

APAKAH MODEL KONSEPTUAL KOPERASI BERMANFAAT UNTUK EFISIENSI PROSES, DIGITALISASI, DAN INOVASI PADA UMKM KELOMPOK BUDIDAYA TANAMAN HIAS DI DESA CIDOKOM

Auzan Ihtifazhuddin¹, Maya Puspita Dewi², Ikramina Larasati Hazrati Havidz³, Dodi Ria Atmaja⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul

Jl. Menteng Dalam No.2 Rt/003 Rw 005, Tebet, Jakarta Selatan

auzanihtifazhuddin@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan kerangka kerja bagi UMKM Budidaya Tanaman Hias di Desa Cidokom untuk mengadopsi transformasi digital dalam proses bisnis mereka yang lebih dinamis. Strategi digital adalah bahan utama dengan menggabungkan budaya dan kepemimpinan menuju transformasi digital. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif karena fleksibilitas dan focus dalam pengumpulan informasi (Denscombe, 2007). Metode kualitatif pada penelitian ini dilakukan dengan interview dan dokumentasi. Interview dilakukan dengan pertanyaan semi struktur. Hasil dari penelitian ini menunjukkan peluang digitalisasi dapat tercipta dan dapat dimanfaatkan sebagai strategi baru dalam bisnis UMKM Budidaya Tanaman Hias di Desa Cidokom. Cara yang dapat diprioritaskan untuk memenuhi peluang digital, ada kebutuhan untuk Tindakan terstruktur yang dapat diamati dalam model kooperatif konseptual. Peluang ini pertama-tama dapat diprioritaskan setelah penentuan prioritas KPI dan kematangan proses prioritas berdasarkan langkah kedua dalam model kooperatif konseptual.

Kata Kunci : Model Konseptual, Proses, Digitalisasi, dan Inovasi.

ABSTRACT

The purpose of this research is to develop a framework for Ornamental Plant Cultivation UMKM in Cidokom Village to adopt digital transformation in their more dynamic business processes. Digital strategy is the main ingredient by combining culture and leadership towards digital transformation. The method used in this research is a qualitative method because of its flexibility and focus in collecting information (Denscombe, 2007). The qualitative method in this research is done with interviews and documentation. Interviews were conducted with semi-structured questions. The results of this study show that digitalization opportunities can be created and can be utilized as a new strategy in the business of UMKM Cultivating Ornamental Plants in Cidokom Village. The way that can be prioritized to meet digital opportunities, there is a need for structured actions that can be observed in a conceptual cooperative model. These opportunities can first be prioritized after the prioritization of KPIs and the maturity of the prioritization process based on the second step in the conceptual cooperative model.

Keywords: Conceptual Model, Process, Digitalization, and Innovation.

PENDAHULUAN

Perubahan digital dapat mengubah perilaku masyarakat serta mempermudah industrinya untuk merespon permintaan secara cepat (Henriette et al., 2015). Manajer bisnis menyadari bahwa terdapat peningkatan permintaan ini, sehingga bisnis harus mampu memenuhi permintaan tersebut (Manso, 2017). (Stolterman & Fors, 2004) mendefinisikan transformasi digital sebagai perubahan yang di sebabkan oleh teknologi digital yang mempengaruhi segala aspek kegiatan manusia. Berdasarkan definisi tersebut, transformasi digital merujuk kepada konektivitas setiap aspek dalam kehidupan. Selanjutnya, Kääriäinen dkk. (2017) mengungkapkan bahwa digitalisasi adalah perubahan fundamental yang terjadi kepada masyarakat dan memisahkan antara digitalisasi dengan digitalisasi. Sebuah digitisasi dapat diartikan sebagai transformasi data analog menjadi data digital. Untuk dapat memenuhi permintaan masyarakat, inovasi yang cepat merupakan salah satu cara agar tetap kompetitif dibanding para pesaing yang lain.

Permasalahan Penelitian

Ide-ide inovatif dan digitalisasi merupakan alat untuk mengembangkan perusahaan secara berkelanjutan. Namun, menghubungkan inovasi dan kemajuan digitalisasi dengan proses bisnis merupakan sebuah tantangan bagi manajemen. Hal ini disebabkan adanya ketidaksesuaian antara aktivitas inovasi dan rutinitas dalam proses bisnis. Rutinitas dalam proses bisnis berhubungan erat dengan infleksibilitas yang berujung pada kelambanan organisasi. Hal ini bertolak belakang dengan organisasi yang dapat mengadopsi inovasi, dimana dinamika, kreativitas dan fleksibilitas menjadi poin utama (Nilsson, 2015).

Sejauh ini belum terdapat model sistematis yang dapat menghubungkan berbagai jenis proses bisnis dengan aktivitas inovasi. Lebih lanjut Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki keterbatasan dalam mengakses pengetahuan atau inovasi. Untuk itu terbuka peluang bagi UMKM untuk mendigitalisasi proses bisnis mereka dengan mengadopsi keahlian dari pihak eksternal.

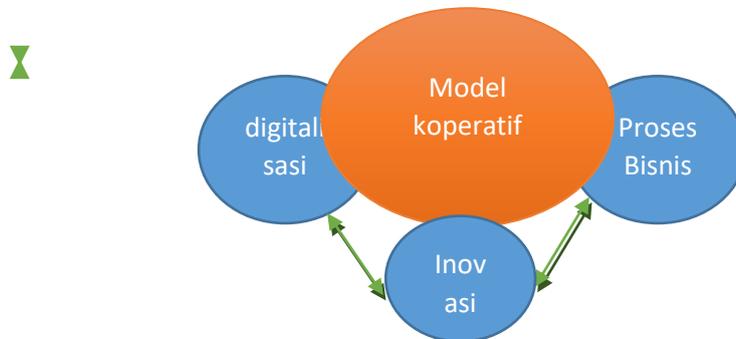
Tujuan dan Pertanyaan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan kerangka kerja bagi UMKM Budidaya Tanaman Hias di Desa Cidokom untuk mengadopsi transformasi digital dalam proses bisnis mereka yang lebih dinamis. Selanjutnya kerangka yang diusulkan juga dapat memberikan pemahaman bagi pengusaha UMKM untuk mengetahui kemungkinan digitalisasi proses bisnis mereka serta proses mana yang harus di prioritaskan. Kerangka ini juga dapat menjadi prasyarat bagi partner eksternal untuk mengembangkan solusi digital bagi proses bisnis UMKM. Berdasarkan uraian tersebut maka pertanyaan penelitian yang di ajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

RQ1. Bagaimana peluang digitalisasi dapat diidentifikasi dan dimanfaatkan secara internal?

