

Kode/Nama Rumpun Ilmu :

...../.....

LAPORAN KEMAJUAN PENELITIAN

HIBAH DAKAB



DIGITALISASI KOPERASI DAN PRODUK UMKM DI INDONESIA

TIM PENGUSUL

Dr. Anies Lastiati	0308036904
Novita, SE.Ak., M.AK., CA	0312107703
Lely Dahlia, SE., M.Ak	0304087302

UNIVERSITAS TRILOGI

DESEMBER 2018

**LEMBAR PERTANGGUNGJAWABAN
PENELITIAN HIBAH DAKAB**

Judul Penelitian : Digitalisasi Koperasi dan UMKM di Indonesia

Kode>Nama Rumpun Ilmu : 562/Akuntansi

Ketua Penelitian :

- a. Nama Lengkap : Dr. Anies Lastiati SE. Ak. MHRM., M.Educ.Stud.,CA.
- b. NIDN : 0308036904
- c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
- d. Program Studi : Akuntansi
- e. Nomor HP : 08156136755
- f. Alamat Email : anieslastiati@trilogi.ac.id

Anggota Peneliti (1) :

- a. Nama Lengkap : Novita, SE.Ak., M.Ak., CA
- b. NIDN : 0312107703

Anggota Peneliti (2) :

- a. Nama Lengkap : Lely Dahlia, SE., M.Ak
- b. NIDN : 0304087302

Biaya Penelitian : - Diusulkan ke Universitas Trilogi: Rp 8.000.000
-Yang telah digunakan: Rp 526.348

Mengetahui,

Jakarta, 30 Nopember 2018

Kepala LPPM

Ketua Tim Pelaksana,

(Dr. F. Setia Lenggono)

(Dr. Anies Lastiati, SE. Ak. MHRM., M.Educ.Stud.,CA.)

NIP 140115

NIP 170801



DIGITALISASI KOPERASI DAN PRODUK UMKM DI INDONESIA

Anies Lastiati
Novita
Lely Dahlia
Universitas Trilogi

ABSTRAK

Meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat merupakan salah satu peran koperasi. Peran tersebut saat ini kurang begitu dapat dioptimalisasikan dengan berubahnya lingkungan kerja koperasi dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi. Penelitian ini mempelajari kemungkinan implementasi teknologi informasi dalam operasi koperasi, sehingga diharapkan koperasi dapat terus menjalankan peran peningkatan kesejahteraan ekonomi secara lebih efektif. Penelitian ini mengevaluasi gagasan pendirian koperasi daring sebagai salah satu solusinya. Penelitian dilakukan pada koperasi yang selama ini telah beroperasi dengan menjual produk-produk lokal khas daerah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi pemasaran produk-produk khas daerah, sekaligus menjadi sarana perbaikan sisi perencanaan dan pengendalian manajemen dari koperasi agar dapat meningkatkan dan mencapai target kinerja yang dikenakan pada koperasi sebagai suatu badan usaha.

Kata kunci: koperasi, produk lokal, perencanaan dan pengendalian, teknologi

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut UU Nomor 25 Tahun 1992, Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan. Koperasi dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan khususnya berperan dalam mewujudkan stabilitas ekonomi di Indonesia. Koperasi memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pembentukan produk nasional, peningkatan ekspor, perluasan lapangan kerja serta peningkatan dan pemerataan pendapatan. Koperasi sangat memberikan dampak yang positif bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Namun, sejak berdirinya koperasi di Indonesia sampai saat ini tidak tumbuh menjadi usaha yang besar sehingga perwujudan ekonomi tersebut terhambat bahkan banyaknya koperasi di Indonesia yang sudah tidak beroperasi dikarenakan sesuatu hal seperti sedikitnya minat masyarakat terhadap koperasi, koperasi sulit untuk berkembang karena banyaknya pesaing dan perkembangan teknologi yang semakin canggih.

Indonesia saat ini berada dalam Revolusi Industri 4.0 ditandai dengan adanya peningkatan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu contohnya adalah pemesanan makanan yang dahulu dilakukan orang dengan melalui sambungan telepon atau pemesanan langsung pada penyedia jasanya, sekarang dapat dilakukan dengan melalui aplikasi atau situs *digital* pada perangkat *mobile-phone*. Perkembangan ini menjadi potensi pesaing yang besar bagi koperasi, dan dapat mengganggu perkembangannya. Hal ini disebabkan karena akan semakin banyak masyarakat konsumen yang memanfaatkan kemajuan teknologi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (termasuk makanan seperti pada contoh di atas), dan semakin tertinggalnya usaha-usaha yang masih bertahan dengan konsep tradisional seperti pada koperasi.

