

## Meningkatkan Daya Saing Koperasi Kasongan Usaha Bersama di Era Digital

Fitriana Dewi Sumaryana<sup>1</sup>, Siti Fadhillah<sup>2</sup>, Junaldi Lembang<sup>3</sup>, Siska Nurul Syifa<sup>4</sup>,  
Salsa AUFAR Tri Putri<sup>5</sup>, Imam Maulana Hakim<sup>6</sup>

Universitas Koperasi Indonesia

fitri\_dewi@ikopin.ac.id

### ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memanfaatkan teknologi informasi dalam penguatan kelembagaan pada Koperasi Kasongan Usaha Bersama melalui pembuatan *website* dan penggunaan media sosial sebagai media pemasaran. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan koperasi untuk meningkatkan efisiensi operasional, kualitas pelayanan, dan memperluas jangkauan pasar di era digital. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi pelatihan, pendampingan, dan implementasi teknologi informasi yang relevan dengan kebutuhan koperasi. Tahapan pelaksanaan dimulai dengan analisis kebutuhan dan perancangan *website* serta strategi media sosial. Pelatihan intensif diberikan kepada pengurus dan anggota koperasi mengenai penggunaan dan pengelolaan *website* serta *platform* media sosial. Pendampingan secara berkelanjutan juga dilakukan untuk memastikan teknologi yang diterapkan berjalan efektif dan optimal. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pembuatan *website* dan penggunaan media sosial di Koperasi Kasongan Usaha Bersama berhasil meningkatkan transparansi informasi, mempermudah akses anggota terhadap layanan koperasi, serta memperluas jangkauan pemasaran produk koperasi. *Website* yang dibuat memungkinkan koperasi untuk menyampaikan informasi dan laporan keuangan secara *real-time*. Selain itu, media sosial digunakan untuk berkomunikasi dengan anggota dan calon anggota, serta mempromosikan produk-produk koperasi secara lebih efektif. Namun, beberapa kendala dihadapi selama program ini, seperti keterbatasan sumber daya manusia yang terampil dalam pengelolaan teknologi informasi dan masalah teknis terkait infrastruktur jaringan. Oleh karena itu, diperlukan upaya berkelanjutan dalam pelatihan dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta investasi pada infrastruktur teknologi. Secara keseluruhan, pengabdian masyarakat ini berhasil menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi melalui pembuatan *website* dan media sosial dapat secara signifikan memperkuat kelembagaan koperasi dan meningkatkan kinerja serta daya saingnya. Rekomendasi diberikan kepada Koperasi Kasongan Usaha Bersama untuk terus mengembangkan dan mengoptimalkan teknologi informasi dalam operasionalnya.

**Kata Kunci:** Teknologi Informasi, Kelembagaan Koperasi, Pengabdian Masyarakat, Website, Media Sosial.

### ABSTRACT

*This community service project aims to utilize information technology to strengthen the institutional framework of Koperasi Kasongan Usaha Bersama through the creation of a website and the use of social media as marketing tools. This initiative is driven by the cooperative's need to enhance operational efficiency, service quality, and expand market reach in the digital era. The methods employed in this project include training, mentoring, and the implementation of relevant information technology tailored to the cooperative's needs. The implementation stages begin with needs analysis and the design of a website and social media strategy. Intensive training is provided to the cooperative's management and members on the use and management of the website and social media platforms. Continuous mentoring is also conducted to ensure the effective and optimal use of the implemented technology. The results of this project indicate that the creation of a website and the use of social media at Koperasi Kasongan Usaha Bersama successfully increased information transparency, facilitated member access to cooperative services, and expanded the marketing reach*

*of cooperative products. The website allows the cooperative to disseminate information and financial reports in real-time. Additionally, social media is used to communicate with members and potential members, as well as to promote cooperative products more effectively. However, several challenges were encountered during the program, such as limited human resources skilled in information technology management and technical issues related to network infrastructure. Therefore, continuous efforts are needed in training and capacity building for human resources, as well as investment in technological infrastructure. Overall, this community service project demonstrates that the utilization of information technology through the creation of a website and social media can significantly strengthen the institutional framework of the cooperative and improve its performance and competitiveness. Recommendations are provided to Koperasi Kasongan Usaha Bersama to continue developing and optimizing information technology in its operations.*

