

SOSIALISASI BAURAN PEMASARAN PADA KOPERASI KONSUMEN YAYASAN PUSAKA RAUDHATUL IRFAN DESA KUTAWARGI KEC. RAWAMERTA KAB. KARAWANG

Puji Isyanto ¹, Dini Yani ², Daeana Irawati ³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana
Perjuangan Karawang

puji.isyanto@ubpkarawang.ac.id ¹, diniyani@ubpkarawang.ac.id ²
mn18.daeanairawati@mhs.ubpkarawang.ac.id ³

Abstrak

Penyelenggaraan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengetahui bauran pemasaran yang tepat bagi koperasi konsumen Yayasan Pusaka Raudhatul Irfan dalam menjalankan usahanya sehingga dapat berkembang dan berjalan secara maksimal yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan Yayasan Pusaka Raudhatul Irfan khususnya serta masyarakat sekitar pada umumnya. Metode pengabdian kepada masyarakat yang digunakan adalah ceramah dan diskusi. Materi mencakup teori tentang bagaimana menemukan peluang bisnis/usaha dan bauran pemasaran yang tepat dalam upaya meningkatkan pengelolaan koperasi konsumen pada yayasan Pusaka Raudhatul Irfan dengan sebaik mungkin. Sosialisasi dan Pendampingan tentang pengelolaan bauran pemasaran dari produk yang dihasilkan oleh yayasan Pusaka Raudhatul Irfan agar mampu berkembang dan dapat diberdayakan melalui koperasi konsumen pada yayasan tersebut. Peserta diberikan pemahaman terkait pentingnya membaca peluang bisnis/usaha, pemberdayaan koperasi, dan perancangan strategi bisnis yang tepat dengan harapan agar usaha koperasi pada yayasan tersebut bisa berkembang dengan baik. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi yayasan Pusaka Raudhatul Irfan melalui peningkatan usaha koperasi konsumen dengan menerapkan bauran pemasaran yang tepat.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Koperasi.

Abstract

The organization of this community service activity aims to find out the right marketing mix for the Raudhatul Irfan Heritage Foundation consumer cooperative in running its business so that it can develop and run optimally which in the end is expected to improve the economy and welfare of the Raudhatul Irfan Heritage Foundation in particular and the surrounding community in general. The community service method used is lecture and discussion. The material includes theories on how to find business/business opportunities and the right marketing mix to improve the management of consumer cooperatives at the Pusaka Raudhatul Irfan foundation as well as possible. Socialization and Assistance on the management of the marketing mix

of products produced by the Raudhatul Irfan Heritage foundation so that they can develop and can be empowered through consumer cooperatives at the foundation. Participants were given an understanding regarding the importance of reading business/business opportunities, empowering cooperatives, and designing appropriate business strategies in the hope that cooperative businesses at the foundation can develop well. The results obtained from this activity are expected to contribute to the Pusaka Raudhatul Irfan foundation through increasing the consumer cooperative business by implementing the right marketing mix.

Keywords— *Marketing mix, Cooperative*

PENDAHULUAN

Pondok pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan non formal yang tersebar di Indonesia. Seiring dengan perkembangan zaman, pesantren dapat menyesuaikan diri dengan perubahan zaman, mengalami perubahan sesuai dengan pertumbuhan dan perkembangan zaman. Dalam perkembangannya pondok pesantren berfungsi sebagai pusat bimbingan dan pengajaran ilmu-ilmu agama Islam yang telah banyak melahirkan ulama, tokoh masyarakat dan mubaligh. Melihat fungsi yang dimilikinya sebenarnya pesantren dapat lebih berperan sebagai lembaga perantara yang diharapkan dapat menjadi dinamisator dan katalisator pemberdayaan sumber daya manusia, penggerak pembangunan disegala bidang, termasuk dibidang ekonomi (Amin Haidari/dkk; 2004) dalam (Rahmania & Sofyan, 2019).