Selain itu, kemajuan ini rupanya menjadi semakin mendorong meningkatnya jumlah kaum *entrepreneur* yang terdapat di Indonesia. Hal ini ditandai dengan meningkatnya rasio presentase jumlah *entrepreneur* di Indonesia saat ini yang diumumkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) yaitu sebesar 3,1% dari total penduduk Indonesia. Dengan jumlah penduduk Indonesia sekitar 260 juta jiwa maka dapat diperkirakan bahwa jumlah

wirausaha Indonesia saat ini mencapai sekitar 8,06 juta jiwa. Peningkatan presentase ini telah melampaui batas standar internasional yaitu sebesar 2% meski jumlahnya masih di bawah jumlah wirausaha yang dimiliki negara tetangga lainnya seperti Singapura dan Malaysia.

Dengan perkembangan teknologi yang sepesat saat ini, maka kami menciptakan sebuah gagasan untuk masyarakat agar tidak meninggalkan koperasi. Agar koperasi dengan nilai-nilainya yang luhur dapat mengikuti perkembangan teknologi yang ada, maka kami mencoba memanfaatkan teknologi digital yang menyediakan sebuah platform koperasi bagi berbagai Usaha Kecil Menengah (UKM) di seluruh Indonesia. Platform ini akan menjadi wadah bagi UKM untuk memperkenalkan dan memasarkan produk lokal khas Indonesia yang berasal dari seluruh daerah yang terdiri dari 34 provinsi demi meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia secara merata.

Pramono Anung (Sekretaris Kabinet pada Kabinet Kerja Presiden Joko Widodo) menyebutkan bahwa koperasi akan menjadi semakin kuat jika disesuaikan dengan cara berpikir, konsep dan pendekatan masyarakat terkini. Salah satu yang menjadi ciri masyarakat terkini adalah penggunaan teknologi digital. Selain itu, dengan dibuatnya koperasi yang berbasis digital maka sasaran pasar yang ditargetkan akan menjadi semakin luas sehingga meningkatkan kembali minat masyarakat terhadap koperasi dan produk-produk lokal khas daerah di Indonesia. Pada akhirnya, hal tersebut akan dapat membangkitkan rasa nasionalisme dan cinta tanah air.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan evaluasi terhadap kelayakan penerapan teknologi informasi pada badan usaha koperasi. Penerapan teknologi pada penelitian ini secara khusus akan menjajagi kemungkinan perancangan sebuah *platform* yang berfungsi menampung usaha-usaha kecil dan menengah penghasil kerajinan dan produk-produk lokal daerah dari seluruh tanah air dan memasarkan produk-produk tersebut secara global.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun beberapa rumusan yang akan dibahas:

1. Bagaimanakah perancangan digitalisasi koperasi dalam sistem pemasaran dan sistem perencanaan dan pengendalian produk UMKM Indonesia?
2. Bagaimanakah kesiapan koperasi yang menaungi UMKM untuk mengimplementasikan rancangan digitalisasi koperasi?

3. Bagaimana kesiapan UMKM dalam implementasi rancangan digitalisasi pemasaran lewat badan usaha koperasi?

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penulisan ini ialah :

1. Untuk merancang implementasi digitalisasi koperasi dalam sistem pemasaran dan sistem perencanaan dan pengendalian produk UMKM Indonesia
2. Untuk mengetahui kesiapan koperasi yang menaungi UMKM di Indonesia untuk mengimplementasikan rancangan digitalisasi koperasi.
3. Untuk mengetahui kesiapan UMKM dalam implementasi rancangan digitalisasi pemasaran lewat badan usaha koperasi

1.4 Manfaat Penulisan

Beberapa manfaat penulisan jika dilihat dari berbagai sisi:

