

Pengembangan Kemampuan Pengurus dan Anggota Koperasi Lokapita Kota Semarang Dalam Mempertahankan Usaha Di Masa Pandemi

Chatarina Yekti Prawihatmi¹,

Maria Yosephine Dwi Hayu Agustini², Agatha Ferijani³

^{1, 2, 3}Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unika Soegijapranata

¹yekti@unika.ac.id, ²hayu@unika.ac.id, ³ferijani@unika.ac.id

Abstrak: Para pengrajin sulampita di Kota Semarang bergabung dan membentuk koperasi dengan nama Koperasi Lokapita. Penjualan hasil kerajinan sulampita menurun selama pandemi covid-19 karena kesempatan untuk memasarkan produknya melalui pameran, bazaar, car free day, dan lain-lain tidak ada. Para anggota koperasi secara pribadi mencoba memasarkan produknya melalui media sosial, namun banyak yang tidak bertahan karena mengalami kesulitan dan kendala dalam pemasaran online. Kegiatan pengabdian ini dimaksudkan untuk membantu pengurus dan anggota koperasi untuk tetap bertahan. Kegiatan mencakup pemberian motivasi, pelatihan pemasaran online, dan pelatihan pembukuan berdasar aplikasi kepada pengurus dan anggota Koperasi Lokapita. Peserta mengikuti pelatihan dengan baik dan dipraktekkan melalui pendampingan sehingga memberikan hasil yang menggembirakan, yaitu meningkatnya motivasi pengurus dan anggota Koperasi Lokapita untuk tetap kreatif dan produktif di masa pandemi dan penjualan yang mulai meningkat.

Kata kunci: koperasi lokapita, pembukuan berdasar aplikasi, pemasaran online.

Abstract: The ribbon embroiderers in Semarang join in a cooperation named Koperasi Lokapita. During the covid-19 pandemic, their products sales have declined since chances to sell the products through exhibitions, bazaar, and car free day have been eradicated. Individually the cooperation members then marketed their products online using social media. However, most of them gave up due to difficulties and barriers in doing the online marketing. This community service program aims at helping the committee and members of the cooperation in sustaining their businesses by providing them trainings on motivation, online marketing, and application-based accounting. The participants were well involved in the trainings and the mentoring provided for the implementation. As the results, their motivation for being creative and productive during the pandemic were higher and the sales was starting to increase.

Keywords: koperasi lokapita, application-based accounting, online marketing.

I PENDAHULUAN

UMKM sulam pita dipilih oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang sebagai UMKM yang berpotensi untuk dikembangkan (Koperasi Lokapita, 2021). Pemilihan ini terkait dengan kebijakan *One Village One Product* (OVOP) yang diterapkan Kementerian Koperasi dan UMKM sebagai upaya mendorong

pengembangan UMKM yang berpotensi (Suparwoko, 2015). Dalam hal ini, Kementerian Koperasi dan UMKM akan menyediakan anggaran untuk mendorong pengembangan produk UMKM berpotensi tersebut sehingga dapat menjadi produk unggulan daerah. Upaya meningkatkan nilai tambah produk unggulan daerah ini dimaksudkan untuk meningkatkan

kesejahteraan dalam wadah Koperasi dan UKM (Wijayanti & Fathurrochman, 2016). Untuk meningkatkan motivasi, UMKM juga mendapatkan manfaat pendampingan dan akses pemasaran (Nastiti, 2014).

UMKM sulam pita di Kota Semarang tersebar di 10 kecamatan dan 37 kelurahan dengan sekitar 110 orang penyulam. Kerajinan sulam pita sangat berpotensi untuk dikembangkan menjadi keunggulan daerah karena bahan baku mudah diperoleh, harga terjangkau, mudah dipelajari, dan dapat dilakukan di sela-sela pekerjaan utama. Menurut Khristianto (2008), UMKM sulam pita merupakan produk ekonomi kreatif yang dapat menjadi salah satu cara untuk memberdayakan masyarakat di segala usia, karena kerajinan sulam pita ini bisa dikerjakan semua usia dari anak-anak sampai lansia (Koperasi Lokapita, 2021) serta bukan sekedar hobi untuk mengisi waktu luang namun dapat digunakan sebagai sumber pendapatan. Oleh karena itu, pemerintah melakukan berbagai kebijakan untuk mengembangkan UMKM sulam pita tersebut.

Para pengrajin sulam pita di Kota Semarang bergabung dan membentuk koperasi dengan nama Koperasi Lokapita. Kantor Koperasi Lokapita terletak di Perumahan Tlogosari dan gerai pemasaran *offline* terdapat di Pasar Srandol, Banyumanik. Koperasi yang dikelola di bawah ketua Ibu

Widyarini ini mempunyai 25 orang anggota aktif.