**Keywords:** *Information Technology, Cooperative Institution, Community Service, Website, Social Media.*

## I. PENDAHULUAN

Kegiatan praktik lapang di koperasi merupakan salah satu kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilakukan oleh Dosen dan Mahasiswa IKOPIN. Tujuannya adalah agar mahasiswa mendapatkan pengalaman praktik berkoperasi secara langsung, sehingga pembelajaran menjadi lebih efisien, tidak hanya terbatas di dalam kelas tetapi juga melalui pengalaman lapangan.

Pengabdian masyarakat oleh dosen pembimbing bersama kelompok mahasiswa di koperasi bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata IKOPIN dalam memajukan koperasi melalui pembinaan langsung di lapangan. Dengan cara ini, diharapkan pembinaan koperasi menjadi lebih efektif karena materi yang disampaikan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi nyata di lapangan.

Kasongan Usaha Bersama yang telah memiliki Badan Hukum dengan akta Pendirian No. 077/BH/XV.1/II/2009 sebagai Koperasi Produsen pada Tanggal 02/02/2009. Koperasi Kasongan Usaha Bersama (KUB) beranggotakan 35 orang dengan mayoritas anggotanya adalah pengrajin gerabah dan keramik. Koperasi Kasongan Usaha Bersama merupakan salah satu koperasi yang berada di wilayah Desa Wisata Kasongan, Pedukuhan Kajen, Desa Bangunjiwo, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, Provinsi D.I Yogyakarta. Terdapat beberapa unit usaha yang dimiliki KUB yaitu unit usaha *CSF-Craft*, unit usaha simpan pinjam (GEMI), unit usaha kayu bakar, unit usaha penggilingan tanah liat dan unit usaha pembiayaan barang (Mindring).

Unit Usaha *CSF-Craft* terdiri dari tiga unit usaha utama. Pertama, Unit Usaha *CSF-Craft*, yang fokus pada pemasaran produk kerajinan seperti bambu, gerabah, dan penyediaan layanan wisata desa (*village tour*). Kedua, Mitra Unit Simpan Pinjam yang merupakan unit jasa keuangan dalam bentuk simpan pinjam, dikelola melalui kerjasama dengan Koperasi GEMI sebagai pengelola dana. Ketiga, OVOP yang bergerak di bidang penggilingan tanah liat, penjualan gas, pembiayaan barang, dan penjualan kayu bakar.

Dalam era digital yang terus berkembang, teknologi informasi telah menjadi komponen vital dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional berbagai organisasi, termasuk koperasi. Koperasi Kasongan Usaha Bersama, sebagai salah satu entitas ekonomi lokal di Yogyakarta, menghadapi tantangan dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk mempertahankan keberlanjutan dan meningkatkan kinerja kelembagaan. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, banyak koperasi di Indonesia masih mengalami kendala dalam pengelolaan manajemen dan pemasaran akibat keterbatasan pemanfaatan teknologi informasi.

Tujuan umum praktik lapang ini adalah untuk memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan Koperasi Kasongan Usaha Bersama melalui kegiatan pengabdian masyarakat. Tim melakukan identifikasi mendalam terhadap permasalahan yang dihadapi koperasi, khususnya dalam hal digitalisasi pemasaran. Tujuan khusus praktik lapang ini meliputi analisis kondisi *existing* koperasi, identifikasi kendala digitalisasi, perancangan solusi digital yang tepat, pelaksanaan pelatihan bagi

anggota koperasi, dan evaluasi implementasi solusi. Melalui kegiatan ini, diharapkan koperasi dapat meningkatkan penjualan produk, memperluas jangkauan pasar, dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan anggota.

Praktik lapang ini tidak hanya bermanfaat bagi koperasi, tetapi juga bagi mahasiswa yang terlibat. Mahasiswa mendapatkan pengalaman langsung dalam menerapkan ilmu yang telah dipelajari, mengembangkan kemampuan analisis dan pemecahan masalah, serta meningkatkan kesadaran sosial. Secara keseluruhan, praktik lapang ini diharapkan dapat menjadi jembatan antara teori dan praktik, serta memberikan kontribusi positif bagi masyarakat.