1. Bagi pemerintah
Sebagai salah satu jalan keluar untuk membangkitkan, memberdayakan dan memajukan peran koperasi sehingga dapat menjadi penopang pertumbuhan ekonomi di Indonesia.
2. Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah
UMKM dan pengrajin di Indonesia dapat memanfaatkan koperasi digital untuk memperkenalkan dan memasarkan produk-produk lokal khas Indonesia dengan cakupan pasar yang lebih luas baik secara nasional maupun internasional.
3. Bagi masyarakat
Memudahkan masyarakat untuk dapat memanfaatkan koperasi dan mengenal lebih banyak produk – produk lokal dan khas Indonesia.
4. Bagi Regulator
Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dapat memanfaatkan hasil tulisan ini untuk melengkapi regulasi tentang industri-industri yang berkaitan dengan *financial-technology (fintech)*.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Koperasi sebagai penggerak ekonomi rakyat

Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan. Sebagai gerakan ekonomi rakyat, koperasi mempunyai ciri – ciri sebagai berikut:

- a) Kumpulan orang bukan kumpulan modal, sehingga masyarakat bisa dengan mudah menjadi anggotanya. Koperasi sebagai pelaku ekonomi rakyat, anggotanya terdiri dari unit – unit usaha kecil di sektor pertanian, kelautan dan sektor informal lainnya.
- b) Wadah kegiatan bisnis sosial yang bekerja untuk kepentingan kesejahteraan anggotanya.
- c) Melalui kegiatan bisnis sosial, usaha kecil dari rakyat banyak akan memiliki potensi tawar (bargaining power) yang besar, baik di pasar input maupun pasar output.
- d) Sarana pemerataan ekonomi
- e) Dengan peranan tersebut, koperasi akan dapat mengupayakan terciptanya lapangan usaha yang produktif dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan serta mewujudkan kemakmuran bersama seluruh rakyat, sehingga mampu menjadi soko guru perekonomian rakyat.

Koperasi dipandang sebagai badan usaha yang sangat menjunjung tinggi nilai-nilai Pancasila, dan karenanya merupakan badan usaha yang paling cocok untuk didirikan dan dikembangkan di Indonesia. Koperasi berlandaskan pada satu sistem ekonomi yang berdasarkan pada Pancasila.

2.2. Nilai – Nilai Pancasila

Menurut Kaelan dan Zubaidi (2007), Pancasila yang merupakan sebagai ideologi negara merupakan suatu sistem nilai dalam negara karenanya sila – sila Pancasila pada haikatnya merupakan suatu kesatuan. Pancasila merupakan serangkaian nilai yang menjadi landasan serta motivasi atas segala perbuatan yang bersifat universal sehingga dapat digunakan dalam kehidupan sehari – hari. Pancasila dibentuk berdasarkan dari kepribadian bangsa yang sesuai dengan hati nurani bangsa Indonesia. Adapun nilai – nilai yang terkandung dalam sikap sila Pancasila adalah sebagai berikut :

Dalam sila Ketuhanan Yang Maha Esa terkandung nilai bahwa setiap penyelenggaraan sikap moral yang berkaitan dengan negara harus berdasarkan dan dijiwai dengan nilai Pancasila ini.

2.2.2 Nilai Kemanusiaan

Nilai yang terkandung dalam sila kemanusiaan yaitu negara harus menjunjung tinggi harkat dan martabat manusia sebagai makhluk Tuhan yang beradab (Kaelan & Zubaidi, 2007). Sila kedua ini memberikan pelajaran bagi masyarakat bahwa sikap dan tingkah laku manusia harus didasarkan norma – norma dan budaya yang berlaku.

2.2.3 Nilai Persatuan

Kodrat manusia yaitu sebagai makhluk individu dan makhluk sosial. Di dalam suatu negara, setiap manusia memiliki perbedaan baik dari suku, ras, kelompok, golongan maupun agama. Namun, hal tersebut tidak menjadi penghalang bagi bangsa untuk tetap menjadi satu kesatuan. Karena bangsa Indonesia mempunyai nasionalisme yang merupakan perasaan satu sebagai bangsa dengan seluruh warga yang ada dalam masyarakat serta mempunyai semboyan Bhineka Tunggal Ika yang mengartikan bahwa walaupun berbeda – beda namun masih dalam satu kesatuan yang sama.

2.2.4 Nilai Kerakyatan

Rakyat merupakan subjek pendukung pokok Negara (Kaelan&Zubaidi, 2007). Dalam sila keempat ini mengandung nilai yang artinya dari rakyat, untuk rakyat dan oleh rakyat. Dalam nilai ini juga terkandung nilai demokrasi yang harus dilaksanakan dalam kehidupan sehari – hari warga Indonesia agar terciptannya suatu keputusan yang akan berguna bagi seluruh bangsa.

