

Penguatan Kapasitas Koperasi Desa dan Kelompok Tani Melalui Klinik Bisnis dan Literasi Digital

Ibrahim¹, Halmi², Syarifuddin Arief³, Amiruddin A.⁴, Zul Kahfi⁵, Andi Nurhasanah⁶

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya, Makassar, Indonesia

^{2,3,4}Politeknik LP3I Makassar, Makassar, Indonesia

^{5,6}Institut Kesehatan dan Bisnis St. Fatimah Mamuju, Mamuju, Indonesia

*Email korespondensi: ibrahim@stiem-stiembongaya.ac.id

Abstrak : Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memperkuat kapasitas pengurus dan calon pengelola koperasi desa serta kelompok tani di Desa Mattoanging, Kecamatan Bantimurung, Kabupaten Maros. Program dilaksanakan pada 30 Juni 2026 dan melibatkan 25 peserta yang terdiri atas unsur pemerintah desa, masyarakat, pelaku koperasi, dan kelompok tani. Metode kegiatan memadukan ceramah partisipatif, diskusi, klinik bisnis, dan simulasi. Materi difokuskan pada diagnosis pemasaran, keuangan, operasional, dan sumber daya manusia; etika penggunaan teknologi digital dan media sosial; serta penguatan kelembagaan kelompok tani menuju pertanian maju dan sejahtera. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu mengenali area utama yang perlu dibenahi dalam pengelolaan koperasi, memahami pentingnya pencatatan keuangan sederhana dan transparansi, serta mengidentifikasi penggunaan media sosial yang lebih aman, etis, dan berorientasi pasar. Diskusi juga menghasilkan kebutuhan pendampingan lanjutan pada penyusunan laporan keuangan, pemasaran berbasis jejaring dan aplikasi, serta pengembangan kapasitas sumber daya manusia kelompok tani. Program ini menegaskan bahwa pelatihan lintas aspek dapat menjadi tahap awal penguatan koperasi desa, tetapi keberlanjutan dampaknya memerlukan pendampingan periodik, perangkat praktik, dan evaluasi terukur.

Kata kunci: klinik bisnis; koperasi desa; kelompok tani; literasi digital; literasi keuangan

Abstract: This community service activity aims to strengthen the capacity of administrators and prospective managers of village cooperatives and farmer groups in Mattoanging Village, Bantimurung District, Maros Regency. The program was implemented on June 30, 2026, and involved 25 participants consisting of village government officials, community members, cooperative actors, and farmer groups. The activity method combined participatory lectures, discussions, business clinics, and simulations. The material focused on marketing, financial, operational, and human resource analysis; the ethical use of digital technology and social media; and strengthening farmer group institutions towards advanced and prosperous agriculture. The activity results indicated that participants were able to identify key areas for improvement in cooperative management, understand the importance of simple financial record keeping and transparency, and identify safer, ethical, and market-oriented uses of social media. The discussion also identified the need for further assistance in financial reporting, network-based and application-based marketing, and human resource capacity development in farmer groups. The program emphasized that cross-sectoral training can be an initial step in strengthening village cooperatives, but its sustainable impact requires regular mentoring, practical tools, and measurable evaluation.

Keywords: business clinic; village cooperative; farmer groups; digital literacy; financial literacy

