

Persepsi Pelaku Usaha terhadap Digitalisasi Koperasi

S. Mumu

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Petra Bitung

e-mail: sellymumu.petra@gmail.com

Abstrak

Digitalisasi memberikan dampak positif seperti peningkatan efisiensi dan efektivitas di berbagai sektor usaha termasuk bagi koperasi. Tetapi beberapa faktor seperti kurangnya informasi dan pemahaman terhadap teknologi digital menjadi hambatan bagi usaha koperasi untuk bertransformasi menjadi koperasi digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi pelaku usaha terhadap digitalisasi koperasi. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pelaku usaha koperasi di Kota Bitung yaitu 305. Teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* dengan jumlah sampel 18 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan pengolahan data menggunakan SPSS Versi 25. Hasil penelitian ini yaitu persepsi para pelaku usaha terhadap digitalisasi koperasi sangat positif untuk mendorong transformasi digital koperasi.

Kata kunci: Persepsi, Digitalisasi, Koperasi

Abstract

Digitalization has positive impacts, such as enhancing efficiency and effectiveness across various business sectors, including cooperatives. However, certain factors, like limited information and understanding of digital technology, pose challenges for cooperatives to undergo a digital transformation. The objective of this research is to understand how business actors perceive the digitalization of cooperatives. This study adopts a quantitative descriptive research design. The population consists of 305 business actors in cooperatives. Purposive sampling is used as the sampling technique, resulting in 18 respondents. The data is analyzed using descriptive analysis and processed using SPSS Version 25. The research findings indicate that business actors have a very positive perception of digitalization in cooperatives, which can facilitate the digital transformation of cooperatives.

Keyword: Perception, Digitalization, cooperative

PENDAHULUAN

Dampak positif dari kemajuan teknologi adalah mempermudah berbagai aspek kehidupan, seperti semakin efisien dan cepat pertukaran informasi. Dampak positif ini juga memberikan manfaat ke berbagai sektor salah satunya adalah bagi para pelaku usaha koperasi, hal ini terbukti dengan para pelaku usaha koperasi yang bertransformasi ke layanan koperasi digital. Transformasi ini dimaksudkan untuk menjawab tantangan perkembangan jaman yang menuntut koperasi untuk dapat bersaing dengan industri jasa keuangan lainnya dalam menyediakan layanan keuangan bagi masyarakat khususnya para pengusaha UMKM.

Usaha transformasi digitalisasi koperasi sejalan dengan usaha pemerintah untuk terus mendorong pengembangan koperasi yang diwujudkan lewat terbitnya Undang-Undang Cipta Kerja pada Tahun 2020 dan PP No 7 Tahun 2021 untuk memberikan daya saing dan kemudahan, perlindungan bagi koperasi. Pengetahuan, digitalisasi, virtualisasi, molekularisasi, integrasi, disintermediasi, konvergensi, inovasi, asumsi, ketepatan waktu, globalisasi, dan disonansi adalah dua belas karakteristik utama sebagai indikator ekonomi

digital (Rao, N. R, 2019). Tetapi upaya terkait transformasi digital koperasi belum berjalan dengan maksimal beberapa hambatan seperti masalah pelaporan, operasional dan penagihan masih menjadi masalah utama. Selain itu perspesi pelaku usaha koperasi tentang transformasi koperasi ke arah digital juga menjadi faktor penghambat.

Persepsi para pelaku usaha koperasi menjadi faktor penting untuk mendorong percepatan transformasi digital. Persepsi menurut Sunaryo (Fadjar, M. 2020) adalah proses di mana perusahaan mengorganisasikan dan menginterpretasikan rangsangan yang diterima oleh seseorang atau individu sehingga memberikan arti dan menjadi satu kesatuan dalam diri seseorang. Sedangkan Setiadi, N.J. (2013) berpendapat bahwa persepsi sebagai pengertian yang dikaitkan dengan pengalaman seseorang pada masa lampau dan rangsangan yang diterima melalui penglihatan, pendengaran, perasa dan lain sebagainya. Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat dilihat bahwa persepsi para pelaku usaha menjadi faktor penting untuk mempercepat atau memperlambat proses transformasi tersebut. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan jumlah koperasi yang terdaftar di Kota Bitung yaitu 305 tetapi belum ada koperasi yang melakukan kegiatannya secara digital. Para pelaku usaha tersebut sudah mendapatkan sosialisasi terlebih dahulu mengenai regulasi dan transformasi digital koperasi. Kurangnya pengetahuan, kompetensi dan akses terhadap teknologi informasi. Selain itu biaya teknologi yang cukup mahal untuk koperasi digital membuat para pelaku usaha belum beralih ke koperasi digital. Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka peneliti menganggap penting untuk menganalisa bagaimana persepsi pelaku terhadap digitalisasi koperasi.

METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan Deskriptif. Pendekatan deskriptif dimaksudkan untuk mengetahui nilai dari masing-masing variabel tanpa membuat hubungan atau perbandingan antar satu variabel dengan variabel lain.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Koperasi dan UKM Kota Bitung dengan alamat Namebonembo Tengah, Girian, Kota Bitung, Sulawesi Utara dari bulan Oktober-Desember 2021.

Definisi Operasional

Tabel 1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Digitalisasi Koperasi	Digitalisasi koperasi dapat dilakukan dengan pemanfaatan sistem teknologi informasi untuk mendukung revitalisasi koperasi sehingga dapat tercipta koperasi yang kokoh dan berkembang.	1. <i>Knowledge</i> 2. <i>Digitazation</i> 3. <i>Virtualization</i> 4. <i>Molecularization</i> 5. <i>Internetworking</i> 6. <i>Disintermediation</i> 7. <i>Convergence</i> 8. <i>Innovation</i> 9. <i>Prosumption</i> 10. <i>Immediacy</i> 11. <i>Globalization</i> 12. <i>Discordance</i>	Ordinal

Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu:

1. Data kualitatif dalam penelitian ini adalah data profil Dinas Koperasi dan UKM Kota Bitung.
2. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah data kuesioner, data jumlah koperasi yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Bitung.

Sumber data dalam penelitian ini, yaitu:

1. Data Primer. Data yang diperoleh langsung dari objek penelitian yaitu profil Dinas Koperasi dan UKM Kota Bitung, data kuisisioner, data jumlah koperasi
2. Data Sekunder. Data yang diperoleh dan dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada seperti data kepustakaan, jurnal dan website

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 305 berdasarkan data pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Bitung. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria yaitu koperasi yang telah mengikuti pelatihan/*workshop* mengenai digitalisasi koperasi. Jumlah sampel yang dalam penelitian ini adalah 18 pelaku usaha koperasi

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Studi Lapangan
Metode yang digunakan untuk mengumpulkan dan mendapatkan data secara langsung dari subjek penelitian itu sendiri yaitu:
 - a. Observasi. Pengamatan dan tinjauan objek penelitian dilakukan secara langsung untuk mendapatkan informasi tentang objek yang diteliti
 - b. Kuesioner. Metode ini melibatkan penyebaran sejumlah pertanyaan yang terkait dengan variabel penelitian. Pertanyaan-pertanyaan ini disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel yang diteliti, dan tujuan dari metode ini adalah untuk mengumpulkan informasi dan mengumpulkan perspektif dari responden yaitu pelaku usaha koperasi di Kota Bitung.
2. Studi Kepustakaan. Penelitian kepustakaan dilakukan dengan cara menelusuri sumber-sumber pendukung, seperti buku, jurnal, internet, dan sumber lainnya.

Teknik Analisis

Jenis penelitian yang dipakai yaitu penelitian kuantitatif untuk melakukan analisis, setiap indikator variabel diukur dan diuraikan, jenis penelitian kuantitatif dan pendekatan deskriptif digunakan. Tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman mendalam tentang persepsi pelaku usaha terhadap digitalisasi koperasi

Uji Reliabilitas

Tahap penting dalam penggunaan data adalah uji reliabilitas, yang bertujuan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian, dalam hal ini kuesioner yang konsisten jika pengukuran ulang dilakukan. Dalam proses ini, dilihat apakah ada korelasi antara skor masing-masing item dengan jumlah total item. Kemudian, nilai koefisien korelasi dikoreksi.

1. Uji validitas dilakukan dengan melihat hasil statistik total atau output item pada kolom koreksi item total yang telah dikoreksi. Item dianggap sesuai dan layak digunakan jika nilai korelasi minimalnya adalah 0,3 atau lebih tinggi. Jika tidak, outputnya akan dikecualikan dari uji reliabilitas.
2. Dasar Jumlah item dan persentase dari output N item pada tabel ringkasan pemrosesan digunakan untuk melakukan uji reliabilitas. Jika persentase itu mencapai seratus persen, maka semua data dapat digunakan untuk penelitian ini. Selain itu, Anda dapat melihat output dari Cronbach alpha jika nilai alpha di bawah 0,6 dianggap memiliki reliabilitas

yang kurang baik, nilai 0,7 dianggap dapat diterima, dan nilai alpha di atas 0,8 dianggap memiliki reliabilitas yang baik.