RQ2. Bagaimana peluang ini dapat berkontribusi pada peningkatan dan pengembangan proses bisnis?

RQ3. Bagaimana peluang digital dapat diprioritaskan dan dikembangkan dengan mitra inovasi eksternal?



Gambar 1. Model kooperatif kerangka konseptual

Gambar 1 menunjukkan kerangka konseptual dimana digitalisasi merupakan sebuah topik utama model, inovasi di sajikan oleh mitra inovasi eksternal dan proses bisnis yang mana mengimplementasikan perbaikan.

KAJIAN PUSTAKA & PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Digitalisasi

Memasuki era revolusi industry 4.0 (Atzori et al., 2010) dan digitalisasi telah mengubah cara kita beroperasi dan menciptakan teknologi dan inovasi baru untuk memenuhi tuntutan digital saat ini (Kääriäinen dkk., 2017). Bossen dan Ingemansson (2016) telah membahas teknologi digital dalam industry manufaktur swedia dan menjelaskan bidang digitalisasi dan memberikan solusi untuk bidang tertentu. Area spesifiknya adalah data, otomatisasi, antar muka digital untuk bidang tertentu. Kemudian solusi dapat dikelompokkan berdasarkan teknologi digital yang mendasar. (Tabel 1)

Tujuan memperkenalkan strategi atau solusi baru berbasis digital sama dengan perubahan

komprehensif bagi banyak perusahaan (Ellström et al., 2021). Digitalisasi dapat membuat bisnis dapat bertindak cepat dalam waktu singkat dimana kebutuhan lain untuk memodifikasi seluruh strategi dan budaya.

Strategi digital adalah bahan utama dengan menggabungkan budaya dan kepemimpinan menuju transformasi digital. Jadi, dengan pedoman sebagai perupusan strategi digital dan aspek-aspek kunci.

Kemudian keberhasilan transformasi digital, masih terkait dan berhubungan dalam membuat transformasi digital berjalan dengan baik dalam praktiknya. Hambatan yang ada bukan hanya berasal dari teknologi itu sendiri, tetapi masalah seperti faktor manusia, budaya organisasi, resistensi terhadap perubahan. Kemudian kurangnya pengetahuan dan kurangnya sumberdaya dan motivasi dan pengambilan resiko (Schwertner, 2017).

Transformasi digital merupakan perubahan yang mempengaruhi tingkat organisasi dengan cara yang berbeda.(Tabel II).

Kemudian UMKM yang memberikan keahlian dari pengetahuan bisnis lain menuju transformasi digital. Proses ini bukanlah fenomena yang baru. Namun sulit bagi UMKM untuk mengetahui dimana harus memulai pengetahuan digital yang tidak ada secara internal. Kemudian untuk menjawab tantangan digitalisasi dengan lebih baik, Kääriäinen, et.al (2017) mengembangkan sebuah kerangka kerja konseptual untuk mendapatkan keuntungan yang lebih baik oleh digitalisasi dalam praktiknya. Kemudian mereka harus menjadi alat pendukung untuk transformasi digital ini. Langkah ini dibagi menjadi empat langkah berurutan.

Tabel 1. Area dari digitalisasi, Interpretasi dari (Bossen & Ingemansson, 2016)

Data	Otomatisasi	Antarmuka Digital	Konektivitas
Digitalisasi Simulasi dan pemodelan system system analisis data besar	Manufaktur aditif system elektronik pintar	Jaringan sosial mesin-manusia visualisasi	Keamanan cyber komunikasi nirkabel
Solusi digital Perawatan yang dapat diprediksi Produk pintar	Peralatan pengakuan system otonom	Logistik pihak keempat disesuaikan manufaktur	Integrasi robot Dikendalikan dari jarak jauh Pemeliharaan
Program keputusan diagnostic diri	Robot yang berkolaborasi Kombinasi mesin	Perdagangan elektronik Adaptasi dari komunikasi	Realitas yang di tingkatkan layanan digital
Kemudi adaptif	Produksi fleksibel system	Berbasis kinerja kontrak	Proses pemantauan Integrasi pabrik

1. Memposisikan perusahaan dalam digitalisasi;
2. Meninjau keadaan saat ini;
3. Peta jalan digitalisasi; dan
4. Implementasi dengan dukungan teknis.

Kerangka kerja ini berfokus pada transformasi digital yang ada pada perusahaan tersebut dan mengikuti rencana-studi-tindakan yang pada umumnya dikenal untuk perbaikan. Hal ini menjelaskan pendekatan untuk mendapatkan manfaat dari digitalisasi dalam praktiknya. Namun kerangka ini dapat dianggap terlalu umum dan tidak mencakup prioritas proses. Disebutkan dalam model konseptual mereka bahwa analisis perlu di lakukan untuk mempertimbangkan mana proses yang memiliki potensi digitalisasi tertinggi

Inovasi

Inovasi yang ada tidak hanya akan menciptakan produk baru. Hal ini mencangkup pemahaman tentang permintaan pelanggan dan bagaimana memenuhi permintaan tersebut dengan cara yang baru dan dalam kolaborasi baru dengan bisnis lain yang kemudian dapat di artikan menjadi "kebaruan" (Varis & Littunen, 2010) dan dapat dianggap merupakan cara baru untuk melakukan bisnis layanan. (Gupta et al., 2007) mengartikan inovasi sebagai pengembangan atau produksi ide baru. Bahkan dengan asosiasi dengan sesuatu yang baru atau bisa disebut sebagai penemuan. Tidak ada kata lain untuk menjelaskan inovasi karena bentuk dan tingkatannya

Tabel 2. Tingkat digital transformasi

TINGKAT	PERUBAHAN DIGITAL
PROSES	Mengadopsi alat digital baru dan menyederhanakan proses dengan mengurangi langkah manual
ORGANISASI	Menawarkan layanan baru dan membuang praktik usang dan menawarkan layanan yang ada dengan cara baru
DOMAIN BISNIS	Mengubah peran dan rantai nilai dalam ekosistem
TINGKAT MASYARAKAT	Mengubah struktur masyarakat (jenis pekerjaan, sarana untuk mempengaruhi pengambilan keputusan)

Sumber: (Kääriäinen et al., 2017)