PENDAHULUAN

Koperasi desa memiliki posisi strategis karena bekerja pada dua ranah sekaligus, yaitu sebagai badan usaha dan sebagai organisasi anggota. Karakter ganda tersebut menjadikan keberhasilan koperasi tidak cukup ditentukan oleh besarnya modal atau peluang pasar, tetapi juga oleh tata kelola, kompetensi pengurus, partisipasi anggota, dan kemampuan organisasi mengubah kebutuhan kolektif menjadi layanan ekonomi yang relevan. Kajian sistematis Jamaluddin et al. (2023) menunjukkan bahwa hubungan antara tata kelola dan kinerja koperasi terutama dibentuk oleh karakteristik dewan, kepatuhan kebijakan, kualitas manajemen dan kepemimpinan, serta modal sosial dan manusia. Sementara itu, Buang dan Abu Samah (2021) menegaskan bahwa partisipasi anggota merupakan unsur penting bagi operasi dan keberlangsungan koperasi, meskipun dalam praktik sering masih terbatas pada rapat anggota tahunan. Tantangan tersebut relevan bagi Desa Mattoanging, Kecamatan Bantimurung, Kabupaten Maros. Desa ini memiliki luas sekitar 5,47 km² dan terdiri atas lima dusun serta 19 rukun tetangga. Laporan kegiatan mencatat jumlah penduduk desa sebanyak 3.766 jiwa pada 2025, dengan lingkungan yang didominasi persawahan, perkebunan, dan wilayah penyangga hutan. Struktur ekonomi semacam ini memberi dasar kuat bagi pengembangan koperasi yang terhubung dengan usaha tani. Namun, peluang tersebut perlu ditopang oleh pengelolaan usaha, pembukuan, pemasaran, teknologi, dan kelembagaan kelompok yang memadai. Koperasi tidak akan menjadi simpul ekonomi desa apabila hanya dibentuk secara administratif tanpa proses belajar organisasi yang berkelanjutan.

Salah satu persoalan yang teridentifikasi dalam laporan Kelompok XV adalah keterbatasan pemahaman masyarakat dan pelaku koperasi mengenai diagnosis usaha dan penyusunan laporan keuangan sederhana. Pembukuan bukan sekadar kewajiban administratif, melainkan perangkat untuk mengetahui posisi kas, sumber dan penggunaan dana, biaya, hasil usaha, serta dasar pengambilan keputusan. Literasi keuangan juga semakin terkait dengan kemampuan menggunakan layanan dan informasi digital. Al-Shami et al. (2024), melalui penelitian pada 535 pengelola usaha batik kecil di Indonesia, menemukan bahwa literasi keuangan dan literasi keuangan digital berkontribusi pada inklusi keuangan, sementara penggunaan media sosial memperkuat hubungan tersebut. Koskelainen et al. (2023) karena itu menempatkan literasi keuangan digital sebagai agenda penting yang memerlukan integrasi pengetahuan finansial, keterampilan teknologi, dan kesadaran risiko.

Dimensi lain yang tidak dapat dipisahkan dari penguatan koperasi adalah pemasaran digital. Media sosial membuka akses pasar dengan biaya relatif rendah, tetapi penggunaannya menuntut strategi, konsistensi konten, kejujuran informasi, perlindungan data, dan kemampuan merespons konsumen. Adopsi pemasaran digital berkaitan dengan pertumbuhan berkelanjutan usaha kecil (Bruce et al., 2023) dan dapat meningkatkan kinerja finansial serta keberlanjutan ketika terintegrasi dengan e-commerce (Gao et al., 2023). Dalam konteks Indonesia, tinjauan Lubis et al. (2025) menekankan bahwa strategi digital perlu disertai transparansi, perilaku etis, dan pembangunan kepercayaan konsumen. Dengan demikian, pelatihan media sosial bagi koperasi harus melampaui keterampilan membuat unggahan; peserta perlu memahami akurasi informasi, privasi anggota, keamanan akun, dan pertanggungjawaban komunikasi organisasi. Penguatan koperasi desa juga harus terhubung dengan kelompok tani sebagai basis produksi dan keanggotaan. Koperasi pertanian dapat membantu petani kecil mengatasi hambatan akses input, teknologi, pembiayaan, informasi, dan pasar. Christian et al. (2024) menunjukkan bahwa koperasi berperan dalam meningkatkan partisipasi petani kecil pada rantai nilai pangan pertanian. Khan et al. (2022) menemukan bahwa dukungan koperasi dan adopsi teknologi dapat meningkatkan pendapatan pertanian, sedangkan Dong et al. (2023) menunjukkan bahwa koperasi dapat memfasilitasi adopsi teknologi hijau melalui layanan dan

pembelajaran kolektif. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa penguatan kelompok tani tidak cukup dilakukan melalui penyuluhan teknis budidaya; kelembagaan, manajemen, kemitraan, dan orientasi rantai nilai juga perlu dibangun.