Pemasaran produk kerajinan sulam pita Koperasi Lokapita dilakukan dengan mengandalkan pameran, bazaar, dan expo yang diselenggarakan oleh pemerintah kota, pemerintah provinsi, dan BUMN. Adapun produk kerajinan sulam pita Koperasi Lokapita sangat beragam, seperti dompet, tas, sarung bantal, *tote bag*, mukena, dan lain-lain (gambar 1).



Gambar 1. Produk-produk Koperasi Lokapita

Pandemi covid-19 yang mulai terjadi di Indonesia sejak Februari 2020 telah membuat penjualan hasil kerajinan sulam pita menurun rata-rata 50%, bahkan ada yang menurun hingga 80% atau tidak bisa menjual sama sekali. Hal ini terjadi karena aktivitas pameran, bazar, dan lain-lain yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Semarang, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan lembaga lainnya sebagai sarana dalam memasarkan hasil produksi sulam pita tidak dapat dilakukan atau berhenti.

Untuk bertahan, para pengrajin sulampita melakukan penjualan melalui sosial media. Namun demikian, mereka menyatakan bahwa kemampuan melakukan pemasaran online sangat terbatas dan karenanya membutuhkan pelatihan dan pendampingan dalam pemasaran online. Mereka juga menyatakan membutuhkan pelatihan dan pendampingan dalam pembukuan usaha yang praktis supaya bisa mengetahui perkembangan usaha dengan lebih tepat.

II RUMUSAN MASALAH

Sebagai organisasi yang mewadahi para pengrajin sulam pita, Koperasi Lokapita seharusnya mampu berperan dalam mengatasi kesulitan pemasaran para anggotanya, terutama pada saat pandemi ini, dan juga memotivasi para anggotanya untuk tetap produktif dan kreatif sehingga tetap bisa bertahan meskipun pandemi. Kegiatan pengabdian ini dimaksudkan membantu Koperasi Lokapita dalam mengambil peran ini, yaitu membantu Koperasi Lokapita dalam memberikan ketrampilan dalam pemasaran online dan pembukuan usaha yang praktis bagi para anggotanya.

Target dari kegiatan pengabdian di Koperasi Lokapita ini mencakup target yang bersifat teknis dan non teknis. Target teknis mencakup meningkatnya kemampuan pengurus dan anggota Koperasi Lokapita dalam melakukan pemasaran online melalui

media sosial maupun *e-marketplace* dan melakukan pembukuan usaha sehingga mereka bisa mengetahui perkembangan usaha dan kemudian dapat membuat perencanaan untuk pengembangan usahanya. Sedangkan target non teknis adalah meningkatnya motivasi pengurus dan anggota Koperasi Lokapita untuk tetap kreatif dan produktif meskipun dalam masa pandemi.

III METODE

Metode yang diterapkan pada kegiatan pengabdian ini meliputi kegiatan secara langsung (*offline*) maupun secara daring (*online*) dalam bentuk pelatihan, seminar, penyuluhan, dan pendampingan. Tim pengabdian meminta bantuan pihak-pihak yang berkompeten dalam melakukan pelatihan dan seminar. Pelatihan dimaksudkan untuk mengembangkan kemampuan dan kesiapan peserta dalam melakukan pemasaran online dan pembukuan praktis (Widianto, et al., 2021). Seminar dimaksudkan untuk membahas sesuatu masalah (pemasaran online) di bawah pimpinan pihak yang berkompeten (Saptoyo, 2020). Penyuluhan ditujukan untuk merubah perilaku yang berkelanjutan demi meningkatkan produktivitas dan perbaikan kesejahteraan (Riadi, 2020). Sementara pendampingan difokuskan untuk menyertai dan menemani peserta dalam memecahkan masalah (Purwasasmita, n.a) dan mendorong

tumbuhnya inisiatif dalam proses pembuatan keputusan.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam tiga tahap. Tahap pertama adalah penguatan motivasi bagi pengurus dan anggota Koperasi Lokapita agar mereka tetap bersemangat dalam berkreasi dan produktif untuk mengembangkan usaha meskipun pandemi. Metode yang digunakan adalah penyuluhan secara *offline* oleh seorang psikolog.

Tahap kedua adalah pelatihan pemasaran online di media sosial dan *e-marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, dan lain-lain. Materi mencakup manfaat, jenis, dan cara pemasaran online. Selain pelatihan, metode pendampingan dilakukan oleh tim pengabdian kepada pengurus dan anggota Koperasi Lokapita dalam seluruh proses pelatihan dan implementasi pemasaran online yang berjalan, mulai dari *download* aplikasi, proses pemotretan produk, penyuntingan gambar, *upload* gambar produk, penulisan profil produk, pemostingan pada jejaring sosial, proses *targeting* pada jejaring sosial, proses respon pelanggan, proses transaksi elektronik, proses pembayaran dan proses pengiriman produk.

