

## PENGUATAN KOPERASI SYARIAH AL MURABBY MELALUI KELEMBAGAAN DAN DIGITALISASI BISNIS

<sup>1</sup>Asep Darmansyah, <sup>2</sup>Yedi Purwanto, <sup>3</sup>Saiful Akbar, <sup>4</sup>Acip Sutardi, <sup>5</sup>Fitria Rahayu Khaerani, <sup>6</sup>Desy Kharohmayani

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Institut Teknologi Bandung, Jln. Ganesha 10 Bandung 40132  
Email: <sup>1</sup>asep.darmansyah@sbm-itb.ac.id

**Abstract.** *The large-scale social restriction (PSBB) policy during the COVID-19 pandemic has a very serious impact on the business activities of the Al Murabby Sharia Cooperative MAN 1 Bandung, namely in the form of a decrease in sales. Efforts are needed to improve the performance of cooperative. The LPPM ITB Community Service Team provided training and assistance in order to strengthen the Al Murabby Sharia Cooperative through institutional improvements and business digitization. The activity stages consist of preparation, problem diagnosis, design, and implementation of training and mentoring. The training and mentoring activities were attended by 22 participants consisting of the management and supervisory bodies of cooperatives, teachers and employees of cooperative members, and alumni of MAN 1 Bandung who are pursuing sharia cooperatives. The activity was carried out in an orderly and smooth manner, the participants participated in the activity with enthusiasm in order to increase knowledge and skills of institutional aspects, cooperative accounting and e-commerce. The results of the activity showed an increase in the knowledge and skills of the participants between before and after the training. Considering that the training is still in the form of basic training and very little time, it is necessary to hold further training*

**Keywords :** *accounting, al murabby, cooperatives, digital, e-commerce*

**Abstrak.** *Kebijakan pembatasan sosial bersekala besar (PSBB) di masa pandemi covid 19 berdampak sangat serius terhadap aktivitas bisnis Koperasi Syariah Al Murabby MAN 1 Kota Bandung, yaitu berupa penurunan omzet penjualan. Perlu upaya-upaya untuk meningkatkan kembali kinerja bisnis koperasi. Tim Pengabdian Masyarakat LPPM ITB memberikan pelatihan dan pendampingan dalam rangka penguatan Koperasi Syariah Al Murabby melalui penyempurnaan kelembagaan dan digitalisasi bisnis. Tahapan kegiatan terdiri dari persiapan, diagnosa permasalahan, perancangan, dan implementasi pelatihan dan pendampingan. Kegiatan pelatihan dan pendampingan diikuti oleh 22 orang peserta yang terdiri dari para pengurus dan badan pengawas koperasi, para guru dan karyawan anggota koperasi, dan para alumni MAN 1 Kota Bandung yang menekuni koperasi syariah. Kegiatan dilaksanakan dengan tertib dan lancar, para peserta mengikuti kegiatan dengan penuh semangat demi mendapatkan pengetahuan dan keterampilan mengenai aspek kelembagaan, akuntansi koperasi dan e-commerce. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan para peserta antara sebelum dan setelah pelatihan. Mengingat pelatihan masih berupa pelatihan dasar dan waktu yang sangat sedikit, maka perlu diadakan pelatihan lanjutan.*

**Kata Kunci :** *akuntansi, al murabby, digital, e-commerce, koperasi*

### 1. Pendahuluan

Kebijakan pemerintah saat pandemi covid 19 berupa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) berdampak sangat signifikan pada semua aspek kehidupan termasuk kegiatan bisnis.

Dampak tersebut sangat berat menimpa usaha koperasi. Sebagaimana menurut Amri (2020) dan Rosita (2020), pandemi covid 19 menyebabkan terjadinya penurunan omzet penjualan para pelaku bisnis UMKM dan koperasi sangat signifikan.