Berdasarkan masalah dan potensi tersebut, PKM Kelompok XV dirancang sebagai intervensi literasi awal yang menghubungkan tiga kebutuhan: kemampuan mendiagnosis kinerja usaha koperasi, etika pemanfaatan teknologi digital dan media sosial, serta penguatan kelompok tani. Berbeda dari pelatihan yang hanya berfokus pada satu keterampilan, kegiatan ini menggunakan klinik bisnis lintas fungsi agar peserta dapat melihat koperasi sebagai satu sistem. Tujuan kegiatan adalah meningkatkan pemahaman awal peserta mengenai area perbaikan usaha, tata kelola informasi keuangan, penggunaan media sosial secara bertanggung jawab, dan penguatan kelembagaan kelompok tani. Artikel ini mendeskripsikan proses pelaksanaan, capaian kualitatif, keterbatasan, serta agenda pendampingan yang dibutuhkan setelah kegiatan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan menggunakan pendekatan edukatif-partisipatif dengan format klinik bisnis. Pendekatan ini dipilih karena peserta tidak hanya membutuhkan pemaparan konsep, tetapi juga ruang untuk menghubungkan materi dengan masalah aktual yang mereka hadapi. Sasaran kegiatan adalah masyarakat, pelaku koperasi, kelompok tani, dan unsur Pemerintah Desa Mattoanging. Sebanyak 25 peserta terlibat, termasuk kepala desa dan sekretaris desa. Tim pelaksana terdiri atas 18 dosen dari empat perguruan tinggi dan kegiatan difasilitasi dalam rangka PKM Nasional ADPERTISI.

Kegiatan dilaksanakan pada Selasa, 30 Juni 2026. Rangkaian dimulai dengan pembukaan dan pelepasan tim di Kantor Bupati Maros, dilanjutkan penerimaan oleh Pemerintah Desa Mattoanging, penyampaian tiga rumpun materi, diskusi, simulasi, dan penutupan. Ceramah digunakan untuk membangun kerangka konseptual; diskusi digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan masalah peserta; sedangkan simulasi digunakan terutama untuk mempraktikkan komunikasi digital beretika dan memperkenalkan alur pencatatan transaksi menuju laporan keuangan sederhana.

Evaluasi dilakukan secara deskriptif berdasarkan observasi selama kegiatan, respons dalam diskusi dan tanya jawab, keterlibatan dalam simulasi, catatan tim, dokumentasi, serta rekomendasi yang disampaikan peserta. Laporan sumber tidak memuat instrumen pretest–posttest atau skor pengetahuan individual. Oleh sebab itu, artikel ini tidak mengestimasi persentase peningkatan pemahaman dan tidak mengklaim perubahan perilaku jangka panjang. Capaian dilaporkan sebagai perubahan pemahaman yang teramati, kemampuan peserta mengidentifikasi masalah, dan kebutuhan tindak lanjut yang muncul selama kegiatan.

Tabel 1. Tahapan pelaksanaan dan sumber bukti evaluasi

Tahap	Metode	Fokus	Bukti pelaksanaan
Identifikasi awal	Dialog dengan pemerintah desa dan peserta	Masalah pengelolaan koperasi, usaha, media sosial, dan kelompok tani	Catatan kebutuhan dan pertanyaan peserta
Klinik bisnis	Ceramah partisipatif dan diskusi kasus	Diagnosis pemasaran, keuangan, operasional, dan SDM	Peserta mengenali empat area diagnosis usaha
Literasi digital	Pemaparan dan simulasi komunikasi	Etika konten, akurasi, privasi, keamanan data, dan promosi	Respons dan keterlibatan dalam simulasi

Tahap	Metode	Fokus	Bukti pelaksanaan
Penguatan kelompok tani	Penyuluhan dan diskusi	Kelembagaan, teknologi, kemitraan, rantai nilai, dan kesejahteraan	Identifikasi kebutuhan pelatihan SDM
Refleksi dan tindak lanjut	Tanya jawab dan perumusan rekomendasi	Pendampingan pembukuan, pemasaran, dan SDM	Tiga rekomendasi utama peserta

