EKOPZ : *PLATFORM* LAYANAN DIGITAL KOPERASI

Alifiah Putri[1], Aldy Naufal Alyyafi[2], Muhammad Zaki Alkhairi[3], Robbi Hendriyanto, S.T., M.T.[4], Tedi Gunawan, S.T., M.Kom.[5], Hetti Hidayati, S.Kom, M.T.[6]

[1, 2,4,5] D3 Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom
[3,6] D3 Rekayasa Perangkat Lunak Aplikasi, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom
alifiahputri@student.telkomuniversity.ac.id[1], **aldinaufal@student.telkomuniversity.ac.id[2]**, **mzakialkhairi@student.telkomuniversity.ac.id[3]** , **robbi@tass.telkomuniversity.ac.id[4]**, **tedi@tass.telkomuniversity.ac.id[5]**, **hettihd@tass.telkomuniversity.ac.id[6]**

Abstrak

eKopz merupakan *platform* koperasi digital masa kini yang menawarkan cara ber-koperasi yang lebih mudah, aman dan dapat diakses dimana saja. Dengan *minimum viable product* yang diusulkan berupa otomatisasi pembukuan dan transaparansi keuangan koperasi, *online channel* khusus koperasi yang terintegrasi langsung dengan pembukuan koperasi, serta portal informasi tentang koperasi dan *finance*, eKopz diharapkan dapat menjadi solusi bagi koperasi begitu juga dengan anggotanya dalam berorganisasi. Untuk metodologi pengerjaan eKopz akan berisi rangkaian aktivitas proses seperti analisa kebutuhan target *user*, perancangan desain sistem, kemudian dilanjutkan pengujian sistem oleh pengembang, dan implementasi dari sistem yang siap untuk dioperasikan. Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian, setiap fungsionalitas aplikasi berjalan sesuai dengan spesifikasi kebutuhan pengguna.

Kata Kunci : eKopz, Koperasi, Koprasi Digital, *ecommerce*

Abstract

eKopz is a digital cooperative platform that offers an easier, safer and more accessible way of cooperating anywhere. With the proposed minimum viable product in the form of bookkeeping automation and cooperative financial transparency, e-commerce specifically for cooperatives that is integrated directly with cooperative bookkeeping, and information portals on cooperatives and finance, eKopz is expected to be a solution for cooperatives as well as their members in organizing. The eKopz working methodology will contain a series of process activities such as analyzing the needs of target users, designing the system, then continuing the system testing by the developer, and implementing the system that is ready to operate. Based on the results of research and testing, each application functionality runs in accordance with the specifications of user requirements.

Keywords: eKopz, Cooperative, Digital Cooperative, ecommerce

1. Pendahuluan

Di Indonesia koperasi didirikan atas asas kekeluargaan. Pada masa organisasi Serikat Dagang Islam yang didirikan pada tahun 1927, koperasi berdiri untuk memperjuangkan kedudukan ekonomi para pengusaha pribumi yang kemudian dimasa kini koperasi dihadirkan dalam kerangka membangun institusi yang dapat menjadi mitra negara dalam menggerakkan pembangunan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat [1]. Namun, seiring berjalannya waktu koperasi mulai kurang dilirik oleh masyarakat dikarenakan koperasi dipandang sebagai badan usaha yang terkenal dengan label kuno, tradisional yang hanya digandrungi oleh kaum paruh baya. Berdasarkan kuisioner yang disebar ke seratus orang responden, lebih dari 80% diantaranya tidak tahu pasti apa itu koperasi, yang mana hal tersebut menjelaskan rendahnya edukasi masyarakat khususnya generasi milenial tentang apa itu koperasi. Hal tersebut juga dapat disebabkan salah satunya karena keorganisasian serta media promosi dari koperasi yang masih menggunakan cara yang konvensional.

Pesatnya perkembangan teknologi membuat koperasi harus adaptif dan dinamis dalam merespons berbagai tren serta perkembangan terbaru di tengah masyarakat. Berdasarkan data dari Kemenkop dan UKM (Online Data Sistem), baru 0,73% dari koperasi diseluruh wilayah Indonesia yang sudah melek digital [2]. Terlebih lagi ditengah situasi pandemi seperti sekarang ini media digital menjadi sangat penting bagi kita untuk dapat terus terkoneksi. Pada tahun 2020 sendiri berdasarkan data dari Bank Indonesia, terlihat peningkatan jumlah transaksi online hingga 140 juta,

hampir dua kali lipat dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 80 juta transaksi [3]. Dilain sisi, Koperasi malah mengalami penurunan penjualan hingga 35% dikarenakan pandemi [4].