Analisis Deskriptif

Menurut Suliyanto (2018) Untuk menganalisis data mengenai persepsi pelaku usaha terhadap digitalisasi koperasi disajikan dalam bentuk data kategori :

1. Data Gambaran Umum Responden yang terdiri dari
 - a. Deskripsi responden berdasarkan usia
 - b. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin
 - c. Deskripsi responden berdasarkan tingkat pendidikan
 - d. Deskripsi responden berdasarkan tahun pendirian
2. Deskripsi Variabel

Deskripsi variabel berdasarkan jawaban responden dilakukan dengan menggunakan metode nilai indeks dengan rentang nilai 10-100 tanpa nilai 0 dan analisis menggunakan kriteria lima kota (*five box method*), maka nilai 100 sebagai nilai maksimum dan 10 sebagai nilai minimum

- a. Menghitung nilai interval

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai maksimal} - \text{nilai minimal}}{\text{jumlah interval}}$$

Keterangan :

- b. Menghitung nilai indeks dengan rumus sebagai berikut :

$$ni = ((\%F1x1) + (\%F2x2) + \%F3x3) + (\%F4x4) + (\%F5x5))/y$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah yang selanjutnya disebut Dinas Koperasi dan UKM merupakan perangkat daerah yang berfungsi untuk membidangi usaha koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Bitung. Dinas Koperasi dan UKM ini bertujuan untuk memberdayakan koperasi dan UMKM yang ada di Kota Bitung dalam rangka untuk meningkatkan serta memperkuat dasar perekonomian daerah, tata kelola kelembagaan dan usaha koperasi yang lebih baik.

Sesuai dengan Peraturan Walikota Bitung nomor 39 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, tugas, fungsi, dan struktur kerjanya, Dinas Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah Kota Bitung berfungsi sebagai salah satu pelaksana otonomi daerah di bidang koperasi, usaha kecil, dan menengah. Dinas ini dipimpin oleh seorang kepala dinas, yang melalui Sekretaris Daerah bertanggung jawab kepada Walikota.

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	94.1667	125.441	.724	.942
P2	94.7222	124.448	.845	.940
P3	94.7222	124.918	.730	.942
P4	95.0000	123.529	.735	.942
P5	94.8333	123.324	.752	.941
P6	94.5556	126.379	.639	.943
P7	94.8889	123.281	.794	.941
P8	94.8889	127.281	.631	.943
P9	94.5000	130.618	.587	.944
P10	94.4444	130.379	.584	.944

P11	94.7222	125.624	.769	.941
P12	94.8333	123.324	.752	.941
P13	94.7778	131.242	.442	.945
P14	94.7222	132.330	.486	.945
P15	94.5556	124.732	.819	.941
P16	94.6667	133.647	.346	.946
P17	94.9444	129.350	.634	.943
P18	95.0556	127.703	.502	.945
P19	94.4444	131.438	.504	.945
P20	94.5556	132.261	.402	.946
P21	94.4444	122.850	.811	.941
P22	94.2778	132.212	.522	.944
P23	94.5556	132.026	.362	.946
P24	94.6111	125.075	.670	.943

Uji Reliabilitas

**Tabel 2. Uji Reliabilitas
Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	18	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	18	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	24

Hasil analisis menunjukkan bahwa dalam output (*case processing summary*), terdapat 18 data dengan persentase 100%, yang berarti tidak ada data yang dikecualikan. Selain itu, nilai *Cronbach's alpha* yang diperoleh untuk setiap variabel adalah 0,945 (lebih dari 0,6), sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dapat diterima, memiliki kualitas yang baik, dan dianggap reliabel.

Analisis Deskriptif

1. Deskripsi responden berdasarkan usia

Tabel 3. Deskripsi Variabel Berdasarkan Usia

Usia Responden	Frekuensi	%
20-25	1	5,6
26-30	1	5,6
31-35	1	5,6
36-40	4	22,2
45-50	4	22,2
51-60	7	38,9
Jumlah	18	100,0

Berdasarkan data pada tabel 4.3 deskripsi responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa pelaku usaha koperasi paling banyak berusia di atas 50 tahun.

2. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4. Deskripsi Variabel Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Perempuan	13	72,2
Laki-laki	5	27,8
Jumlah	18	100

Sebagai hasil dari data yang disajikan pada Tabel 4.4, dapat disimpulkan bahwa 72,2% pelaku usaha koperasi adalah perempuan.

3. Deskripsi responden berdasarkan tingkat Pendidikan

Tabel 5. Deskripsi Variabel Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	%
D3	1	5,56
S1	5	27,78
S2	1	5,56
Lain-lain	11	61,11
Jumlah	18	100

Mayoritas pelaku usaha koperasi sebesar 61,11% memiliki pendidikan SMA/Sederajat (menurut informasi yang disajikan pada Tabel 4.5).