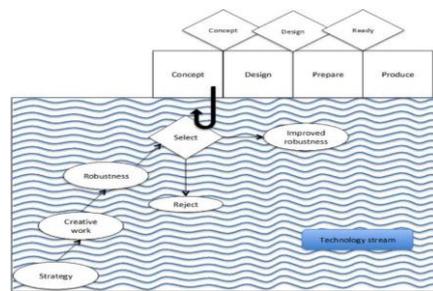
Karya kreatif yang termasuk inovasi perlu dijaga dan diimplementasikan pada bentuk proses bisnis. Inovasi digital lebih di prioritaskan daripada inisiatif dari manajemen kualitas. Kemudian Langkah pertama yang melibatkan strategi teknologi adalah pedoman kerja kreatif. Langkah kedua merupakan karya kreatif adalah langkah penting dimana ide-ide baru dihasilkan dan ruang untuk penemuan dibuat. Langkah ini dapat dibagi menjadi tiga sub-langkah, yaitu kebutuhan, penemuan, dan kebutuhan pemilihan konsep. Konsep terbaik dengan ketahanan yang diinginkan kemudian akan dipilih dan dipindahkan ke fase konsep dan awal dari produk baru baru dapat dimulai. Proses yang meliputi teknologi untuk pengembangan produk ditunjukkan pada gambar 2

Antara strategi dan kerja kreatif yang masuk kedalam jadwal pengembangan solusi teknologi yang kuar dapat dianggap cukup luas dan lemah, yaitu bagaimana karya kreatif oleh spesialis teknis harus di selersakan dengan arah strategi. Tetapi Langkah ini telah dievaluasi oleh (Cronemyr & Danielsson, 2013)

Proses Manajemen

Untuk membuat nilai dan integrasi aktivitas nilai tambah dalam sebuah organisasi merupakan tindakan utama dalam manajemen proses. Kemudian sebuah proses menurut (Rönnbäck & Eriksson, 2012) merupakan serangkaian aktivitas yang berulang dan menciptakan nilai bagi pelanggan.

Gambar 2. Teknologi Pembangunan di aliran teknologi

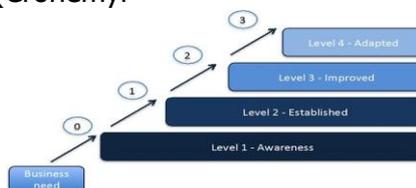


Source: Clausing (1994)

Sebuah UMKM digambarkan sebagai sebuah jaringan proses yang dapat dibagi menjadi beberapa jenis proses, proses utama (inti/bisnis), kemudian proses pendukung dan proses manajemen. Tujuan dari proses ini adalah untuk memenuhi persyaratan dan harapan pelanggan eksternal. Untuk itu, proses pengembangan produk harus menciptakan nilai bagi pelanggan masa depan, sedangkan proses produksi dan distribusi harus menciptakan nilai bagi pelanggan pada saat ini. Tujuan dari proses ini adalah untuk memuaskan pelanggan dengan sumber daya seminimal mungkin untuk memenuhi perubahan dan meningkatkan wawasan tentang manajemen proses, (Cronemyr & Danielsson, 2013) telah mengembangkan model kematangan proses untuk meningkatkan manajemen proses dengan lebih baik (gambar 3). Model tersebut terdiri dari satu tingkat kebutuhan bisnis yang merupakan Langkah pra-tingkat dan empat tingkat kematangan.

Tingkat kedewasaan yang pertama adalah kesadaran. Manajemen atas menyadari manajemen proses dan kegunaannya. Kesadaran ini penting untuk membangun proses. Pada tingkatan ini, pengaruh manajemen proses dapat di temukan (Cronemyr & Danielsson, 2013) Pada tingkatan berikutnya, proses dipraktikan dan didokumentasikan berisi konstituen yang di perlukan. Pada tingkatan ini perlu ada beberapa tuntutan yang di sampaikan dari proses dan perhatian dari pihak manajemen agar proses tersebut dapat berkelanjutan (Cronemyr & Danielsson, 2013).

Pada tahapan yang ketiga, tahapan mulai ditingkatkan, proses data menjadi focus. Untuk meningkatkan proses, mereka harus sepenuhnya diridakan. Perbaikan lebih baik di laksanakan dengan dasar yang stabil. Landasan perbaikan harus berdasar pada fakta, dimana metode yang terstruktur dan pengukuran yang berfokus pada pelanggan dianggap perlu. Control untuk proses juga harus di tambahkan dan di tetapkan untuk pengukuran hasil (Cronemyr & Danielsson, 2013) di level tertinggi proses kedewasaan, adalah masa adaptasi, dimana sebuah proses itu perlu lebih pro aktif dan fleksibel, sehingga membentuk kolaborasi yang lebih dekat terhadap pelanggan. Reaksi yang berubah pada proses terdeteksi lebih awal dengan menggunakan data statistic pada control proses. Pada tahap ini proses lebih mampu untuk meningkatkan permintaan pelanggan. Pada level ini, di butuhkan semua orang untuk bekerja pada proses agar memiliki pemahaman fundamental dan berkomitmen pada proses (Cronemyr



Source: Cronemyr and Danielsson (2013)

Gambar 3. Proses kedewasaan model

Kemudian tingkatan atas kematangan proses adalah tingkat yang dapat di sesuaikan. Pada tingkatan ini, proses harus lebih proaktif dan fleksibel Bersama dengan kolaborasi yang lebih erat dengan pelanggan. Reaksi yang ada pada perubahan proses dideteksi lebih awal menggunakan control proses statistic. Proses pada level ini lebih mampu menyesuaikan diri dengan perubahan pada tuntutan pelanggan. Untuk tingkat kebutuhan bagi setiap orang bisa bekerja dengan dan dalam proses untuk memiliki pemahaman dan komitmen mendasar pada proses tersebut (Cronemyr & Danielsson, 2013).

Perbandingan antara kematangan manajemen kualitas dan inovasi digital

Manajemen mutu dan inovasi digital merupakan hal yang paling sering terpisah, tidak hanya di organisasi, tetapi juga di bidang akademis, selain itu, pengetahuan dari setiap bagian di simpan sesuai dan karena itu berbagi pengetahuan sangatlah terbatas (Rönnbäck & Eriksson, 2012) dan membandingkan manajemen kualitas dan menunjukkan bahwa inovasi digital yang terdefinisi dengan baik dengan spektrum prinsip. Berfokus pada proses dan memiliki efek positif pada inovasi digital. Menggunakan strategi dan alat manajemen kualitas dapat meningkatkan prinsip-prinsip inovasi digital.