2.2.5 Nilai Keadilan

Nilai yang terkandung dalam sila kelima pancasila ialah dibagi menjadi tiga yang harus terwujud yaitu keadilan distributif dimana hubungan keadilan antara negara terhadap warga negaranya, keadilan legal dimana hubungan keadilan antara warga negara dengan negaranya dan keadilan komutatif hubungan keadilan antara warga negara satu dengan yang lainnya.

2.3 Sistem Ekonomi Pancasila

Pancasila merupakan dasar Negara Bangsa Indonesia, sistem ekonomi pancasila berarti bahwa sistem ekonomi yang didasarkan pancasila. Kekeluargaan dan gotong royong merupakan ciri dari pancasila, sehingga sistem ekonomi pancasila dalam menjalankan seluruh kegiatan perekonomian tersebut sangat menjunjung tinggi kekeluargaan dan gotong royong. Menurut (Bung Hatta 1960) Sistem Ekonomi Pancasila dapat berjalan dengan teratur jika ada aturan yang mengatur secara resmi tentang kemakmuran rakyat. Hal tersebut dapat di implementasi jika daya beli masyarakat terhadap barang lokal dapat ditekan dan akan meningkat, sehingga pendapatan nasional meningkat. Namun saat ini sistem ekonomi pancasila sangatlah sulit untuk diidentifikasi secara nyata dalam kegiatan perekonomian, hal tersebut dapat terjadi karena peminatan masyarakat terhadap produk-produk lokal sangatlah minim karena masyarakat Indonesia lebih senang dan suka terhadap produk - produk impor yang menurut asumsi mereka kualitas produk impor lebih berkualitas dibandingkan dengan produk lokal.

2.4 Digitalisasi Ekonomi

Definisi Digitalisasi Ekonomi menurut *Encarta Dictionary* adalah “*Business transactions on the Internet: the marketplace that exists on the Internet*“. Pengertian Digitalisasi Ekonomi lebih menitikberatkan pada transaksi dan pasar yang terjadi di dunia internet. Pengertian yang lebih luas dari sekedar transaksi atau pasar adalah New Economy yang menurut PC Magazine adalah “*The impact of information technology on the economy*“. Pengertiannya lebih menonjolkan pada penerapan teknologi informasi dalam bidang ekonomi.

Ekonomi digital saat ini telah membuat hampir semua industri mengalami perubahan dan transformasi dalam hal penciptaan cara-cara baru mengoperasikan dan mengorganisasikan unit-unit usaha. Berbagai alasan di balik perubahan ini di antaranya adalah penurunan biaya dan peningkatan pelanggan (Karltrap, 2017).

Sebagai akibat dari perkembangan teknologi ini, banyak ditemukan secara global berbagai model bisnis yang inovatif, baik di negara-negara berkembang maupun di negara-negara maju (World Economic Forum, 2015). Termasuk di antara perkembangan ini adalah teknologi dalam bidang pembiayaan (*financial technology*), perdagangan daring (*online trading*) dan bentuk-bentuk transaksi lain yang melibatkan teknologi informasi sebagai alat utamanya.

3.5 Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah dalam Era Ekonomi Digital

OECD (2017) menyebutkan bahwa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan kelompok industri yang akan paling diuntungkan dengan keberadaan teknologi digital. Dengan adanya teknologi ini, UKM akan dapat meningkatkan intelegensi pasar, dapat meraih skala ekonomis tanpa harus memproduksi secara massal, mengakses pasaran global dan memperluas jaringan dengan biaya yang relatif lebih rendah. Selain itu, UKM juga dapat menerapkan produksi ramping (*lean production*) dalam operasinya.

Meski begitu, UKM menghadapi kendala dalam menerapkan ekonomi digital ini. Beberapa masalah besar yang dihadapi UKM adalah masalah keterbatasan literasi, terutama literasi di bidang teknologi (Karltrap. 2017) dan masalah akses pada teknologi, terutama di negara-negara berkembang dengan akses internet yang terbatas OECD (2017).

Masalah yang dihadapi UKM ini tentu saja juga dihadapi oleh koperasi, yang di Indonesia banyak sekali mewakili UKM.

