioperasikan dikarenakan fitur-fitur yang ditampilkan tidak serumit yang diperkirakan, namun terdapat beberapa koperasi yang merasa kesulitan dalam mengoperasikannya dikarenakan koperasi belum terbiasa menggunakan teknologi digital serta kebanyakan koperasi ini terdapat di pelosok. Oleh karenanya, pihak pengembang harus lebih intens dalam mensosialisasikan serta mendampingi koperasi-koperasi seperti ini dan sifat transaksinya tidak cukup hanya dengan memberikan program aplikasi kemudian hubungannya selesai, tetapi sifatnya secara berkelanjutan dikarenakan jika ada kendala pada aplikasi maka pihak pengembang harus siap melayani dalam menangani keluhan koperasi.
 - Produktivitas yang dialami oleh koperasi beraneka-ragam, ada yang produktivitasnya meningkat dan masih sama saat tidak menggunakan teknologi digital. Hal ini disebabkan pengetahuan serta motivasi koperasi dalam menggunakannya, dikarenakan koperasi (dalam hal ini pekerja) telah merasa nyaman melakukan pekerjaan tanpa teknologi digital, karena menurut mereka teknologi digital hanya sebatas aktivitas hiburan dan komunikasi saja seperti melakukan aktivitas media sosial dan *whatsapp*. Jika mengikuti beberapa kajian yang telah dilakukan memang seharusnya dengan mengaplikasikan teknologi digital akan mampu meningkatkan produktivitas perusahaan atau individu, namun pada faktanya hal tersebut benar-benar terjadi di beberapa daerah, salah satunya Jawa Barat.
 - Manfaat yang diberikan dengan adanya aplikasi ini menurut beberapa koperasi sangat banyak, mulai dari promosi koperasi yang sebelumnya melalui *leaflet*/brosur sekarang dapat memanfaatkan *website*, pemasaran yang sebelumnya secara konvensional sekarang melebarkannya dengan *e-commerce*, pembayaran yang sebelumnya tunai menjadi pembayaran digital, proses pencatatan administrasi melalui buku menjadi catatan digital melalui komputer atau gawai.
 - Pengalaman (*experience*) dalam teknologi informasi merupakan pengalaman pengguna saat mengakses suatu *website* atau aplikasi produk digital, dalam hal ini adalah digital koperasi. Pengalaman yang dialami oleh pengguna dalam mengakses digital koperasi sangat bervariasi tergantung dari produk yang digunakan serta kompleksitas yang ditawarkan oleh produk tersebut. Suatu produk digital yang baik adalah produk yang mengarah kepada *human-centered* atau berpusat pada pengguna, dikarenakan yang mengakses produk tersebut

adalah manusia sebagai pengguna, bukan robot maupun sejenisnya. Produk-produk digital koperasi yang ditawarkan saat ini telah banyak memberikan pengalaman yang baik kepada para penggunanya jika dibandingkan sebelum adanya penerapan digital koperasi. Telah banyak produk-produk yang ditawarkan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan koperasi tersebut.

- b. Ekspektasi usaha terukur dari efektivitas. Digitalisasi koperasi memberikan pengaruh yang besar dalam menunjang semua proses perkoperasian mulai dari hulu ke hilir. Ambillah contoh saat seseorang mendaftar menjadi anggota koperasi cukup mendatanya melalui aplikasi koperasi tanpa harus ke kantor, sedangkan seleksi diterima atau ditolak akan diumumkan oleh koperasi melalui aplikasi tersebut.
- c. Faktor sosial terukur dari dorongan rekan sejawat, dorongan instansi, dan dorongan untuk meningkatkan manfaat koperasi. Dorongan yang diberikan kepada koperasi untuk digitalisasi memang utamanya berasal dari Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM, namun tidak sedikit koperasi yang memang ingin meningkatkan persaingannya dan benar-benar sadar harus melakukan digitalisasi koperasi sehingga koperasi harus bertransformasi dari konvensional menjadi digital.
- d. Kondisi yang memfasilitasi terukur dari kemampuan pengoperasian, kesempatan pengoperasian, dan keterampilan IT.
 - Di Jawa Barat, kemampuan koperasi dalam mengoperasikan aplikasi koperasi masih minim dikarenakan beberapa koperasi belum terbiasa melakukan proses digitalisasi seperti menyusun dokumen dan laporan keuangan dengan komputer, interaksi rapat melalui daring, proses pengunggahan dokumen melalui internet, pembayaran melalui *fintech*. Selain belum terbiasa, rata-rata para manajemen yang mengelola koperasi bukanlah orang-orang yang tergolong muda dan terbiasa dengan teknologi, akan tetapi kebanyakan masih berumur sehingga memerlukan pelayanan secara intensif dari para pengembang aplikasi untuk mendampingi koperasi-koperasi tersebut. Koperasi-koperasi yang sudah mahir dalam mengoperasikan digitalisasi biasanya koperasi-koperasi yang terdapat pada perusahaan-perusahaan besar seperti Koperasi Astra International dan KOPKAR PT Chitose International.
 - Kesempatan pengoperasian masih terpusat pada daerah perkotaan seperti Kota Bandung, Cimahi, Bogor, dan sekitarnya. Di daerah pelosok masih jarang mendapatkan kesempatan untuk menggunakan digital koperasi bukan dikarenakan Dinas Koperasi setempat tidak peduli dengan perkembangan koperasi, akan tetapi jaringan yang buruk pada daerah tersebut sehingga untuk menyalahi hal tersebut koperasi hanya menerapkan digital koperasi di internalnya saja, dalam hal ini manajemen koperasi.
 - Keterampilan IT dalam koperasi terbilang cukup untuk mengoperasikan aplikasi koperasi dikarenakan penggunaannya sangat mudah. Sehingga yang perlu ditingkatkan adalah keterampilan koperasi mengenai akuntansi, pembukuan, dan hal-hal sejenisnya yang terintegrasi dengan digital koperasi.
- e. Minat dalam memanfaatkan terukur dari dukungan pimpinan dan keinginan diri sendiri. Minat koperasi dalam menerapkan digitalisasi terbilang sangat tinggi, masalahnya hanya terletak pada realisasi penerapan digitalisasi dikarenakan beberapa hal seperti kesiapan para manajemen dan anggota, biaya investasi yang tidak sedikit, dan ketakutan para manajemen jika sewaktu-waktu aplikasi tidak dimanfaatkan lagi oleh koperasi atau terbengkalai (investasi yang sia-sia).

Pendekatan kapabilitas bertujuan untuk menilai perkembangan masyarakat dalam kaitannya dengan peluang, kemampuan, dan pilihan mereka dalam memanfaatkan sumber daya untuk mencapai keberhasilan atau menciptakan fungsi baru. Pendekatan kapabilitas mempercayai bahwa sumber daya yang tersedia tidak secara otomatis membawa kesejahteraan bagi penggunaannya, namun melalui proses kompleks yang melibatkan interaksi dengan berbagai faktor.

Komponen pendekatan kapabilitas adalah sumber daya yang tersedia (means), faktor konversi (conversion factors), kapabilitas (capability), dan fungsi yang dicapai (achieved functionings). Sumber daya yang tersedia (means) adalah sumber daya yang tersedia dalam konteks sosial tertentu. Misalnya aset, modal, akses, jaringan, layanan, dan sejenisnya (yang seringkali muncul menyertai kebijakan serta program, termasuk dalam hal digitalisasi). Sedang faktor konversi adalah faktor pribadi, sosial atau lingkungan yang menentukan kemampuan seseorang dalam mengubah sumber daya menjadi capaian atau fungsi yang bernilai atau berharga.

Faktor pribadi mengacu pada karakteristik yang mempengaruhi keadaan fisiologis dan psikologis seseorang, seperti usia, latar belakang pendidikan, dan pengalaman pribadi. Faktor sosial mencakup adat istiadat, hukum, dan cara orang berinteraksi satu sama lain dalam komunitasnya. Faktor lingkungan meliputi fasilitas dan infrastruktur umum, kondisi cuaca, dan atribut geografis. Sementara itu kapabilitas mencerminkan capaian atau hasil yang diperoleh dari penggunaan sumber daya. Kapabilitas merupakan serangkaian kombinasi fungsional (yaitu menjadi sesuatu dan bisa melakukan sesuatu) yang menurut seseorang bermakna. Dan fungsi yang dicapai (*achieved functionings*) adalah kondisi dimana sumber daya yang tersedia telah diubah kapabilitas serta dimanfaatkan oleh seseorang untuk mencapai tujuan tertentu yang sesuai dengan keinginan dan penilaiannya. Dalam kerangka pendekatan kapabilitas, sumber daya yang tersedia (*means*) dalam konteks sosial tertentu akan bertransformasi menjadi kapabilitas manusia dalam konteks sosial tersebut.