METODOLOGI PENELITIAN

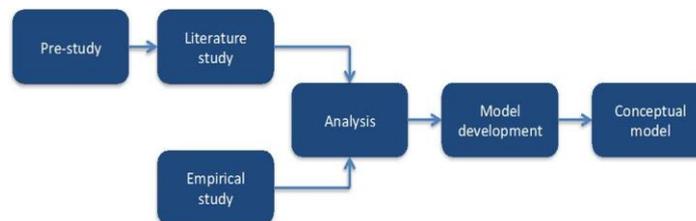
Desain penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi dan menghubungkan *GAP* Antara proses bisnis, digitalisasi dan inovasi. Model konseptual koperasi di area digitalisasi, inovasi, dan bisnis proses masih belum diketahui hubungan antara tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan abduktif yang menggabungkan antara pendekatan abduktif dan deduktif. Dimana peneliti mengidentifikasi hasil penelitian empiris untuk membangun teori baru sekaligus menghubungkan hasil empiris tersebut dengan teori yang telah ada.

Dibanding dengan deduksi dan induksi, pendekatan ini memberikan banyak kelebihan untuk mengeksplorasi dan kreativitas. Prosedur yang dipilih ditunjukkan pada gambar 4.

Penelitian Pendahuluan dan Kajian Literatur

Penelitian pendahuluan dilakukan untuk memahami topik penelitian dengan mengumpulkan informasi terkait tiga area utama yaitu digitalisasi, proses bisnis dan inovasi. Selanjutnya, penelitian terkait area-area ini dilakukan dengan studi literatur untuk mengumpulkan informasi dan bagaimana hubungan antara digitalisasi, proses bisnis, dan inovasi. Lebih lanjut, studi literatur pada penelitian ini merupakan dasar untuk memahami peluang digital dan mengetahui jenis solusi digital yang telah ada pada proses bisnis dan bagaimana menghubungkannya dengan digitalisasi.



Gambar 4. Desain penelitian

Bidang digitalisasi dan tantangan transformasi digital, adalah mungkin untuk memahami bagaimana dan sejauh mana peluang digital dapat berkontribusi pada manajemen proses. Dengan studi pustaka Dengan mempelajari ini, penulis dapat menjawab pertanyaan penelitian pertama dan kedua. Dengan kita memahami bidang tersebut, penulis dapat menjawab pertanyaan penelitian pertama dan kedua.

Studi Empiris dan Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif karena fleksibilitas dan focus dalam pengumpulan informasi (Denscombe, 2007). Metode penelitian kualitatif diperlukan untuk menjawab penelitian 2 dan 3. Penelitian empiris berdasarkan kajian literature dilakukan untuk membuat model konseptual koperasi. Metode kualitatif pada penelitian ini dilakukan dengan interview dan dokumentasi. Interview dilakukan dengan pertanyaan semi struktur. Alasan pengajuan pertanyaan semi struktur untuk membuka peluang diskusi dengan partisipan sehingga karakteristik studi eksploratori pada penelitian ini dapat terpenuhi (Tabel 1)

Fokus penelitian ini untuk mengumpulkan informasi melalui wawancara dan dokumen yang dilakukan di perusahaan kasus. Wawancara dilakukan semi terstruktur dan secara langsung kepada

pelaku usaha. Kemudian wawancara mendorong diskusi terbuka, karena pendekatan eksplorasi penelitian ini (Tabel 1).

Analisis dan pengembangan model

Analisis temuan empiris diringkas menjadi catatan-catatan yang dikumpulkan. Kemudian transkripsi di lakukan dengan hati-hati. Menggunakan kata-kata yang mudah di pahami oleh responden dan tidak terpaku pada kalimat baku yang akan mempersulit responden untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari pewawancara. Output dari temuan menghasilkan faktor penting dan Langkah-langkah berurutan yang termasuk kedalam model kooperatif konseptual. Adapun teknik untuk menganalisis data sebagaimana meliputi display data, reduksi data, dan conclusion/verifikasi

HASIL PENELITIAN

Hasil dari studi empiris

Deskripsi UMKM Budidaya Tanaman Hias di Desa Cidokom

Objek penelitian ini kelompok budi daya desa cidokom. Meliputi 30 pengusaha budidaya tanaman hias untuk diwawancarai mengenai proses digitalisasi yang ada pada desa cidokom. Menganai proses digitalisasi yang sudah di aplikasikan desa tersebut.

Digitalisasi di UMKM Budidaya Tanaman Hias di Desa Cidokom

Menurut data yang di peroleh, rata-rata pengusaha Budidaya Tanaman Hias di Desa Cidokom telah beralih untuk memasarkan produknya melalui proses digitalisasi. Hanya beberapa dari masyarakat yang mungkin belum beralih melalukan pemasaran melalu proses digitalisasi. Untuk pencatatan keuangan dan sebagainya, mereka masih belum menerepkan proses akuntansi melalui kemajuan teknologi. yang ada, serta strategi pemasaran digital telah di aplikasikan pada kelompok budidaya ini untuk mencakup pasar yang lebih luas dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai media pemasarannya.

Inovasi di UMKM Budidaya Tanaman Hias di Desa Cidokom

Dengan adanya kemajuan teknologi yang sudah diterapkan oleh Kelompok Budidaya tanaman Hias di Desa Cidokom, telah ada struktur konsen dengan menggunakan siklus plan-do-study-act, Sebagaimana merupakan alat umum untuk terus bekerja dengan perbaikan dan perubahan dalam sebuah bisnis, tim kami mengidentifikasi perbaikan dan perubahan yang dibutuhkan dengan cakupan yang lebih luas dengan membutuhkan sumber daya yang kuat sehingga menghasilkan tingkat bisnis yang lebih tinggi.

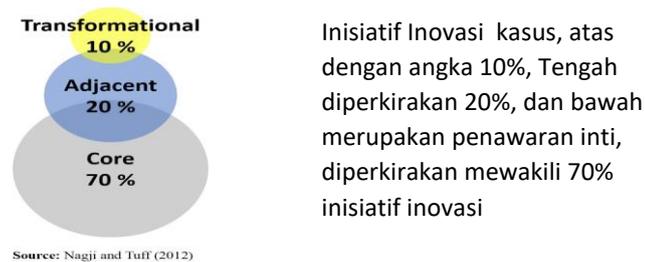
Ada hubungan antara perbaikan dan inovasi dengan mengembangkan konsep yang berbda. Inovasi menurut saya adalah sesuatu atau hal baru yang di gagas dengan berpikir di luar kotak dan dengan cara itu dapat menemukan jalan baru dengan tetap menjaga kualitas yang ada

Inovasi yang telah di lakukan oleh UMKM terkait ialah dengan perbaikan dalam manajemen pemasaran mereka, misalnya bagaimana cara mereka menjangkau pasar yang lebih luas dengan menggunakan sosial media marketing untuk memasarkan produk tanaman tersebut.

