

Pemanfaatan Teknologi Digital Pada Koperasi di Provinsi Bali Di Masa Pandemi Covid-19

Surya Dewi Rustariyuni, M. Pudjiharjo, M. Umar Burhan, Dias Satria
Universitas Brawijaya
Korespondensi: dewirustariyuni@unud.ac.id

Dikirim: 12 November 2021, Direvisi: 5 Februari 2022, Dipublikasikan: 3 Maret 2022

Abstrak

Pandemi Covid-19 menciptakan tantangan bagi lembaga koperasi guna melayani masyarakat serta menjaga likuiditas lembaga agar tetap survive. Salah satu solusinya adalah dengan memanfaatkan penerapan teknologi digital untuk mengatasi *social distancing*. Aplikasi layanan menggunakan teknologi digital pada koperasi menjadi sebuah layanan keuangan yang dapat membantu manajemen koperasi untuk melakukan efisiensi biaya, efisiensi waktu, meningkatkan pelayanan serta masyarakat sebagai anggota koperasi tetap terlayani dengan optimal di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pertimbangan yang diambil koperasi di Provinsi Bali guna menyediakan layanan teknologi digital. Metode penelitian adalah kualitatif deskriptif. Informan kunci dalam penelitian ini yaitu ketua pengurus dan manajer koperasi yang menerapkan layanan teknologi digital. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pertimbangan yang diambil koperasi di Provinsi Bali guna memanfaatkan teknologi informasi adalah: 1) Kredibilitas, 2) Persepsi biaya dan 3) Kondisi yang memfasilitasi.

Kata kunci : teknologi digital, kredibilitas, persepsi biaya, kondisi yang memfasilitasi, Covid-19

Abstract

The Covid-19 pandemic creates challenges for cooperative institutions to serve the community and maintain institutional liquidity in order to survive. One solution is to utilize the application of digital technology to overcome social distancing. Service applications using digital technology in cooperatives are financial services that can help cooperative management to make cost efficiency, time efficiency, improve services and the community as cooperative members remains optimally served during the Covid-19 pandemic. This study aims to determine the considerations taken by cooperatives in Bali Province to provide digital technology services. The research method was descriptive qualitative. The key informants in this study were the chairman of the board and managers of cooperatives who implemented digital technology services. The data analysis technique used in this research was triangulation. Based on the results of the interview, it could be concluded that the considerations taken by cooperatives in Bali Province to utilize digital technology were: 1) Credibility, 2) Cost perception and 3) Facilitating conditions.

Keywords: digital technology, credibility, Cost perception, Facilitating conditions, Covid-19

A. PENDAHULUAN

Hampir seluruh negara di dunia memiliki implikasi ekonomi, sosial dan politik akibat pandemi Covid-19. Lembaga keuangan mikro mendapatkan perhatian dari pemerintah dan lembaga keuangan internasional setelah memprioritaskan dukungan ekonomi riil dan perusahaan serta lembaga keuangan perbankan yang menimbulkan risiko sistemik (Lieberman & DiLeo, 2020). Pemerintah pusat dan pemerintah daerah di Indonesia, melakukan penyelamatan dan mempercepat pemulihan ekonomi melalui program restrukturisasi lewat Lembaga Pengelola Dana Bergulir Koperasi dan Usaha

Mikro, Kecil dan Menengah (LPDB-KUMKM), program bantuan presiden dan subsidi bunga kredit (Asmara, 2020). A. Kumar et al., (2020) mengungkapkan, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) kehilangan keuntungan dan pendapatan serta beberapa diantaranya tidak dapat beroperasi. Sehingga adopsi sumber daya *online* dengan adopsi teknologi membantu UKM untuk meningkatkan kinerja mereka selama era pandemi Covid-19 dan keberlanjutan usaha.