Kegiatan usaha koperasi yang berkembang di Indonesia terdiri dari dua prinsip yaitu prinsip konvensional dan prinsip syariah. Koperasi konvensional adalah koperasi yang dalam menjalankan usahanya berdasar pada prinsip bunga, baik produk simpanan maupun pinjaman. Sedangkan koperasi syariah adalah koperasi yang dalam

menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah, etika dan sistem nilai Islam. Dalam operasionalnya, koperasi syariah menggunakan sistem bagi hasil dengan landasan hukum Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 16/Per/M.KUKM/IX/2015 dan fatwa halal dari MUI. Sejak koperasi dengan prinsip syariah disahkan pada tahun 2004 melalui Keputusan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). (Kurdi et al., 2018).



Sumber : Facebook Grup Pondok Pesantren Pusaka Raudhatul Irfan, 2020

Yayasan Pusaka Raudhatul Irfan merupakan sebuah yayasan yang menaungi pondok pesantren Raudhatul Irfan beralamat di Desa Kutawargi Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang. Pondok

Pesantren ini terbagi ke dalam dua bagian lokasi. Lokasi terdepan adalah pondok untuk santriwati dan lokasi belakang untuk santriwan. Dalam lingkungan pondok pesantren pendiri sekaligus pengelola pondok telah membuat konsep untuk membuka sebuah koperasi santri, dalam hal ini berarti santriwan dan santriwati sebagai konsumen koperasi. Perijinan dan SK Badan Hukum sudah dimiliki oleh Yayasan terkait untuk membuka koperasi di lingkungan pondok pesantren tersebut.

Banyaknya jumlah koperasi tentu akan mempengaruhi iklim persaingan yang terjadi. Persaingan dapat menjadi tantangan sekaligus ancaman bagi usaha koperasi itu sendiri (Arief, 2012). Persaingan yang ketat tersebut menuntut tiap koperasi untuk menerapkan strategi terbaik dalam menjalankan usahanya, termasuk pada koperasi syariah yang tumbuh dan berkembang setelah koperasi konvensional sudah lebih dulu berjalan dan telah tersebar di banyak tempat. Setiap jenis koperasi memiliki strategi pemasaran sendiri

dalam menarik anggota/ konsumen/ nasabah sebanyak-banyaknya, misalnya pengaturan besarnya bunga pada jasa simpan/ pinjam koperasi konvensional dan bermacam produk usaha tanpa bunga pada koperasi syariah. Strategi pemasaran merupakan rencana strategik dan taktikal dalam mencapai tujuan. Pelaksanaan strategi pemasaran yang baik diharapkan mampu mempengaruhi minat anggota atau calon nasabah membeli produk jasa keuangan yang ditawarkan oleh koperasi tersebut (Heryadi dan Widiati, 2017). (Kurdi et al., 2018)

Dalam strategi pemasaran diarahkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Untuk itu, Koperasi perlu mengembangkan bauran pemasaran jasa yang tepat. Menurut Fandy Tjiptono (2014:42), "Bauran pemasaran jasa yang terdiri dari *product* (produk), *pricing* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical Evidence* (bukti fisik), *process* (operasi jasa) dan *customer service* (layanan pelanggan). (Saragih, 2018).

METODE

a. Metode ceramah

Metode ceramah adalah metode pembelajaran berupa penyampaian paparan materi dari instruktur/trainer dan peserta sebagai pendengarnya.

b. Metode Pendampingan

Metode Pendampingan sangat penting bagi para peserta pendampingan, baik di saat menerima penjelasan materi ataupun saat sesi praktek. Metode ini memungkinkan peserta menggali pengetahuan sebanyak-banyaknya tentang hal-hal lain yang mungkin berhubungan dengan pendampingan tetapi tidak tersampaikan oleh tim dosen. Pertanyaan juga bisa diajukan dari tim dosen kepada para peserta sebagai bentuk evaluasi terhadap tingkat pemahaman peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian diharapkan memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi Koperasi Konsumen Yayasan Pusaka Raudhatul Irfan, berupa pemahaman dan mengertinya pengelolaan pondok pesantren dalam mengelola Koperasi Konsumen, membuat atau membentuk pengurus dan pengelola Koperasi.