Dalam satu wawancara, dijelaskan bahwa inovasi Pada Objek Studi tersebut, kasus dapat dibagi menjadi tiga langkah berbeda sesuai dengan [Gambar 5](#), di mana lingkaran bawah terkait dengan penawaran inti, diperkirakan mewakili 70 persen inisiatif inovasi, tengah, diperkirakan 20 persen, dan atas, dengan 10 persen. Di bagian bawah, inti terkait dengan peningkatan penawaran inti dalam organisasi. Bagian tengah terkait dengan mengejar peluang yang berdekatan. Bagian atas lingkaran menyajikan perspektif usaha ke wilayah transformasional.

Saat ini, UMKM kasus bekerja pertama dan terutama di lingkaran bawah dan lingkaran tengah tetapi berniat untuk bekerja dengan tim inovasi untuk bekerja menuju lingkaran atas. Alokasi dari sumber daya yang berbeda dari jenis inovasi saran perbaikan di masa mendatang.

Siapa pun di dalam UMKM ini, sangat amat dipersilakan untuk berpartisipasi dalam kasus di lab inovasi. sebagai bentuk bagian untuk membentuk sesuatu yang baru.



Gambar 5

Manajemen proses di UMKM Budidaya Tanaman Hias di Desa Cidokom

Sebuah kolaborasi untuk mengembangkan proses UMKM tersebut hanya berawal dari sebuah hobi atau coba-coba untuk membudidayakan tanaman hias. Hal ini dapat di masukan kedalam prosedur awal untuk membuat kelanjutan dari prosedur tersebut dengan membangun proses yang ada, termasuk sistem informasi, di mana konsep yang sama digunakan. Lima belas proses divisualisasikan, tiga proses manajemen, lima proses inti dan tujuh proses pendukung. Semua proses tidak sepenuhnya selesai dan terstruktur. Setiap proses memiliki pemilik proses, tim proses, dan pemimpin proses. Ada rencana yang dikomunikasikan, proses mana yang selanjutnya mulai dikembangkan. Proses dibangun dan divisualisasikan oleh UMKM termasuk sesi brainstorming di mana tim proses dibuat dengan pemilik proses yang ditunjuk dan pemimpin proses.

Persyaratan dan kegiatan penting untuk memberikan keluaran wajib untuk proses diselesaikan bersama dengan informasi yang diperlukan untuk memberikan keluaran yang diperlukan. Proses pengembangan mengarah mirip dengan proyek. Pengujian dilakukan untuk memastikan sistem dan proses memberikan persyaratan yang ditetapkan.

Proses terus ditingkatkan dengan saran dari orang-orang yang bekerja dalam proses. Saran perbaikan terkait masalah tertentu dijelaskan dan didokumentasikan dalam "kotak perbaikan" di platform digital. Ketika perbaikan dilakukan di platform digital, saran dikirim ke pemilik proses dan dia bertanggung jawab untuk mengevaluasi saran perbaikan. Dinyatakan bahwa diperlukan suatu sistem untuk menampung saran-saran dari proses tersebut. Solusi saat ini dengan mengkomunikasikan saran melalui platform digital dianggap sebagai solusi sementara, yang akan terus ditingkatkan. Ketika proses yang efektif divisualisasikan dan dikembangkan, mereka dapat dikembangkan lebih lanjut ketika seluruh gambaran proses dilakukan

Deskripsi Mitra Inovasi Pada UMKM Budidaya Tanaman Hias Di Desa Cidokom

Mitra inovasi eksternal adalah UMKM yang membantu Budidaya tersebut menjadi bisnis yang terorganisir untuk memenuhi dunia yang terhubung satu sama lain. Mereka memberikan solusi yang sesuai dengan keahlian teknis untuk mendorong inovasi. Ada beberapa tantangan terkait digitalisasi menurut mitra inovasi. Pesaing internasional di Asia akan menantang dunia Barat. Di beberapa UMKM, kompetensi yang tepat bisa sulit ditemukan secara internal.

Ketika mitra inovasi bekerja dengan transformasi bisnis, ada prosedur tertentu yang dilakukan. Pertama, pemahaman tentang kebutuhan dan masalah pelanggan dan pelanggan diidentifikasi. Ini dilakukan dengan lokakarya inspirasi. terus menerus, pemahaman model bisnis baru dan model operasi yang diinginkan dilakukan. Ide dan saran inovatif disajikan kepada pelanggan mereka bersama dengan bukti konsep. Prosedur ini memiliki cakrawala waktu yang berbeda tergantung pada kematangan pelanggan dan area masalah.

Dalam kasus ini, UMKM pada desa cidokom sudah melalui mitra inovasi pengembangan produk, misalnya seperti menanam jenis tanaman baru, atau bisa juga dengan mengkawinkan silang

dari satu jenis tanaman ke tanaman lain yang akan menghasilkan produk inovasi baru untuk jenis tanaman.

Analisis Dan Model Koperasi Konseptual Digitalisasi

- **Digitalisasi**

Ada konflik antara proses dengan rutinitas terstruktur dan inovasi yang membutuhkan fleksibilitas dan kreativitas. Dalam hal ini, fleksibilitas dan kreativitas dapat memiliki kapasitas yang terbatas dalam hal proses terstruktur. Namun, untuk terus meningkatkan proses, ide-ide inovatif dapat diperlukan. Ini sesuai dengan tantangan perusahaan kasus. Perusahaan kasus adalah perusahaan kecil dengan sumber daya dan kompetensi digital yang terbatas, dan oleh karena itu, kebutuhan keahlian eksternal untuk memulai digitalisasi proses bisnis mereka diperlukan.

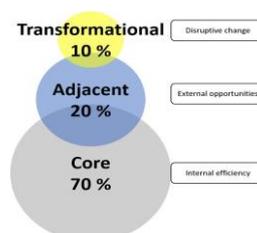
Saat ini, perusahaan kasus sebagian besar bekerja dengan digitalisasi dengan mengubah data analog menjadi data digital. Hal ini dapat dikaitkan dengan tahap awal merangkul peluang digital. Selain itu, solusi digital dari sensor dll yang terkait dengan bangunan mereka digunakan untuk dapat memuaskan pelanggan yang menggunakan bangunan tersebut. Solusi digital ini dapat dipahami sebagai solusi front- end. Oleh karena itu, peluang mengenai solusi ujung ke ujung tidak sepenuhnya dieksplorasi.