## II. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini mengadopsi metode pendampingan koperasi melalui praktik lapang mahasiswa. Mahasiswa ditempatkan di koperasi sebagai mitra kerja untuk membantu menyelesaikan berbagai permasalahan yang dihadapi. Kegiatan yang dilakukan meliputi:

1. Analisis kebutuhan koperasi: Melakukan identifikasi terhadap kebutuhan koperasi, baik itu terkait dengan manajemen keuangan, pemasaran, atau pengembangan produk.
2. Perancangan program: Bersama-sama dengan pengurus koperasi, merancang program kerja yang sesuai dengan kebutuhan dan potensi koperasi.
3. Pelaksanaan program: Melaksanakan program yang telah dirancang, seperti pelatihan, pengembangan produk, atau pembuatan laporan keuangan.
4. Evaluasi: Melakukan evaluasi terhadap program yang telah dilaksanakan untuk mengukur keberhasilan dan dampaknya terhadap koperasi.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Koperasi Kasongan Usaha Bersama, seperti banyak koperasi lainnya, menghadapi tantangan dalam memperkuat posisinya di pasar. Salah satu masalah utama adalah kurangnya kesadaran akan pentingnya membangun citra merek yang kuat. Banyak anggota koperasi belum memahami bahwa merek yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk. Selain itu, koperasi juga belum memanfaatkan potensi digitalisasi untuk memasarkan produknya. Keterbatasan akses teknologi dan kurangnya pengetahuan mengenai strategi pemasaran digital menjadi kendala utama.

Membangun citra merek yang kuat adalah investasi jangka panjang bagi koperasi. Dengan membentuk tim branding, mengembangkan identitas visual yang menarik, dan melakukan kampanye branding secara berkelanjutan, koperasi tidak hanya akan meningkatkan kesadaran masyarakat, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas yang kuat. Hal ini akan berdampak positif pada pertumbuhan koperasi dan kontribusinya terhadap masyarakat.

Di sisi lain, koperasi juga perlu meningkatkan literasi digital anggota, membangun website, dan memanfaatkan media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan menggabungkan upaya membangun citra merek yang kuat dan pemanfaatan teknologi digital, Koperasi Kasongan Usaha Bersama dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usahanya.

Digitalisasi koperasi adalah proses integrasi teknologi digital ke dalam berbagai aspek operasional koperasi, mulai dari manajemen data, pemasaran produk, hingga pelayanan anggota. Tujuan utama dari digitalisasi koperasi adalah untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan daya saing koperasi dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat.