Dikutip dari judul salah satu artikel, koperasi dapat menjadi garda terdepan pemulihan ekonomi nasional, koperasi dapat menjadi fasilitator yang memberikan modal bagi umkm untuk bangkit kembali ditengah pandemi. Namun, apa jadinya jika koperasi itu sendiri yang kekurangan modal? Digitalisasi koperasi menjadi langkah selanjutnya bagi koperasi di Indonesia agar dapat kembali eksis di tengah masyarakat serta meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Oleh karena itu eKopz hadir sebagai *platform* koperasi digital masa kini yang menawarkan cara ber-Koperasi yang lebih mudah, aman dan dapat diakses dimana saja. Dengan minimum viable product berupa otomatisasi pembukuan dan transaparansi keuangan koperasi, online channel khusus koperasi yang terintegrasi langsung dengan pembukuan koperasi, serta portal informasi tentang koperasi dan finance, eKopz diharapkan dapat menjadi solusi bagi koperasi begitu juga dengan anggotanya dalam berorganisasi. *One Application for All your Cooperative Activities!*

2. Metode Penelitian

Pada Bagian ini akan dijelaskan analisis implementasi marketing dan bisnis startup eKopz beserta implementasi dan tantangan atau hambatan dalam proses implementasi marketing dan bisnis. Selain itu, juga akan dijelaskan analisis implementasi teknologi berseta deskripsi layanan setelah diimplementasikan dan tantangan atau hambatan dalam proses implementasi.

2.1. Analisis Implementasi Marketing dan Bisnis

Berikut akan dijelaskan analisis bisnis model serta rencana marketing yang diimplementasikan oleh eKopz:

a) Analisis Implementasi Bisnis

Saat ini eKopz menggunakan bisnis model subscription atau berlangganan dengan menawarkan biaya langganan bulanan dengan paket-paket berbeda. Untuk menarik minat koperasi menggunakan layanannya, eKopz memberikan satu bulan demo gratis bagi setiap koperasi untuk mencoba fitur-fitur unggulan eKopz. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan kebebasan kepada koperasi untuk men-explore apakah fitur-fitur yang ditawarkan cocok dengan alur pada organisasi mereka sekaligus menganalisis fitur-fitur yang perlu ditambahkan atau disempurnakan berdasarkan pengalaman koperasi tersebut. Ketika koperasi merasa terbantu dengan fitur-fitur yang ditawarkan baru kemudian kesepakatan kerjasama akan dibicarakan.

Bisnis model *subscription* atau berlangganan memberikan kesempatan bagi calon customer untuk memilih sendiri jenis layanan yang cocok dengan kebutuhan mereka. Fleksibilitas seperti ini kemudian membantu membangun loyalitas pelanggan terhadap produk. Selama pelanggan masih melihat nilai-nilai yang bermanfaat yang ditawarkan oleh layanan dari sebuah perusahaan, mereka akan terus menggunakan layanan dan membayar untuk itu. Dengan bisnis model ini juga memberikan kesempatan bagi sebuah perusahaan untuk mengunci customer dalam jangka waktu yang lama. Dengan begitu perusahaan dapat memastikan aliran pendapatan yang stabil dan berulang setiap bulannya. Selama jangka waktu tersebut, perusahaan dapat meningkatkan produk dan layanan mereka agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan tumbuh bersama mereka. Oleh karena itu bisnis model ini terkenal menciptakan *customer relationship* yang lebih baik dibanding bisnis model lainnya. Pada gambar 2.1 dibawah ini memperlihatkan peningkatan pendapatan secara yang lebih tingga dengan *model subscription* serta hubungannya dengan *customer relationship* yang lebih kuat.

Gambar 2. 1 Model Bisnis Subscription menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi dan hubungan pelanggan yang lebih kuat.

Berdasarkan survei dari *McKinsey & Company*, 46% pelanggan sudah membayar layanan *streaming online* dan 15% telah berlangganan layanan *e-commerce* dalam satu tahun survei. Hal tersebut memperlihatkan secara bertahap pelanggan mulai