- **Inovasi**

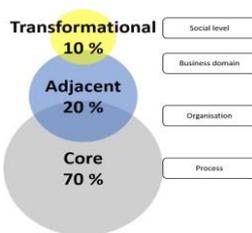
Perusahaan kasus bekerja dengan inovasi sesuai dengan alokasi sumber daya pada berbagai jenis inovasi, di mana mereka fokus pada penawaran inti dan mengejar peluang yang berdekatan ([Gambar 5](#)). Berdasarkan wawancara, inovasi dipandang berbeda. Salah satu alasan yang mungkin adalah definisi inovasi yang luas yang dapat berbeda tergantung pada cabang atau perusahaan. Selanjutnya, inovasi dalam tulisan ini dapat dikaitkan dengan inovasi digital, di mana mitra inovasi adalah sumber keahlian inovasi digital. Ketika membahas inovasi selama wawancara, inovasi untuk UMKM kasus adalah untuk meningkatkan apa yang ada dalam proses. Untuk UMKM kasus, ini lebih tentang apa yang baru bagi mereka, mereka tidak perlu menjadi revolusioner dan menciptakan sesuatu yang sama sekali baru. UMKM kasus bekerja dengan lingkaran inovasi tingkat bawah dan menengah, penawaran inti dan mengejar peluang yang berdekatan, untuk mengembangkan bisnis dalam lingkup yang lebih besar

Meskipun puncak lingkaran menjelajah ke wilayah transformasi, adalah sesuatu yang dikerjakan UMKM dengan inisiatif "laboratorium inovasi". Ini dapat dianalisis dan dibandingkan dengan berbagai tingkat perubahan digital, menurut [Kääriäinen, dkk. \(2017\)](#). Transformasi digital di tingkat yang berbeda dapat berupa bagaimana inisiatif inovatif adalah tingkat yang berbeda dari transformasi perubahan digital dan lingkaran inovasi terkait dengan inovasi. Perbandingan antara tingkat perubahan digital dan alokasi sumber daya pada berbagai jenis inovasi divisualisasikan dalam [Gambar 6](#).

Alokasi sumber daya pada berbagai jenis inovasi juga dapat dikaitkan dengan [Kääriäinen dkk. \(2017\)](#). Penjelasan tentang bagaimana dampak digitalisasi dapat dilihat. Dampak digitalisasi dilihat dari tiga tingkatan yang berbeda, yaitu efisiensi internal, peluang eksternal, dan perubahan yang mengganggu. Ini ditunjukkan dalam [Gambar 7](#).



Gambar 6. Perbandingan antara tingkat perubahan digital dan alokasi dari sumber dayay yang berbeda dan jenis inovasi



Gambar 7. Perbandingan antara dampak digital dan alokasi dari sumber daya yang berbeda dan jenis inovasi

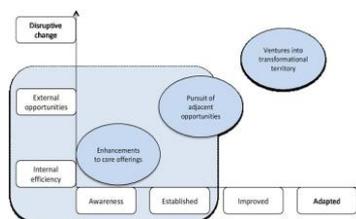
Dalam kasus khusus ini, UMKM kasus dimiliki oleh perseorangan. Itu bisa mempengaruhi hubungan bisnis seperti apa yang cocok atau tidak untuk di tanam. Inisiatif mereka dengan laboratorium inovasi menunjukkan bahwa UMKM ingin menjaga kekuatan internal dan ide-ide yang dapat dianggap sebagai alternatif yang baik untuk memotivasi rekan kerja untuk menjadi kreatif dan berpikir di luar kotak UMKM atau kotak individu mereka. Hal ini juga menunjukkan bahwa UMKM ini menghadapi tantangan masa depan yang kompleks dan dengan menggunakan cara yang lebih inovatif.

Manajemen Proses

Proses perusahaan terus berkembang. Dengan proses yang tidak sepenuhnya divisualisasikan, ada risiko tidak mengikuti proses yang mungkin terjadi. Proses yang mapan dapat menjadi kunci untuk bekerja dengan perbaikan berkelanjutan, yang juga ditunjukkan dalam studi empiris.

Dengan cara kerja yang mapan, saran perbaikan dapat lebih mudah ditanggapi. Dalam beberapa wawancara, kematangan proses dibahas ketika membahas transformasi digital proses. Sebagian besar wawancara menyatakan bahwa diperlukan kematangan proses tertentu untuk memenuhi peluang digital dengan lebih baik. Transformasi digital merupakan perubahan besar bagi banyak bisnis, yang ditunjukkan oleh kasus perusahaan juga. Di perusahaan kecil dan menengah, lebih baik memiliki tingkat kesadaran untuk lebih baik dalam menghadapi dan menangani peluang digital. Oleh karena itu, usaha kecil dan menengah dianggap dapat mengintegrasikan solusi digital lebih efisien jika beberapa proses bisnis mereka memiliki tingkat kematangan yang lebih tinggi sesuai dengan model kematangan proses oleh Cronemyr dan Danielsson (2013). Kemudian, solusi terintegrasi digital dapat dibandingkan dengan keadaan saat ini, jika keadaan proses dianggap stabil.

Apalagi jika kematangan proses dan tingkat perubahan digital diletakkan pada dua sumbu, perusahaan kasus diposisikan di sudut kiri bawah. Menurut temuan empiris, kematangan proses berada pada tahap awal dan oleh karena itu, perubahan atau inovasi digital terkait dengan penawaran inti. Dengan kematangan proses yang tinggi, langkah yang lebih tinggi dapat dicapai di lingkaran inovasi tetapi juga di tingkat perubahan digital. Indikasi ini divisualisasikan di area yang ditandai di Gambar 8. Menurut model kedewasaan, proses tingkat yang disesuaikan dapat merespon perubahan tuntutan pelanggan dengan lebih baik, yang dapat dikaitkan dengan perubahan domain bisnis dan masyarakat.



Gambar 8 Hubungan antara proses kedewasaan tingkat digital yang berubah Bersama tiga daerah tentang inovasi

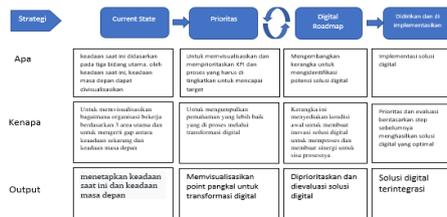
Keterkaitan antara kematangan proses, tingkat perubahan digital bersama dengan tiga bidang inovasi sesuai dengan kasus perusahaan, divisualisasikan dalam gambar 8.