Koperasi Syariah Al Murabby yang yang beranggotakan para guru dan karyawan/pegawai Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Bandung, berada di bawah naungan MAN 1 Kota Bandung dan berlokasi di dalam kampus MAN 1 Kota Bandung, tepatnya di Jln H. Alpi Cijerah, Kelurahan Cibuntu, Kecamatan Bandung Kulon, Kota Bandung. Koperasi Syariah Al Murabby merupakan koperasi serba usaha yang melakukan aktivitas bisnis perdagangan, jasa dan simpan pinjam. Konsumennya terdiri dari para guru, pegawai, siswa MAN 1 Kota Bandung dan para tamu yang berkunjung ke madrasah.

Pandemi covid 19 telah menyebabkan beberapa sektor strategis mengalami masalah, termasuk pendidikan (Fitriyani dan Astuti, 2021). Dengan adanya PSBB, kegiatan belajar mengajar dilaksanakan secara dalam jaringan (daring), kampus/sekolah/madrasah ditutup dan otomatis konsumen potensial Koperasi Syariah Al Murabby pun berkurang drastis. Koperasi Syariah Al Murabby merasakan dampak buruk ini. Bisnis koperasi mengalami penurunan penjualan, dan terhambatnya aliran barang, jasa dan uang. Banyak anggota koperasi yang mengalami kesulitan dalam membayar iuran anggota. Selain itu para anggota yang meminjam juga mengalami kesulitan untuk membayar angsuran, bahkan beberapa anggota koperasi terpaksa mengambil iuran simpanan sukarela mereka untuk memenuhi kebutuhan di masa pandemi ini. Akibatnya, koperasi mengalami masalah likuiditas yang berujung pada menurunnya kinerja koperasi secara keseluruhan.

Dalam suasana pandemi seperti ini, roda perekonomian harus tetap berjalan, namun tetap menciptakan rasa aman dari penularan covid 19. Untuk itu perlu upaya untuk tetap mampu meningkatkan volume penjualan dalam bisnis koperasi. Kondisi ini merupakan tantangan bagi koperasi untuk tetap bisa menjaga

likuiditas dan solvabilitasnya.

Kegiatan usaha Koperasi Syariah Al Murabby masih menggunakan tata kelola bisnis secara tradisional. Transaksi jual-beli masih model full contact dengan para konsumen di lingkungan kampus MAN 1 Kota Bandung. Demikian juga aspek pembukuan dan pelaporan keuangan masih dilakukan secara manual. Dengan demikian tata kelola informasi akuntansi tidak berbasis sistem informasi yang terintegrasi. Hal tersebut disebabkan oleh karena belum adanya sumberdaya manusia yang mempunyai kemampuan memadai pada bidang akuntansi secara terkomputerisasi dengan baik. Menurut Kelara dan Suwarni (2020), pertumbuhan kinerja UMKM mengalami peningkatan dilihat dari beberapa aspek yaitu peningkatan penjualan UMKM tersebut, pengurangan biaya, dan penambahan aset pada UMKM yang telah menggunakan informasi akuntansi dengan baik.

Informasi akuntansi antara lain terkandung dalam wujud laporan keuangan. Melalui laporan keuangan akan bisa dilihat perkembangan usaha koperasi sehingga dapat mengetahui aktivitas pengeluaran dan pendapatan secara tepat dan akurat. Laporan keuangan bisa digunakan sebagai bahan bagi pihak internal dan eksternal dalam pengambilan keputusan bisnis (Darmansyah, et al, 2020).

Pada aspek pemasaran, Koperasi Syariah Al Murabby tidak memiliki katalog produk sehingga calon pembeli tidak mengetahui detil informasi produk yang dijual. Informasi produk tersampaikan hanya dari mulut ke mulut, atau informasi bersifat berantai dari pelanggan. Ditambah lagi koperasi menghadapi keterbatasan jaringan pemasaran, karena pembeli terbatas hanya pada pelanggan yang datang berkunjung. Produk tidak dipromosikan secara meluas baik secara off line maupun melalui media on line.

Untuk itu diperlukan promosi on line guna menciptakan jaringan

pemasaran yang lebih luas dan cepat. Menurut Maftuhah dan Rafsanjani (2019), promosi online mampu memangkas biaya promosi 80% dan bisa memungkinkan UMKM mengembangkan jaringan pemasaran.