Meskipun demikian, efektivitas transformasi itu dipengaruhi oleh faktor konversi. Selanjutnya, kapabilitas yang dimanfaatkan dalam kehidupan individu bertranslasi menjadi *achieved functionings*. Digitalisasi layanan koperasi dan penciptaan kesejahteraan anggota Pada awalnya, keputusan koperasi untuk mendigitalisasi layanannya bisa menghasilkan sejumlah produk digital seperti layanan pinjaman dan tabungan digital, pemasaran online, pendidikan online, atau layanan lain yang menggunakan fitur digital. Produk digital inilah yang bisa kita sebut sebagai sumber daya yang tersedia (*means*). Sumber daya yang tersedia ini dapat menciptakan kapabilitas bagi individu di lingkungan koperasi. Kapabilitas ini dapat berupa pengetahuan dan keterampilan menggunakan berbagai layanan digital, kemampuan mengakses layanan digital, keterampilan untuk melakukan pemasaran online, serta pengetahuan untuk menganalisis peluang dan risiko dari penggunaan layanan digital.

Meskipun demikian, besarnya akses individu terhadap kapabilitas tersebut dipengaruhi oleh sejumlah faktor konversi yang mencakup faktor pribadi (seperti usia, IQ, latar belakang pendidikan, dan gender), faktor sosial (seperti budaya, jejaring komunitas, lingkungan kerja, dan gaya hidup), serta faktor lingkungan seperti (lokasi geografis, kondisi cuaca, dan ketersediaan infrastruktur teknologi pendukung layanan digital). Faktor konversi dapat menghambat atau mempercepat transformasi dari sumber daya yang tersedia (yang menyertai digitalisasi layanan koperasi) menjadi kapabilitas anggota koperasi. Setelah anggota koperasi memperoleh kapabilitas, tidak serta merta dirinya akan menggunakan layanan digital untuk menjalankan fungsi-fungsi dalam kehidupannya (yang menjadi prioritas hidupnya).

Achieved functionings akan terwujud jika anggota koperasi yang sudah memperoleh kapabilitas akibat interaksi dengan produk digital koperasi akan menggunakan layanan digital untuk menjalankan fungsi-fungsi dalam kehidupannya. Hal ini ditandai dengan kemampuan anggota tersebut dalam memanfaatkan layanan digital koperasi untuk melakukan transaksi simpan pinjam, membayar tagihan rutin, memasarkan produk, serta melakukan transaksi jual beli. Selanjutnya, *achieved functionings* akan menjadi sarana yang mampu meningkatkan tabungan anggota, membantu anggota mengelola pinjamannya, melakukan pembayaran tagihan secara lebih efisien, dan mampu meningkatkan pendapatan akibat pemasaran yang semakin luas.

Selanjutnya sejumlah dampak tersebut merupakan cerminan peningkatan kesejahteraan anggota koperasi sebagai akibat penggunaan layanan digital koperasi. Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan digitalisasi, dalam kacamata pendekatan kapabilitas, ditentukan oleh proses transformasi dari produk digital yang disediakan koperasi menjadi kapabilitas anggota koperasi (yang dipengaruhi oleh faktor konversi) serta proses translasi dari kapabilitas menjadi fungsi-fungsi yang menopang aktivitas aktual anggota koperasi sebelum akhirnya membawa dampak positif terhadap kesejahteraan anggota koperasi. Bagi koperasi yang sungguh menginginkan digitalisasi layanannya membawa pada peningkatan kesejahteraan anggota hendaknya memperhatikan proses tersebut.

IV. CONCLUSIONS

Koperasi sangat terbuka dalam menerapkan digitalisasi koperasi dengan catatan harus didampingi secara intens dikarenakan koperasi-koperasi yang ada di Indonesia masih belum terbiasa menggunakan teknologi-teknologi canggih. Pendampingan melalui Pemerintah oleh Dinas Koperasi dan UKM setempat telah dilakukan, akan tetapi efek yang diberikan hanya sementara dikarenakan tidak ada tindak lanjut oleh Dinas Koperasi dan

UKM setempat. Sedangkan pendampingan melalui pihak pengembang aplikasi yang komersil efeknya sangat dirasakan oleh koperasi karena selalu sigap melayani koperasi jika terdapat kendala dalam pengoperasian aplikasinya. Koperasi-koperasi di Indonesia meskipun memiliki keterbatasan pengetahuan dalam digitalisasi koperasi masih memiliki semangat untuk memajukan koperasinya. Digitalisasi koperasi hanya sebagai salah satu upaya untuk memajukan koperasi, namun dalam memajukan koperasi diperlukan komitmen yang sangat kuat dari pengawas, pengurus, manajemen, dan anggota koperasi dalam memajukan koperasi melalui partisipasinya dalam memanfaatkan layanan koperasi serta turut menyampaikan aspirasinya sebagai pemilik demi kemajuan koperasi yang berkelanjutan.

