

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Profil Perusahaan

Koperasi adalah organisasi bisnis yang dimiliki dan dikendalikan oleh anggotanya secara demokratis dengan tujuan utama untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi ekonomi, sosial, dan budaya mereka. Koperasi beroperasi berdasarkan nilai-nilai seperti kemandirian, solidaritas, dan tanggung jawab sosial, serta mematuhi prinsip-prinsip koperasi seperti keanggotaan terbuka dan sukarela, kendali demokratis oleh anggota, partisipasi ekonomi anggota, otonomi dan kebebasan, pendidikan, pelatihan, dan informasi, kerja sama antar koperasi, serta kepedulian terhadap komunitas (Birchall, 2020).

Koperasi Konsumen Wadah Titian Harapan (selanjutnya disebut KKWTH) adalah salah satu Koperasi Konsumen Nasional yang melakukan kegiatan penjualan produk anggota dan usaha simpan pinjam sejak tahun 2020. KKWTH berperan dalam menjual produk atau jasa yang dihasilkan oleh usaha anggota kepada pasar. KKWTH membantu anggota dalam memasarkan produk atau jasa mereka, memberikan akses ke pelanggan potensial, dan menyediakan saluran distribusi untuk memudahkan penjualan. Unit Simpan Pinjam KKWTH mengumpulkan dana dari anggota sebagai simpanan dan menggunakan dana tersebut untuk memberikan pembiayaan kepada anggota lainnya atau biasa disebut pinjaman, sehingga keuntungan KKWTH diperoleh dari bunga pinjaman dan laba penjualan produk-produk anggota.

KKWTH menjual produk dari anggota-anggota yang memiliki usaha dan menerima barang dari pemasok. Produk yang dijual sebagian adalah produk-produk kearifan lokal dari beberapa daerah di Indonesia seperti jamu, makanan kering, hasil kerajinan, minyak kayu putih, jamu hingga hasil karya tenun. Saat ini KKWTH telah memiliki 200 anggota lebih berasal dari berbagai wilayah di Indonesia.

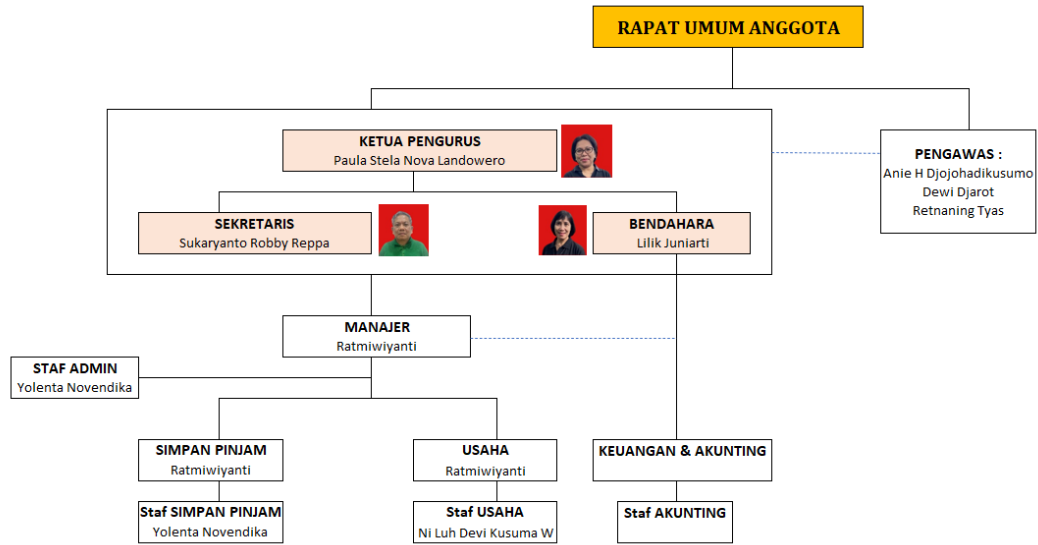
KKWTH bekerja sama dengan Yayasan Wadah Titian Harapan untuk memperoleh data produk dan anggota dari komunitas, terutama komunitas dengan fokus UMKM yang belum bisa dijamah *e-commerce*. Anggota terbagi atas beberapa golongan yaitu kategori peserta kegiatan komunitas dari Yayasan Wadah Titian Harapan yang tersebar di beberapa wilayah di Indonesia, kategori karyawan pusat dan daerah Yayasan Wadah Titian Harapan, karyawan perusahaan milik Bapak Hashim Djojohadikusumo beserta keluarga dan kategori umum. Koperasi Konsumen Wadah Titian Harapan bisa bersentuhan dengan masyarakat karena koperasi kami ini sudah bekerja sama dengan Yayasan Wadah Titian Harapan yang sudah beroperasi lebih dulu ke daerah yang belum tersentuh.