3.6 Perubahan sebagai dampak dari Digitalisasi

Balogun (2007) menyebutkan bahwa dalam menghadapi kompetisi yang selalu berubah tidak ada jalan lain yang harus ditempuh oleh perusahaan, termasuk koperasi, selain untuk melakukan restrukturisasi di dalam organisasi. Perubahan kompetisi di era milenial menurut Paton & McCalman (2008) didominasi oleh berbagai hal terutama dengan semakin mengecilnya pasar global disebabkan oleh semakin majunya teknologi dan kompetisi dari manca negara dan berubahnya tren gaya hidup yang mempengaruhi bagaimana cara orang bekerja, berbelanja, memanfaatkan waktu luang dan cara bersosialisasi.

Proses restrukturisasi dilakukan oleh perusahaan agar mampu bersaing dengan competitor baik yang baru (yang masuk ke dalam pasar dengan telah mempersiapkan dirinya dengan perangkat yang sesuai dengan tuntutan pasar terkini), maupun pemain-pemain pasar yang telah ada (yang telah terlebih dahulu melakukan restrukturisasi untuk bersiap menghadapi kondisi pasar yang sekarang).

Perubahan lewat restrukturisasi dan perubahan model bisnis tentu saja akan memiliki beberapa dampak, terutama bagi manajemen dan karyawan perusahaan terkait.

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

Secara umum pertanyaan-pertanyaan pada penelitian ini akan menjawab dua pertanyaan besar:

1. Penelitian atas kesiapan koperasi/badan usaha sebagai *platform* dari digitalisasi pemasaran dan sistem pengendalian manajemen bagi UMKM yang memproduksi dan memasarkan produk-produk asli Indonesia
2. Penelitian atas kesiapan UMKM untuk memasarkan produk-produknya lewat *platform* digital.

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian tersebut, penelitian ini akan melakukan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi.

3.1.1 Observasi

Observasi adalah cara pengambilan data dengan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap masalah yang sedang diteliti, dengan maksud untuk membandingkan keterangan-keterangan yang di peroleh dengan kenyataan (Noor, 2012:140). Observasi pendahuluan dilakukan pada dua lokasi tempat usaha UMKM yaitu di SMESCO dan Thamrin City.

3.1.2 Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu subjek tertentu (Sugiyono, 2014:231). Wawancara dilakukan dengan pengurus koperasi dan pelaku UMKM untuk mendapatkan informasi awal penelitian. Pada tahap lanjut penelitian, wawancara secara intensif akan ditujukan pada koperasi dan Kementerian Koperasi dan usaha kecil (Kementerian KUKM) untuk mendapatkan informasi tentang kesiapan koperasi atau bentuk badan usaha lain sebagai *platform* digitalisasi.

3.1.3. Focused Group Discussion

Ditujukan untuk dapat lebih menggali informasi tentang kesiapan koperasi, badan usaha lain dan Kementerian KUKM serta UKM dalam ketersediaan *platform* digital untuk memasarkan produk-produk UKM

3.1.3 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat

pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2014:142). Dalam melakukan survei pada penelitian ini yang menjadi responden adalah pelaku UMKM, untuk mendapatkan data tentang kesiapan UKM terhadap proses digitalisasi pemasaran produk-produk mereka. Alat ukur yang digunakan peneliti pada kuesioner ini yaitu dengan menggunakan skala *Likert*.

3.1.4 Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu (Sugiyono, 2014:240). Pada penelitian ini, dilakukan pengumpulan data berupa dokumen-dokumen yang diperlukan seperti profil koperasi dan UMKM, dan dokumen informasi proses pertumbuhan usaha koperasi serta UMKM.

3.2 Pengukuran dan Definisi Operasional Variabel

3.2.1 Pengukuran

Alat ukur yang digunakan oleh peneliti yaitu skala *Likert*. Skala *Likert* adalah skala yang menunjukkan seberapa kuat tingkat setuju atau tidak setuju terhadap suatu pernyataan (McDaniel dan Gates, 2013:315). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala *Likert* tujuh poin yang terdiri dari “sangat tidak setuju”, “tidak setuju”, “agak tidak setuju”, “netral”, “agak setuju”, “setuju”, dan “sangat setuju”. Alasan menggunakan skala *Likert* tujuh poin karena dari tiga sampai sebelas, skala tujuh yang paling sering digunakan (Blerkom, 2009:155).