Model Konseptual Koperasi Yang Dirancang Untuk Proses, Digitalisasi, Dan Inovasi

Dengan analisis temuan empiris dan studi literatur, model konseptual koperasi yang dirancang untuk proses, digitalisasi dan inovasi telah dikembangkan (**Gambar 9**). Model ini harus mendukung strategi menuju transformasi digital. Oleh karena itu, strategi yang mendukung transformasi digital menjadi prasyarat dalam hal ini. Model ini juga membutuhkan organisasi yang bekerja sesuai dengan proses manajemen.

Tujuan dari langkah pertama dalam model, Kondisi saat ini, adalah untuk mengevaluasi bagaimana sebuah organisasi saat ini bekerja dalam tiga bidang utama digitalisasi, proses dan inovasi. Dengan keadaan saat ini yang mapan, keadaan masa depan dapat divisualisasikan. Hal ini dilakukan dengan kerjasama di ketiga bidang utama. Kesenjangan antara keadaan saat ini dan keadaan masa depan dapat dipahami dengan melakukan analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman. Metodologi mengenai kematangan proses juga dilakukan pada langkah ini. Keadaan saat ini bermaksud untuk menginspirasi organisasi untuk menjadi digital. Lokakarya inspirasi mengenai digitalisasi dapat dilakukan secara tentatif oleh mitra inovasi

Pada langkah berikut, Prioritas pertama dilakukan. Langkah kedua bermaksud untuk mengumpulkan pemahaman yang lebih baik di mana memulai transformasi digital. Hal ini dilakukan untuk meyakinkan bahwa transformasi digital dimulai sesuai dengan keadaan saat ini dan keadaan masa depan dengan memprioritaskan Key Performance Indicator (KPI) dan proses dengan kriteria tertentu.



Gambar 9. Sebuah konseptual model koperasi dirancang untuk proses, digitalisasi dan inovasi

Pada langkah ketiga, Peta Jalan Digital termasuk jalan menuju solusi digital potensial. Tujuan dari langkah ini adalah untuk menemukan solusi digital yang optimal untuk proses yang diprioritaskan. Pertama, faktor-faktor yang mempengaruhi proses harus diidentifikasi. Identifikasi faktor dapat dilakukan dengan beberapa cara (diagram akar penyebab, brainstorming dll). Selanjutnya, tujuan dari identifikasi faktor adalah untuk menunjukkan jenis area mana yang dapat dikaitkan dengan masalah. Selanjutnya, ketika faktor diidentifikasi dan area masalah yang mungkin divisualisasikan dan dikomunikasikan, dengan demikian akan lebih mudah bagi mitra inovasi untuk memberikan saran solusi digital untuk meningkatkan proses

Dari data yang diambil, Kami dapat menyimpulkan bahwa proses digitalisasi pada desa cidokom sudah memasuki fase transformasi yaitu dengan terjadinya proses bisnis yang telah mumpuni untuk menggunakan teknologi sebagai media penyebaran informasi sebagai bentuk dari pemasaran produk yang ditawarkan.

Dimasa pandemic seperti ini, budidaya desa cidokom sangat lah berkompeten untuk terus menawarkan serta measarkan produk mereka melalui platform social media yang ada, seperti Whatsapp , facebook, dan media social lainnya

Langkah terakhir dalam model kooperatif konseptual melibatkan penetapan dan implementasi solusi atau solusi digital yang dipilih. Untuk membangun solusi digital, pembuktian konsep dapat dilakukan. Jika pembuktian konsep berhasil, solusi digital akan diimplementasikan dan terintegrasi secara penuh. Untuk memantau pelaksanaannya, KPI yang terkait dengan proses diamati dan diukur. Dalam penelitian ini, ada batasan langkah ini dan tidak akan dikembangkan lebih lanjut.

DISKUSI

RQ1. Bagaimana peluang digitalisasi dapat diidentifikasi dan dimanfaatkan secara internal?

Dapat di simpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian ini peluang digitalisasi dapat tercipta dan dapat di dimanfaatkan sebagai strategi baru dalam bisnis UMKM Budidaya Tanaman Hias

di Desa Cidokom. Hal ini disebabkan karena masyarakat dapat lebih mudah untuk mendapatkan pemahaman tentang ruang lingkup digitalisasi. Terlebih karena kita sudah memasuki revolusi industry 4.0 dimana semua aspek kehidupan termasuk bisnis sudah mulai menggunakan digitalisasi/teknologi sebagai pemanfaatan kinerja strategi digital untuk mempermudah masyarakat mendapatkan suatu informasi yang lebih luas. Selain itu, untuk menghubungkan area digitalisasi yang ada dengan suatu organisasi mungkin sangat di perlukan untuk menemukan peluang digital yang sesuai untuk proses tersebut. Kemudian, peluang juga diperlukan untuk mengidentifikasi dialog dengan pelanggan secara terus menerus untuk memenuhi syarat pelanggan dan persyaratan untuk masa depan mereka. Kemudian dengan bekerja sesuai dengan prosedur tersebut, untuk memproses manajemen dalam sebuah organisasi, merupakan tindakan yang cukup penting untuk menemukan peluang secara internal dalam konteks digital. Jika suatu perusahaan sudah memahami pentingnya manajemen proses organisasi dapat tarsus ditingkatkan dengan memanfaatkan peluang digital dengan dasar manajemen proses. Menurut teori yang ada, strategi digital, visi digital, kepemimpinan tentang dorongan digital dan budaya organisasi adalah aspek yang dapat meningkatkan kemungkinan untuk menemukan peluang baru untuk melakukan transformasi digital dengan mempertimbangkan kemitraan dengan mitra inovasi eksternal dan untuk menemukan peluang digitalisasi karena keahlian dibidang eksternal mereka dapat bermanfaat di bidang digitalisasi

RQ2. Bagaimana peluang digital ini dapat berkontribusi pada peningkatan dan pengembangan proses bisnis?

Dalam hal ini, peluang dapat berkontribusi pada manajemen proses yang biasanya sulit untuk di tentukan karena seberapa baik prasyarat yang di tetapkan untuk transformasi digital yang telah di tetapkan. Namun tingkat kematangan proses, menurut studi empiris yang dilakukan, kematangan ini dapat berkontribusi pada manajemen proses dalam hal seberapa reseptis suatu proses dan seberapa reseptif pemangku kepentingan yang terlibat. Hal ini sudah di tunjukan bahwa jika proses memiliki tingkat kesadaran yang sudah matang, solusi digital yang dapat terealisasi menggunakan penawaran tersebut ataupun melalui proses digitalisasi. Oleh karena itu, tingkat kesadaran proses, solusi digital dapat berkesinambungan pada manajemen proses dengan meningkatkan keadaan saat ini tentang bagaimana proses yang sudah berlangsung saat ini. Hal ini sudah ditunjukan tetapi tidak sepenuhnya ditentukan bahwa tingkat kematangan proses yang lebih tinggi, inovasi, dan peluang digital mungkin dapat dikatikan dengan mengejar peluang yang berdekatan dalam hal menciptakan sebuah nilai baru bagi pelanggan. Dengan adanya nilai baru, ada juga berarti perubahan dalam proses. Selanjutnya, penting untuk memiliki perspektif digital jika nilai baru diciptakan saat mengubah proses. Jika tidak, ada resiko front-end ketika hanya menemukan cara baru untuk menciptakan nilai baru bagi pelanggan. Juga dengan memiliki tingkat proses yang lebih, ada estimasi untuk perubahan permintaan pelanggan yang dapat dipenuhi secara pro aktif di tingkat kematangan proses yang lebih tinggi. Untuk itu, sangat penting untuk memilih perspektif digital jika sebuah nilai baru di ciptakan saat mengubah proses terkait. Jika dirasa tidak adanya resiko pada fokus fornt-end, yaitu dengan menemukan cara baru untuk menciptakan nilai baru bagi pelanggan.

RQ3. Bagaimana peluang digital dapat diprioritaskan dan dikembangkan dengan mitra inovasi eksternal?

Cara yang dapat di prioritaskan untuk memenuhi peluang digital, ada kebutuhan untuk Tindakan terstruktur yang dapat diamati dalam model kooperatif konseptual. Peluang ini pertama-tama dapat di prioritaskan setelah penentuan prioritas KPI dan kematangan proses priotitas berdasarkan langkah kedua dalam model kooperatif konseptual. Untuk memastikan peluang digital dapat terkait dengan strategi organisasi. Hal ini juga berguna untuk menentukan penerapan dan pentingnya peluang digital.

Dengan adanya fase penerapan digitalisasi yang terjadi pada Kelompok Budidaya Tanaman hias di Desa Cidokom, menunjukan beberapa indicator kesiapan mereka untuk mulai bersaing di

era digitalisasi. Hanya saja, satu dari beberapa factor kecil yang harus lebih di perhatikan lagi agar menghindari terjadinya miss communication antara strategi digital dengan strategi yang ada di lapangan. Kemudian, karena sedang terjadinya pandemic seperti pada saat tahun karya ilmiah ini dibuat, UMKM ini masih harus bertahan dari kondisi ekonomi yang tidak stabil disebabkan karena efek dari pandemic itu sendiri. Dalam factor inilah yang membuat UMKM harus beradaptasi dan menereapkan strategi digital dalam penjualan tanaman hias mereka.

UMKM Kelompok Budidaya Tanaman di Desa Cidokom telah menunjukkan keswiapan mereka sehingga memungkinkan UMKM ini untuk bersaing dengan pesaing secara langsung ataupun yang tidak langsung dengan skala yang lebih besar. Kemudian, dengan adanya penerapan strategi digital ini juga dapat di harapkan para pelaku usaha UMKM, terutama pada budidaya tanaman hias di Desa Cidokom ini dapat mencangkup pasar yang lebih luas sehingga besar kemungkinan para UMKM dapat meningkatkan penjualan serta menawarkan produknya secara konsisten.

DAFTAR PUSTAKA

- Atzori, L., Iera, A., & Morabito, G. (2010). The Internet of Things: A survey. *Computer Networks*, 54(15), 2787–2805. <https://doi.org/10.1016/j.comnet.2010.05.010>
- Bossen, H., & Ingemansson, J. (2016). *DIGITALISERING AV Kartläggning av svenska*.
- Cronemyr, P., & Danielsson, M. (2013). Process Management 1-2-3 - a maturity model and diagnostics tool. *Total Quality Management and Business Excellence*, 24(7–8), 933–944. <https://doi.org/10.1080/14783363.2013.791114>
- Ellström, D., Holtstrom, J., Berg, E., & Johansson, C. (2021). Dynamic capabilities for digital transformation. *Journal of Strategy and Management*. <https://doi.org/10.1108/JSMA-04-2021-0089>
- Gupta, A. K., Tesluk, P. E., & Taylor, M. S. (2007). Innovation at and Across Multiple Levels of Analysis. *Organization Science*, 18(6), 885–897. <https://doi.org/10.1287/orsc.1070.0337>
- Henriette, E., Feki, M., & Boughzala, I. (2015). Association for Information Systems AIS Electronic Library (AISeL) The Shape of Digital Transformation: A Systematic Literature Review. *Ninth Mediterranean Conference on Information Systems*, 1–13. <http://aisel.aisnet.org/mcis2015%5Cnhttp://aisel.aisnet.org/mcis2015/10>
- Manso, G. (2017). Creating incentives for innovation. *California Management Review*, 60(1), 18–32. <https://doi.org/10.1177/0008125617725287>
- Nilsson, S. (2015). *Making innovation everyone's business: Using routines and controls* (Issue 3).
- Parviainen, P., Tihinen, M., Kääriäinen, J., & Teppola, S. (2017). Tackling the digitalization challenge: How to benefit from digitalization in practice. *International Journal of Information Systems and Project Management*, 5(1), 63–77. <https://doi.org/10.12821/ijispm050104>
- Rönnbäck, Å., & Eriksson, H. (2012). A case study on quality management and digital innovation: Relationship and learning aspects. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 4(4), 408–422. <https://doi.org/10.1108/17566691211288386>
- Schwertner, K. (2017). Digital transformation of business. *Trakia Journal of Science*, 15(Suppl.1), 388–393. <https://doi.org/10.15547/tjs.2017.s.01.065>
- Stolterman, E., & Fors, A. K. (2004). Information Technology and the Good Life, Information Systems Research: Relevant Theory and Informed Practice. *Information Systems Research. IFIP International Federation for Information Processing*, 687–692.
- Varis, M., & Littunen, H. (2010). Types of innovation, sources of information and performance in entrepreneurial SMEs. *European Journal of Innovation Management*, 13(2), 128–154. <https://doi.org/10.1108/14601061011040221>