

Pengayaan Manajemen Usaha Bagi Pengurus Dan Karyawan Koperasi Simpan Pinjam

Mochamad Syafi'i¹, Eko Wiji Budiarto

^{1,2}Universitas Gresik

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik,

*e-mail: mochamadisyafii@unigres.ac.id¹

Abstrak

Pengabdian pada masyarakat dilakukan dengan tujuan memberikan pengenalan manajemen usaha bagi pengurus dan karyawan koperasi di Gresik. Pengenalan manajemen usaha diharapkan mampu meningkatkan kompetensi pengurus dan karyawan terutama dalam menjalankan fungsi-fungsi manajemen usaha baik dari pemasaran, keuangan maupun sumber daya manusia. Metode kegiatan ini berupa pengenalan konsep manajemen usaha dan peranannya dalam membangun keunggulan bersaing. Pengurus dan karyawan diberi pemahaman tentang fungsi-fungsi manajemen usaha baik dari pemasaran, keuangan maupun sumber daya manusia dalam rangka meningkatkan kemampuan pengurus dan karyawan dalam manajemen koperasi. Kegiatan PPM dilaksanakan dengan metode tatap muka. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan dengan cara ceramah konsep-konsep fungsi-fungsi manajemen usaha dan aplikasinya dalam koperasi. Kegiatan PPM terlaksana dengan baik dan lancar. Peserta antusias mendiskusikan permasalahan manajemen yang dihadapi

Kata kunci: Koperasi; Manajemen Usaha

1. PENDAHULUAN

Dalam rangka memenuhi permintaan pengurus koperasi di Gresik untuk melakukan pengenalan dan pemahaman manajemen usaha dan fungsinya bagi pengurus dan karyawan koperasi di Gresik Tim Universitas Gresik berusaha untuk merealisasikan permintaan tersebut dengan mengajukan proposal kegiatan PPM yang didanai oleh Dana Hibah Pengmas Fakultas Ekonomi Universitas Gresik. Selain permintaan dari pengurus, PPM ini di dukung oleh daya saing koperasi yang masih rendah. Rendahnya daya saing menjadi penghalang bagi koperasi simpan pinjam untuk memelihara eksistensinya dan untuk berkembang menjadi salah satu kekuatan ekonomi besar di Indonesia (Njotoprayitno, 2011).

Keunggulan daya bersaing dapat dicapai dengan manajemen usaha yang tepat dengan sistem manajemen yang mampu menciptakan nilai tambah bagi organisasi. Pemahaman manajemen usaha penting bagi organisasi sebagai contoh bidang pemasaran, terjadinya resistensi internal dan salah pengertian/pemahaman dari konsep pemasaran dalam suatu organisasi akan mendorong upaya perubahan dalam organisasi pemasaran (Kotler & Armstrong, 2012). Srivastava *et al* (1999) menjelaskan bahwa pemasaran berperan tidak hanya sebagai pola pikir dalam organisasi tetapi juga dalam

bentuk tindakan sehingga memiliki kontribusi pada pasar dan kinerja keuangan. Dengan demikian pemasaran memiliki hubungan dengan tiga proses bisnis inti dan juga sebagai disiplin ilmu. Peran pemasaran yang berfokus pada pelanggan dalam organisasi menjadi bias dan gagal karena unit atau departemen lain dalam organisasi tidak lagi berfokus pada pelanggan yang disebabkan ketidaksamaan pemahaman konsep pemasaran. Beberapa masalah implementasi pemasaran disebabkan pemahaman yang rendah, jauh dari praktik dan sangat minim dalam implementasi pemasaran (Simkin, 1996) sehingga dibutuhkan kesamaan persepsi antar bidang/departemen. Ini hanya contoh kecil dari pentingnya pemahaman manajemen usaha dari sisi pemasaran.

Sebagai disiplin ilmu, manajemen memberikan kapabilitas sebagai pedoman dalam proses bisnis inti atau berdasarkan perspektif usaha dalam setiap proses bisnis inti. Perubahan lingkungan makro dan persaingan mempengaruhi proses bisnis inti, dan dalam menghadapi persaingan, manajemen membutuhkan fokus yang berorientasi pada pasar (*market oriented*), diferensiasi bidang usaha, jaringan usaha, dan skala ekonomi. Pemahaman manajemen usaha berperan dalam menghadapi perubahan makro dan persaingan dalam proses bisnis inti.