Menurut Sholihannisa dan Ma'sum (2021), untuk meningkatkan jangkauan pemasaran perlu penerapan digital marketing. Menurut Oktaviani & Rustandi (2018), digital marketing dapat menjadi sarana yang ampuh untuk melesatkan suatu merek pada suatu produk atau jasa.

Dengan adanya pandemi covid 19, telah mendorong beberapa perusahaan dan organisasi di Indonesia untuk mempercepat upayanya mengadopsi model bisnis yang berbasis digital. Hal tersebut terungkap dalam survei iCIO Community, perkumpulan chief information officer dan eksekutif senior di bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Abidin Riyadi Abie yang dikutip Fauzi, 2020 mengatakan pandemi covid 19 membuktikan bahwa transformasi digital bukan lagi menjadi sebuah pilihan bagi perusahaan atau organisasi. "Krisis ini menjadi kesempatan bagi CIO menyakinkan jajaran manajemen untuk mengakselerasi implementasi strategi transformasi digital, mendorong perusahaan untuk terus melakukan berbagai terobosan dan inovasi agar selalu relevan dengan tantangan dan mampu terus berkembang dan tumbuh secara berkelanjutan (<https://www.itworks.id/29521/survei-ungkap-dampak-pandemi-covid-19-pada-3-aspek-tik.html>).

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memperkuat bisnis Koperasi Syariah Al Murabby melalui aspek kelembagaan, akuntansi digital dan bisnis digital. Target yang ingin dicapai pada kegiatan ini adalah peningkatan kemampuan manajemen kelembagaan organisasi, pembuatan laporan keuangan secara digital, dan pemasaran produk secara digital,

sehingga memudahkan konsumen untuk mengetahui, memesan, menerima produk dan melakukan transaksi pembayaran secara on line (e-commerce).

## 2. Metode Ilmiah

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode partisipatif yaitu mengikutsertakan peserta untuk menentukan sendiri kebutuhannya, selanjutnya dilakukan pelatihan, diskusi, praktek digitalisasi, dan pendampingan di lokasi mitra yaitu Koperasi Syariah Al Murabby MAN 1 Kota Bandung. Tahap-tahap kegiatan meliputi :

### a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan yang dilakukan sebagai berikut:

1. Koordinasi dan konsolidasi tim pelaksana;
2. Sosialisasi program kegiatan kepada mitra;
3. Perumusan rencana kegiatan bersama dengan mitra;
4. Koordinasi dengan dinas dan instansi terkait.

### b. Tahap Diagnosa Permasalahan

Tahapan diagnosa permasalahan merupakan suatu upaya untuk meneliti dan mengkaji lebih mendalam terhadap masalah yang dihadapi Koperasi Syariah Al Murabby MAN 1 Kota Bandung, mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya permasalahan yang dihadapi serta berusaha untuk mencari solusi yang harus ditempuh. Dilakukan melalui pengamatan dan diskusi (FGD) langsung di lapangan bersama mitra. Data yang diperoleh meliputi permasalahan, kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki (Analisis SWOT).

### c. Tahap Perancangan

Tahap perancangan merupakan tahapan bagaimana menentukan

rencana yang akan dilakukan pada kegiatan penguatan Koperasi Syariah Al Murabby MAN 1 Kota Bandung. Tahapan perancangan ini berdasarkan pada analisis permasalahan yang telah ditemukan pada tahap diagnosa serta berdasarkan hasil analisis SWOT meliputi perancangan: pengurusan legalitas badan hukum koperasi, sistem informasi akuntansi, praktek transaksi bisnis secara online (e-commerce), pelatihan dan pendampingan.

#### d. Tahap Implementasi

Tahap implementasi kegiatan dibagi dalam dua tahap yaitu pelatihan dan pendampingan.

Pada tahap pelatihan peserta diberi materi mengenai organisasi dan kelembagaan, akuntansi, dan e-commerce. Pelatihan ini diberikan supaya peserta mengetahui dan memahami pengembangan organisasi bisnis dan kelembagaan koperasi, akuntansi koperasi dan e-commerce dalam mengelola usaha. Kegiatan pelatihan ini terbagi dalam dua termin yaitu pelatihan secara teoritis sebanyak 30 persen dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai organisasi dan kelembagaan koperasi, akuntansi koperasi, dan e-commerce. Pelatihan secara praktek sebanyak 70 persen dengan tujuan untuk lebih memperdalam materi yang diberikan.