3.2.2 Definisi Operasional Variabel

Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Organizational change perspective*

Penyesuaian atau perubahan apa pun dalam organisasi yang berpotensi memengaruhi pengalaman fisik atau psikologis pemangku kepentingan organisasi (Oreg, Michel, & By, 2013)

2. *Context of organizational change*

Menurut perspektif teoritis yang dikembangkan oleh 'proses-kontekstualis' seperti perubahan organisasi Pettigrew dan Dawson disebabkan oleh faktor-faktor yang ditemukan dalam konteks luar atau dalam organisasi. Konteks luar mengacu pada misalnya keadaan ekonomi eksternal sedangkan konteks batin berkaitan dengan pengaruh internal seperti kemampuan sumber daya, struktur, budaya dan politik. Banyak sarjana lain juga telah mengusulkan bahwa perubahan disebabkan oleh pemicu atau driver yang ditemukan dalam lingkungan eksternal atau internal, dan bahwa kesadaran pengemudi tesis adalah bagian dari manajemen perubahan yang sukses. (e.g. Anderson & Ackerman Andersson, 2010; Hodges, 2016; Mukherjee, 2015; Dawson, 2003).

3. Content of organizational change

Organisasi menganggap perubahan sebagai musuh stabilitas, sementara yang lain menyadari peluang yang datang dengan perubahan (Helms Mills, Dye, & Mills, 2009). Pemimpin organisasi yang mendeteksi dan mengantisipasi pemicu eksternal untuk perubahan lebih siap untuk menanggapi mereka, dan dapat melihatnya sebagai peluang daripada ancaman.

4. Process of organizational change

Proses perubahan melibatkan perumusan dan implementasi perubahan organisasi. Dalam kerangka yang dikemukakan oleh Dawson (2003) proses perubahan ditentukan oleh substansi, konteks dan politik perubahan.

3.3 METODE ANALISIS DATA

Data yang diperoleh dari penelitian ini akan berupa dua jenis data: hasil wawancara, observasi dan *focused group discussion*, dan data hasil kuesioner.

Data wawancara, observasi dan FGD kemudian dianalisis dengan metode tematik mengikuti Boyatzis (1998) yang bersifat induktif terhadap teori. Teori yang diacu dalam penelitian ini adalah konsep platforming (Nocke et al., 2018).

Data yang telah diperoleh dari partisipan melalui kuesioner, selanjutnya akan dianalisis dengan metode *nonparametric statistic* yaitu dengan *path- analysis*. Analisis ini untuk melihat persepsi responden terhadap variabel penelitian. Analisis data akan dilakukan dengan menggunakan alat bantu software Stata.

BAB IV

KEMAJUAN PENELITIAN

Pada tahap ini proses penelitian telah mencapai kemajuan yang dapat dibagi dalam 2 tahapan kemajuan penelitian:

1. Pengumpulan data awal (*Preliminary research data*).

Di tahap ini, data dikumpulkan untuk menentukan besaran penelitian (partisipan FGD dan responden kuesioner), sekaligus mengumpulkan data awal tentang kesiapan pelaku-pelaku koperasi dan UMKM tentang digitalisasi. Tahap ini dilakukan dengan cara wawancara dan observasi baik pada koperasi maupun pada UMKM. Wawancara dan observasi telah dilakukan pada 2 lokasi:

a. SMESCO

Institusi ini menaungi beberapa UMKM dalam memasarkan produk-produk asli daerah dari 34 provinsi di Indonesia

b. Thamrin City

Di tempat ini pernah terdapat koperasi yang menaungi pedagang (UMKM) yang memasarkan produk-produk asli daerah dari 34 provinsi di Indonesia. Badan usaha koperasi sekarang ini sudah tidak ada lagi, namun pedagang (UMKM) tidak menolak jika bergabung dengan koperasi.

2. Pengumpulan data final.

Tahapan pengumpulan data ini saat ini belum dilakukan. Namun persiapan pengumpulan data ini telah mulai dan sedang berjalan. Hal-hal yang dipersiapkan untuk tahapan ini adalah:

1. Melakukan wawancara-wawancara tambahan terutama pada kementerian KUKM
2. Menyiapkan FGD: melakukan pendataan peserta FGD dan persiapan pelaksanaan FGD
3. Menyiapkan kuesioner untuk disebarkan pada UMKM.