Mampu bekerja secara produktif, inovatif dan kreatif untuk menjalankan Koperasi Konsumen pada Yayasan tersebut, sehingga pada akhirnya koperasi dapat berjalan dan memberikan keuntungan bagi semua anggota koperasi. Juga pada akhirnya akan memberikan kesejahteraan bagi seluruh pondok pesantren Yayasan Pusaka Raudhatul Irfan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan yaitu sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran adalah sebuah upaya perusahaan dalam mengambil kebijakan dan pedoman yang memiliki komitmen dan tindakan yang terintegrasi serta dirancang untuk membangun keunggulan dalam persaingan bisnis untuk memenuhi dan mencapai tujuan bisnis. Dengan adanya pelatihan bisnis, Koperasi Konsumen diharapkan mampu bekerja secara produktif, inovatif dan kreatif untuk menjalankan Koperasi Konsumen pada yayasan tersebut, sehingga pada akhirnya koperasi dapat berjalan dan memberikan keuntungan bagi semua anggota koperasi.
2. Dengan adanya sosialisasi cara pengelolaan Bauran pemasaran pada Koperasi Konsumen dapat meningkatkan pemahaman mengenai konsep pengelolaan koperasi secara unit bisnis.

Saran yang dapat diberikan untuk Koperasi Konsumen yaitu, Dari kegiatan pengabdian masyarakat ini disarankan Koperasi Konsumen Yayasan Pusaka Raudhatul Irfan agar lebih memahami pengelolaan koperasi secara detail dan pemanfaatan bauran pemasaran baik sumber daya manusia dan sumber daya yang lain sehingga dapat diimplementasikan dalam pengambilan keputusan di berbagai kegiatan koperasi. Sehingga setelah memahami maka yayasan dapat menjalankan koperasi konsumen dengan baik dan optimal.

Koperasi Yayasan Pusaka harus mau dan berusaha terus menerus mengembangkan unit usaha koperasinya dengan cara terus belajar secara teori maupun praktek langsung.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Ke-13. Alfabeta. Bandung.

Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ke-17. Pearson.

Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. (2016). *Marketing Management 15 Global edition*. New Pearson : Pearson Educatoin Limited.

Sumarwan, Ujang. (2018). *Perilaku Konsumen*. Universitas Terbuka. Banten.

Sunyoto, Danang. (2013). *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen)*. CAPS (Center of Academic Publishing Service). Yogyakarta.

Internet

Facebook Grup Pondok Pesantren Pusaka Roudhatul Irfan. <https://www.facebook.com/groups/939297062763710/permalink/3765045493522172/> (Jum'at, 18 Desember 2020) Koperasi Simpan Pinjam (<https://www.akseleran.co.id/>) Senin, 31 Mei 2021

Jurnal

(Rahmania & Sofyan, 2019)Kurdi, S., Fauzi, M., & Kholil, M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah di Kabupaten Kendal. *Jurnal Pendidikan Dan Bisnis Ekonomi*, 4(2), 26–40.

Rahmania, N., & Sofyan, A. T. (2019). *Jurnal Modal Sosial dan Ekonomi (Modali) Pembelian Unit Usaha Koperasi Al-Ikhlas Mart Pondok Pesantren Al-Ikhlas Taliwang Effect of Marketing Mix on Decisions Purchase of Al-Ikhlas Mart Cooperative Business Unit Al-Ikhlas Islamic Boarding School Taliwan*. 3, 13–24.

Rahmanto, Y. (2021). RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN KOPERASI MENGGUNAKAN METODE WEB ENGINEERING (Studi Kasus: Primkop Kartika Gatam). 2(1), 24–30.

Saragih, N. (2018). p-ISSN : 1412-0593 e-ISSN : 2685-7294 PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI SIMPAN PINJAM KARYA MURNI MEDAN. 19, 212–225.