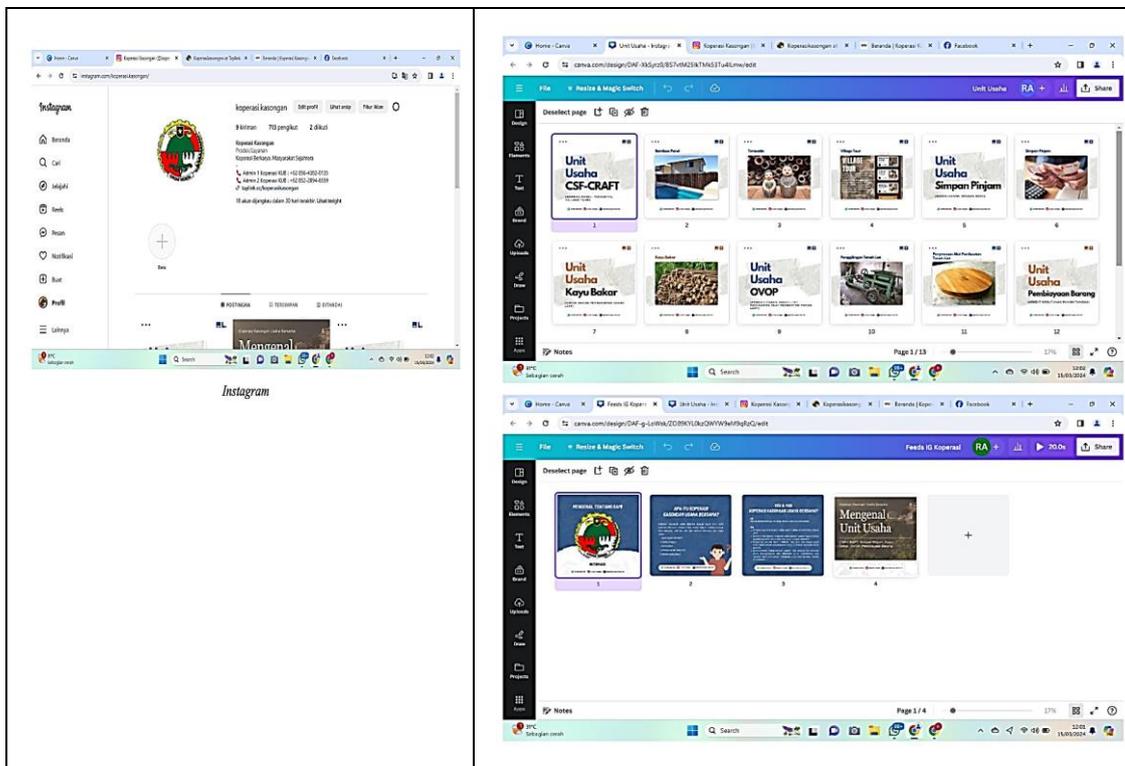


Gambar 1.  
 Tim Praktick Lapang

**Kegiatan yang Dilakukan**

1. Membuat akun Instagram

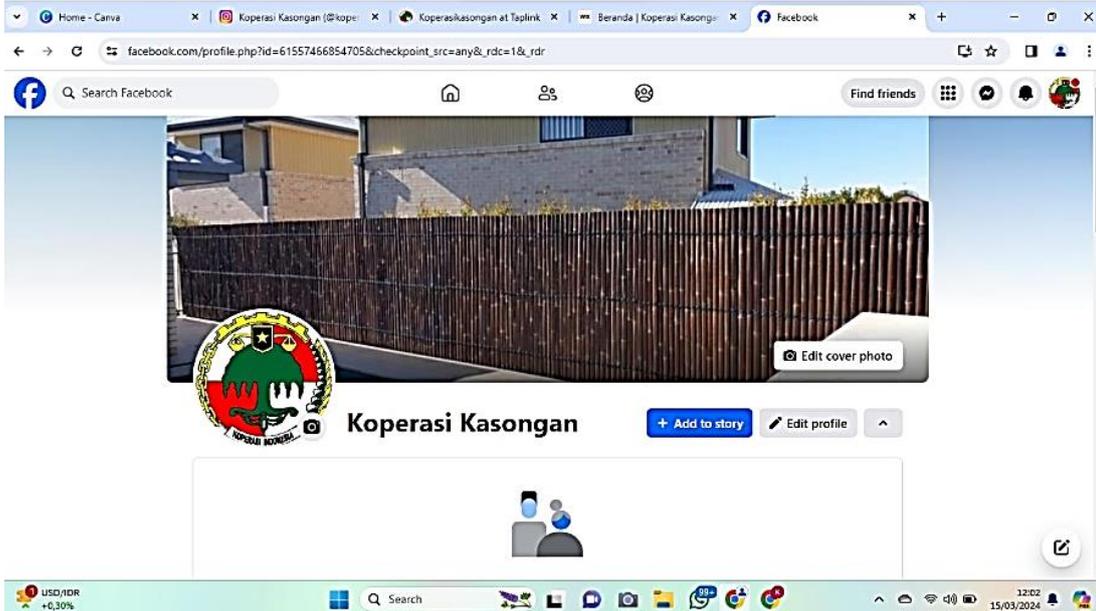
Konten Instagram bertujuan untuk membangun citra merek yang muda dan dinamis, menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda, dan meningkatkan *engagement* melalui konten visual yang menarik.



Gambar 2  
 Akun dan Konten Instagram Koperasi Kasongan Usaha Bersama

## 2. Membuat akun Facebook

Membuat akun *facebook* bagi koperasi bertujuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama orang dewasa, membangun komunitas *online*, dan memberikan informasi yang lebih detail mengenai produk dan layanan koperasi.



**Gambar 4**

Pembuatan Akun Facebook Koperasi Kasongan Usaha Bersama

## 3. Membuat Situs Web

Melalui situs web, informasi yang mendalam dan lebih terperinci dapat disajikan kepada pengunjung. Sehingga menjadi pusat informasi utama tentang koperasi, menampilkan produk dan layanan secara detail.



**Gambar 4**

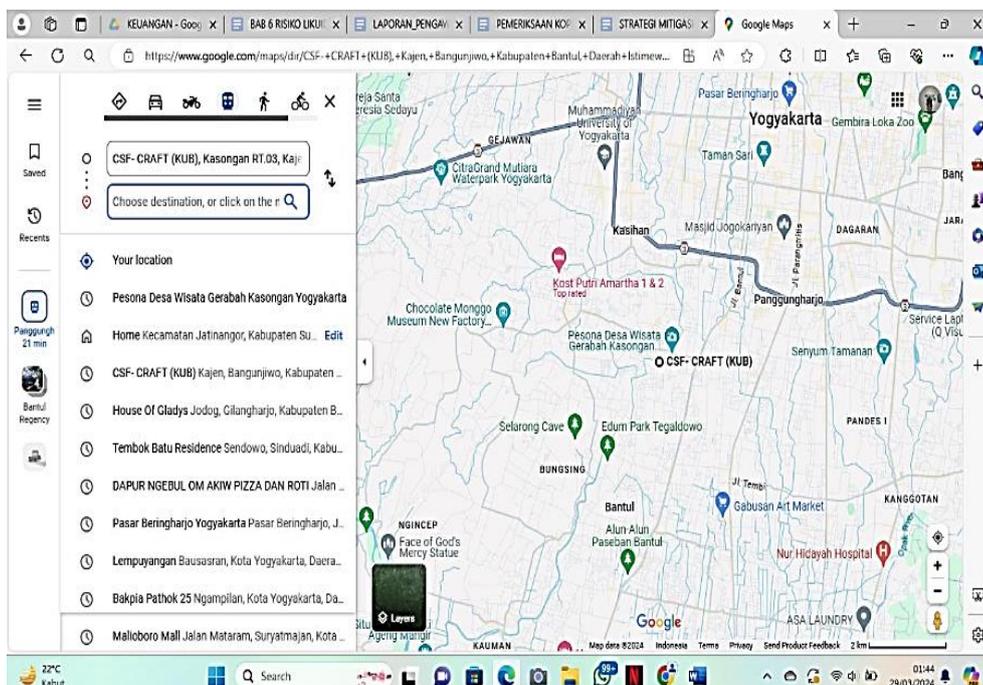
Pembuatan Website Koperasi Kasongan Usaha Bersama



**Gambar 5**  
Pembuatan *Linktree* Koperasi Kasongan Usaha Bersama

#### 4. Membuat Profil *Google Maps*

Memiliki profil *Google Maps* yang lengkap dan aktif, koperasi dapat meningkatkan visibilitas, kredibilitas, dan daya tarik bagi pelanggan potensial. Ini adalah langkah penting dalam era digital saat ini di mana banyak orang mengandalkan internet untuk mencari informasi dan produk.



**Gambar 7**  
Pembuatan Profil *Google Maps* Koperasi Kasongan Usaha Bersama

Dengan mengintegrasikan ketiga *platform* ini secara efektif akan dapat menciptakan kesinambungan dalam upaya pemasaran dan komunikasi, memperkuat citra merek, dan membangun hubungan yang berkelanjutan dengan para pengikut dan pelanggan.