Peserta pelatihan berjumlah 22 orang terdiri dari:

1. Pengurus dan anggota Koperasi Syariah Al Murabby (guru-guru Man 1 Kota Bandung) 16 orang.
2. Badan pengawas Koperasi Syariah Al Murabby 2 orang.
3. Karyawan Koperasi Syariah Al Murabby 2 orang.
4. Mahasiswa (Alumni MAN 1 Kota Bandung) 2 orang.

Adapun materi yang diberikan terdiri dari :

1. Organisasi dan kelembagaan koperasi.

2. Akuntansi koperasi.
3. Aplikasi software akuntansi.
4. E-business dan e-commerce.

Kegiatan pelatihan yang telah dilakukan tentunya diharapkan dapat diterapkan secara utuh oleh peserta pelatihan. Untuk melihat apakah hasil pelatihan tersebut bisa diimplementasikan atau tidak maka perlu dilakukan pendampingan. Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan selama beberapa minggu sampai peserta benar-benar mampu melaksanakan hasil pelatihan.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pelatihan secara klasikal dilakukan selama 3 hari dari tanggal 31 Maret – 2 April 2021 berlokasi di kampus MAN 1 Kota Bandung dari pukul 08.00 sampai dengan pukul 15.00. Pada hari pertama pelatihan diberikan materi mengenai organisasi dan kelembagaan koperasi syariah. Pada hari kedua diberikan materi mengenai akuntansi koperasi. Pada hari ketiga diberikan materi mengenai e-commerce. Materi yang disampaikan diawali dengan teori yang selanjutnya langsung dipraktekkan dengan porsi teori 30% dan praktek 70%. Di hari kedua dan ketiga pelatihan dilakukan pre test dan post test sesuai materi yang disampaikan pada hari itu untuk mengukur penerimaan dan pemahaman materi oleh para peserta antara sebelum dan sesudah pelatihan, yang hasilnya disajikan pada Gambar 1 dan Gambar 2.

Pelatihan hari pertama mengenai kelembagaan koperasi syariah mencakup seluk beluk mengenai koperasi syariah, mulai dari bagaimana cara mendapatkan legalitas formal untuk lembaga koperasi syariah, sistem organisasi koperasi syariah, hingga prinsip-prinsip syariah di dalam koperasi syariah yang berbeda dengan koperasi konvensional. Hal ini sangat penting untuk dipelajari lebih dalam mengingat peranan koperasi

dalam meningkatkan ekonomi dan pembangunan nasional (Budirahayu, 2018). Nara sumber yang didatangkan sangat tepat dalam menyampaikan pembahasan tentang koperasi syariah ini, yaitu ketua bidang pengembangan ekonomi umat Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Bandung yang sudah sangat berpengalaman, terlebih lagi dalam bidang ekonomi syariah. Peserta pelatihan menunjukkan antusias yang tinggi, terlihat dari partisipasi aktif para peserta melalui banyaknya pertanyaan-pertanyaan yang muncul selama proses pelatihan.

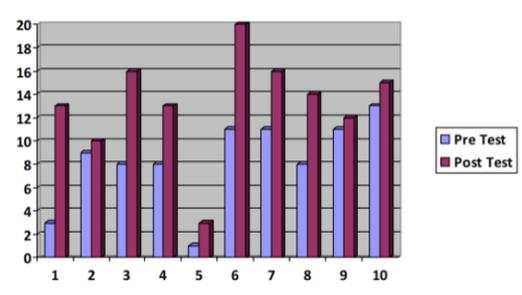
Dilanjutkan materi mengenai akuntansi koperasi di hari kedua, para peserta diberikan teori dasar mengenai akuntansi koperasi, serta akuntansi digital menggunakan Zahir, yaitu suatu software untuk mengelola akuntansi dan laporan keuangan agar lebih cepat, mudah dan dapat dilakukan secara online. Akuntansi keuangan sangat diperlukan dalam dunia bisnis sebagai informasi yang dapat digunakan untuk proses pengambilan keputusan dalam menjalankan proses bisnis (Besuspariene, et al, 2018).