HASIL DAN PEMBAHASAN

Klinik Bisnis sebagai Peta Awal Perbaikan Koperasi

Sesi klinik bisnis membantu peserta memandang masalah koperasi secara lebih terstruktur. Materi diagnosis pemasaran diarahkan pada kesesuaian produk, harga, distribusi, dan promosi dengan kebutuhan anggota dan pasar. Peserta diajak membedakan antara memiliki produk dan memiliki proposisi nilai yang jelas. Dalam koperasi desa, diagnosis pemasaran perlu dimulai dari siapa anggota-pengguna, produk apa yang dihasilkan kelompok tani, bagaimana mutu dan kontinuitas pasokan dijaga, serta saluran apa yang paling mungkin digunakan. Pembahasan ini penting karena pemasaran yang lemah dapat membuat koperasi tidak mampu mengagregasi produksi atau menciptakan manfaat nyata bagi anggota.

Diagnosis keuangan menempatkan pencatatan sebagai dasar pengendalian, bukan sekadar penyusunan laporan di akhir periode. Peserta diperkenalkan pada alur sederhana transaksi–bukti–jurnal–rekap–laporan. Penekanan diberikan pada pemisahan kas koperasi dari kas pribadi, dokumentasi penerimaan dan pengeluaran, pemantauan biaya, serta informasi sisa hasil usaha. Literasi semacam ini konsisten dengan pandangan bahwa kemampuan finansial perlu terhubung dengan proses keputusan dan pengendalian (Koskelainen et al., 2023). Dalam konteks usaha kecil Indonesia, Al-Shami et al. (2024) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan digital memperluas akses dan penggunaan layanan keuangan. Namun, pelatihan satu hari baru membangun kesadaran; keterampilan pembukuan hanya dapat terbentuk melalui latihan berulang menggunakan transaksi riil koperasi. Diagnosis operasional membahas pengadaan, produksi, distribusi, pelayanan anggota, administrasi, dan pemanfaatan teknologi. Peserta diarahkan untuk mengenali titik kebocoran, keterlambatan layanan, duplikasi pekerjaan, dan lemahnya dokumentasi. Sementara itu, diagnosis sumber daya manusia membahas kompetensi pengurus, pembagian tugas, pelatihan, serta posisi anggota sebagai pemilik sekaligus pengguna. Kerangka ini sesuai dengan Jamaluddin et al. (2023), yang menempatkan kepemimpinan, manajemen, dan modal manusia sebagai kategori utama tata kelola koperasi. Kegiatan juga menegaskan bahwa partisipasi anggota perlu diperluas dari kehadiran formal menuju keterlibatan dalam pengawasan dan pengambilan keputusan (Buang & Abu Samah,



Gambar 1. Penyampaian materi dan dialog bersama Pemerintah Desa Mattoanging

Etika Digital dan Media Sosial sebagai Infrastruktur Kepercayaan

Sesi kedua menempatkan etika digital sebagai prasyarat penggunaan teknologi oleh koperasi. Koperasi menyimpan data anggota, transaksi, dan informasi organisasi yang tidak seluruhnya boleh dipublikasikan. Karena itu, peserta dibekali prinsip kejujuran, transparansi yang proporsional, perlindungan privasi, pembatasan akses, verifikasi informasi, dan penggunaan akun resmi. Etika digital dipahami bukan sebagai larangan menggunakan media sosial, tetapi sebagai tata cara agar teknologi memperkuat bukan merusak kepercayaan anggota.