Pandemi Covid-19 merupakan momentum terhadap transformasi Koperasi dan UMKM ke arah ekonomi digital untuk mencapai efisiensi dan efektivitas layanan koperasi tanpa harus mengubah nilai-nilai dasar dan prinsip koperasi (KemenkopUKM, 2021). Koperasi sebagai salah satu bentuk lembaga keuangan mikro yang dikenal sebagai pilar atau soko guru perekonomian di tahun 2021 mencapai usia 75 tahun. Namun, belum banyak terdengar sebak terjang koperasi yang mampu menjadi koperasi berskala nasional, internasional maupun menggunakan layanan keuangan digital. Tidak dipungkiri bahwa jumlah koperasi yang ada di Indonesia terus meningkat, hal ini sesuai dengan pernyataan dari Menteri Koperasi dan UKM RI, Anak Agung Gede Ngurah Puspayoga menuturkan bahwa sampai tahun 2017 di Indonesia terdapat sekitar 152.390 koperasi aktif. Kondisi koperasi dalam keadaan sehat sekitar 75.000 dan sisanya dalam keadaan sakit. Terdapat 43.000 koperasi yang telah dibubarkan sebagai bentuk pengembangan koperasi (Alhusain, 2018:37).

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, data koperasi yang aktif di Indonesia per 31 Desember 2019 sebanyak 123.048 koperasi (www.depkop.go.id). Dari jumlah tersebut sebanyak 81.686 koperasi dalam kurun waktu empat tahun terakhir telah dibubarkan. Pembubaran terbesar terjadi pada 2016 sebanyak 45.629 koperasi, sebanyak 32.778 koperasi di tahun 2017, tahun 2018 sebanyak 2.830 koperasi dan tahun 2019 sebanyak 449 koperasi dibubarkan (www.keuangan.kontan.co.id). Dari jumlah tersebut baru 13 persen koperasi di Indonesia yang telah terhubung dengan sistem digital, dengan demikian sebanyak 87 persen belum mengadopsi sistem digital (Damanik, 2020). Perkembangan teknologi yang begitu cepat menjadi tantangan bersama bagi gerakan koperasi di era millenium. Koperasi harus digitalisasi, mengikuti perkembangan teknologi sama halnya dengan lembaga perbankan yang telah mengembangkan layanan *internet banking* maupun *mobile banking*, karena dari segi regulasi perkoperasian tidak ada masalah. Permenkop No. 2 tahun 2017 membolehkan digitalisasi koperasi, oleh karena itu *mindset* kepengurusan koperasi (ketua, sekretaris dan bendahara) harus diubah seiring adanya perkembangan teknologi (Rio, 2018).

Proses adaptasi koperasi dengan perkembangan informasi dan teknologi (IT) akan memperluas ruang gerak koperasi yang selama ini belum memiliki jaringan konektivitas seluas perbankan. Revolusi industri 4.0 atau Koperasi dan UKM 4.0 relevan di jaman sekarang dengan penerapan teknologi dapat menarik anak-anak muda untuk ikut berkoperasi. Gerakan Koperasi 4.0 yang sangat efektif mengembangkan koperasi menjadi lebih baik, dimana dalam era revolusi industri 4.0 atau Koperasi dan UKM 4.0 yang dihadapi saat ini sudah masuk dalam era serba internet, semua aktivitas keuangan dilakukan dalam satu genggam (Rio, 2018). Di masa pandemi Covid-19 saat ini, transformasi digital dipercepat sehingga dapat bersaing dengan badan usaha lainnya, meningkatkan pelayanan, transparansi, akuntabilitas, lembaga mampu bertahan dan masyarakat sebagai anggota koperasi dapat terlayani dengan optimal (depkop.go.id, 2020). Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah

untuk mengetahui pertimbangan yang diambil koperasi di Provinsi Bali untuk menyediakan layanan teknologi digital.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Kredibilitas

Kredibilitas merupakan keyakinan sebuah mitra dapat dipercaya dan memiliki keahlian yang dibutuhkan yang dirasakan sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa layanan akan bebas dari ancaman keamanan maupun privasi. Kurangnya kredibilitas akan menyebabkan kekhawatiran pengguna bahwa informasi pribadi akan disalahgunakan pihak lainnya (Gupta et al., 2019). Kurangnya kredibilitas yang tepat di pihak penyedia layanan keuangan membuat pengguna takut akan uang dan informasi mereka mungkin ditransfer ke pihak ketiga (Luarn & Lin, 2005). Kredibilitas memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap risiko pada niat untuk menggunakan *mobile banking*, artinya semakin tinggi kredibilitas teknologi baru seperti *mobile banking* maka semakin rendah resiko yang terkait dengan pelanggan dan dengan demikian semakin tinggi kemauan orang untuk menggunakannya (Koenig-Lewis et al., 2010).

2. Persepsi Biaya

Persepsi biaya adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa mereka akan mengeluarkan uang sebagai akibat menggunakan teknologi (Wamai & Kandiri -IS, 2017). Mengacu pada biaya awal, biaya langganan, biaya transaksi dan biaya komunikasi, terkait dengan pengembangan teknologi dengan layanan baru (Abrahão et al., 2016). Persepsi biaya merupakan faktor signifikan yang mempengaruhi adopsi *mobile banking* karena hal ini dianggap sebagai biaya penghalang bagi pengguna *mobile banking* (Ismail & Masinge, 2011). Semakin tinggi biaya menggunakan teknologi baru seperti *mobile banking*, semakin sedikit penggunaannya (Hanafizadeh & Behboudi, 2014). Dengan demikian persepsi biaya memainkan peran dalam menentukan adopsi teknologi dan mempengaruhi proses pengambilan keputusan yang disesuaikan pada anggaran, ketersediaan uang dan biaya yang akan sangat menentukan dalam menggunakan layanan berbentuk teknologi (Wamai & Kandiri -IS, 2017). Pengadopsi menghadapi berbagai biaya transaksi yang akan mempengaruhi apakah akan mengadopsi teknologi (Koenig-Lewis et al., 2010).

3. Kondisi yang Memfasilitasi

Kondisi yang memfasilitasi adalah tingkat keyakinan bahwa infrastruktur organisasi dan teknis tersedia untuk mendukung penggunaan sistem informasi, seperti pengetahuan pengguna, kemampuan dan sumber daya (Venkatesh et al., 2003). Kondisi yang memfasilitasi merupakan sebuah konstruk yang mencerminkan persepsi kontrol diri dan kompatibilitas perilaku (Venkatesh et al., 2008). Persepsi konsumen terhadap sumber dan dukungan yang tersedia untuk melakukan perilaku mengacu pada kondisi yang memfasilitasi, sesuai dengan temuan penelitian bahwa kondisi yang memfasilitasi juga mempengaruhi niat perilaku untuk mengadopsi teknologi tertentu (Venkatesh et al., 2003). Dengan kata lain, kondisi yang memfasilitasi dapat dilihat sebagai persepsi konsumen tentang hambatan lingkungan atau sumber daya yang tersedia yang memudahkan penggunaan sistem informasi/teknologi (Verkijika, 2018).

Tidak ada keraguan bahwa menggunakan suatu sistem informasi/teknologi membutuhkan jenis keterampilan, sumber daya tertentu, infrastruktur teknis dan fasilitas ini tidak gratis di konteks pelanggan. Berbagai cara promosi, dan dukungan dari

organisasi menghilangkan hambatan untuk penggunaan dan mempengaruhi adopsi teknologi sebagai hal layanan yang krusial, mengharuskan pengguna untuk memiliki teknologi terbaru untuk menggunakan sistem (Tarhini et al., 2015). Seorang konsumen yang memiliki akses ke sebuah seperangkat kondisi yang memfasilitasi yang menguntungkan lebih mungkin untuk memiliki niat yang lebih besar untuk menggunakan teknologi (Tam et al., 2020). Jika infrastruktur operasional tersedia dan mendukung penggunaan teknologi, niat perilaku untuk mengadopsi teknologi akan meningkat (Oliveira et al., 2016).

C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang bersifat eksploratif deskriptif. Analisa deskriptif dilakukan berdasarkan penggunaan teknologi digital pada koperasi menggunakan triangulasi, dengan melakukan pengamatan pada koperasi yang menggunakan layanan teknologi digital sebagai dampak adanya pandemi Covid-19. Penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi suatu objek dengan analisis data yang bersifat induktif dengan menekankan makna (transferability) untuk membangun pengetahuan melalui penemuan dan pengembangan pemahaman. Penelitian kualitatif untuk mengetahui makna yang tersembunyi, memahami interaksi sosial serta memastikan kebenaran data.

Informan kunci yang digunakan pada penelitian ini berdasarkan kriteria ketua pengurus maupun manajer koperasi yang telah menggunakan layanan teknologi digital sebagai dampak adanya pandemi Covid-19. Pada penelitian ini, informan kunci adalah:

1. Bapak I Nyoman Widya Arta, SE, Ketua Pengurus maupun Manajer Koperasi Kuta Mimba sebagai satu-satunya koperasi di Bali yang menerapkan layanan aplikasi QRIS *mobile*
2. Bapak I Wayan Suyatna, SE., M.M, Manajer Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Guna Prima Dana sebagai satu-satunya koperasi di Bali yang menawarkan Kredit Usaha Rakyat *online*
3. Bapak drh. I Wayan Sujana, Ketua Pengurus Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Tri Eka Bina (TEB) Artha Mulia

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan tiga informan dari Ketua Pengurus maupun Manajer koperasi yang memakai layanan teknologi digital. Sesuai dengan batasan penelitian jika informan yang terlibat adalah koperasi yang telah menerapkan layanan teknologi digital. Dari hasil wawancara secara mendalam, diperoleh deskripsi sebagai berikut.

1. Kredibilitas

Menurut Bapak I Nyoman Widya Arta, SE, kredibilitas lembaga koperasi merupakan suatu hal yang mutlak dijaga dengan baik sehingga lembaga dapat tetap eksis di masyarakat. Untuk itu Koperasi Kuta Mimba berusaha meningkatkan kredibilitasnya dengan menyediakan layanan keuangan berbasis teknologi digital sebelum pandemi Covid-19 dan ditingkatkan layanan tersebut setelah adanya pandemi Covid-19. Dengan demikian anggota koperasi tetap mampu memenuhi kebutuhannya dengan adanya aturan *social distancing* sehingga koperasi sebagai lembaga penyedia keuangan tetap mampu berkontribusi positif pada anggota koperasi. Hal ini sesuai dengan Hanafizadeh et al., (2014) bahwa kredibilitas mempengaruhi penggunaan (adopsi) layanan teknologi informasi. Kredibilitas yang dirasakan memiliki pengaruh paling kuat dari niat perilaku pengusaha kecil dan

buruh migran untuk mengadopsi layanan *mobile banking* (Gupta et al., 2019). Negara maju dan negara berkembang turut memiliki kredibilitas yang berbeda didalam mengadopsi internet banking (Yuen et al., 2010), dimana sebuah mitra dipercaya dengan memiliki keahlian yang diperlukan (kredibilitas) maka adopsi teknologi akan dilakukan (Gupta et al., 2019).

Bapak I Wayan Suyatna, SE., M.M., menyampaikan bahwa kredibilitas sangat mempengaruhi keberlangsungan koperasi dalam jangka panjang, untuk itu koperasi perlu melakukan terobosan dan menyesuaikan dengan perkembangan jaman saat ini agar tidak tertinggal. Dengan menggunakan layanan teknologi berbasis digital maka koperasi mengikuti himbuan pemerintah agar memberdayakan lembaga serta memberikan kontribusi dalam jangka panjang demi keberlangsungan lembaga serta lembaga memiliki kinerja yang baik. Hanafizadeh et al., (2014) mengungkapkan bahwa kredibilitas dan kepercayaan yang dirasakan mempengaruhi adopsi *mobile banking* klien bank di Iran. Sedangkan perilaku manajer bisnis kecil memutuskan untuk adopsi teknologi dan informasi komunikasi dipengaruhi oleh dukungan pemilik, kredibilitas, kebijakan pemerintah dan kredibilitas sumber informasi (Eze et al., 2018).

Ketua Pengurus KSP TEB Artha Mulia menyampaikan bahwa kredibilitas sebuah lembaga ditentukan oleh terobosan dan inovasi yang dilakukan oleh sebuah organisasi agar tetap memenuhi kebutuhan masyarakat, terlebih di saat pandemi Covid-19. Inovasi yang dilakukan oleh koperasi dengan menggunakan layanan teknologi digital akan membuat citra (*image*) koperasi positif di masyarakat, terlebih dengan hadirnya industri 4.0 saat ini mampu menarik minat generasi millennial untuk turut berkoperasi. Dengan demikian kredibilitas lembaga akan terjaga serta likuiditas lembaga dalam posisi yang aman. Hal ini sesuai dengan pernyataan Safeena et al., (2012) bahwa kredibilitas, *image* dan reputasi akan mempengaruhi sebuah lembaga menggunakan layanan *e-commerce*. Pelaku UMKM di Mesir menggandeng *startup* inovatif agar ekonomi tidak membeku sebagai dampak dari wabah Covid-19 (Zaazou & Abdou, 2020). Pendorong niat untuk menggunakan *mobile* aplikasi reservasi restoran adalah kebiasaan, kredibilitas, motivasi hedonis, harapan usaha, harapan kinerja dan kondisi yang memfasilitasi (Palau-Saumell et al., 2019). Untuk mengurangi risiko *mobile banking* secara keseluruhan maka kepercayaan dan kredibilitas pada suatu lembaga sangat penting (Koenig-Lewis et al., 2010).

2. Persepsi Biaya

Biaya merupakan salah satu pertimbangan bagi pengurus maupun manajemen koperasi didalam memutuskan sebuah lembaga untuk menggunakan layanan teknologi. Namun biaya bukan sebagai penghalang ketika lembaga koperasi mendapatkan manfaat yang jauh lebih besar dengan menerapkan layanan teknologi digital. Hal tersebut diungkapkan oleh Ketua Pengurus Koperasi Kuta Mimba, Manajer KSP Guna Prima Dana dan Ketua Pengurus KSP TEB Artha Mulia. Dengan memanfaatkan teknologi digital, lembaga koperasi dapat melakukan investasi jangka panjang yang akan memberikan keuntungan bagi koperasi diantaranya koperasi mampu lebih efektif didalam mengambil sebuah kebijakan, efisien biaya transaksi, transparansi keuangan, mendapatkan kepercayaan di masyarakat serta kemudahakan dialan menyusun laporan keuangan.

Sebagian besar perusahaan UMKM menghadapi beberapa masalah seperti keuangan, penurunan permintaan, gangguan rantai pasokan, penurunan penjualan dan

keuntungan sebagai akibat pandemi Covid-19 (Shafi et al., 2020). Untuk mengatasi pandemi Covid-19 manajer publik mengubah sikap mereka dengan melakukan proses akselerasi teknologi digital dan peningkatan teknologi informasi. Dengan demikian manajer publik lebih percaya diri menanggapi tantangan serta mencapai tujuan ekonomi (Barrutia & Echebarria, 2021). Hal ini tidak sesuai dengan pernyataan Koenig-Lewis et al., (2010) dan Wamai & Kandiri-IS (2017) jika biaya tidak memainkan peran didalam penentuan adopsi teknologi, demikian halnya temuan penelitian Bhatiasevi (2016) bahwa biaya keuangan dan kondisi yang memfasilitasi tidak mendukung adopsi *mobile banking* pada tiga cabang bank di Thailand.

Berdasarkan temuan penelitian tersebut, biaya yang dikeluarkan oleh koperasi untuk melakukan investasi jangka panjang dengan lembaga pengembang teknologi bukanlah suatu hal yang mustahil. Hal tersebut dilakukan untuk menjawab tantangan dengan adanya pandemi Covid-19 yang hasilnya akan meningkatkan efektivitas dan efisiensi lembaga. Banyak manfaat positif yang diperoleh koperasi dengan menggunakan layanan teknologi digital, sehingga biaya tidak menjadi permasalahan terlebih ketika lembaga koperasi mampu melakukan pemberdayaan lembaga. Adanya pandemi Covid-19 membuat koperasi melakukan inovasi teknologi agar tetap mampu memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat. Hal tersebut dikarenakan adanya aturan *social distancing*, sehingga untuk mempertahankan keberlangsungan lembaga agar Koperasi Kuta Mimba, KSP Guna Prima Dana dan KSP TEB Artha Mulia melakukan peningkatan inovasi teknologi dan peningkatan fasilitas layanan teknologi digital yang disediakan untuk anggota koperasi disaat pandemi Covid-19. Dengan demikian anggota koperasi tetap mampu memenuhi kebutuhannya yang dapat ditransaksikan secara *online* melalui aplikasi *mobile* selama 24 jam serta turut memberikan dampak positif bagi ketahanan likuiditas lembaga koperasi.

3. Kondisi yang memfasilitasi

Diungkapkan oleh Ketua Pengurus Koperasi Kuta Mimba, Manajer KSP Guna Prima Dana dan Ketua Pengurus KSP TEB Artha Mulia, kondisi yang memfasilitasi turut berperan di dalam koperasi menerapkan layanan teknologi. Hal ini dikarenakan penggunaan layanan teknologi digital harus mendapatkan dukungan dari pengurus koperasi, maupun manajer koperasi. Visi lembaga koperasi turut mempengaruhi pertimbangan koperasi didalam memfasilitasi layanan teknologi digital sehingga adanya kesadaran bersama akan perlunya layanan teknologi digital turut mempengaruhi keputusan koperasi menyediakan layanan teknologi digital. Selain hal tersebut, faktor yang harus disiapkan adalah infrastruktur sistem informasi teknologi, kemampuan sumber daya didalam menggunakan teknologi, perangkat komputer yang memadai (infrastruktur operasional), dan pihak ketiga yang mengembangkan layanan teknologi (developer) yang sesuai dengan harapan lembaga koperasi. Pernyataan dari ketua pengurus dan manajer koperasi tersebut sesuai dengan Ghalandari, (2012) bahwa kondisi yang memfasilitasi pada penggunaan layanan *e-banking* adalah infrastruktur misalnya komputer dan ketersediaan jaringan internet berkecepatan tinggi serta pernyataan oleh Barrutia & Echebarria, (2021) jika pandemi Covid-19 telah memperkenalkan aksesori proses digital dan merubah kebiasaan dari manajer untuk menggunakan teknologi digital.

E. Penutup

Koperasi sebagai salah satu pilar ekonomi rakyat diharuskan mampu memberikan layanan terbaik kepada anggotanya dalam kondisi apapun, termasuk di masa pandemic Covid – 19, dimana terjadi pembatasan kegiatan dan kontak fisik masyarakat. Salah satu solusinya adalah pemanfaatan teknologi informasi yang menyediakan layanan digital. Namun, keputusan penggunaan teknologi ini tentu melewati beberapa pertimbangan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 3 (tiga) koperasi di Provinsi Bali, dapat disimpulkan bahwa ada beberapa pertimbangan yang diambil koperasi untuk memanfaatkan teknologi informasi. Pertama, adalah untuk mempertahankan maupun menjaga kredibilitas sebuah lembaga koperasi. Dengan memanfaatkan teknologi informasi, maka diharapkan kredibilitas koperasi dapat terjaga karena selalu bisa memberikan layanan kepada anggotanya, dalam keadaan apapun. Sehingga kepercayaan kepada koperasi tetap terjaga.

Kedua, adalah pertimbangan biaya. Ini juga menjadi hal yang penting untuk diperhatikan bagi koperasi. Karena, pemanfaatan teknologi informasi guna digitalisasi layanan pada koperasi membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Selain biaya untuk membeli perangkat teknologi informasi itu sendiri, juga dibutuhkan biaya untuk melatih para pengguna teknologi itu sendiri, dalam hal ini adalah seluruh pengurus, karyawan dan anggota koperasi. Selain itu, juga perlu dipertimbangkan bahwa teknologi informasi terus berkembang. Karena itu, kedepan juga akan dibutuhkan biaya untuk perawatan dan upgrade teknologi itu sendiri.

Ketiga, adalah Kondisi yang memfasilitasi. Keberhasilan penerapan digitalisasi layanan koperasi membutuhkan dukungan dari berbagai pihak. Sebagai apapun teknologi yang dimiliki, jika tidak didukung pemanfaatannya oleh seluruh anggota koperasi maka tidak akan berjalan. Untuk itu, dukungan dari para pemangku kepentingan juga menjadi salah satu pertimbangan bagi koperasi sebelum memutuskan untuk memanfaatkan teknologi dalam pelayanannya.

Hasil penelitian ini memiliki keterbatasan antara lain cakupan wilayah, jenis koperasi serta jenis teknologi yang dimanfaatkan oleh koperasi. Untuk itu, hasil penelitian ini bisa menjadi arah dan celah bagi penelitian selanjutnya antara lain dengan mempertimbangkan beberapa hal antara lain: 1) wilayah penelitian yang lebih luas atau diluar provinsi Bali, 2) Menambah jumlah informan penelitian, 3) Membatas pada jenis teknologi tertentu, atau 4) mengelompokkan unit analisis pada jenis koperasi tertentu. Dengan perbedaan dan penambahan analisis, diharapkan dapat memberikan hasil yang berbeda dan akan memperkaya referensi mengenai layanan teknologi pada koperasi sebagai akibat pandemi Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

Abrahão, R. de S., Moriguchi, S. N., & Andrade, D. F. (2016). Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(3), 221–230. <https://doi.org/10.1016/j.rai.2016.06.003>

Asmara, P. (2020). *Koperasi Hadapi Permasalahan Berat Di Masa Pandemi Covid-19*. BALIPOST.Com. <https://www.balipost.com/>

- Barrutia, J. M., & Echebarria, C. (2021). Effect of the COVID-19 pandemic on public managers' attitudes toward digital transformation. *Technology in Society*, 67, 101776. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101776>
- Bhatiasevi, V. (2016). An extended UTAUT model to explain the adoption of mobile banking. *Information Development*, 32(4), 799–814. <https://doi.org/10.1177/0266666915570764>
- Damanik, M. R. (2020). Digitalisasi UMKM. *Media Indonesia*, 1–4.
- depkop.go.id. (2020). *Menkopukm : Transformasi Digital Koperasi Harus Dipercepat*. Humas Kementerian Koperasi Dan UKM. <http://www.depkop.go.id/read/menkopukm-transformasi-digital-koperasi-harus-dipercepat>
- Eze, S. C., Olatunji, S., Chinedu-Eze, V. C., & Bello, A. O. (2018). Key success factors influencing SME managers' information behaviour on emerging ICT (EICT) adoption decision-making in UK SMEs. *Bottom Line*, 31(3–4), 250–275. <https://doi.org/10.1108/BL-02-2018-0008>
- Ghalandari, K. (2012). The Effect of Performance Expectancy , Effort Expectancy , Social Influence and Facilitating Conditions on Acceptance of E-Banking Services in Iran : the Moderating Role of Age and Gender. *Middle East Journal of Scientific Research*, 12(6), 801–807. <https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2012.12.6.2536>
- Gupta, K. P., Manrai, R., & Goel, U. (2019). Factors influencing adoption of payments banks by Indian customers: extending UTAUT with perceived credibility. *Journal of Asia Business Studies*, 13(2), 173–195. <https://doi.org/10.1108/JABS-07-2017-0111>
- Hanafizadeh, P., & Behboudi, M. (2014). Mobile-banking adoption by Iranian bank clients. *Telematics and Informatics*, 31, 62–78. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2012.11.001>
- Hanafizadeh, P., Behboudi, M., Abedini Koshksaray, A., & Jalilvand Shirkhani Tabar, M. (2014). Mobile-banking adoption by Iranian bank clients. *Telematics and Informatics*, 31(1), 62–78. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2012.11.001>
- Ismail, T., & Masinge, K. (2011). *Mobile banking : innovation for the poor*. 074, 1–40.
- KemenkopUKM. (2021). *PANDEMI COVID-19 MENJADI MOMENTUM TRANSFORMASI KOPERASI KE EKONOMI DIGITAL* . [Www.Kemenkopukm.Go.Id](http://www.kemenkopukm.go.id). <https://www.kemenkopukm.go.id/read/pandemi-covid-19-menjadi-momentum-transformasi-koperasi-ke-ekonomi-digital>
- Koenig-Lewis, N., Palmer, A., & Moll, A. (2010). Predicting young consumers' take up of mobile banking services. *International Journal of Bank Marketing*, 28(5), 410–432. <https://doi.org/10.1108/02652321011064917>

- Kumar, A., Syed, A. A., & Pandey, A. (2020). How Adoption of Online Resources Can Help Indian SMEs in Improving Performance during COVID-19 Pandemic. *Test Engineering and Management Journal*, 83(3394), 3394–3400. https://www.researchgate.net/profile/Anuj_Kumar100/publication/344804105_How_Adoption_of_Online_Resources_Can_Help_Indian_SMEs_in_Improving_Performance_during_COVID-19_Pandemic/links/5f911eac458515b7cf937ef9/How-Adoption-of-Online-Resources-Can-Help-India
- Lieberman, I. W., & DiLeo, P. (2020). COVID-19: A Framework for the Microfinance Sector. *FinDev Gateway*. [https://www.findevgateway.org/Sites/Default/Files/Publications/2020/Ira%20Lieberman,20\(April\)](https://www.findevgateway.org/Sites/Default/Files/Publications/2020/Ira%20Lieberman,20(April)).
- Luarn, P., & Lin, H. (2005). Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking. *Computers in Human Behavior*, 21, 873–891. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.03.003>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61(2016), 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Palau-Saumell, R., Forgas-Coll, S., Sánchez-García, J., & Robres, E. (2019). User Acceptance of Mobile Apps for Restaurants: An Expanded and Extended UTAUT-2. *Sustainability*, 11(4), 1210. <https://doi.org/10.3390/su11041210>
- Rio. (2018). Gerakan Revolusi Koperasi dan UKM 4 . 0 Tiada Hari Tanpa IT. *Innews.Co.Id*. <https://innews.co.id/gerakan-revolusi-koperasi-dan-ukm-4-0-tiada-hari-tanpa-it/>
- Safeena, R., Date, H., Kammani, A., & Hundewale, N. (2012). Technology Adoption and Indian Consumers: Study on Mobile Banking. *International Journal of Computer Theory and Engineering*, 4(6), 1020–1024.
- Shafi, M., Liu, J., & Ren, W. (2020). Impact of COVID-19 pandemic on micro, small, and medium-sized Enterprises operating in Pakistan. *Research in Globalization*, 2, 100018. <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2020.100018>
- Tam, C., Santos, D., & Oliveira, T. (2020). Exploring the influential factors of continuance intention to use mobile Apps: Extending the expectation confirmation model. *Information Systems Frontiers*, 22(1), 243–257. <https://doi.org/10.1007/s10796-018-9864-5>
- Tarhini, A., El-Masri, M., Ali, M., & Serrano, A. (2015). Extending the UTAUT model to understand the customers' acceptance and use of internet banking in Lebanon A structural equation modeling approach. *Information Technology & People*, 29(4), 830–849. <https://doi.org/10.1108/ITP-02-2014-0034>
- Venkatesh, V., Brown, S. A., Maruping, L. M., & Bala, H. (2008). Predicting Different

Conceptualizations of System Use: The Competing Roles of Behavioral Intention, Facilitating Conditions, and Behavioral Expectation. *MIS Quarterly*, 32(3), 483–502.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. www.jstor.org/stable/30036540

Verkijika, S. F. (2018). Factors influencing the adoption of mobile commerce applications in Cameroon. *Telematics and Informatics*, 35(6), 1665–1674. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.04.012>

Wamai, J., & Kandiri -IS, J. M. (2017). Determinants of Mobile Banking Adoption by Customers of Microfinance Institutions in Nairobi County in Kenya. *International Journal of Science and Research*, 6(6), 2279–2286. <https://doi.org/10.21275/ART20174832>

Yuen, Y. Y., Yeow, P. H. P., Lim, N., & Saylani, N. (2010). Internet banking adoption: Comparing developed and developing countries. *Journal of Computer Information Systems*, 51(1), 52–61. <https://doi.org/10.1080/08874417.2010.11645449>

Zaazou, Z. A., & Abdou, D. S. (2020). Egyptian Small and Medium Sized Enterprises ' Battle Against COVID- 19 Pandemic : March – July 2020. *Journal of Humanities and Applied Social Sciences*, July. <https://doi.org/10.1108/JHASS-09-2020-0161>