Berbagai pendekatan dan perspektif telah dikemukakan untuk menjelaskan keunggulan bersaing seperti *competitive force approach* (Porter, 1980) dan *related entry deterrence approach* (Ghemawat, 1990). Kedua pendekatan tersebut menekankan intensitas bersaing dalam industri dan segmen pasar yang menentukan laba. Berbagai pendekatan tersebut telah mejadi paradigma yang dominan dalam manajemen strategi. Pendekatan lain yang juga berkembang adalah *resources based theories* yang menunjukkan dua sumber keunggulan bersaing yaitu: a) aset yang merupakan berbagai sumber daya bisnis yang terakumulasi seperti ekuitas merek, lokasi, fasilitas, sistem dan b) kapabilitas yang merupakan perekat dan mengolah berbagai aset tersebut secara bersama-sama dan menjadikan aset (seperti sumber daya manusia) tersebut mampu memberikan daya saing. Efektivitas manajemen usaha berperan sebagai keunggulan bersaing dengan mengembangkan berbagai alat dan strategi untuk membantu organisasi mencapai posisi keunggulan bersaing. Pemahaman manajemen usaha sebagai disiplin pengetahuan memiliki peran essensial dalam ajang persaingan.

Berdasarkan uraian di atas, dipertimbangkan perlu dilakukan kegiatan melakukan pengenalan dan pemahaman konsep manajemen usaha dan fungsi-fungsi manajemen di Koperasi Gresik, yang karena keterbatasan waktu, dana, dan tenaga, difokuskan pada peningkatan pemahaman manajemen usaha dan fungsi-fungsi manajemen serta penerapannya dalam koperasi. Harapannya, setelah pemahaman, diharapkan mampu meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha yang berdampak pada peningkatan daya saing koperasi di Gresik.

2. METODE

Metode kegiatan ini berupa pengayaan manajemen usaha kepada karyawan beserta pengurus koperasi yang ada di Gresik. Karyawan diberi pemahaman untuk menerapkan konsep manajemen usaha dalam rangka meningkatkan daya saing koperasi. Berikut ini adalah tahapan pelatihan yang dilakukan:

1. Tahap Persiapan, Tahap persiapan yang dilakukan meliputi :

- a. Survey
- b. Pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran
- c. Penyusunan bahan/materi pelatihan, yang meliputi: makalah dan modul untuk kegiatan pelatihan

2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Tahap pelaksanaan pelatihan dilakukan persiapan. Dalam tahap ini dilakukan *pertama*, penjelasan tentang konsep manajemen usaha dan fungsinya, sesi pelatihan ini menitikberatkan pada pemberian penjelasan pemahaman manajemen yang tepat sesuai era globalisasi; *kedua*, sesi pemahaman yang menitikberatkan pada pemahaman konsep bidang pemasaran, keuangan dan SDM.

3. Metode Pelatihan

Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan, yaitu:

a. Metode Ceramah

Metode ceramah dipilih untuk memberikan penjelasan tentang konsep manajemen usaha dan fungsinya.

b. Metode Tanya Jawab

Metode tanya jawab penting bagi para peserta pengabdian, di saat menerima penjelasan tentang teori,

c. Metode Simulasi

Metode simulasi ini sangat penting diberikan kepada para peserta untuk memberikan kesempatan mensimulasi masalah terkait manajemen usaha.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PPM pengayaan manajemen usaha bagi pengurus dan karyawan Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Gresik, Jawa Timur dilaksanakan dengan metode tatap muka dan diskusi berjalan lancar dan baik. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan tanggal 29-30 April 2021. Pertemuan tatap muka diberikan dengan cara ceramah konsep-konsep dasar manajemen, manajemen risiko, dan kualitas layanan dan konsultasi pada hari ke dua. Kegiatan dilanjutkan dengan tanya jawab dari peserta dan tim pelaksana PPM. Pelaksanaan kegiatan dilakukan di gedung kuliah Ge1.