Dalam praktik pemasaran, peserta mendiskusikan pentingnya informasi produk yang akurat, bahasa yang santun, izin penggunaan foto atau video, serta pemeriksaan fakta sebelum konten dibagikan. Risiko hoaks, ujaran kebencian, konten diskriminatif, dan penyalahgunaan data diperkenalkan sebagai risiko reputasi sekaligus risiko hukum. Orientasi tersebut sejalan dengan Lubis et al. (2025), yang menekankan transparansi, etika, dan kepercayaan dalam strategi digital usaha kecil. Penguatan kemampuan pemasaran digital juga relevan karena adopsinya dapat meningkatkan pertumbuhan usaha kecil (Bruce et al., 2023) dan kinerja bisnis di pasar berkembang (Deku et al., 2024). Simulasi komunikasi membantu peserta melihat bahwa satu pesan digital membawa identitas organisasi. Akun koperasi karena itu memerlukan penanggung jawab, pedoman konten, prosedur persetujuan, pengamanan kata sandi, dan mekanisme respons atas keluhan. Dari sudut manajemen, media sosial sebaiknya tidak dikelola sebagai aktivitas sporadis, melainkan bagian dari strategi pasar yang memiliki sasaran, jadwal, indikator, dan evaluasi. Temuan Gao et al. (2023) menunjukkan bahwa integrasi e-commerce dan pemasaran digital berkaitan dengan kinerja finansial serta keberlanjutan UMKM. Implikasinya, pendampingan berikutnya perlu memadukan pembuatan konten, pencatatan prospek, pengukuran interaksi, dan konversi penjualan.



Gambar 2. Peserta mengikuti sesi literasi koperasi dan etika digital

Penguatan Kelompok Tani dan Integrasi dengan Koperasi Desa

Sesi akhir membahas kelompok tani sebagai kelembagaan belajar, produksi, dan kemitraan. Penguatan dimulai dari struktur organisasi yang jelas, pembagian tugas, pertemuan rutin, pencatatan kegiatan, dan peningkatan kompetensi pengurus serta anggota. Kelompok tani yang tertata dapat menjadi basis pasokan dan anggota bagi koperasi, sedangkan koperasi dapat mengonsolidasikan kebutuhan input, pembiayaan, pengolahan, distribusi, dan pemasaran. Hubungan timbal balik ini menghindarkan koperasi dari kondisi tanpa basis usaha dan kelompok tani dari posisi tawar yang lemah. Materi juga memperluas orientasi peserta dari produksi menuju rantai nilai. Adopsi alat dan mesin pertanian, varietas unggul, irigasi efisien, pengendalian hama terpadu, serta penanganan pascapanen perlu dihubungkan dengan standar mutu dan permintaan pasar. Khan et al. (2022) menunjukkan bahwa dukungan koperasi dan adopsi teknologi berkontribusi pada pendapatan pertanian. Christian et al. (2024) menambahkan bahwa koperasi dapat memperkuat partisipasi petani kecil dalam rantai nilai pangan pertanian. Artinya, teknologi akan lebih bermakna ketika didukung kelembagaan yang mampu menyediakan pelatihan, layanan, dan akses pasar.

Koperasi juga dapat menjadi arena pembelajaran untuk praktik pertanian yang lebih berkelanjutan. Dong et al. (2023) menemukan bahwa partisipasi koperasi mendukung adopsi teknologi hijau, sedangkan Geng et al. (2024) menunjukkan manfaat ekonomi dari intensitas adopsi teknologi digital pada petani. Bagi Desa Mattoanging, arah penguatan yang realistis adalah memulai dari pemetaan komoditas dan anggota, kalender produksi, kebutuhan input, data volume, calon pembeli, dan pencatatan biaya. Informasi tersebut dapat menjadi dasar penyusunan model bisnis koperasi yang benar-benar berakar pada ekonomi lokal.



Gambar 3. Tim PKM bersama Kepala Desa Mattoanging setelah pelaksanaan kegiatan

Capaian, Keterbatasan, dan Agenda Pendampingan

Secara deskriptif, kegiatan menghasilkan tiga capaian utama. Pertama, peserta memperoleh kerangka untuk mengidentifikasi masalah koperasi melalui empat fungsi usaha. Kedua, peserta memahami bahwa media sosial perlu dikelola dengan prinsip etika, keamanan, dan akuntabilitas. Ketiga, peserta melihat kelompok tani sebagai mitra strategis koperasi dalam produksi, pembelajaran, dan pemasaran. Antusiasme tampak dari keterlibatan peserta dalam diskusi dan simulasi serta munculnya usulan tindak lanjut. Meski demikian, capaian tersebut harus dipahami sebagai hasil pembelajaran awal, bukan bukti kausal mengenai peningkatan kinerja usaha.