Pada akhir periode akuntansi, koperasi harus membuat laporan keuangan koperasi untuk para pihak pengguna (Rudianto, 2010). Mengingat pentingnya materi ini, peserta sangat antusias mengikuti pelatihan hari kedua ini, terlihat dari serunya diskusi selama pelatihan. Namun harus ada pendampingan lebih lanjut mengenai praktek akuntansi ini mengingat para peserta sebagian besar tidak memiliki latar belakang pendidikan akuntansi, sehingga masih belum terbiasa dengan istilah-istilah akuntansi.

Dihari ketiga, berisikan materi untuk era bisnis terkini, yaitu materi mengenai e-commerce. E-commerce merupakan media berbisnis untuk menjalankan digital marketing terbaru (Rungrisawat, et al, 2019). Sebelum penyampaian materi, para peserta diberikan pre test terlebih dahulu. Dilanjutkan ke teori, para

peserta diperkenalkan dengan e-business dan lebih dalam membahas mengenai e-commerce mulai dari pengertian, cakupan, manfaat, jenis, kendala, tips dan trik menggunakan e-commerce, dan bagaimana aplikasinya dalam suatu bisnis. Materi ini disampaikan dalam bentuk teori dan praktek. Pada bagian praktek, para peserta diberikan simulasi untuk membuat akun bisnis, tata cara penggunaan untuk berbisnis online, sampai kepada tips dan trik agar sukses berjualan online menggunakan Instagram dan Shopee. Kegiatan diikuti peserta dengan penuh semangat dan antusias yang tinggi, terbukti dengan partisipasi aktif dari para peserta baik saat penyampaian materi maupun saat praktek. Peserta mengikuti praktek simulasi bisnis dengan baik dan banyaknya pertanyaan yang bermutu yang dilontarkan oleh para peserta membuat suasana pelatihan menjadi lebih efektif karena dilakukan secara dua arah. Pelatihan hari terakhir ditutup dengan post test, kesan dan pesan pelatihan, dan foto bersama.

Berikut adalah hasil pre test dan post test materi pelatihan akuntansi koperasi dan materi e-commerce.



Gambar 1. Hasil Pre Test dan Post Test Pelatihan Akuntansi Koperasi  
Sumber : Data Penulis

Gambar 1 menunjukkan hasil pre test dan post test pelatihan akuntansi koperasi dari 22 peserta dengan perolehan nilai yang meningkat dari pre test atau sebelum pelatihan ke post test atau setelah pelatihan. Terdapat 10 pertanyaan tes yang terdiri dari pertanyaan mengenai pengertian akuntansi, aktivitas akuntansi, kegunaan akuntansi, tipe akuntansi,

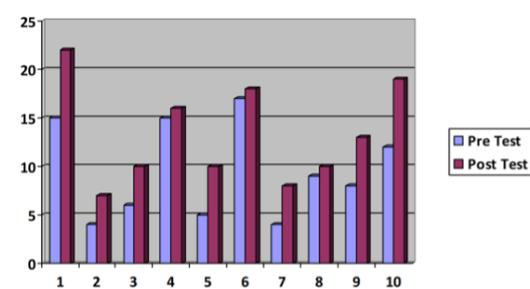
pengertian modal, persamaan akuntansi, makna simpanan pokok dan wajib, konsep saldo normal, penjurnalan, dan akuntansi digital.