V. REFERENCES

- Badan Pusat Statistik (BPS). 2021. Jumlah Koperasi Aktif Menurut Provinsi.
- Alfitriah, N. A., & Perkasa, R. D., (2023). "Peranan Koperasi dalam Menumbuhkan Potensi Perekonomian Umat Secara Deskriptif. Riset, Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan (Rekan)", 4(2), 143–154. <https://doi.org/10.30812/rekan.v4i2.3242>
- Damayanti, A., Andriani, D., & Hariasih, M., (2023). "Analisis Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Kemampuan Kerja Karyawan di Era Revolusi Industri 4.0 Terhadap Efisiensi Kerja Karyawan: Peran Mediasi Brainstorming", *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(1), 105. <https://doi.org/10.35906/jurman.v9i1.1532>
- Damuri, Y. R., & Fauri, A., (2021). "Potensi dan Kontribusi Sektor Digital terhadap Perekonomian Indonesia". 1–16.
- Fadilah, A. O., (2022). "Sosialisasi Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM", *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(1), 3308–3313.
- Kanda S, A. S. & A. N. H. K., (2024). "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi dari Sistem Pemasaran Digital pada Sebuah Perusahaan dalam Penjualan", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 198–208.
- Khairunnisa, C. M., (2022). "Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper", *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>
- Kumala, S. L., (2022). "Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia", *Journal of Economics and Regional Science*, 1(2), 109–117. <https://doi.org/10.52421/jurnal-esensi.v1i2.190>
- Lorenza Jehalim Deo, T., Theresia Kiak, N., & Indriyani Tiwu, M. H., (2024). "Analisis Peran Digitalisasi Koperasi dalam Pengembangan Ekonomi Wilayah Perbatasan (Studi Kasus pada KSP CU Kasih Sejahtera Kota Atambua)", *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)*, 5(2). <https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/jbfe>
- Prasetyo, E. T., Fizikri, B. Al, Yunita, E., Mustafa, H. P., Nazira, N. A., Firdauzi, N. S. N., Sari, R. N., Dewi, S., Habibah, S., Theresia, T., & Yuliani, Z., (2024). "Sosialisasi Umkm Tentang Pentingnya Digitalisasi Marketing (Pemasaran) pada Platfrom Digital", *EJOIN: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(7), 1065–1071. <https://doi.org/10.55681/ejoin.v2i7.3098>
- Pratiwi, I. A. M., & Dyas, I. A. G., (2022). "Mendorong Penerapan Digitalisasi pada Usaha Mikro dan Kecil di Indonesia", *E-Jurnal EP Unud*, 11(10), 3797–3809.
- Priyo Cahyono, B., Sohirin, & Zamzam Al-Asfahani, N., (2023). "Implementasi Digitalisasi Koperasi sebagai Penguatan Ekonomi Kerakyatan di Era Revolusi Industri 4.0.", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pajak (EJAK)*, 3(1), 1–8. www.depkop.go.id.
- Tempo. 2022. Teten Sebut Digitalisasi UMKM Bukan Hanya Platform, Tapi Ekosistem Proses Bisnis. <https://bisnis.tempo.co/read/1575666/teten-sebut-digitalisasi-umkm-bukan-hanya-platform-tapi-ekosistem-proses-bisnis/full&view=ok>
- Ramudi Ariffin. 2003. *Ekonomi Koperasi*. Ikopin Press: Bandung.
- Rusli, tiffani shahnaz, Bosri, Y., Amelia, D., Rahayu, D., Setiaji, B., Suhadarliyah, Syarfina, Ansar, Syahrudin, Amiruddin, & Yuniwati, I., (2024). "Pengantar Metodologi Pengabdian Masyarakat", In Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI (026/DIA/2021) (Vol. 6, Issue 1). <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf> <http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal> <http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001> <http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec>.

2016.12.055%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006%0Ahttps://doi.org/10.1

Suriani Mappong, (2023). "Disnak Takalar Sulsel dorong pengembangan program (Tunggu Intan)", Antara Sulsel, 2023-2024. Usman, S., (2019). "Manajemen SDM di Era Digital. In Bandung: Alfabeta (Issue August)".