4. Deskripsi responden berdasarkan tahun pendirian usaha

Tabel 6. Deskripsi Variabel Berdasarkan Tahun Pendirian Usaha

Tahun Pendirian	Frekuensi	%
2010-2015	2	11,11
2016-2020	13	72,22
2021	3	16,67
Jumlah	18	100

Mayoritas koperasi telah beroperasi selama lebih dari lima tahun, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 4.6.

Analisis Deskriptif

$$\text{Interval} = \frac{100}{\text{jumlah skor (likert)}} = \frac{100}{5} = 20$$

Tabel 7 Nilai Indeks Jawaban Responden

No	Nilai Indeks	Interval
1	Sangat Negatif	10,00 – 20,00
2	Negatif	20,01 – 40,00
3	Ragu-ragu	40,01 – 60,00
4	Positif	60,01 – 80,00
5	Sangat positif	80,01 – 100,00

Tabel 8 Perhitungan Nilai Indeks

Indikator Persepsi Pelaku Usaha	Frekuensi	Total Skor	Nilai Indeks
<i>Knowledge</i>	18	83	92,2
<i>Digitalization</i>	18	73	81,1
<i>Virtualization</i>	18	76	84,4
<i>Molecularization</i>	18	70	77,8
<i>Internetworking</i>	18	73	81,1
<i>Disintermediation</i>	18	72	80,0
<i>Convergence</i>	18	76	84,4
<i>innovation</i>	18	69	76,7
<i>Presumption</i>	18	78	86,7
<i>Globalization</i>	18	81	90,0
<i>Discordance</i>	18	75	83,3
<i>Immediacy</i>	18	72	80,0
Rata-rata Nilai Indeks			83,14

Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Digitalisasi Koperasi

Berdasarkan tabel 4.8 perhitungan nilai indeks tentang persepsi pelaku usaha terhadap digitalisasi koperasi secara keseluruhan adalah 83,4 dan berada pada kategori tinggi. Persepsi responden dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 9 Deskripsi Variabel

Indikator Persepsi Pelaku Usaha	Total Skor	Nilai Indeks	Temuan Penelitian-Persepsi Responden
<i>Knowledge</i>	83	92,2 (sangat positif)	Persepsi positif : <ul style="list-style-type: none"> Penggunaan teknologi informasi dapat membuat para pelaku usaha untuk mendapatkan informasi yang yang lebih banyak untuk perkembangan koperasi digital Persepsi negatif : <ul style="list-style-type: none"> Masih ada beberapa pelaku usaha yang belum memahami penggunaan teknologi informasi koperasi
<i>Digitalization</i>	73	81,1 (sangat positif)	Persepsi positif : <ul style="list-style-type: none"> Teknologi informasi yang digunakan koperasi masih sederhana Penggunaan teknologi informasi dapat membantu koperasi untuk lebih optimal Negatif : Koperasi belum menggunakan aplikasi (sistem informasi) yang terintegrasi
<i>Virtualization</i>	76	84,4 (sangat positif)	Persepsi positif : <ul style="list-style-type: none"> Pelanggan dapat lebih mudah mengakses produk koperasi Persepsi negatif : <ul style="list-style-type: none"> Tidak semua pelanggan memiliki perangkat seperti <i>smartphone</i> untuk mengakses produk koperasi Tidak semua pelanggan memahami penggunaan teknologi informasi

<i>Molecularization</i>	70	77,8 (positif)	<p>Persepsi positif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sebelumnya semua pencatatan masih dilakukan secara manual saat ini sudah mulai menggunakan sistem informasi • Teknologi informasi membuat kegiatan operasional koperasi menjadi lebih efisien dan efektif <p>Persepsi negatif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teknologi informasi yang digunakan masih sederhana
<i>Internetworking</i>	73	81,1 (sangat positif)	<p>Persepsi positif:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan internet mendukung kelancaran kegiatan usaha koperasi <p>Persepsi negatif</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kendala koneksi yang belum stabil
<i>Disintermediation</i>	72	80,0 (positif)	<p>Persepsi positif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pelanggan tidak perlu datang langsung ke kantor koperasi • Pelanggan tidak perlu menggunakan perantara untuk mendapatkan produk koperasi <p>Persepsi negatif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kekhawatiran tentang kerahasiaan data • Informasi kurang lengkap
<i>Convergence</i>	76	84,4 (sangat positif)	<p>Persepsi positif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan aplikasi membuat pelanggan dapat mengakses produk koperasi di mana saja dan kapan saja • Pembayaran memudahkan bagi pelanggan untuk bertransaksi <p>Persepsi negatif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tidak semua pelanggan memiliki dompet digital • Tidak semua koperasi memiliki aplikasi pembayaran digital
<i>innovation</i>	69	76,7 (positif)	<p>Persepsi positif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Koperasi memiliki beberapa produk berbeda yang ditawarkan ke pelanggan • Pelanggan dapat memilih metode pembayaran dengan jangka waktu yang beragam <p>Persepsi negatif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produk yang ditawarkan memiliki kesamaan dengan koperasi yang lain
<i>Prosumption</i>	78	86,7 (sangat positif)	<p>Persepsi positif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pelanggan merasa terbantu dengan produk yang ditawarkan oleh koperasi • Koperasi memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka <p>Persepsi negatif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Koperasi belum dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dalam jumlah besar