Tabel 2. Sintesis capaian dan kebutuhan tindak lanjut

Bidang	Kondisi yang teridentifikasi	Capaian kegiatan	Kebutuhan lanjutan
Manajemen usaha	Masalah belum dipetakan menurut fungsi	Peserta mengenali diagnosis pemasaran, keuangan, operasi, dan SDM	Klinik kasus dengan data usaha nyata
Keuangan	Pembukuan sederhana belum dikuasai	Kesadaran atas bukti transaksi, pencatatan, dan transparansi meningkat secara teramat	Pendampingan siklus akuntansi dan laporan koperasi
Digital	Pemanfaatan media sosial belum disertai tata kelola	Peserta memahami etika konten, privasi, dan verifikasi	SOP akun, kalender konten, keamanan, dan analitik
Kelompok tani	Kelembagaan dan orientasi pasar perlu diperkuat	Peserta mengenali peran struktur, teknologi, kemitraan, dan rantai nilai	Pemetaan komoditas, produksi, anggota, dan pembeli
Evaluasi	Belum ada pengukuran awal-akhir	Tersedia observasi, dokumentasi, dan rekomendasi peserta	Pretest–posttest, rubrik praktik, dan monitoring 1–3 bulan

Keterbatasan utama kegiatan adalah durasi satu hari, jumlah peserta yang belum menjangkau seluruh masyarakat, dan ketiadaan instrumen evaluasi kuantitatif sebelum dan sesudah pelatihan. Selain itu, judul laporan menyebut kelompok tani dan nelayan, tetapi materi serta dokumentasi yang tersedia lebih dominan membahas koperasi dan kelompok tani. Karena itu, artikel ini tidak menarik kesimpulan khusus mengenai peningkatan kapasitas kelompok nelayan. Keterbatasan tersebut justru memberi arah perbaikan: program berikutnya perlu memisahkan kebutuhan tiap kelompok sasaran, menggunakan modul praktik, menetapkan indikator, serta melakukan kunjungan pendampingan.

SIMPULAN DAN SARAN

PKM di Desa Mattoanging berhasil menyediakan kerangka literasi awal yang menghubungkan pengelolaan koperasi, etika digital, dan penguatan kelompok tani. Klinik bisnis membantu peserta mengenali pentingnya diagnosis pemasaran, keuangan, operasional, dan sumber daya manusia. Sesi digital memperluas pemahaman tentang transparansi, akurasi informasi, privasi, keamanan data, dan penggunaan media sosial untuk pemasaran. Sesi kelompok tani menegaskan peran kelembagaan, teknologi, kemitraan, dan rantai nilai sebagai jalan menuju pertanian yang lebih maju dan sejahtera. Capaian tersebut bersifat deskriptif dan menunjukkan kesiapan awal untuk belajar lebih lanjut, belum merupakan bukti peningkatan kinerja koperasi secara terukur.

Pemerintah desa bersama perguruan tinggi dan pemangku kepentingan terkait disarankan menyusun pendampingan bertahap selama sedikitnya tiga bulan. Tahap pertama memetakan anggota, komoditas, transaksi, dan kebutuhan pasar; tahap kedua melatih pembukuan dan penyusunan laporan keuangan menggunakan kasus koperasi; tahap ketiga mengembangkan pemasaran digital beretika; dan tahap keempat mengevaluasi perubahan praktik. Evaluasi sebaiknya menggunakan pretest–posttest, penilaian hasil praktik, pemeriksaan kelengkapan bukti transaksi, aktivitas akun digital, serta tindak lanjut 30–90 hari. Dengan desain tersebut, program pengabdian tidak berhenti pada transfer pengetahuan, tetapi berkembang menjadi proses penguatan kelembagaan yang dapat diverifikasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian menyampaikan terima kasih kepada Pemerintah Kabupaten Maros, Pemerintah Desa Mattoanging, ADPERTISI, pimpinan perguruan tinggi asal tim pelaksana, serta seluruh masyarakat, pelaku koperasi, dan kelompok tani yang berpartisipasi dalam kegiatan.