Pada pertanyaan pertama mengenai pengertian akuntansi, 13,6% dari jumlah peserta menjawab benar saat pre test dan 59,1% dari jumlah peserta menjawab benar saat post test. Terdapat peningkatan jumlah sebanyak 45,5% yang dapat menjawab soal dengan benar. Pada pertanyaan kedua mengenai aktivitas akuntansi, 40,9% peserta menjawab dengan benar saat pre test dan 45,5% peserta menjawab dengan benar saat post test. Adanya peningkatan 4,6% peserta yang mampu menjawab pertanyaan dengan benar. Untuk pertanyaan ketiga tentang kegunaan akuntansi, sebanyak 36,4% peserta dapat menjawab dengan benar saat pre test dan meningkat 36,3% saat post test menjadi 72,7% peserta menjawab dengan benar saat post test. Pada pertanyaan keempat mengenai tipe akuntansi, terdapat kenaikan sebesar 22,7% peserta yang menjawab dengan benar dari pre test 36,4% dan 59,1% saat post test. Pada pertanyaan kelima tentang pengertian modal, 4,5% peserta menjawab dengan benar saat pre test dan 13,6% peserta menjawab dengan benar saat post test. Terdapat kenaikan 9,1% peserta yang menjawab dengan benar. Selanjutnya untuk pertanyaan keenam tentang persamaan akuntansi menunjukkan kenaikan tertinggi sebesar 40,9% dari 50% peserta yang menjawab dengan benar menjadi 90,9% peserta yang menjawab dengan benar. Pada pertanyaan ketujuh mengenai makna simpanan pokok dan wajib menunjukkan peningkatan sebanyak 22,7% dari 50% peserta yang menjawab dengan benar menjadi 72,7% peserta yang menjawab dengan benar. Di pertanyaan kedelapan tentang konsep saldo normal memperlihatkan kenaikan sebesar 27,2% peserta yang menjawab dengan benar, dari 36,4% menjadi 63,6%. Pada pertanyaan kesembilan tentang penjurnalan terdapat

peningkatan terkecil sebanyak 4,5% peserta yang dapat menjawab soal dengan benar, dari 50% menjadi 54,5%. Pada pertanyaan terakhir mengenai akuntansi digital menunjukkan peningkatan sebesar 9,1%, dari 59,1% menjadi 68,2% peserta yang mampu menjawab dengan benar.

Secara rata-rata, jumlah peserta sebelum pelatihan yang paham dan terampil tentang akuntansi koperasi sebesar 37,73 % meningkat setelah pelatihan menjadi sebesar 59,99 % atau meningkat sebesar 22,26%. Dari rata-rata tersebut dapat diartikan bahwa pelatihan akuntansi koperasi ini telah mampu meningkatkan para peserta tentang pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan mengenai akuntansi koperasi. Meskipun mengalami peningkatan, namun jumlah peserta yang paham dan terampil setelah pelatihan masih sebesar 59,99 % belum mencapai maksimal 100 %.

Dengan meningkatnya pemahaman dan keterampilan tentang akuntansi digital, maka koperasi akan dapat menerapkan pengelolaan sistem informasi akuntansi yang real time (Dwipradnyana, et al, 2020). Laporan keuangan yang dibuat bersifat sistematis, akurat, dan tepat waktu. Informasi akuntansi akan tersedia dengan mudah dan cepat setiap saat ketika diperlukan dalam pengambilan keputusan dan penilaian kinerja koperasi.



Gambar 2. Hasil Pre Test dan Post Test Pelatihan E-commerce  
Sumber : Data Penulis

Gambar 2 menunjukkan hasil pre test dan post test pelatihan e-commerce

dari 22 peserta dengan perolehan nilai yang meningkat dari pre test atau sebelum pelatihan ke post test atau setelah pelatihan. Terdapat 10 pertanyaan tes yang terdiri dari pertanyaan mengenai manfaat e-commerce, kaitan e-commerce dan e-business, tipe e-commerce, keuntungan e-commerce bagi konsumen, keuntungan menggunakan akun bisnis di Instagram, hambatan e-commerce bagi perusahaan, tantangan e-commerce, manfaat e-commerce bagi perusahaan, pengertian bio instagram, dan pemahaman tentang shopee.