Tahap ketiga adalah pelatihan pembukuan praktis berbasis aplikasi sederhana. Pelatihan dalam pembukuan usaha maupun keuangan koperasi ini diharapkan dapat membantu pengurus dan anggota

koperasi dalam mencatat keuangan usaha. Aplikasi Buku Warung dipilih tim pengabdian karena dinilai praktis dan mudah, yaitu (1) ukuran aplikasi kecil, (2) bisa dipakai tanpa koneksi, (3) gratis pengingat lewat SMS, (4) mudah dipahami oleh pemula, (5) bisa membuat laporan usaha otomatis, (6) bisa dipakai banyak HP bersamaan, dan (7) sistem akuntansi sederhana. Pendampingan juga dilakukan dalam pelatihan pembukuan usaha menggunakan aplikasi Buku Warung.

Evaluasi terhadap pengurus dan anggota Koperasi Lokapita berkaitan dengan pelatihan dan pendampingan pemasaran online dan pembukuan usaha yang telah diikuti untuk mengetahui apakah hasil sudah sesuai dengan tujuan.

IV HASIL PEMBAHASAN

Pelatihan pemberian motivasi disampaikan oleh seorang dosen Fakultas Psikologi Unika Soegijapranata secara *offline* di rumah kepala Koperasi Lokapita pada hari Sabtu, 22 November 2020. Dalam pelatihan yang diikuti oleh 6 orang ini ditekankan pentingnya pengurus dan anggota Koperasi Lokapita untuk bisa menjadi penyulut semangat bagi keluarga dan masyarakat sekitar serta menjadi agen-agen pemberdayaan masyarakat di sekitarnya. Evaluasi hasil dari pelatihan dilakukan dengan *post-test*. Hasil test menunjukkan bahwa pelatihan mampu menggugah para

pengurus dan anggota Koperasi Lokapita untuk tidak menyerah dengan keadaan dan tidak berputus asa karena pandemic.



Gambar 2. Pemberian Motivasi kepada Pengurus dan Anggota Koperasi

Kegiatan pelatihan pemasaran online diawali dengan webinar dengan Zoom meeting untuk membekali pengurus dan anggota Koperasi Lokapita dengan pengetahuan tentang berbagai strategi pemasaran online. Webinar dilaksanakan tanggal 4 Desember 2020 dengan menghadirkan nara sumber praktisi pemasaran online. Webinar juga dibuka untuk umum (lihat poster kegiatan). Kegiatan lanjutan dari webinar ini adalah pelatihan pemasaran online yang mencakup aplikasi Whatsapp Bisnis dan Instagram Bisnis dan dilakukan secara *offline*. Pelatihan ini dimaksudkan untuk membuka potensi penjualan kerajinan sulampita ke pasar nasional melalui *e-commerce*. Kepada peserta diberikan modul pelatihan yang dikirim dengan menggunakan go-send. Kegiatan dilaksanakan tanggal 12 Juni 2021 dan diikuti oleh 6 orang.



Gambar 3. Webinar dan Pelatihan Pemasaran Online

Dalam mendukung implementasi pemasaran online, tim pengabdian membantu pengurus dan anggota koperasi dalam melakukan perubahan logo, pembuatan katalog, dan perbaikan kemasan karena hal-hal tersebut dapat membantu meningkatkan kualitas visual produk Koperasi Lokapita di media online sehingga membuat produk mudah ditemukan, lebih dikenal dan diingat oleh pelanggan. Desain logo Koperasi Lokapita yang baru dibuat berdasarkan ide dan perundingan yang matang dari anggota koperasi sendiri.



Gambar 4. Logo, Brosur, dan e-Katalog Koperasi Lokapita

Tim pengabdian dibantu oleh tim mahasiswa KKN Pandemika terus mendampingi pengurus dan anggota koperasi dalam mengelola akun di media sosial dan *e-marketplace* melalui konsultasi untuk memastikan mereka dapat beradaptasi dengan pemasaran online. Selama 1 bulan pendampingan, pengurus dan anggota Lokapita dinilai telah mampu mengelola operasional pemasaran online. Penjualan secara online sudah berjalan dan pesanan dari media sosial dan *e-marketplace* mulai meningkat, sehingga stok produk yang semula menumpuk telah terjual secara online.