Selama pelaksanaan praktik lapang di Koperasi Kasongan Usaha Bersama, ditemukan sejumlah kendala yang menghambat perkembangan koperasi. Pertama, rendahnya kesadaran anggota dalam menjalankan kegiatan operasional koperasi menunjukkan kurangnya partisipasi aktif anggota dalam mengelola usaha bersama. Kedua, adanya hambatan komunikasi akibat keterbatasan bahasa menjadi penghalang dalam interaksi antara mahasiswa, pengurus, dan anggota. Ketiga, terdapat sikap tertutup dari pengurus terhadap gagasan baru yang diajukan mahasiswa, terutama terkait upaya penambahan anggota. Keempat, rendahnya kepercayaan anggota terhadap pengurus dalam mengelola koperasi juga menjadi masalah. Terakhir, prioritas pengembangan usaha yang tidak tepat, dengan adanya unit usaha yang tidak berkembang namun tetap berencana menambah unit usaha baru, menunjukkan kurangnya evaluasi yang komprehensif terhadap kinerja koperasi.

#### IV. SIMPULAN DAN SARAN

##### Simpulan

Berdasarkan hasil kegiatan praktik lapangan yang dilakukan secara langsung di Koperasi Kasongan Usaha Bersama, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Meskipun telah memenuhi konsep bauran pemasaran, terutama dalam hal produk, harga, dan distribusi, namun masih terdapat kekurangan pada aspek promosi. Promosi merupakan elemen penting dalam menjangkau pasar dan meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Kekurangan dalam promosi dapat menghambat pencapaian tujuan pemasaran secara maksimal. Oleh karena itu, pengembangan strategi promosi, terutama melalui *digital marketing*, merupakan langkah yang tepat untuk meningkatkan eksistensi dan daya saing Koperasi KUB di pasar yang semakin kompetitif.
2. Dengan mengembangkan digital marketing, Koperasi KUB dapat memanfaatkan berbagai *platform online* untuk mencapai target pasar dengan lebih efektif, mengoptimalkan komunikasi dengan konsumen potensial. Dengan pendekatan ini, Koperasi KUB dapat menjangkau pasar yang lebih luas, menciptakan keterlibatan konsumen yang lebih dalam, serta meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, Koperasi KUB dapat mengatasi tantangan promosi yang dihadapi dan memperkuat posisinya di pasar, memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang bagi semua unit usahanya.

##### Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan praktik lapang di Koperasi Kasongan Usaha Bersama, beberapa rekomendasi yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Koperasi Kasongan Usaha Bersama harus melakukan pendidikan anggota koperasi dalam bidang penerapan implementasi jati diri juga digitalisasi agar koperasi bisa mengimplementasikan jati diri dengan semestinya dan diharapkan bisa menerapkan digitalisasi dalam segala kegiatan.

2. Kurangnya sumber daya manusia pada Koperasi Kasongan Usaha Bersama mengharuskan koperasi untuk menambah sumber daya manusia agar kegiatan perkoperasian menjadi lebih efektif dan berjalan sebagaimana mestinya.
3. Koperasi Kasongan Usaha Bersama harus memaksimalkan komunikasi antar pengurus, pengawas, anggota maupun konsumen.

## BIBLIOGRAFI

- Amstrong, K. dan. 2013. Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4), 1–9.
- Ariffin, R. 2013. *Koperasi Sebagai Perusahaan*. IKOPIN PRESS.
- Harto, B., Sumarni, T., Dwijayanti, A., Komalasari, R., & Widyawati, S. 2022. Transformasi Bisnis UMKM Sanfresh Melalui Digitalisasi Bisnis Pasca Covid 19. *Ikra-Ith Abdimas*, 6(2), 9–15. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v6i2.2399>
- Mukadimmah. 2022. Pendirian Koperasi Produsen Sunaring Rejeki Kaesti Salak Pondoh dan Bunga Telang
- Republik Indonesia. 1992. Undang-Undang RI No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Indonesia. *Peraturan Bpk*, 25, 1–57. <https://www.peraturan.bpk.go.id>
- Sundana, I. M. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. 8, 62–71.
- Suryani, N. K., Riswandi, P., Hasbi, I., Rochmi, A., Kaitupan, D. J. I., Hasan, M., Setiorini, H., Sudirman, A., Muftiasa, A., Yanti, N. N. S. A., Yuniarti, R., Loppies, Y., & Arta, I. P. S. 2021. Manajemen Dan Bisnis. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 4, Issue March).
- Syafrina, N. 2019. MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA Eri Susan 1. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 9(2), 952–962.