KKWTH juga ingin memfasilitasi masyarakat yang memiliki karya namun belum bersentuhan dengan *e-commerce* atau teknologi. KKWTH juga menampung produk-produk di daerah dan sudah tersalurkan ke berbagai *customer* perusahaan maupun individu. Diharapkan juga terus menjangkau *customer* dan mitra lebih luas melalui *platform* kami.

Saat awal KKWTH dibentuk, kepengurusan mengikuti aturan dari Kementerian Koperasi dan UMKM. Kedudukan tertinggi dipegang oleh anggota meliputi pendapat dan keputusan bersama di Rapat Anggota Tahunan. Di bawah Keputusan Rapat Anggota, dipimpin oleh seorang Ketua dengan membawahi peran manajer. Staf Unit Usaha berperan dalam pelaksanaan kegiatan Usaha KKWTH. Gambar struktur organisasi Koperasi Konsumen Wadah Titian Harapan (KKWTH) sebagai berikut (Gambar 1.1).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Struktur Posisi Koperasi Konsumen Wadah Titian Harapan



Gambar 1.1 : Struktur Posisi Koperasi Konsumen Wadah Titian Harapan
Sumber : Data dari Manajer Koperasi Konsumen Wadah Titian Harapan

1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Koperasi Konsumen Wadah Titian Harapan (KKWTH) didirikan karena kepedulian Ibu Anie Hashim Djojohadikusumo sebagai pendiri, sebelum didirikannya KKWTH, Ibu Anie Hashim Djojohadikusumo sudah lebih dulu memiliki sebuah Yayasan bernama Yayasan Wadah Titian Harapan. Yayasan ini bergerak di bidang, pendidikan, kesehatan dan pemberdayaan ekonomi.

KKWTH merupakan tindak lanjut kegiatan pemberdayaan ekonomi dari Yayasan Wadah Titian Harapan. Selain didasari oleh keprihatinan terhadap masyarakat tatanan akar rumput / masyarakat termajinakan, KKWTH juga didirikan untuk menolong para relawan yang berkegiatan sosial tetap terjamin dari sisi ekonomi. Keputusan ini dapat menjadi peluang bagi relawan maupun staf

Yayasan Wadah yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia memiliki ketertarikan di bidang usaha dapat mengembangkan usahanya dan dianggap berdaya untuk dirinya sendiri. Hal ini sejalan dengan prinsip Ibu Anie dalam mendirikan Yayasan yaitu “sebelum menolong orang lain, kita harus menolong diri sendiri terlebih dahulu”, jika hal tersebut terwujud, maka masuk ke prinsip selanjutnya yaitu “tidak ada satupun yang tertinggal” maksudnya disini adalah tolong menolong dan membantu masyarakat maupun komunitas yang belum berkembang menjadi berkembang dan maju bersama.

1.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan

Berikut adalah Visi, Misi dan Tujuan KKWTH didirikan:

Visi: Menjadi Koperasi Primer Nasional dibidang konsumen yang mewujudkan anggota yang berdaya dan bermartabat.

Misi: Memberdayakan anggota koperasi melalui kegiatan yang holistik melalui Pendidikan keuangan dan pemberdayaan ekonomi anggota.

Tujuan: Meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, sekaligus sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari tatanan perekonomian nasional yang demokratis dan berkeadilan

1.1.3 Produk dan Lini Produknya

Koperasi Konsumen Wadah Titian Harapan hadir sebagai solusi masyarakat untuk mengelola keuangan masyarakat, meningkatkan jiwa wirausaha dan menolong masyarakat terhindar dari pinjaman *online* ilegal. Melalui unit simpan pinjam dan unit

usaha yang sudah memperoleh izin dan sertifikasi lengkap dari Kementerian Koperasi dan UMKM. Model bisnis yang sudah ada saat ini digunakan oleh koperasi yang memberikan jasa simpan pinjam dan menjual produk usaha anggota adalah "Model Bisnis Koperasi Pembiayaan dan Pemasaran". Pada model bisnis saat ini, koperasi fokus terhadap dua aktivitas utama: pembiayaan dan pemasaran. Sebagai koperasi simpan pinjam, koperasi memberikan layanan pembiayaan kepada anggota untuk memenuhi kebutuhan finansial mereka, seperti pinjaman usaha, pinjaman konsumsi, atau pembiayaan modal kerja. Koperasi akan menetapkan suku bunga dan persyaratan lainnya untuk memberikan pembiayaan kepada anggota.

Adapun produk-produk yang ditawarkan KKWTH, sebagai berikut:

Unit Simpan Pinjam

- Simpanan Saham : Simpanan Pokok (SP), Simpanan Wajib (SW), Simpanan Sukarela (SS), Simpanan Kapitalisasi (SK)
- Simpanan Non Saham : Tabungan Wadah, Simpanan Titian, Simpanan Harapan, Simpanan Ceria
- Pinjaman : Berupa pinjaman Reguler, Atau Pinjaman Promo

Unit Usaha

- Aneka Produk Kategori Pangan
- Aneka Produk Kategori Sandang
- Aneka Produk Kategori Keperluan Rumah Tangga
- Aneka Produk Kategori Lain-Lain

1.1.4 Strategi Bisnis dan Area pemasaran

KKWTH terus akan melakukan strategi terbaik untuk meraih masyarakat di pelosok dan memberikan pelayanan dengan pendekatan komunitas. Beberapa komunitas yang sudah dijangkau diantaranya Komunitas Rumah Wadah Yogyakarta, Komunitas Rumah Wadah di Maluku, Komunitas Rumah Wadah Kupang-Koa, Komunitas Kampung Beting, Komunitas Arjasari dan beberapa relawan komunitas di Papua, Sumatra hingga Kalimantan.

Kemajuan teknologi bergerak begitu cepat, Koperasi juga diharapkan dapat mengikuti perkembangan teknologi. Digitalisasi Koperasi sangat diperlukan agar mampu bersaing, selain itu digitalisasi membantu proses bisnis menjadi lebih efisien mengingat jumlah anggota yang semakin bertambah dan banyak anggota yang sudah mulai berwirausaha. Koperasi ingin menjadi tempat para anggota terus termotivasi dalam wirausaha, sehingga mendukung usaha anggota melalui pemasaran produk secara digital. Berbagai upaya secara digital telah dilakukan untuk membantu pemasaran produk seperti pemasaran melalui instagram, melalui whatsapp grup, *e-commerce* (shopee, tokopedia), tiktok hingga ruang usaha di aplikasi koperasi itu sendiri. Namun saat ini belum ada peningkatan yang signifikan. Koperasi ingin menciptakan suatu *website* untuk KKWTH sebagai upaya *branding*, peningkatan penjualan anggota hingga bantuan pendanaan untuk anggota yang giat berusaha. KKWTH memang belum memiliki website yang memuat informasi KKWTH hingga fitur penjualan produk anggota.

1.1.5 Model bisnis

Model bisnis adalah kerangka kerja atau rancangan yang digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan, mengirimkan, dan menangkap nilai dalam konteks ekonomi, sosial, budaya, atau bentuk lainnya. Model bisnis mencakup berbagai elemen, termasuk

proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran distribusi, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra kunci, dan struktur biaya. Dalam lima tahun terakhir, konsep model bisnis semakin berkembang dengan memasukkan aspek-aspek inovasi digital, keberlanjutan, dan transformasi digital (Osterwalder et al, 2020).

Era digital semakin masif sehingga proses bisnis dalam suatu organisasi juga harus terus mengalami penyesuaian. Adaptasi dilakukan untuk menghadapi perkembangan pada lingkungan sekitar maupun perkembangan skala Nasional dan Global. Sistem pemasaran produk sudah banyak mengalami digitalisasi. Produk satu dan lainnya saling beradu kecepatan untuk menciptakan nilai yang menjawab permasalahan konsumen (Annur, 2023).

Pemasaran yang baik didukung oleh sarana, prasarana dan sistem yang mendukung kegiatan pemasaran, serta dibutuhkan kesadaran dari pengelola untuk menciptakan produk terbaik untuk konsumen. Pemasaran secara digital yang baik akan membantu meningkatkan *awereness*, minat beli dan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk. Pembelian yang tinggi dari konsumen dalam konteks koperasi khususnya, akan menghasilkan laba tinggi dan selanjutnya meningkatkan SHU anggota, saat SHU dari anggota semakin meningkat maka kesejahteraan anggota juga diharapkan semakin meningkat (Kotler,2016).

Penelitian yang membahas pengaturan belanja berbasis *website* mencatat bahwa kepercayaan *online* adalah cara yang kuat dan efektif untuk mengurangi risiko yang dirasakan (Hsu & Hsu, 2014; Kim, 2016; Kitsios et al., 2022; Wu, 2013) dan meningkatkan niat untuk berbelanja melalui pasar *online* (Dennis et al., 2010; Ha & Janda, 2014; Shi et al., 2013; Weisberg et al., 2011). Penelitian terkini

yang terkait dengan *e-commerce* melaporkan bahwa kepercayaan pelanggan mungkin lebih penting bagi pasar *e-commerce* daripada pasar tradisional (Eastlick & Lotz, 2011; Sullivan & Kim, 2018). Hal ini karena sebagian besar pembelian dalam konteks pasar *online* dilakukan tanpa interaksi manusia tatap muka dan jarak geografis yang besar, di mana konsumen *online* tidak dapat menyentuh dan merasakan produk secara langsung (Al-Debei et al., 2015; Eastlick & Lotz, 2011; Fu et al., 2018; Wu et al., 2016; Zendehdel et al., 2015), yang pada gilirannya dapat meningkatkan risiko dan ketidakpastian secara keseluruhan selama transaksi *online* (Eastlick & Lotz, 2011; Kim, 2016; Liu et al., 2017; Wu et al., 2020).

Sebagai koperasi yang ingin turut beradaptasi dengan perkembangan teknologi, Koperasi Konsumen Wadah Titian Harapan ingin menjangkau konsumen lebih banyak melalui media online, salah satu ruang usaha *online* yang ingin diciptakan adalah *e-commerce* berbasis website. Penjualan tidak dapat dilakukan hanya melalui *offline* karena konsumen yang dijangkau terbatas. Idealnya, usaha koperasi memiliki *website* yang dapat memberikan informasi produk untuk calon anggota potensial dan memberikan perkembangan terkini dari KKWTH. Melalui *website* juga diharapkan dapat meningkatkan niat dan motivasi anggota serta calon anggota potensial membangun maupun mengembangkan usaha.

COSMIC Hub (*Cooperative Online System Management, Investment and Community Hub*) merupakan sistem yang akan dikembangkan ini akan membantu proses pemasaran KKWTH secara digital dengan fitur-fitur lengkap yang dapat meningkatkan kualitas *website* sehingga berbeda dengan *website* koperasi lainnya. Selain memasarkan produk anggota dengan skala nasional hingga internasional, *Website* KKWTH menyediakan fitur-fitur seperti:

pendanaan untuk anggota yang memiliki usaha potensial, cerita *best practices* dan produk lokal dari usaha masing-masing anggota.

KKWTH bekerja sama dengan Yayasan Wadah untuk pengelolaan dan pendampingan komunitas. Fitur pendanaan yang selanjutnya akan tersedia di *website* Koperasi Wadah berbasis COSMIC Hub perlu dipantau kinerjanya setelah ada dana investor untuk UMKM sehingga anggota yang mendapat pendanaan bisa bertanggung jawab kepada investor. KKWTH juga melakukan pemantauan dan pendampingan dengan pembentukan kelompok yang dipimpin oleh seorang koordinator di setiap titik wilayah.

Pada pelaksanaannya, ada beberapa Koperasi yang sudah memiliki *website* sendiri seperti:

- Koperasi Astra
- Koperasi Karyawan Telkonn
- Koperasi Karyawan PLN

Selain *website* untuk menayangkan profil dan informasi koperasi, ada beberapa koperasi yang memasarkan produk seperti: Koperasi Karya Mitra Usaha (KMKU)

- Koperasi PT KAI
- Koperasi PT Telkom

Sedangkan platform basis *website* di Indonesia yang mendukung pendanaan UMKM diantaranya:

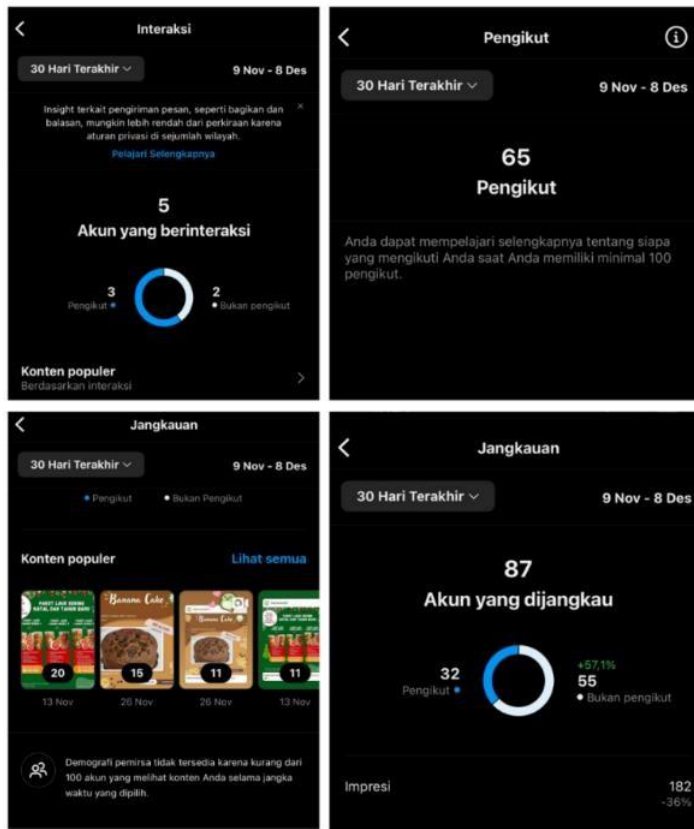
- Kitabisa Business
- KoinBisnis
- FundedByMe Indonesia
- Amartha

Namun saat ini belum ada Koperasi berbasis *website* yang menyediakan fitur informasi koperasi, penjualan produk, cerita produk dan anggota serta *crowdfunding*. Hal tersebut menjadi peluang besar untuk KKWTH membangun *website* Koperasi Wadah berbasis COSMIC Hub.

1.2. Rumusan Masalah

Perhitungan *engagement rate* (ER) di Instagram merupakan metrik penting untuk mengukur seberapa banyak audiens yang berinteraksi dengan konten yang dibagikan. Perhitungan. Tingkat keterlibatan yang kurang dari 1% dianggap rendah. Tingkat keterlibatan antara 1% dan 3,5% dianggap rata-rata/baik. Tingkat keterlibatan antara 3,5% dan 6% dianggap tinggi. Tingkat keterlibatan di atas 6% dianggap sangat tinggi.

Promosi produk Koperasi Konsumen Wadah Titian Harapan sudah dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, Tiktok dan Whatsapp *Business* dan beberapa *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia dan Koperasi Wadah Mobile. Unit Usaha KKWTH baru efektif dimulai di tahun 2023. Tidak ada penjualan yang cukup meningkat melalui *platform online*. Jumlah *like*, *followers* maupun *engagement* dari seluruh platform masih terbilang kecil. KKWTH memiliki akun instagram sejak Januari 2023, sampai saat ini pengikut dari akun instagram KKWTH hanya 65 akun. Jumlah pengikut tidak diperoleh dari hasil pembelian maupun kecurangan melainkan bertumbuh secara alami. Akun yang dijangkau dari Awal November 2023 – Awal Desember 2023 sebanyak 87 akun dan hanya sebanyak 5 akun yang berinteraksi. Hal tersebut jelas masih sangat kurang untuk membantu promosi produk anggota KKWTH. Berdasarkan hasil perhitungan $Engagement\ Rate = \frac{875}{15000} \times 100\%$ hasilnya adalah 5.75 %, dengan engagement rate 5.75%, akun Instagram KKWTH memiliki tingkat keterlibatan yang baik dan termasuk dalam kategori tinggi. Namun jumlah pengikut perlu ditingkatkan.

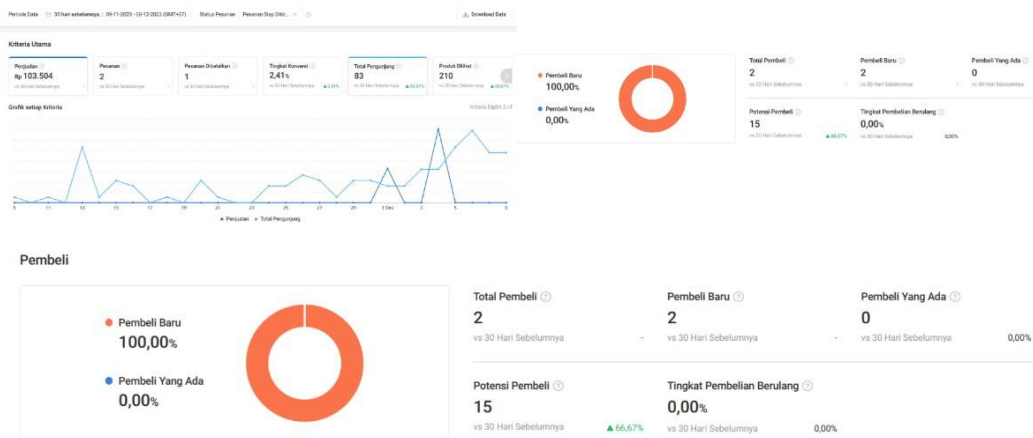


Gambar 1.2 : Insight Instagram KKWTH

Sumber : Data dari Admin Sosmed KKWTH

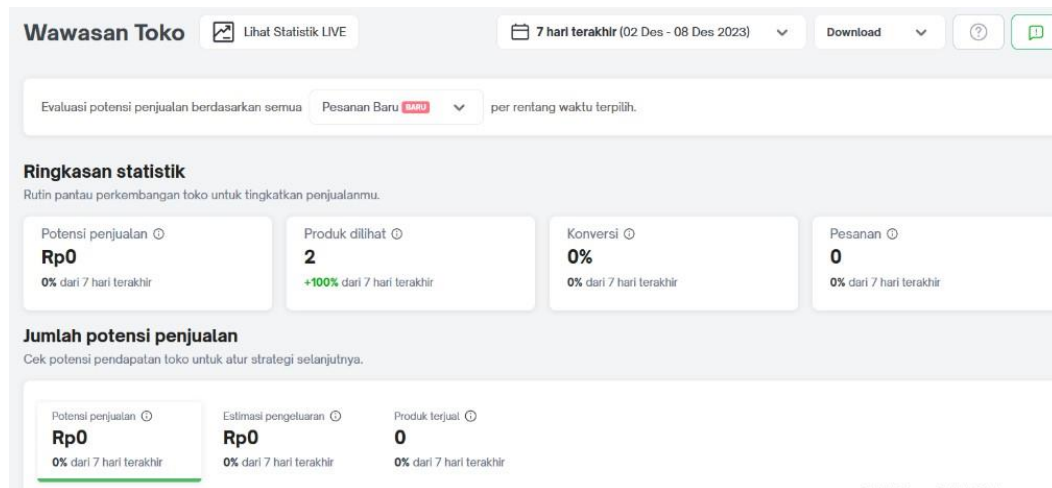
KKWTH juga memiliki akun Shopee yang dibuka pada bulan Januari 2023, berbagai produk dari anggota turut dipasarkan melalui akun Shopee. Di bulan November-Desember 2023 penjualan yang dapat dicapai hanya sebanyak 2 produk melalui Shopee. Produk dilihat sebanyak 210 akun dengan total pengunjung toko sebanyak 83 akun. Jumlah ini sangat kecil dibandingkan stok produk anggota yang mencapai ratusan stok (Gambar 1.3).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1.3 : *Insight* Shopee KKWTH
 Sumber : Data dari Admin Shopee KKWTH

Pada bulan Januari 2023, KKWTH juga membuka akun Toko untuk penjualan produk, sama halnya dengan Shopee, kunjungan ke toko di Tokopedia masih sangat minim di bulan Desember 2023, hanya 2 produk yang dilihat di akun tokopedia *seller* KKWTH.



Gambar 1.4 : *Insight* Tokopedia KKWTH
 Sumber : Data dari Admin Tokopedia KKWTH

KKWTH yang didirikan pada tahun 2020 mendapat respon positif dari para karyawan, relawan hingga penerima manfaat Yayasan Wadah yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia. Penjualan produk anggota di awal Tahun 2023 hingga November 2023 mencapai 1721 transaksi. Penjualan dari beberapa sumber diantaranya belanja harian karyawan kantor, pesanan Alat Tulis Kantor / ATK dari beberapa yayasan dan perusahaan serta pesanan souvenir hingga pesanan hampers untuk perorangan maupun perusahaan.

Tabel 1.1 Kinerja Unit Usaha Koperasi Konsumen Wadah Titian Harapan

Penjualan perorangan	Penjualan di Media Sosial dan <i>E-Commerce</i>	Penjualan ke Perusahaan/Yayasan
Hampers Natal 2022	Penjualan Produk Pangan Januari-November 2023	ATK ke Yayasan Wadah Bulan Januari-November 2023
Penjualan produk pangan harian untuk Karyawan Kantor Bulan Januari-November 2023	Penjualan Produk Elektronik Januari-November 2023	ATK ke Yayasan Arsari Djojohadikusumo Bulan Januari-November 2023
Penjualan produk sandang harian untuk Karyawan Kantor Bulan Januari-November 2023		ATK ke PT Arsari Pratama Bulan Januari-November 2023
Penjualan produk lain-lain harian untuk Karyawan Kantor Bulan Januari-November 2023		ATK ke PT Tirtamas Mutiara Bulan Januari-November 2023
Hampers Idul Fitri 2022		ATK ke PT Mitrabina Niaga Bulan Januari-November 2023

Tabel 1.2 Perhitungan Laba dari Total Transaksi Unit Usaha KKWTH 2023

Total Transaksi	Total Konsumen	Total Revenue	COGS	Gross Profit
1.721	63	362.000.000	201.000.000	161.000.000

Sumber : Laporan Penjualan Unit Usaha KKWTH 2023

Berdasarkan hasil kinerja Unit Usaha KKWTH bulan Januari-November 2023 (tabel 1.1) dan kurangnya pembelian melalui *channel* penjualan *online*, KKWTH akan mengembangkan sistem COSMIC Hub (*Cooperative Online System Management, Investment and Community Hub*) berbasis *website*. Adapun beberapa pertimbangan yang mendasarkan keputusan proyek usaha baru menciptakan COSMIC Hub dikarenakan:

- Terdapat banyak produk-produk pangan, sandang maupun lain-lain dari beberapa daerah di wilayah Indonesia yang potensial namun cara pemilik produk tidak memiliki channel untuk memasarkannya.
- Pemilik produk-produk di komunitas belum tidak memiliki sarana pendukung teknologi untuk memasarkan produk mereka secara digital.
- Produk-produk dari anggota belum sepenuhnya memenuhi estetika desain maupun kelengkapan informasi pada kemasan.
- Beberapa anggota yang memiliki tekad berusaha tidak memiliki dana yang cukup untuk memulai usaha mereka.
- Produk anggota berupa kearifan lokal belum banyak diterima dan dihargai oleh masyarakat di Indonesia, namun pasar internasional cenderung lebih menghargai keunikan dari produk-produk lokal namun belum ada tempat pemasaran yang tepat untuk meraih pasar tersebut.
- Unit Usaha KKWTH bertanggung jawab kepada SHU anggota Koperasi, sehingga target penjualan Unit Usaha meningkat setiap tahunnya.

Pengembangan COSMIC Hub dibentuk tidak melalui ide semata, melainkan hasil pembedahan terhadap beberapa pertanyaan *5 Why's* dalam menjelaskan masalah Unit Usaha KKWTH agar terus menghasilkan pendapatan sesuai target yang ditetapkan dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi saat ini sekaligus memberikan dampak kepada anggota dan UMKM untuk lebih berdaya serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat di beberapa daerah. Adapun pertanyaan yang digunakan sebagai dasar diantaranya:

- Mengapa penjualan Unit Usaha KKWTH di channel *online* seperti media sosial dan *e-commerce* masih kurang.

Karena di *e-commerce* dan media sosial persaingan produk berkaitan dengan harga dan *brand awareness* KKWTH serta Unit Usahanya masih kurang.

- Mengapa penjualan Unit Usaha KKWTH di media sosial dan *e-commerce* tidak dapat bersaing secara harga dan *brand awareness* KKWTH serta Unit Usaha masih kurang?

Karena KKWTH belum memiliki tempat untuk menunjukkan identitasnya secara luas untuk masyarakat umum.

- Mengapa KKWTH belum dikenal secara luas oleh masyarakat?

Karena cerita, visi, misi, keunggulan produk anggota belum dirangkai dalam suatu konten yang menarik untuk menjadi nilai jual produk.

- Mengapa konten belum bisa ditampilkan secara luas kepada masyarakat?

Karena belum ada *website* yang menjadi tempat untuk merangkum nilai-nilai, keunggulan serta menjual secara langsung produk anggota

- Mengapa *website* untuk KKWTH belum tersedia untuk menampilkan beberapa hal tersebut?

Karena belum ada rancangan sistem dan rencana fitur-fitur serta konten yang menjadi nilai jual produk-produk anggota KKWTH.

1.3. Tujuan Penelitian (Proyek Usaha Baru)

1.3.1 Tujuan proyek usaha yang akan didesain dan diuji sebagai berikut:

- Mendesain dan menguji model bisnis *platform website koperasiwadah.com* untuk menambah wawasan masyarakat mengenai dunia perkoperasian, meningkatkan penjualan produk koperasi Konsumen Wadah Titian Harapan serta meningkatkan minat anggota menjual produk melalui cerita anggota yang sukses menjalankan usaha.

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai untuk mengembangkan proyek usaha baru, maka ditemukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- Apakah *awareness* masyarakat maupun anggota KKWTH terhadap koperasi secara umum dan Koperasi Konsumen Wadah Titian Harapan dapat meningkat melalui kehadiran *website* koperasiwadah.com?
- Apakah pelanggan yang terbiasa membeli produk dengan kearifan lokal/UMKM tertarik melakukan pembelian produk di *website* koperasiwadah.com
- Apakah anggota KKWTH termotivasi memulai usaha maupun menjadi *seller*/penjual produk di *website* KKWTH setelah membaca artikel kisah anggota yang sukses menjalankan usaha?

1.3.2 Tujuan Penelitian dan Produk Perusahaan

1.3.2.1 Meningkatkan Awareness tentang Koperasi dan KKWTH

Produk Simpan Pinjam: Dengan meningkatkan *awareness* tentang koperasi dan KKWTH, masyarakat dan anggota koperasi akan lebih memahami manfaat dari produk simpan pinjam yang ditawarkan, seperti bunga rendah, kemudahan akses, dan dukungan komunitas. Ini

akan mendorong lebih banyak orang untuk menggunakan layanan simpan pinjam, baik untuk menabung maupun mendapatkan pinjaman.

Unit Usaha: Kesadaran yang meningkat juga akan mempromosikan unit usaha lainnya yang dimiliki oleh KKWTH, seperti toko koperasi, jasa, atau produk-produk lokal yang dijual. Dengan pemahaman yang lebih baik, anggota dan masyarakat akan lebih tertarik untuk membeli produk dari unit usaha koperasi.

1.3.2.2 Meningkatkan Penjualan Produk dengan Kearifan Lokal/UMKM

Produk Simpan Pinjam: Pelanggan yang tertarik dengan produk UMKM akan cenderung memanfaatkan layanan simpan pinjam untuk mendanai pembelian mereka. Misalnya, mereka mungkin mengambil pinjaman kecil untuk membeli produk-produk yang lebih mahal atau eksklusif dari koperasi.

Unit Usaha: Dengan fokus pada produk UMKM, koperasi dapat mengembangkan unit usaha yang mendukung dan mempromosikan produk lokal, meningkatkan daya tarik dan penjualan melalui *website*. Ini termasuk toko *online* yang menyediakan berbagai produk dari anggota koperasi yang adalah pengusaha UMKM.

1.3.2.3 Motivasi Anggota untuk Memulai Usaha atau Menjadi Seller

Produk Simpan Pinjam: Anggota yang termotivasi untuk memulai usaha akan lebih mungkin untuk menggunakan layanan simpan pinjam sebagai modal awal

untuk usaha mereka. Koperasi dapat menyediakan pinjaman dengan syarat yang lebih menguntungkan dan dukungan tambahan seperti pelatihan kewirausahaan.

Unit Usaha: Cerita sukses anggota yang dipublikasikan di *website* akan mendorong lebih banyak anggota untuk menjadi *seller*, memperkaya unit usaha koperasi dengan lebih banyak produk dan layanan. Ini akan menciptakan ekosistem yang dinamis di mana anggota koperasi saling mendukung dan memanfaatkan platform untuk pertumbuhan usaha.

1.4 Manfaat Penelitian (Proyek Usaha Baru)

Proyek Usaha Baru yang dirancang diharapkan memberikan manfaat untuk berbagai pihak, berikut adalah manfaat dari penelitian :

1.4.1 Manfaat Bagi Peneliti

- Peneliti dapat mengembangkan pemahaman lebih lanjut tentang faktor-faktor yang memengaruhi kesuksesan penjualan produk melalui platform *online* bagi koperasi seperti Koperasi Konsumen Wadah Titian Harapan (KKWTH).
- Melalui proyek ini, peneliti dapat memperoleh pengalaman praktis dalam merancang, menguji, dan menganalisis model bisnis platform *website* untuk koperasi.
- Temuan dari penelitian ini dapat dipublikasikan dalam jurnal ilmiah atau disampaikan dalam konferensi akademik, yang dapat meningkatkan reputasi dan kredibilitas peneliti.

1.4.2 Manfaat Akademis

- Penelitian ini dapat memberikan kontribusi baru terhadap literatur tentang strategi pemasaran dan penjualan *online* bagi koperasi dan UMKM.
- Hasil penelitian dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti dan akademisi lain yang tertarik dalam bidang koperasi, pemasaran *online*, dan pengembangan usaha.

1.4.3 Manfaat Bagi Koperasi Wadah

- Melalui pengembangan *website* koperasiwadah.com, KKWTH memiliki peluang untuk meningkatkan penjualan produk anggota dan meningkatkan keuntungan.
- Dengan adanya *website*, KKWTH dapat meningkatkan kesadaran publik tentang koperasi secara umum dan produk-produk lokal yang ditawarkan, sehingga memperluas pangsa pasar mereka.

1.4.4 Manfaat Bagi Masyarakat Umum

- Masyarakat akan memiliki akses lebih mudah untuk membeli produk lokal dan mendukung UMKM melalui platform *website* koperasiwadah.com.
- Melalui konten *website*, masyarakat dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya dukungan terhadap koperasi dan UMKM dalam memajukan ekonomi lokal.
- Dukungan terhadap koperasi dan UMKM lokal melalui pembelian produk mereka dapat membantu memperkuat ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di berbagai daerah.