Pada pertanyaan pertama tentang manfaat e-commerce, 68,2% peserta mampu menjawab dengan benar saat pre test dan 100% peserta dapat menjawab dengan benar saat post test. Terdapat peningkatan 31,8% dan peningkatan ini merupakan peningkatan terbesar pada pelatihan e-commerce. Pada pertanyaan kedua tentang kaitan e-commerce dan e-business terdapat peningkatan sebesar 13,6%, dari 18,2% menjadi 31,8% peserta yang dapat menjawab dengan benar. Selanjutnya pada pertanyaan ketiga tentang tipe e-commerce menunjukkan peningkatan sebanyak 18,2% peserta yang dapat menjawab dengan benar, dari 27,3% saat pre test menjadi 45,5% saat post test. Pada pertanyaan keempat mengenai keuntungan e-commerce bagi konsumen menunjukkan peningkatan jumlah peserta dengan jawaban benar sebesar 4,5%, dari 68,2% menjadi 72,7%. Untuk pertanyaan kelima tentang keuntungan menggunakan akun bisnis di instagram menunjukkan peningkatan 22,8% jawaban benar, dari 22,7% menjadi 45,5%. Pertanyaan keenam mengenai hambatan e-commerce bagi perusahaan mengalami peningkatan peserta yang dapat menjawab dengan benar sebesar 4,6%, dari 77,3% menjadi 81,9%. Selanjutnya pada pertanyaan ketujuh dengan topik tantangan e-commerce juga menunjukkan peningkatan sebesar 18,2%, dari 18,2% menjadi 36,4%. Peningkatan peserta yang dapat menjawab dengan

benar juga ditunjukkan pada pertanyaan kedelapan dengan topik manfaat e-commerce bagi perusahaan sebesar 4,5%, dari 41% menjadi 45,5%. Begitu juga dengan pertanyaan kesembilan tentang topik pengertian bio instagram dengan peningkatan sebesar 22,7%, dari 36,4% menjadi 59,1%. Pada pertanyaan terakhir ditunjukkan juga peningkatan peserta yang dapat menjawab dengan benar sebesar 31,9%, dari 54,5% menjadi 86,4%.

Secara rata-rata, jumlah peserta sebelum pelatihan yang paham dan terampil tentang e-commerce sebesar 43,20 % meningkat setelah pelatihan menjadi sebesar 60,48 % atau meningkat sebesar 17,28%. Dari rata-rata tersebut dapat diartikan bahwa pelatihan e-commerce ini telah mampu meningkatkan para peserta tentang pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan mengenai e-commerce. Meskipun mengalami peningkatan, namun jumlah peserta yang paham dan terampil setelah pelatihan masih sebesar 60,48 % belum mencapai maksimal 100%.



*Gambar 3. Tim Pengabdian Masyarakat Bersama Pengurus Koperasi Al Murabby*

Setelah pelatihan dilakukan, selanjutnya dilakukan pendampingan untuk memastikan bahwa pelatihan yang telah dilakukan dapat diimplementasikan dengan baik. Pendampingan dilaksanakan selama kurang lebih 3 bulan oleh tim melalui monitoring, pembimbingan dan pendampingan terhadap koperasi dalam membangun bisnis digitalnya.

Dengan platform on line

dalam akuntansi, koperasi dapat mengefektifkan kinerjanya. Demikian juga dengan platform pemasaran on line e-commerce, koperasi dapat mempromosikan produknya secara lebih meluas sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan (Wibawa dan Devi Mayanti, 2021).



Gambar 4. Kegiatan Sosialisasi Pengabdian Masyarakat

#### 4. Kesimpulan dan Saran

Pelatihan kelembagaan koperasi dan bisnis digital sangat dirasakan manfaatnya oleh pengurus, karyawan dan anggota Koperasi Syariah Al Murabby dalam rangka melakukan manajemen organisasi, pembukuan dan pemasaran secara digital. Adanya peningkatan pengetahuan, dan keterampilan mengenai materi pelatihan para peserta antara sebelum dan setelah pelatihan, dimana rata-rata peningkatan jumlah peserta yang menjawab pertanyaan test dengan benar antara sebelum dan setelah pelatihan meningkat sebesar 17,28 % untuk akuntansi koperasi, dan sebesar 22,26% untuk e-commerce.

Setelah pelatihan, jumlah peserta yang paham dan terampil masih belum mencapai proporsi maksimal 100 %, yaitu baru sebesar 59,99 % untuk materi akuntansi koperasi dan sebesar 60,48 % untuk materi e-commerce, jauh dibanding sebelum pelatihan yaitu masing-masing hanya sebesar 37,73% dan 43,20%.

Jumlah peserta yaitu pengurus,

karyawan dan anggota koperasi lainnya yang paham dan terampil materi pelatihan perlu ditingkatkan. Oleh karena itu perlu diadakan lagi pelatihan dan pendampingan lanjutan agar lebih banyak lagi peserta yang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola organisasi, menerapkan akuntansi koperasi dan bisnis digital untuk kemajuan Koperasi Syariah Al Murabby.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Diucapkan terima kasih yang setinggi-tinggi kepada LPPM ITB yang mendanai kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dan SBM ITB yang mendukung proses administrasi keuangan, serta Ibu Camat Kecamatan Bayah, Kepala Desa Sawarna serta Pokdarwis Desa Sawarna atas segala bantuan dan fasilitasnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amri, A. 2020. Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, Vol 2 No 1 (2020): Juni 2020 : 123-130.
- Besuspariene, E., E.Vitunskaitė, & R. Butenas. 2018. The Importance of Financial Accounting Information for Business Management. *Accounting, Audit and Forensic Science. Accounting, Audit and Forensic Science Scientific - Original Paper*, 75-81.
- Budirahayu, T. 2018. Perkembangan Koperasi di Jawa Timur. *Dialektika*, Vol. 13 (1): 88-95.
- Darmansyah, A., Y. Purwanto, U. Zuraida. 2020. Pelatihan Peningkatan Kemampuan Kewirausahaan dan Pembukuan dalam Mendukung Terbentuknya Wirausaha Baru di Kabupaten Indramayu. *Ethos: Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol 8, No.2, Juni 2020: 285-291.

- Dwipradnyana, I.M.M., I.G.A.M.A.M.I. Pratiwi; I.G.N.D. Diatmika. 2020. Strategi Pengembangan Koperasi di Era Digital pada Koperasi Yang Ada di Provinsi Bali, *Majalah Ilmiah Untab*, Vol. 17 No. 2 September 2020; ISSN 0216 – 8537: 112-116
- Fauzi, 17 Juni 2020. Survei Ungkap Dampak Pandemi Covid-19 pada 3 Aspek TIK dalam <https://www.itworks.id/29521/survei-ungkap-dampak-pandemi-covid-19-pada-3-aspek-tik.html>.
- Fitriyani, H. dan D. Astuti. 2021. Pelatihan Pengembangan Instrumen Evaluasi Online Menggunakan Google Form bagi Guru Sekolah Dasar/Madrasah Ibtidaiyah. *Ethos : Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, Vol 9 No.2, Juni 2021: 204-215.
- Kelara, B. Nettiary dan E. Suwarni. 2020. Peran Informasi Akuntansi dalam Meningkatkan Pertumbuhan Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 13 (1) (2020) : 45-53.
- Maftuhah, R. dan H. Rafsanjani. 2019. Pelatihan Strategi Pemasaran Melalui Media Online pada Produk Usaha Rumahan Krupuk Bawang dan Kripik Sukun. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol.3, No.2, Agustus 2019 : 227 – 235.
- Oktaviani, F. dan Rustandi. 2018. Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Profesi Humas UNPAD*, 3(1) : 1-20. (<http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/15878>).
- Rosita, R. 2020. Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, Volume 9 No 2, November 2020 : 109-120.
- Rudianto, 2010. *Akuntansi Koperasi*, edisi kedua. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Rungrisawat, S., T. Sriyakul, & K. Jermisittiparsert. 2019. The Era of E-commerce & Online Marketing: Risks Associated with Online Marketing. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, vol. 8 (8).
- Sholihannisa, L. Ulfa dan H. Ma'sum. 2021. Peningkatan Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kursi Bambu Desa Ciranjang. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol.5, No. 1, Februari 2021 hal 137-146.
- Wibawa, K.A. dan N.M.D. Mayanti. 2021. Penedukasian UMKM Jegog Bali Tailor melalui Transformasi Digital Selama Pandemi Covid-19 di Tabanan Bali. *Ethos: Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol 9, No.1, Januari 2021: 129-135.