DAFTAR RUJUKAN

- Al-Shami, S. A., Damayanti, R., Adil, H., Farhi, F., & Al Mamun, A. (2024). Financial and digital financial literacy through social media use towards financial inclusion among batik small enterprises in Indonesia. *Heliyon*, 10(15), e34902. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e34902>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Maros. (2025). Kecamatan Bantimurung dalam angka 2025. BPS Kabupaten Maros.
- Bruce, E., Shurong, Z., Ying, D., Yaqi, M., Amoah, J., & Egala, S. B. (2023). The effect of digital marketing adoption on SMEs sustainable growth: Empirical evidence from Ghana. *Sustainability*, 15(6), 4760. <https://doi.org/10.3390/su15064760>
- Buang, M., & Abu Samah, A. (2021). Co-operative governance: A systematic review of member participation. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(10), 899–923. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/V11-I10/10997>

- Christian, M., Obi, A., Zantsi, S., Mdoda, L., & Jiba, P. (2024). The role of cooperatives in improving smallholder participation in agri-food value chains: A case study of one local municipality in Eastern Cape, South Africa. *Sustainability*, 16(6), 2241. <https://doi.org/10.3390/su16062241>
- Deku, W. A., Wang, J., & Preko, A. K. (2024). Digital marketing and small and medium-sized enterprises' business performance in emerging markets. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 18(3), 251–269. <https://doi.org/10.1108/APJIE-07-2022-0069>
- Dong, C., Wang, H., Long, W., Ma, J., & Cui, Y. (2023). Can agricultural cooperatives promote Chinese farmers' adoption of green technologies? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(5), 4051. <https://doi.org/10.3390/ijerph20054051>
- Farida, I., & Setiawan, D. (2022). Business strategies and competitive advantage: The role of performance and innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 163. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030163>
- Gao, J., Siddik, A. B., Khawar Abbas, S., Hamayun, M., Masukujjaman, M., & Alam, S. S. (2023). Impact of e-commerce and digital marketing adoption on the financial and sustainability performance of MSMEs during the COVID-19 pandemic: An empirical study. *Sustainability*, 15(2), 1594. <https://doi.org/10.3390/su15021594>
- Geng, W., Liu, L., Zhao, J., Kang, X., & Wang, W. (2024). Digital technologies adoption and economic benefits in agriculture: A mixed-methods approach. *Sustainability*, 16(11), 4431. <https://doi.org/10.3390/su16114431>
- Grashuis, J., & Su, Y. (2019). A review of the empirical literature on farmer cooperatives: Performance, ownership and governance, finance, and member attitude. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 90(1), 77–102. <https://doi.org/10.1111/apce.12205>
- He, Y., & Chen, Y. (2024). The impact of agricultural cooperatives on farmers' agricultural revenue: Evidence from rural China. *Sustainability*, 16(24), 10979. <https://doi.org/10.3390/su162410979>
- Jadhav, G. G., Gaikwad, S. V., & Bapat, D. (2023). A systematic literature review: Digital marketing and its impact on SMEs. *Journal of Indian Business Research*, 15(1), 76–91. <https://doi.org/10.1108/JIBR-05-2022-0129>
- Jamaluddin, F., Mohd-Saleh, N., & Abdullah, A. (2023). Cooperative governance and cooperative performance: A systematic literature review. *SAGE Open*, 13(3), 1–17. <https://doi.org/10.1177/21582440231192944>
- Khan, N., Ray, R. L., Kassem, H. S., Ihtisham, M., Siddiqui, B. N., & Zhang, S. (2022). Can cooperative supports and adoption of improved technologies help increase agricultural income? Evidence from a recent study. *Land*, 11(3), 361. <https://doi.org/10.3390/land11030361>
- Koskelainen, T., Kalmi, P., Scornavacca, E., & Vartiainen, T. (2023). Financial literacy in the digital age—A research agenda. *Journal of Consumer Affairs*, 57(1), 507–528. <https://doi.org/10.1111/joca.12510>
- Lubis, U. S., Wulandari, N., Wahyudi, I., Widiyanto, A., Wibowo, E. A., Hakim, L., Apriyansyah, B., Hardiati, N., Swastika, A. Y., & Meyzia, B. (2025). Digital marketing strategies in expanding the market for MSME creative products in Indonesia—State of the art. *Frontiers in Communication*, 10, 1647391. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1647391>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi.