

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pada era digital saat sekarang ini, teknologi informasi berkembang dengan sangat pesat, seiring dengan kebutuhan manusia yang juga terus bertambah. Segala aktivitas masyarakat tidak terlepas dari penggunaan teknologi, teknologi memegang peranan yang penting bagi keberlangsungan hidup manusia. Tidak hanya untuk masyarakat saja, teknologi juga berperan penting bagi perusahaan-perusahaan yang sedang berkembang maupun yang sudah maju. Hampir di semua sektor telah memanfaatkan perkembangan teknologi untuk melakukan inovasi tidak terkecuali para pengembang bisnis. Berbagai ide baru diciptakan, ide yang hebat dari para pengembang pun dapat memudahkan pemakainya. Keadaan ini menuntut para pelaku ekonomi untuk mengembangkan kemampuannya memperhitungkan, mengantisipasi, dan menyesuaikan diri terhadap setiap perubahan yang terjadi. Dalam keadaan seperti ini, Negara Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 telah menempatkan ekonomi nasionalnya berdasarkan atas asas kekeluargaan, sehingga perwujudannya adalah dengan adanya lembaga koperasi dikalangan masyarakat Indonesia.

Menurut UU RI No.25 tahun 1992 Bab 1 Pasal 1, koperasi didefinisikan sebagai:

“Badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan”

Koperasi memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian rakyat. Pembentukan badan usaha koperasi tersebut dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa bagi para anggota, baik bersifat individual atau kelompok. Oleh karena itu, koperasi sebagai badan usaha yang perlu dikelola dengan cara profesional, sehingga dapat menjalankan usahanya dengan baik dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.27 Tahun 2007, menyebutkan:

“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.”

Koperasi merupakan gerakan ekonomi rakyat yang mempunyai tugas dan tanggung jawab, dalam hal mensejahterakan seluruh anggota yang mana melalui pemenuhan semua kebutuhan yang layak dan memadai. Koperasi sebagai gerakan ekonomi rakyat harus makin dikembangkan dan ditingkatkan kemampuannya serta dibina dan dikelola secara efisien supaya dapat tumbuh dan berkembang.

Koperasi menurut Rudianto (2006), koperasi adalah badan usaha yang mengorganisir pemanfaatan dan pendayagunaan sumber daya ekonomi para anggotanya atas dasar prinsip-prinsip koperasi dan kaidah usaha ekonomi untuk meningkatkan taraf hidup anggota pada khususnya dan masyarakat daerah pada umumnya dengan demikian koperasi merupakan ekonomi rakyat dan soko guru perekonomian nasional. Koperasi merupakan organisasi yang berbadan hukum.

Pembangunan koperasi di Indonesia merupakan bagian dari usaha pembangunan nasional secara keseluruhan. Koperasi harus dibangun untuk menciptakan usaha dan pelayanan dalam menciptakan azas kekeluargaan.

Sebagai soko guru ekonomi nasional, koperasi diharapkan bisa berperan dalam kondisi apa saja. Terlebih ditengah situasi jaman yang dinamis seperti sekarang, koperasi harus bisa meningkatkan perannya dalam perekonomian masyarakat. Maka dari itu koperasi harus masuk pula dalam sektor ekonomi kreatif. Teten menambahkan, koperasi yang saat ini sudah aktif, baik itu koperasi produsen, koperasi konsumen, koperasi jasa, koperasi simpan pinjam, dan lainnya harus berada pada kesatuan ekosistem yang terintegrasi.

Perkembangan dan pertumbuhan koperasi selama ini belum sepenuhnya menampakan wujud dan peranannya. Sampai kini sektor swasta masih mendominasi sektor perekonomian di Indonesia dan sektor koperasi kontribusinya terhadap perekonomian di Indonesia berada dilini terakhir. Oleh karena itu, dalam rangka menggalang dan memperkokoh perekonomian rakyat, koperasi harus berusaha sekuat tenaga agar memiliki kinerja usaha yang tangguh dan efisien. Sebab hanya dengan cara itulah koperasi dapat menjalankan perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekomomian nasional (Baswir, 2013).

Pada umumnya, koperasi juga memerlukan suatu alat yang dapat digunakan untuk mengetahui kinerja bisnis pada unit usaha koperasi agar pihak koperasi dapat melaksanakan tugas dan kewajibannya dengan baik sesuai tujuan koperasi pada

umumnya. Koperasi merupakan salah satu bentuk organisasi ekonomi yang sedang mendapatkan perhatian pemerintah. Koperasi merupakan organisasi yang berbadan hukum. Pembangunan koperasi di Indonesia merupakan bagian dari usaha pembangunan nasional secara keseluruhan. Koperasi harus dibangun untuk menciptakan usaha dan pelayanan dalam menciptakan azas kekeluargaan. Usaha koperasi adalah usaha yang sesuai dengan demokrasi ekonomi, karena didalam demokrasi ekonomi terdapat unsur-unsur usaha koperasi.

Koperasi Pegawai Republik Indonesia KPRI “Sasakadana” pemda Kabupaten Garut, merupakan koperasi pegawai yang berdiri sejak bulan Oktober tahun 1953, tapi pada tahun 1967 Koperasi Pegawai Republik Indonesia KPRI “Sasakadana” Pemda Kabupaten Garut resmi berbadan hukum yaitu No. 356. A/BH/IX-20-67 tanggal 12 Juli 1967. Koperasi pegawai Republik Indonesia Sasakadana yang beralamat di jalan Patriot No. 4 Desa Sukagalih Kecamatan Tarogong Kidul Kabupaten Garut dengan HBH : 21/KOP/2011/PN-GRT TGL. 25 februari 2011. Koperasi yang usahanya multi purpose artinya ada beberapa unit usaha yang dijalankan bertujuan untuk dapat meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya yang sesuai dengan kebutuhan anggotanya. Sebagai mana dengan koperasi yang saya teliti mengenai koperasi fungsional, dimana Koperasi Pegawai Republik Indonesia sasakadana garut ini mampu menghasilkan barang dan jasa. Koperasi ini di bentuk dengan alasan banyaknya permintaan barang dan jasa di sekitar daerah garut. Dalam kegiatan usahanya koperasi ini selain melayani anggota juga melakukan kegiatan

usaha dengan non anggota, dari unit usaha yang ada hanya unit usaha simpan pinjam yang dikhususkan untuk anggota, sedangkan sisanya bisa dimanfaatkan oleh anggota dan non anggota atau bisa disebut sebagai unit usaha umum.

Tabel 1.1 Realisasi Anggaran Pendapatan Jasa Barang Waserda

Tahun	Rencana	Realisasi (Rp)	Perkembangan (%)
2016	50.000.000,00	62.890.870,00	125,78
2017	50.000.000,00	46.759.613,00	93,52
2018	50.000.000,00	57.703.343,00	115,41
2019	50.000.000,00	59.407.940,00	118,82
2020	50.000.000,00	60.275.355,00	120,16

Sumber: Laporan RAT Koperasi Pegawai Republik Indonesia Sasakadana dari tahun 2016-2019

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa secara keseluruhan realisasi pendapatan anggaran jasa barang waserda di Koperasi Pegawai Republik Indonesia KPRI Sasakadana Garut dari tahun 2016 sampai dengan 2020 mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya. Berdasarkan uraian-uraian diatas dapat diketahui bahwa pada tahun 2017 mengalami fluktuatif atau penurunan jumlah partisipasi anggota. Sedangkan pada tahun 2018 sampai 2020 partisipasi anggota pelanggan jasa barang waserda mengalami kenaikan tetapi tidak sebesar pada tahun 2016.

Tabel 1.2 Perkembangan Anggota dan Rata-Rata Volume Transaksi Anggota

Tahun	Penjualan (Rp)	Anggota	Rata-Rata Transaksi (Rp)	Rata-Rata Transaksi (%)
2016	355.522.700,00	839	423.745,00	18,23%
2017	291.162.450,00	758	384.119,00	-9,35%
2018	347.357.100,00	772	449.944,00	17,13%
2019	300.694.350,00	758	396.694,00	-11,83%
2020	300.504.950,00	742	404.993,00	2,09%

Sumber: Laporan RAT Koperasi Pegawai Republik Indonesia Sasakadana Garut dari tahun 2016-2019

Berdasarkan data dari Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa volume transaksi pada unit usaha waserda Koperasi Pegawai Republik Indonesia setiap tahunnya selalu mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2016 rata-rata transaksi setiap anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia yaitu sebesar Rp.423,745,00. Pada tabel diatas penjualan barang unit waserda paling rendah justru terjadi pada tahun 2017 turun sekitar 8,88% dari tahun sebelumnya, setiap anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia hanya bertransaksi sekitar Rp.384,119,00. Dan pada tahun 2018 penjualan barang mengalami kenaikan yang cukup signifikan dan sudah melebihi target dari yang sudah direncanakan yaitu rata-rata transaksi anggota sekitar Rp.449,944,00 sekaligus menjadi penjualan barang paling tinggi. Namun pada tahun 2019 pula penjualan mengalami fluktuatif atau penurunan jumlah pembeli, rata-rata transaksi anggota

koperasi sebesar Rp.396,694,00. Kenaikan transaksi anggota kembali terjadi pada tahun 2020 rata-rata transaksi anggota koperasi yaitu sebesar Rp.404,993,00, kenaikan terjadi karena transaksi yang rendah dari tahun sebelumnya.

Penyebab dari penurunan transaksi barang unit waserda di pengaruhi oleh banyak faktor mulai dari jarak tempuh yang jauh, sibuknya anggota untuk bisa datang berbelanja dikoperasi, dan anggota ingin yang lebih efisien. Inovasi yang harus dilakukan koperasi Pegawai Republik Indonesia agar anggota terasa lebih nyaman dan aman adalah dengan mendigitalisasi layanan pada koperasi yaitu dengan membuat situs *E-commerce*. Pembuatan situs *E-commerce* pada koperasi dapat membantu meningkatkan volume transaksi, yang sebelumnya koperasi hanya mampu menjual barang kepada setiap anggota dengan rata-rata transaksi sebesar Rp.400,000,00 pertahun, dengan adanya situs *E-commerce* penjualan unit barang waserda diharapkan dapat meningkat pesat. Setelah pembuatan *E-commerce* terealisasi volume transaksi unit barang waserda bisa melebihi target dari yang telah ditentukan dan mampu meningkatkan partisipasi anggota.

Partisipasi anggota merupakan hal yang vital dalam pembangunan koperasi. Dalam realita yang terjadi saat ini banyak koperasi dengan tingkat partisipasi anggota yang rendah, namun beberapa di antaranya tetap dapat memberikan manfaat yang memuaskan bagi para anggotanya. Akan tetapi, tanpa partisipasi anggota, kemungkinan atas rendah atau menurunnya efisien dan efektivitas anggota dalam rangka mencapai kinerja koperasi, akan lebih besar (Ropke, 2003:39).

"Tanpa partisipasi anggota, kemungkinan atas rendah atau menurunnya efisiensi dan efektifitas anggotanya dalam rangka mencapai kinerja koperasi akan lebih besar" (Sri Djatmika S. Arifin, 2000: 45). Jadi partisipasi anggota memiliki peran penting dalam pencapaian keberhasilan usaha koperasi. Semakin tinggi tingkat partisipasi anggota, akan semakin tinggi pula tingkat pencapaian keberhasilan usaha koperasi, atau sebaliknya.

Cara kerja koperasi harus lebih efisien yang juga momentum bagus bagi gerakan koperasi untuk memanfaatkan dampak positif revolusi industri 4.0. Diantaranya adalah koperasi pegawai Republik Indonesia harus meningkatkan kemampuan sumber daya manusia terutama untuk membawa koperasi yang mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi saat ini, seperti misalnya koperasi harus memiliki website sendiri jadi pelayanan anggota bisa dilaksanakan secara online dan bahkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Dalam mengembangkan koperasi di Indonesia, digitalisasi koperasi menjadi salah satu fokus pemerintah, untuk mencapai efisiensi dan efektivitas layanan koperasi tanpa harus mengubah nilai-nilai dasar dan prinsip koperasi.

Transformasi digital mengacu pada proses dan strategi menggunakan teknologi digital untuk secara drastis mengubah cara bisnis beroperasi dan melayani pelanggan. Misalnya perubahan pada strategi pemasaran digital. Strategi perubahan bisnis kini sudah berubah dalam bentuk mempromosikan bisnis melalui media cetak ke media sosial dan digital, promosi offline ke promosi online. Setiap strategi bisnis rintisan yang baru akan langsung menerapkan digital di era modern ini karena proses lama sudah mulai ditinggalkan untuk model bisnis yang baru. Merek-merek modern ini tidak melewati apa yang disebut dengan "disrupsi digital" atau perubahan dari sistem lama ke cara-cara yang baru, jadi mereka sudah lebih unggul dalam urusan efisiensi operasional. Ini berarti bahwa koperasi harus ingin mengejar atau perlu memperbarui alur kerjanya untuk menyambut era digital.

Digitalisasi telah merubah perilaku manusia sebagai konsumen sebuah produk. proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan, ini merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Dan yang paling penting, dalam melakukan pemilihan produk di era digital ini adalah konsumen lebih mengutamakan sesuatu yang instan dan serba cepat. Sehingga interaksi secara fisik berkurang dan otomatis transaksi offline juga berpengaruh yang akhirnya dapat memacu semua transaksi online. Digitalisasi layanan koperasi memungkinkan adanya pengembangan pelatihan dan pendampingan di berbagai unit usaha secara realtime online. Oleh karena itu aktivitas

koperasi tidak lagi menjadi monoton dan tidak lagi terkurung oleh keterbatasan ruang dan waktu karena semuanya bisa dilakukan secara online.

Era digital yang membawa perubahan adalah era di mana perputaran informasi dan pengetahuan sangat tinggi. Sebenarnya di era apapun, konsumen memutuskan belanja sesuatu, ada yang memang diputuskan secara rasional, sistematis dan hati-hati. Tapi ada juga yang lebih mengandalkan aspek emosional. Keputusan belanja bagi yang rasional, dilalui sesuai tahapan-tahapannya. Pada tahap mengevaluasi untuk memilih mana yang akan diambil, aplikasi *E-commerce* bermaksud untuk mencapai maksud dan tujuan pembelian yang sangat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan. Bila dikaitkan dengan proses pengambilan keputusan yang rasional seperti ini, koperasi harus melakukan banyak hal. Seperti bagaimana mampu memberikan informasi yang tepat, menarik, tapi efektif bagi konsumen. Dan bagaimana evaluasi pasca pembeliannya dan bila kalau terjadi negative worm agar langsung bisa cepat diatasi. Sementara bagi konsumen yang memutuskan belanja atas pertimbangan emosional, perilakunya berbeda lagi. Ada konsumen yang membeli tanpa berpikir terlebih dulu. Begitu melihat dan produk yang dirasanya menarik konsumen akan langsung mengambil produk yang diinginkannya. Atau bisa jadi tergoda belanja karena ada hadiahnya, dan sebagainya. Untuk menciptakan konsumen yang demikian, lagi-lagi perlu disebarkan informasi yang menyentuh dan menarik bagi konsumen, sehingga keputusan membelinya tak lagi berdasar pertimbangan rasional.

Digitalisasi ini telah mengubah cara pandang seseorang dalam menjalani kehidupan yang sangat canggih seperti saat ini. Sebuah teknologi yang membuat perubahan besar, dari mulai membantu mempermudah segala urusan sampai membuat masalah karena tidak bisa menggunakan fasilitas digital yang semakin canggih ini dengan baik dan benar. Sebaiknya koperasi berperilaku sigap dan bertanggung jawab serta melaksanakan sosialisasi dalam penggunaan dan pemanfaatan aplikasi *E-commerce*. Ketika anggota telah menggunakan *E-Commerce*, koperasi harus terus memantau dan mengevaluasi. Kalau sampai terjadi ketidakpuasan atau keluhan dari anggota sebaiknya koperasi menerima masukan dari anggota.

Sedangkan digitalisasi adalah ketertarikan, sikap, dan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, membuat dan berkomunikasi dengan orang lain agar dapat berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat (Potter, 2005:22).

Pastinya pergerakan koperasi juga tidak bisa mengelak dari era digital, mendorong Koperasi bertransformasi ke digital, bukan lah yang mudah. Namun sistem informasi dalam layanan digital koperasi akan meningkatkan efisiensi, efektifitas, dan produktifitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih efektif daripada penjualan secara konvensional. Secara umum, dalam penyediaan layanan digital koperasi, aplikasi *E-commerce* memberikan informasi mengenai produk dan jasa melalui via portal di internet, memberikan akses kepada para anggota untuk bertransaksi dan mengupdate data pribadinya secara mudah.

Digitalisasi layanan koperasi tentu tidak bisa terlepas dari realitas yang mengemuka bahwa pergerakan koperasi dirasa masih sangat lambat dan ketinggalan zaman, koperasi harus merubah bisnisnya ke proses bisnis *E-commerce*. Oleh karena itu, implementasi digitalisasi koperasi akan berdampak positif terhadap upaya membangun jejaring teknologi yang memberikan kepuasan pelayanan kepada anggota.

Pengembangan digitalisasi koperasi pada dasarnya akan memberikan kecepatan koperasi untuk bergerak dinamis. Hal ini yang pada akhirnya memudahkan berjalannya bisnis koperasi melalui peningkatan pelayanan kepada anggota koperasi, sampai menghubungkan produsen dan pembeli lewat aplikasi yang berbasis *E-commerce*. Jadi, pasca digitalisasi aplikasi *E-commerce* dapat memudahkan anggota dan fokus bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan. Oleh sebab itu, layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi produk/jasa, pelanggan (dan bukan produsen atau penyedia jasa) yang menilai tingkat kualitas layanan sebuah perusahaan. Tantangannya, penilaian konsumen terhadap kinerja layanan yang diterimanya bersifat subyektif, karena tergantung persepsi masing-masing individu.

Salah satu bentuk *E-business* yang paling dikenal publik adalah kegiatan perdagangan secara elektronik atau yang dikenal dengan istilah *electronic commerce* atau *E-commerce*. *E-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang

perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer networks*) yaitu internet.

E-commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan suatu komunitas melalui transaksi elektronik serta perdagangan barang, layanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik. *E-Commerce* digunakan sebagai transaksi bisnis antara perusahaan yang satu dengan perusahaan lainnya, antara perusahaan dengan pelanggan atau perusahaan dengan institusi yang bergerak dalam pelayanan publik. (Saputro, 2012:56).

Pembuatan aplikasi *E-commerce* pada dasarnya selaras dengan apa yang saat ini sedang digencarkan Kementerian Koperasi dan UMKM yaitu mewujudkan koperasi modern melalui pengembangan digitalisasi koperasi. Hal ini dimaksudkan untuk menjadikan koperasi mudah diakses dan tidak gagap teknologi, artinya berbagai peluang dan potensi dari ragam pilihan teknologi yang sekiranya paling pas untuk diadopsi koperasi. aplikasi *E-commerce* berorientasi terhadap tujuan kemudahan, kecepatan layanan, kenyamanan juga keamanan bertransaksi dengan koperasi. Persepsi yang terbentuk dari aplikasi *E-commerce* secara tidak langsung memberi gambaran tentang eksistensi koperasi modern di masa depan. Jika dicermati sejatinya hal ini lanjutan dari tema tahun lalu yaitu Reformasi Total Koperasi di Era Industri 4.0' dan fokus ke depannya adalah koperasi harus go digital.

Tantangan baru yang dihadapi oleh Unit Usaha Waserda Koperasi KPRI Sasakadana tidak hanya sekedar mengubah proses bisnis dengan memanfaatkan perkembangan teknologi digital dan inovasi produk, tetapi juga menjadi momentum untuk menghadirkan visi baru di tengah perubahan sosial dan ekonomi yang sangat dinamis. perkembangan dunia usaha ke depan menuntut gerakan koperasi untuk mampu meningkatkan daya saing. Hal ini merupakan tantangan sekaligus peluang bagi Unit Usaha Waserda koperasi KPRI Sasakadana, terutama untuk mewujudkan kemandirian bagi gerakan koperasi sehingga mampu menjadi koperasi berdaulat, mandiri mewujudkan kesejahteraan anggotanya, dan pembangunan daerah serta nasional secara berkelanjutan.

Berdasarkan fenomena-fenomena dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul: **“ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN PARTISIPASI ANGGOTA MELALUI TRANSAKSI E-COMMERCE”**.

IKOPIN

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang penulis kemukakan diatas dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Upaya dan strategi apa saja yang dapat dilakukan Koperasi Pegawai Republik Indonesia KPRI Sasakadana Garut untuk meningkatkan partisipasi anggota?
2. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman aplikasi *E-commerce* untuk koperasi?
3. Bagaimana proses untuk melakukan transaksi secara online melalui aplikasi *E-commerce*?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan yang dilakukan penulis dari penelitian ini adalah untuk mencari, mengumpulkan, menganalisis data, dan informasi untuk digunakan dalam pemecahan masalah-masalah yang telah diidentifikasi dalam pembuatan laporan Tugas Akhir. Adapun tujuan dari penellitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui upaya dan strategi yang efektif untuk dapat dilakukan oleh Koperasi Pegawai Republik Indonesia KPRI Sasakadana Garut untuk meningkatkan partisipasi anggota.
2. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman aplikasi *E-commerce* pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia KPRI Sasakadana Garut.
3. Untuk mengetahui cara proses melakukan transaksi secara online melalui aplikasi *E-commerce*.

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Kegunaan teoritis yang dimaksud dapat ditinjau dari aspek yang berhubungan dengan aspek keilmuan sedangkan kegunaan praktis dapat ditinjau dari aspek guna laksana.

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan motivasi dan manfaat yang berguna bagi peneliti, antara lain:

1. Bagi peneliti, diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan baik secara teori maupun aplikasinya dalam rangka menambah pengetahuan berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.
2. Dalam aspek ini dapat memperkaya pengembangan ilmu koperasi pada umumnya serta khususnya pada bidang manajemen bisnis dan digital dalam pelaksanaan studi bisnis koperasi pada unit usaha waserda dalam penerapan layanan *E-commerce*.
3. Peneliti dapat jadi acuan untuk menilai seberapa jauh kemampuan dalam peneliti seberapa jauh kemampuan dalam meneliti, menelaah, serta menganalisis suatu masalah dan bagaimana caranya untuk memecahkan masalah tersebut dengan menggunakan metode ilmu yang telah dipelajari.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan dan masukan sebagai bahan informasi terhadap hal-hal yang berkaitan dengan penjualan unit waserda menjadi digital bagi Koperasi Pegawai Republik Indonesia KPRI Sasakadana Garut serta koperasi lainnya. Selain itu, penelitian ini sebagai salah satu referensi dalam penelitian-penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti selanjutnya.