Berikut ini adalah borang kemajuan penelitian hibah DAKAB yang kami rencanakan untuk dicapai:

Tabel 1 Borang Kemajuan Penelitian Hibah DAKAB

No	Jenis Luaran				Keterangan
	Kategori	Sub Kategori	Target	Capaian	
1	Artikel ilmiah dimuat di jurnal	Internasional berputasi			
		Nasional terakreditasi	√		Belum
		Nasional tidak terakreditasi			
2	Artikel ilmiah dimuat di prosiding	Internasional terindeks			
		Nasional	√		Belum
3	<i>Invited speaker</i> dalam temu ilmiah	Internasional			
		Nasional			
4	<i>Visiting Lecturer</i>	Internasional			
5	Hak kekayaan intelektual (HKI)	Paten			
		Paten sederhana			
		Hak cipta			
		Merek dagang			
		Rahasia dagang			
		Desain produk industri			
		Indikasi geografis			
		Perlindungan varietas tanaman			
		Perlindungan topografi sirkuit terpadu			
6	Teknologi tepat guna				
7	Model/purwarupa/desain/karya seni/ rekayasa sosial				
8	Buku ajar (ISBN)				
9	Tingkat kesiapan teknologi				

Dokumentasi Kegiatan Penelitian

1. Dokumentasi saat rapat kordinasi penelitian hibah DAKAB



2. Produk salah satu UMKM hasil observasi awal



BAB V RENCANA KEGIATAN

Berikut ini adalah rencana kegiatan mulai sejak awal pelaksanaan penelitian sampai dengan publikasi hasil penelitian.

Tabel 2 Rencana Kegiatan Penelitian Hibah DAKAB

[illegible]

BAB VI LAPORAN PENGGUNAAN DANA

Berikut ini adalah rencana anggaran dan laporan penggunaan dana hibah penelitian DAKAB:

a. Rencana Anggaran Biaya

Tabel 3 Ringkasan Anggaran Biaya Penelitian DAKAB yang Diajukan

No.	Jenis Pengeluaran	Persentase (%)	Biaya yang Diusulkan (Rp)
1	Bahan habis pakai dan peralatan	70%	7,000,000
2	Perjalanan	15%	1,500,000
3	Publikasi, seminar, dan pembuatan laporan penelitian	15%	1,500,000
	Total	100%	10,000,000

b. Realisasi Anggaran Biaya

Tabel 4 Laporan Penggunaan Dana Penelitian Hibah DAKAB

No	Tanggal	Anggaran	Uraian	No Bukti	Jumlah
Perjalanan					
1	13 Nopember 2018	Rp1,500,000	Biaya parkir pada saat Observasi UMKM di Smesco	1	Rp 6,000
2	13 Nopember 2018		Biaya parkir pada saat Observasi UMKM di Smesco	2	Rp 2,000
3	13 Nopember 2018		Pembelian produk UMKM di Smesco	3	Rp 85,800
4	21 Nopember 2018		Rapat Kordinasi Penelitian	4	Rp 432,548
TOTAL					Rp 526,348

DAFTAR PUSTAKA

- Tjakrawerdaja, Subiakto., Soenarto, Soedarno., P. Setia, Lenggono., Budhi, Purwandaya., Muhammad, Karim., dan Lestari, Agusalim. (2017). “Sistem Ekonomi Pancasila”. Jakarta. Rajawali pers
- Terjunbebas. (2016). “Lempuk Durian” <https://bengkuluprov.go.id/lempuk-durian/> (diakses tanggal 25 Juli 2018)
- Hanung,Raditya. (2018). “Sudah Meratakah Pertumbuhan Ekonomi di Seluruh Provinsi ?”. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20180214122617-16-4349/sudah-meratakah-pertumbuhan-ekonomi-di-seluruh-provinsi-> (diakses tanggal 25 Juli 2018)
- Kementrian, Koperasi. (2015). “Data Koperasi” <http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/data-koperasi/> (diakses tanggal 25 Juli 2018)
- Walfajri , Maizal. (2018). “Kemenkop targetkan 1.100 koperasi baru di 2018”. <http://keuangan.kontan.co.id/news/kemenkop-targetkan-1100-koperasi-baru-di-2018> (diakses tanggal 25 Juli 2018)
- Gideon, Arthur. (2018). ” Koperasi Masa Kini Harus Berkonsep Digital”. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3586537/koperasi-masa-kini-harus-berkonsep-digital> (diakses tanggal 25 Juli 2018)