Pelaksanaan kegiatan PPM ini dilakukan oleh lima orang tim pengabdian dengan pokok bahasan yang disampaikan mengenai:

1. Pemahaman manajemen dan risiko
2. Pemahaman risiko dari perspektif analisis keuangan.
3. Pemahaman kualitas layanan
4. Kegiatan dilaksanakan secara bertahap dari pemaparan konsep-konsep yang dilanjutkan diskusi dari konsep yang diberikan. Peserta mengikuti kegiatan dengan antusias hal ini ditunjukkan dengan pertanyaan-pertanyaan dan tanggapan mengenai materi yang diberikan. Pertanyaan-pertanyaan berkaitan dengan materi dari pengabdian dan permasalahan yang dihadapi peserta saat berada di lapangan.
5. Secara umum pertanyaan peserta sebagai berikut:
6. Teknik dalam menghadapi calon anggota koperasi
7. Pengukuran dan identifikasi kepuasan anggota dan karyawan
8. Profesionalisme kerja dalam menghadapi anggota/pendekatan
9. Menghadapi anggota yang tidak konsisten dalam memenuhi tanggungjawab

Hasil kegiatan PPM pengayaan manajemen usaha bagi pengurus dan karyawan Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Pangestu Sleman meliputi beberapa komponen sebagai berikut ini:

1. Ketercapaian tujuan kegiatan PPM
2. Ketercapaian materi yang diberikan

3. Kemampuan peserta dalam penguasaan materi
4. Antusias peserta dalam melanjutkan pelatihan di lain hari

Ketercapaian tujuan kegiatan PPM sudah baik, hal ini dapat dilihat dari pemahaman peserta mengenai manajemen usaha terkait manajemen risiko dan layanan dan kemampuan peserta menerapkan risiko dan memberikan layanan dilihat hasil observasi selama kegiatan. Ketercapaian materi yang diberikan cukup baik dilihat dari hasil lembar evaluasi pembelajaran, sebagian besar peserta sudah menguasai materi dengan baik, hal ini juga didukung observasi dari pelaksana di akhir kegiatan. Kemampuan peserta dalam penguasaan materi sudah baik yang ditunjukkan kemampuan dari peserta dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh pelaksana dengan baik. Peserta juga mampu memberikan pertanyaan-pertanyaan kritis sesuai materi yang diberikan. Secara keseluruhan peserta puas dengan kegiatan PPM yang sudah dilaksanakan, peserta merasa terbantu dengan adanya kegiatan ini karena peserta membutuhkan kegiatan ini sebagai bagian kompetensi dalam pengelolaan usaha koperasi dan menghadapi calon anggota baru/lama.

Sebagian peserta antusias untuk mengikuti kegiatan dengan memberikan saran melanjutkan kegiatan di lain hari dengan waktu pelatihan yang lebih lama, serta kelanjutan pelatihan seperti memberikan manajemen pengelolaan sumber daya manusia serta teknik-teknik pemasaran jasa.

4. KESIMPULAN

Program pengayaan manajemen usaha bagi pengurus dan karyawan Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Gresik terlaksana dengan baik dan lancar sesuai rencana, dan sebagian besar peserta mampu menerima materi dengan baik. Peserta antusias dengan kegiatan yang ditunjukkan dengan keaktifan peserta dalam proses kegiatan..

DAFTAR PUSTAKA

- Ghemawat, P. (1990). *Commitment: the dynamic of strategy*. New York: Free Press
- Jones, Gareth R. dan Jennifer M George. (2010). *Contemporary Management*. New York: McGraw Hill.
- Koontz, Harold, Cyrril O'Donnel, dan Heinz Weihrich. (2004). *Management*. Singapore: McGraw Hill.
- Kotler, P & Amstrong, G. (2012). *Priciple of Marketing*. 14Edition, New Jersey : Prentice Hall International, Inc.
- Njotoprajitno, R., S. (2011). Peran Kepemimpinan, Kompetensi Sdm, Dan Pengelolaan Manajemen Dalam Peningkatan Daya Saing Koperasi Di Indonesia. *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers*. Vol 1 (1). ISBN: 978-979-9204-49-3
- Porter, M. (1980). *Competitive strategies*. New York:The Free Press
- Simkin,L. (1996), People and Process in Marketing Planning: The benefit of controlling implementation. *Journal of Marketing Management* 12 : 375- 390.

- Srivastava, R. K., T. A. Shervani, et al. (1999), Marketing Business Processes and Shareholder Value: An Organizationally Embedded View of Marketing Activities and the Discipline of Marketing. *Journal of Marketing* 63 (Special Issue): 168 - 179.
- Stoner, James A.F., Edward Freeman, dan Daniel R Gilbert. (1995). *Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Varey,R.,J. (1995), A Model of internal marketing for building and sustaining a competitive service advantage. *Journal of Marketing Management* 11: 41- 54.