Pelatihan pembukuan berbasis aplikasi Buku Warung dilaksanakan secara online oleh tim mahasiswa KKN Pandemika pada 5 Juni 2021. Pelatihan dilanjutkan dengan pendampingan untuk pengurus dan anggota koperasi untuk menerapkan pembukuan usaha dengan aplikasi. Pendampingan terpaksa dilakukan secara online terkait dengan kebijakan PPKM dalam rangka membatasi penyebaran covid-19.

Evaluasi hasil pengabdian dilakukan secara online pada tanggal 23 Juni 2021 melalui gmeet dengan peserta tim pengabdian, tim mahasiswa KKN Pandemika, pengurus dan anggota Koperasi Lokapita. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pengurus dan anggota koperasi

merasa termotivasi untuk tetap kreatif dan produktif meskipun masa pandemi dan merasa memiliki tanggung jawab untuk menjadi agen-agen pemberdayaan masyarakat di sekitarnya, pengetahuan dan kemampuan dalam pemasaran online dan pembukuan praktis berbasis aplikasi juga bertambah. Namun demikian, kegiatan pendampingan dinilai belum optimal karena pendampingan tatap muka secara langsung tidak bisa sepenuhnya dilakukan karena PPKM. Oleh karena itu, pengurus dan anggota koperasi menghendaki pendampingan bisa dilakukan pada kegiatan pengabdian berikutnya dalam membantu mereka mengembangkan produk.

V KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian mampu menumbuhkan motivasi pengurus dan anggota Koperasi Lokapita untuk tetap kreatif dan produktif di masa pandemi. Mereka sangat antusias mengikuti pelatihan dan pendampingan mengenai pemasaran online dan pembukuan praktis berbasis aplikasi serta dapat memahami pentingnya pembukuan usaha untuk mengetahui perkembangan usahanya.

Adanya pandemi covid-19 memberikan keterbatasan pada pelaksanaan kegiatan, sehingga pendampingan belum bisa dilakukan secara optimal karena interaksi langsung antara tim pengabdian dan mitra

tidak dapat dilakukan sepenuhnya. Namun demikian, mereka tetap menghendaki pendampingan lagi pada kegiatan selanjutnya untuk pengembangan produk.

Pengabdian ini perlu dilanjutkan lagi pada periode berikutnya mengingat pengurus dan anggota Koperasi Lokapita masih perlu belajar banyak hal untuk mengembangkan koperasi, seperti pengembangan produk, pengelolaan persediaan, pengelolaan keuangan, penentuan HPP, dan pengelolaan sumber daya manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Khristianto, W. (2008). Peluang dan Tantangan Industri Kreatif di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 33-37.
- Koperasi Lokapita. (2021, Agustus 10). *Sulam Pita "Lokapita" Aneka Produk Kerajinan Sulam Pita OVOP Semarang*. Retrieved from Koperasi Lokapita Semarang: <https://lokapitablog.wordpress.com/ten-tang/>
- Nastiti, P. T. (2014, Juni 26). One Village One Product: Dinkop UMKM Jawa Tengah Targetkan 35 Produk Unggulan Tiap Tahun. *Bisnis.com*.
- Purwasasmita, M. (n.a). *Strategi Pendampingan Dalam Peningkatan Kemandirian Belajar Masyarakat*. Retrieved from media.neliti.com: <https://media.neliti.com/media/publications/73058-ID-strategi-pendampingan-daum-peningkatan-k.pdf>
- Riadi, M. (2020, Januari 24). *Penyuluhan (Pengertian, Tujuan, Program, Metode dan Media*. Retrieved from KajianPustaka.com: <https://www.kajianpustaka.com/2020/01/penyuluhan-pengertian-tujuan-program.html>
- Saptoyo, R. D. (2020, Desember 29). *Seminar: Pengertian, Tujuan, Syarat, Ciri, Fungsi, dan Unsur*. Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/12/29/221027369/seminar-pengertian-tujuan-syarat-ciri-fungsi-dan-unsur?page=all>
- Suparwoko. (2015). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Industri Pariwisata*. Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Widianto, E., Rosena, A. W., Dilasari, A., Aulia, D. A., Wahyuningsih, S., Ashfahani, T. Z., & Andriarno, W. (2021, Mei). Pelatihan Pembuatan Merchandise untuk Meningkatkan Keterampilan dan Kreativitas Masyarakat di Kampong Heritage Kajoetangan Malang. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat Institut Teknologi dan Bisnis Asia*, 2(1), 25-34.
- Wijayanti, R., & Fathurrochman. (2016). Model Perkembangan Program One Village One Product (OVOP) dalam Upaya Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat melalui Pengembangan Tenun Troso di Kabupaten Jepara. <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/>.