terbiasa menggunakan model bisnis ini dalam kehidupan sehari-hari. Itulah mengapa perusahaan seperti GoPro dan Adobe telah beralih ke model bisnis ini. Tantangan dari bisnis model ini adalah untuk fokus mempertahankan pelanggan selama mungkin untuk tetap menggunakan layanan yang ditawarkan. Model bisnis ini bergantung pada hubungan pelanggan yang kuat dan bertahan dalam waktu yang lama. Jika pelanggan mulai merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, mereka akan dengan mudah membatalkan dan beralih ke penawaran lain yang lebih baik. Oleh karena itu perusahaan mesti memperhatikan beberapa matrix seperti, *Monthly recurring revenue (MRR), Average revenue per user (ARPU), Customer lifetime value (CLV)* hingga *Churn rate* atau data yang memperlihatkan seberapa cepat waktu yang diperlukan customer untuk berpindah ke layanan yang lain atau membatalkan langganan. Dengan data-data tersebut perusahaan dapat memberikan penawaran yang lebih baik mulai dari harga hingga layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Untuk dapat menjaga *customer relationship* seperti yang dijelaskan sebelumnya, eKopz telah merencanakan update perancangan fitur untuk setiap versinya dimasa depan sehingga pelanggan dapat terus merasakan manfaat dari *platform* eKopz. Update fitur ini dirancang berdasarkan matriks-matriks yang sudah dijelaskan sebelumnya serta form *feedback* yang telah disediakan dari *customer* yang menggunakan. eKopz juga menyediakan form keluhan jika terdapat *bug* atau *error* selama masa penggunaan untuk dapat langsung diperbaiki oleh tim IT eKopz. Form tersebut dapat diakses melalui https://bit.ly/FormMasukanEkopz. Tidak hanya itu disetiap paket berlangganan eKopz akan menyediakan masa pembimbingan oleh tim eKopz terhadap pengurus koperasi dalam penggunaan aplikasi yang juga dilengkapi dengan buku panduan. Promo potongan harga di Kopmart khusus untuk anggota koperasi mitra juga akan eKopz bagikan dan akan selalu diinformasikan melalui sosial media official eKopz.

b) Analisis Implementasi *Marketing*

Berikut akan dijelaskan beberapa strategi marketing yang akan eKopz implementasikan beserta alasan pengimplementasian:

1) Sosialisasi

eKopz akan mengadakan sosialisasi ke koperasi-koperasi atau dinas koperasi untuk menawarkan layanan produk eKopz hingga pendaftaran demo gratis untuk akses ke fitur-fitur unggulan eKopz selama sebulan. Sosialisasi ini dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan pengurus tentang layanan yang eKopz tawarkan dan bagaimana layanan tersebut dapat memudahkan setiap transaksi di koperasi nantinya.

2) Webinar / *Workshop*

Selain itu eKopz juga akan mengadakan event-event seperti webinar ataupun workshop dengan pembicara-pembicara yang pakar pada bidangnya serta influencer yang mungkin dapat membawa masa dari generasi millennial. Acara ini nantinya tidak hanya berfungsi untuk mengedukasi masyarakat tentang koperasi namun juga untuk memasarkan layanan-layanan eKopz sebagai *platform* koperasi masa kini ke masyarakat umum. Acara diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berkoperasi.

3) Sosial Media

Tidak hanya itu eKopz juga akan aktif di media sosial yang sangat akrab dengan masyarakat terkhusus bagi generasi muda sebagai media pemasaran serta edukasi tentang koperasi yang merupakan misi eKopz untuk mengenalkan dan menyebarkan budaya berkoperasi yang mulai terlupakan. Sosial media seperti Instagram dan Facebook nantinya akan di support dengan iklan sehingga informasi-informasi menarik yang kami bagikan dapat tersebar ke jejaring yang lebih luas.

4) Diskon Bulanan dan Poin *Reward*

Promo seperti diskon bulanan dan poin *reward* untuk setiap transaksi menggunakan eKopz juga akan diadakan sebagai bentuk pengenalan produk eKopz ke cakupan yang lebih luas. Tidak jauh berbeda dengan *market place* lainnya eKopz juga akan mengadakan *event-event* seperti *flash sale, voucher* dan lain-lain. Hal ini dilakukan untuk manarik minat masyarakat untuk membeli produk-produk dari unit usaha koperasi.

2.2. Analisis Implementasi Teknologi

Berikut akan dijelaskan analisis implementasi teknologi mulai dari diagram analisis yang mendukung studi kasus yang diangkat dalam startup

hingga kebutuhan implementasi teknologi yang harus eKopz siapkan.

2.2.1. Diagram Analisis Implementasi Teknologi

Berikut akan dijelaskan analisis implementasi teknologi mulai dari analisis pengguna hingga penjelasan terkait use case diagram.

a) Analisis Pengguna

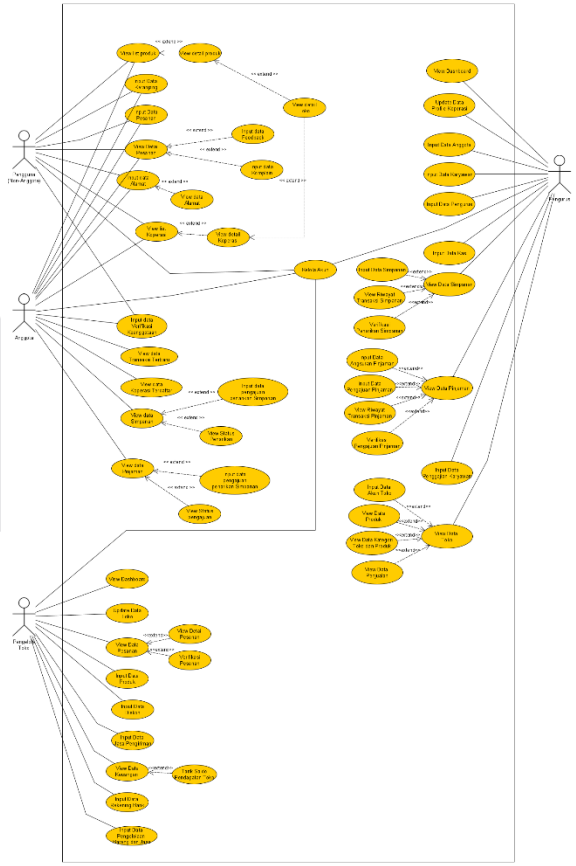
Pada sistem ini nantinya akan terdapat empat jenis pengguna diantaranya pengguna yang bukan anggota koperasi atau belum memverifikasi keanggotaannya pada koperasi mitra eKopz yang terdaftar, anggota koperasi, pengurus koperasi dan pengelola toko koperasi. Untuk lebih jelasnya akan dipaparkan pada table 2.1 analisis pengguna berikut ini:

Tabel 2. 1 Analisis Pengguna

No.	Pengguna	Deskripsi	Kompetensi IT/Non IT
1.	Non Anggota Koperasi	Masyarakat yang belum tergabung menjadi anggota salah satu mitra koperasi eKopz atau belum memverifikasi keanggotaanny-a dikoperasi tersebut.	Terbiasa dengan penggunaan website atau browser dan mengerti dalam proses berbelanja secara online
2.	Anggota Koperasi	Anggota salah satu koperasi mitra eKopz yang telah memverifikasi keanggotaanny-a dan dapat mengakses data informasi koperasi di fitur MyKoperasi.	Terbiasa dengan penggunaan website atau browser dan mengerti dalam proses penginputan data menggunaka-n form.
3.	Pengurus	Pengurus koperasi mitra eKopz yang telah terdaftar dan memiliki akses ke dashboard web pengurus eKopz.	Terbiasa dengan penggunaan website atau browser dan mengerti dalam proses penginputan data menggunaka-n form.
4.	Pengelola Toko	Pengelola salah satu unit usaha koperasi mitra yang terdaftar di eKopz dan memiliki akses ke dashboard pengelola toko	Terbiasa dengan penggunaan website atau browser dan mengerti dalam proses penginputan data menggunaka-n form.

b) Use Case Diagram

Berikut merupakan gambaran rancangan *use case diagram* eKopz secara keseluruhan mulai dari website hingga *mobile app* seperti pada gambar 2.2 berikut:



Gambar 2. 2 Use Case Diagram

2.2.2. Kebutuhan Implementasi Teknologi

Berikut merupakan kebutuhan yang dibutuhkan saat pengimplementasian *platform* eKopz yang terbagi atas dua sisi, *server dan client*. Untuk lebih jelasnya akan sebagai berikut:

a) Server

Berikut merupakan kebutuhan saat pengimplementasian *platform* eKopz dari sisi server mulai dari perangkat keras hingga perangkat lunak seperti pada table 2.2 berikut ini:

Tabel 2. 2 Kebutuhan Implementasi-Server

Perangkat	Spesifikasi
Perangkat Keras	
Hosting	Tipe Hosting : Shared Hosting Max CPU : 1 core Max RAM : 1 GB Entry Process : 15 NPROC (Number Of Processes) : 30 SSD Storage : Unlimited Domain Hosted : 6 domain SSL : yes Support PHP > ver.7
Perangkat Lunak	
Database	MySQL
Bahasa Pemrograman	PHP Version 7.2.2, Kotlin
Script Editor	Atom, Visual Studio Code, Android Studio
Web Server	Apache, MySQL, PHP
Dokumentasi	Microsoft Word 2013, yEd, Figma
Web Browser	Mozila Firefox, Google Chrome, Safari

b) Client

Berikut merupakan kebutuhan saat pengimplementasian *platform* eKopz dari sisi client mulai dari perangkat keras hingga perangkat lunak seperti pada table 2.3 berikut ini:

Tabel 2. 3 Kebutuhan Implementasi - Client

Perangkat Keras	Perangkat Lunak
Notebook/Laptop/PC	Sistem Operasi Windows min. windows 7
	Ram 2 GB
	Processor: Intel Platinum, Amd Athlon.
	Browser
Smartphone	Dapat terhubung dengan koneksi internet.
	Android 5.0 (lollipop)
	RAM 2 GB

3. Hasil dan Pembahasan

Berikut akan dipaparkan hasil implementasi eKopz baik dari sisi *marketing* dan bisnis serta implementasi pada bidang teknologi. Akan dijelaskan juga hambatan dan tantangan yang eKopz alami selama berdiri.

3.1 Implementasi *Marketing* dan Bisnis.

Berikut akan dijelaskan deskripsi kegiatan marketing dan bisnis yang telah dilakukan oleh eKopz serta tantangan dan hambatan yang dirasakan selama implementasi kegiatan *marketing* dan bisnis.

3.1.1 Deskripsi Marketiing dan Bisnis Organisasi.

Sejauh ini eKopz baru masuk pada tahap penjajakan kerjasama dengan salah satu koperasi, Koperasi Giat, dikarenakan proses pengembangan aplikasi yang baru saja selesai pada bulan April 2021. Pertemuan dengan koperasi giat sudah dilakukan lebih dari tiga kali dan dihadiri oleh ketua, wakil ketua hingga karyawan administrasi. Pertemuan ini berawal dari pensosialisasian produk eKopz, penyesuaian fitur, hingga terakhir yaitu pembicaraan terkait kerjasama yang baru saja dilakukan pada tanggal 5 Juli 2021 lalu seperti pada gambar 3.1 berikut ini.

Gambar 3. 1 Penjajakan Kerjasama dengan Koperasi Giat

Sub tim eKopz dari manen.id juga sebelumnya telah melakukan pertemuan dengan ibu-ibu yang

tergabung dalam KWT Agri Prima pada 18 September 2020 lalu untuk mensosialisasikan layanan manen.id sekaligus sharing-sharing tentang permasalahan yang sering mereka hadapi sebagai petani urban dengan metode bercocok tanam hidroponik. Dengan kegiatan seperti pada gambar 3.2 di bawah ini.

Gambar 3. 2 Sosialisasi ke KWT Agri Prima

Sebelumnya eKopz juga telah melakukan penjajakan kerjasama dengan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Bandung berupa pengimplementasian layanan eKopz kepada beberapa koperasi dibawah naungan dinas tersebut. Sudah dilakukan pertemuan berdasarkan permintaan dinas koperasi tersebut dengan tim eKopz melalui tim dosen dari StartupHub pada bulan Juli 2021.

Dari sisi *marketing* di sosial media, konten-konten edukatif seputar koperasi dan keuangan juga tengah aktif eKopz bagikan melalui sosial media *official* eKopz untuk terus meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap koperasi khususnya bagi generasi millennial. Tim *marketing* eKopz juga tengah merancang *event* webinar untuk membahas konten-konten serupa dengan mengundang pembicara-pembicara yang menarik dan *professional* dalam bidangnya.

3.1.2 Tantangan dan Hambatan *Marketing* dan Bisnis.

Berikut akan dijelaskan beberapa tantangan dan hambatan yang dirasakan saat proses implementasi marketing dan bisnis eKopz:

a) Kurangnya edukasi pengurus tentang digitalisasi koperasi membuat sosialisasi layanan dan diskusi kerjasama berlangsung dalam waktu yang lama untuk masing-masing koperasinya. Dikarenakan banyak hal yang mesti dijelaskan secara detail tentang batasan-batasan sistem hingga keamanan data pelanggan. Keterbatasan pengetahuan pengurus akan teknologi juga menjadi salah satu tantangan dalam proses sosialisasi produk.
b) Dikarenakan pandemi, proses sosialisasi produk eKopz yang sebelumnya dilaksanakan secara offline kepada kopersi kini mesti dilakukan secara daring. Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi tim eKopz untuk menjelaskan produk tanpa dapat memperagakannya langsung didepan calon mitra.
c) Selain itu eKopz perlu menciptakan metode pendampingan penggunaan aplikasi kepada pengurus koperasi yang seharusnya dilakukan secara offline, kini mesti dialihkan dengan membuat video tutorial penggunaan yang interaktif dikarenakan buku panduan yang sedikit sulit dipahami oleh calon mitra.

3.2 Implementasi Teknologi.

Berikut akan dijelaskan implementasi teknologi secara umum, mulai dari deskripsi layanan berupa gambaran aplikasi hingga tantangan dan hambatan dalam peimplementasian teknologi tersebut.

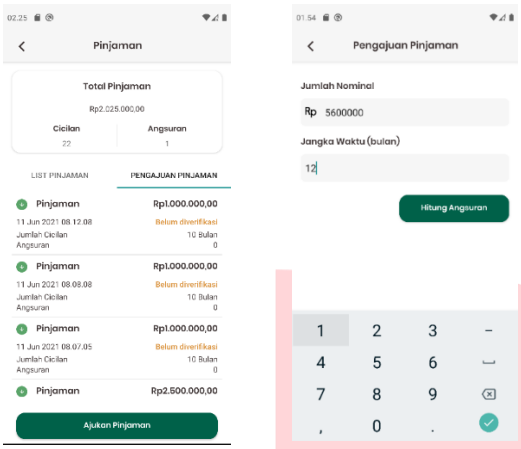
3.2.1 Deskripsi Layanan dan Teknologi

Setelah sekitar empat bulan proses developing aplikasi, tim eKopz akhirnya berhasil membuat empat jenis layanan mulai dari Mykoperasi, Kopmart, Kopnews, *Dashboard* pengurus (Kopmin) dan Dashboar pengelola toko. Untuk lebih jelasnya akan dijelaskan sebagai berikut:

a) Mykoperasi.

Sebagai bentuk transparansi keuangan, eKopz akan informasikan catatan simpanan, pinjaman dan tabungan untuk setiap anggota di MyKoperasi, sehingga anggota dapat mengetahui dengan pasti jumlah uang yang ia bayar setiap bulan, sisa pinjaman dan besar tebungan yang telah terkumpul. Pengajuan pinjaman dan penarikan simpanan sebagai salah satu transaksi yang sering dilakukan di koperasi simpan pinjam juga dapat dilakukan langsung menggunakan eKopz. Anggota koperasi nantinya hanya perlu mengisi form pengajuan pinjaman maupun penarikan simpanan yang terdapat di aplikasi eKopz. Pada form pengajuan pinjaman, anggota dapat melakukan simulasi pinjaman dengan menginputkan jumlah pinjaman serta angsuran, sehingga anggota dapat menemukan angka yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan. Data pengajuan nantinya akan diteruskan

ke pengurus koperasi untuk disetujui. Gambar 3.3 berikut ini merupakan tampilan Mykoperasi pada *mobile app* eKopz.



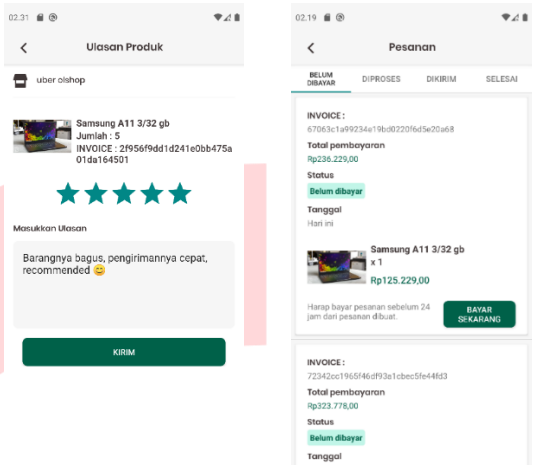
Gambar 3. 3 Mykoperasi

Selain melalui *mobile app*, anggota juga dapat mengakses fitur MyKoperasi melalui website utama eKopz seperti yang terlihat pada gambar 3.4 berikut ini. Untuk Aplikasi *mobile* eKopz sendiri sekarang sudah dapat di *download* melalui halaman *landing page* eKopz di https://www.ekopz.id/ lalu mengklik *button download*. Aplikasi *Mobile* ini akan segera hadir di *Play Store* setelah dokumentasi yang dibutuhkan dirasa cukup.

Gambar 3. 4 Mykoperasi via website

b) Kopmart.

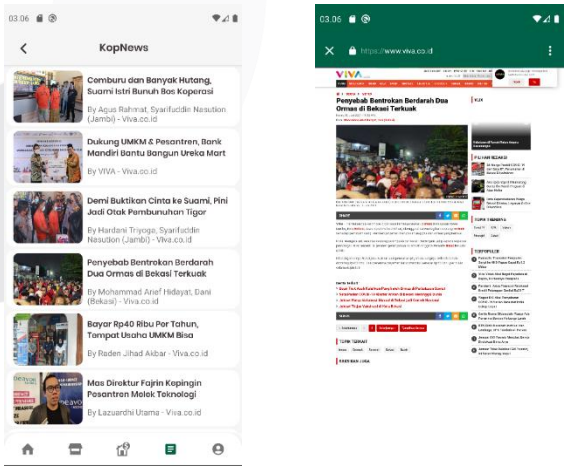
eKopz juga menyediakan wadah bagi koperasi untuk menjual hasil usahanya dengan adanya fitur Koperasi *Mart* atau disebut Kopmart. Kopmart merupakan *online channel* yang menyediakan produk-produk hasil usaha koperasi seperti kerajinan, produk olahan makanan dan sebagainya. Dengan adanya fitur ini diharapkan dapat mendukung usaha koperasi agar dapat dipasarkan dengan cakupan yang lebih luas yang dapat dijangkau oleh seluruh Indonesia. Sama halnya dengan *market place* kebanyakan, Kopmart nantinya juga akan mengadakan *event-event* seperti *flash sale*, diskon akhir tahun, cuci gudang dan masih banyak lagi untuk menarik lebih banyak pelanggan untuk beralih berbelanja di *online store* koperasi. Sama halnya dengan layanan Mykoperasi, kopmart juga dapat diakses melalui *website* utama eKopz di https://www.ekopz.id/. Gambar 3.5 dibawah ini merupakan tampilan dari kopmart yang diakses melalui *mobile app* ekopz.



Gambar 3. 5 Kopmart via Mobile App

c) Kopnews.

Tidak hanya itu, anggota koperasi nantinya dapat membaca berita-berita ter-*update* seputar koperasi, ekonomi dan *finance* melalui Kopnews. Untuk sekarang fiur Kopnews baru dapat diakses melalui *mobile app* eKopz. Gambar 3.6 berikut merupakan tampilan dari layanan Kopnews eKopz.

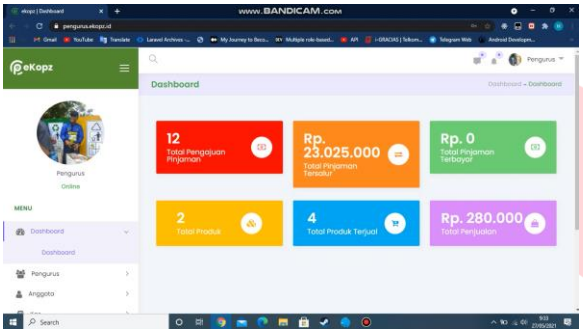


Gambar 3. 6 Kopnews

d) Kopmin (*Dashboard* Pengurus).

Tidak hanya anggota, eKopz juga akan bantu mudahkan pengurus kelola operasional koperasi dengan lebih cepat dan akurat. Dengan halaman web

khusus pengurus, eKopz fasilitasi para pengurus koperasi agar dapat mengotomatisasi transaksi, buku kas, neraca hingga laporan keuangan serta pengelolaan keanggotaan dan data barang kopmart. Sehingga pengurus koperasi tidak perlu lagi melakukan penginputan data secara manual satu persatu. Website ini dapat diakses oleh setiap mitra koperasi terdaftar di https://pengurus.ekopz.id/login. Dengan tampilan seperti gambar 3.7 berikut ini.

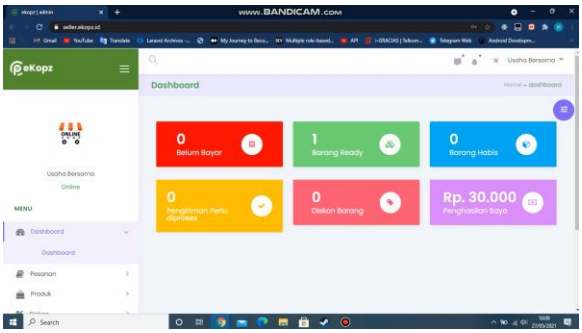


Gambar 3. 7 Kopmin

Dalam pengembangannya, website pengurus ini menggunakan bahasa pemograman php dengan *framework* laravel versi 7 dikarenakan framework ini memiliki komunitas yang besar sehingga dapat memudahkan dalam proses *developing* aplikasi. Tidak hanya itu, dibagian website eKopz membuat Rest API khusus untuk mengintegrasikan data antara website dengan *mobile app*. Diluar API eKopz, terdapat beberapa API lain yang eKopz gunakan untuk menunjang fitur yang telah dibuat didalam aplikasi ekopz, diantaranya Rajaongkir (API untuk tracking jasa pengiriman), *JWT Authentication* (authentikasi api), UUID (create ID random dengan 32 karakter), Maatwebsite/Excel (Import/Export Excel) hingga *Socialite* (koneksi akun google).

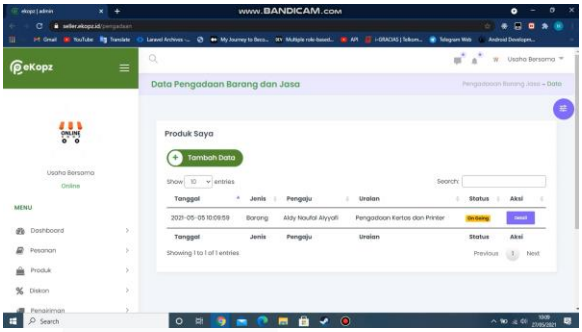
e) *Dashboard* Pengelola Toko.

Website ini berfungsi sebagai *dashboard* pengelolaan produk-produk yang akan dijual oleh unit-unit usaha dibawah koperasi mitra eKopz. *Dashboard* pengelolaan toko ini hanya dapat diakses oleh user pengelola toko yang telah diberi akses oleh koperasi berupa username dan password. Setiap unit usaha koperasi nantinya dapat memiliki *dashboard* pengelolaan toko masing-masing. Dengan tampilan seperti pada gambar 3.8 berikut ini.



Gambar 3. 8 Dashboard Pengelola Toko

Tidak hanya pengelolaan barang saja, namun pengguna nantinya dapat mengelola stok barang, pesanan masuk, potongan harga atau diskon hingga permintaan penarikan saldo untuk setiap pesanan yang berhasil dikirim dan diterima oleh pelanggan dengan selamat. Khusus untuk Koperasi Giat kami memberikan fitur tambahan berupa pengelolaan data pengadaan barang dan jasa dari pihak eksternal seperti pada gambar 3.9 dibawah ini.



Gambar 3. 9 Fitur Data Pengadaan Barang dan Jasa

3.2.2 Tantangan dan Hambatan Implementasi

Sejauh ini eKopz belum memiliki tantangan dan hambatan dalam pengimplementasian teknologi pada konsumen dikarenakan baru masuk pada proses penjajakan kerjasama dengan calon mitra koperasi pertama. Selain itu, masih terus dilakukan testing terhadap sistem mempersiapkan sebelum digunakan oleh pengguna mencegah terjadi *error* dan kesalahan yang fatal. Namun testing tersebut masih dilakukan ditingkat internal pengembang.

4. Kesimpulan

Dengan mengangkat permasalahan koperasi seperti pembukuan keuangan koperasi yang masih saja manual, pemasaran produk koperasi yang semakin menurun ditengah pandemi dan masih memanfaatkan

toko *offline*, hingga kurangnya edukasi masyarakat tentang koperasi, eKopz hadir sebagai *platform* koperasi digital masa kini yang menawarkan cara ber-Koperasi yang lebih mudah, aman dan dapat diakses dimana saja. Dalam menjalankan bisnisnya eKopz menargetkan koperasi dan anggotanya sebagai target market dengan model bisnis *subscription* atau berlangganan.

Setelah melakukan proses analisis *marketing* dan bisnis, ditemukan beberapa tantangan dan hambatan seperti kurangnya pengetahuan pengurus tentang digitalisasi koperasi dan teknologi sehingga proses kerjasama berlangsung dalam waktu yang lama. Sedangkan dari sisi teknologi belum terdapat tantangan dan hambatan yang signifikan dengan hasil *feedback* yang cukup baik setelah penggunaan.

Referensi

[1] A. Primadia, "Sejarah Koperasi Indonesia – Pengertian – Prinsip – Perkembangan," [Online]. Available: https://sejarahlengkap.com/organisasi/sejarah-koperasi.

[2] A. Lukihardianti, "MenkopUKM: Baru 0,73 Persen Koperasi yang Melek Digital," Republika.co.id, 19 November 2020. [Online]. Available: https://www.republika.co.id/berita/qk1opk380/menkopukm-baru-073-persen-koperasi-yang-melek-digital. [Accessed 7 June 2021].

[3] Merdeka.com, "BI Catat Ada 140 Juta Transaksi di E-commerce Hingga Agustus 2020," Merdeka.com, 21 October 2020. [Online]. Available: https://www.merdeka.com/uang/bi-catat-ada-140-juta-transaksi-di-e-commerce-hingga-agustus-2020.html. [Accessed 7 June 2021].

[4] T. Fajar, "Merana Lawan Corona, 47% Koperasi Kurang Modal dan 35% Penjualan Turun," okezone.com, 24 July 2020. [Online]. Available: https://economy.okezone.com/read/2020/07/24/320/2251355/merana-lawan-corona-47-koperasi-kurang-modal-dan-35-penjualan-turun. [Accessed 7 June 2021].

[5] elizato, "Sejarah Koperasi Indonesia yang Perlu Untuk Kamu Ketahui," elizato, [Online]. Available: https://elizato.com/sejarah-koperasi-indonesia/. [Accessed 24 September 2019].