<i>Globalization</i>	81	90,0 (sangat positif)	Persepsi positif : <ul style="list-style-type: none"> • Teknologi informasi membantu koperasi menjangkau konsumen lebih banyak • Hambatan Jarak atau batas wilayah dapat diminimalisir Persepsi negatif : <ul style="list-style-type: none"> • Karena tidak terbatas wilayah sehingga kompetitor dapat menjadi ancaman bagi kelangsungan usaha sebuah koperasi
<i>Discordance</i>	75	83,3 (sangat positif)	Persepsi positif : <ul style="list-style-type: none"> • Petugas koperasi membantu pelanggan untuk dapat memahami dan menggunakan teknologi informasi koperasi Persepsi negatif : <ul style="list-style-type: none"> • Beban kerja dari petugas koperasi menjadi hambatan bagi petugas untuk dapat membantu pelanggan dalam menggunakan teknologi informasi
<i>Immediacy</i>	72	80,0 (positif)	Persepsi positif : <ul style="list-style-type: none"> • Teknologi informasi membantu pelanggan memperoleh produk koperasi tanpa harus menggunakan perantara yang dapat mengambil keuntungan (memanfaatkan) dari pelanggan Persepsi negatif : <ul style="list-style-type: none"> • Masih kurangnya informasi dan pemahaman tentang produk-produk koperasi
Rata-rata Nilai Indeks		83,14 (sangat positif)	Berdasarkan nilai keseluruhan dapat dilihat bahwa persepsi pelaku usaha terhadap digitalisasi koperasi berada di kategori sangat positif. Hal ini berarti perkembangan koperasi menjadi koperasi digital dapat berjalan dengan baik karena dukungan dari para pelaku usaha sebagai penggerak usaha koperasi.

SIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Rata-rata Persepsi pelaku usaha terhadap digitalisasi koperasi berada pada kategori sangat positif
2. Pelaku usaha koperasi mendukung perkembangan koperasi ke arah digital

SARAN

Para pelaku usaha koperasi lebih maksimal dalam pemanfaatan teknologi informasi koperasi. Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain seperti pemanfaatan teknologi informasi bagi koperasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrida, Lestari, Lailiya, Suwanan. (2021). Peran Digitalisasi Koperasi Sebagai Pendongkrak UMKM Dalam Ekonomi Wilayah Kota Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan*, 151-158.
- Dwipradnyana, Pratiwi, Diatmika. (2020). Strategi Pengembangan Koperasi di Era Digital Pada Koperasi yang ada di Provinsi Bali. *Majalah Ilmiah Untab*, 112-116.
- Edy, Maryono, Supriyono. (2018). Pelatihan: Strategi Pemberdayaan Koperasi di Era Digital Pada Koperasi KSB 210 Sumber Surakarta. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 76-

80.

- Fadjar, M. (2020). *Pemberdayaan Ekonomi, Stop Pernikahan Dini*. Yogyakarta: Deepublish
- Fauziah, d. (2021). *Pengantar Bisnis (Perspektif Digitalisasi Bisnis)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- H. Suryokumoro, H. Ula. (2020). *Koperasi Indonesia Dalam Era MEA dan Digital Ekonomi*. Malang: UB press.
- Isa, Hartawan. (2017). Perancangan Aplikasi Koperasi Simpan Pinjam Berbasis Web (Studi Kasus Koperasi Mitra Setia). *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, 139-151.
- Putra, F. (2020). *Urgensi Inovasi dan Transformasi Digital Bagi Koperasi*. Jakarta: Komite Eksekutif Indonesian Consortium for Cooperatives Innovation.
- Rao, N. R. (2019). *Global Virtual Enterprises In Cloud Computing Environment*. Hershey: IGI Global
- Setiadi, N.J. (2013). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group