

TRANSFORMASI LAYANAN KOPERASI MELALUI INOVASI DIGITAL: PROMOSI SIMPANAN MEGA, MONITORING SETORAN DAN EDUKASI PENGGUNAAN APLIKASI *M-PISE* PADA KOPERASI KONSUMEN AGUNG MANDIRI

Ni Luh Gede Mahayu Dicriyani^{1,*}, Ni Kadek Elsa Arini²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

email : mahayu_dicri@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Koperasi Konsumen Agung Mandiri, dengan tujuan mendukung transformasi layanan koperasi melalui inovasi digital. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah promosi produk Simpanan Mega yang belum optimal, rendahnya literasi digital anggota dalam penggunaan aplikasi *m-Pise*, ketiadaan evaluasi kepuasan layanan, serta belum adanya sistem monitoring setoran harian yang terstruktur. Untuk menjawab permasalahan tersebut, tim pengabdian melaksanakan empat program utama, yaitu pembuatan brosur digital dan promosi Simpanan Mega, pembuatan video tutorial serta edukasi langsung terkait aplikasi *m-Pise*, penyebaran kuesioner survei kepuasan anggota, dan pembuatan template rekap data setoran harian yang dilengkapi dengan pelatihan kepada staf marketing. Selain itu, disusun pula program tambahan berupa pembuatan konten promosi digital di media sosial, penyusunan buku panduan aplikasi *m-Pise*, serta pendampingan administrasi digital bagi staf koperasi. Hasil kegiatan menunjukkan seluruh program terealisasi 100% sesuai target. Promosi digital mampu memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan minat anggota, edukasi *m-Pise* meningkatkan literasi digital, survei kepuasan menghasilkan data evaluasi layanan, serta template monitoring membantu staf marketing bekerja lebih efisien. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil memperkuat tata kelola koperasi, meningkatkan partisipasi anggota, serta mendukung koperasi menjadi lebih adaptif dan berdaya saing di era digital.

Kata kunci: Koperasi, Digital, Literasi, Promosi, Monitoring

ANALISIS SITUASI

Koperasi Konsumen Agung Mandiri berlokasi di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali, sebuah wilayah dengan aktivitas ekonomi yang didominasi oleh perdagangan, kerajinan, dan pariwisata. Sebagai lembaga keuangan berbasis anggota, koperasi ini memiliki peran strategis dalam menyediakan layanan simpanan dan pinjaman yang menjadi penopang kebutuhan finansial masyarakat lokal. Produk unggulan yang ditawarkan adalah Simpanan Mega, yang tidak hanya ditujukan untuk menumbuhkan budaya menabung, tetapi juga memperkuat daya saing koperasi di tengah persaingan lembaga keuangan modern.

Perkembangan teknologi informasi menuntut koperasi untuk menghadirkan layanan yang cepat, transparan, dan adaptif terhadap digitalisasi. Koperasi Konsumen Agung Mandiri telah mengimplementasikan aplikasi *m-Pise* sebagai platform layanan

digital, namun pemanfaatannya belum optimal. Hal ini disebabkan oleh strategi promosi yang masih bersifat konvensional, rendahnya literasi digital anggota yang berdampak pada minimnya penggunaan aplikasi, serta ketiadaan sistem evaluasi kepuasan layanan yang terstruktur. Dari sisi internal, kapasitas staf marketing dalam administrasi digital juga masih perlu ditingkatkan, khususnya terkait monitoring setoran harian.

Kondisi tersebut mencerminkan adanya kesenjangan antara potensi koperasi dengan kemampuan sumber daya yang tersedia. Padahal, masyarakat Sukawati memiliki dinamika ekonomi yang tinggi dan karakter produktif, sehingga koperasi memiliki peluang besar untuk berkembang. Dengan demikian, diperlukan intervensi melalui program pengabdian berbasis inovasi digital yang mampu memperkuat tata kelola kelembagaan, meningkatkan literasi digital anggota, serta menjadikan koperasi lebih adaptif, efisien, dan berdaya saing di era digital.

PERUMUSAN MASALAH

Dalam upaya transformasi layanan digital, Koperasi Konsumen Agung Mandiri menghadapi beberapa persoalan yang cukup signifikan, yaitu:

1. Promosi produk unggulan Simpanan Mega belum optimal karena strategi yang digunakan masih bersifat konvensional.
2. Rendahnya literasi digital kepada anggota menyebabkan pemanfaatan aplikasi *m-Pise* belum maksimal.
3. Koperasi belum memiliki sistem evaluasi kepuasan layanan yang terstruktur.
4. Staf marketing belum dilengkapi dengan sistem monitoring setoran harian yang sistematis.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Untuk menjawab permasalahan tersebut, dirancang sejumlah solusi yang aplikatif dan berorientasi pada kebutuhan koperasi.

1. Pembuatan brosur digital disertai promosi langsung maupun melalui media sosial untuk memperluas jangkauan informasi produk Simpanan Mega.
2. Pembuatan video tutorial dan edukasi langsung kepada anggota untuk meningkatkan pemahaman penggunaan aplikasi *m-Pise*.
3. Penyusunan dan penyebaran kuesioner survei kepuasan anggota sebagai bahan evaluasi layanan digital.
4. Pembuatan template rekap setoran harian yang dilengkapi pelatihan staf marketing sebagai instrumen monitoring capaian setoran harian.

Selain itu, program tambahan berupa penyusunan buku panduan aplikasi *m-Pise*, pembuatan konten promosi digital, dan pendampingan administrasi turut memperkuat inovasi koperasi menuju tata kelola yang modern, adaptif, dan efisien.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan pendekatan partisipatif melalui

keterlibatan pengurus, staf, dan anggota koperasi.

1. Pelatihan interaktif difokuskan pada praktik langsung, misalnya penggunaan aplikasi *m-Pise* dan penerapan template rekap setoran harian.
2. Pendampingan berkelanjutan diberikan agar anggota maupun staf mampu mengoperasikan sistem digital secara mandiri.
3. Pemberdayaan media digital dilakukan dengan menyusun panduan tutorial *m-Pise* dalam bentuk file PDF, membuat video tutorial, serta mempublikasikan konten promosi di media sosial.
4. Evaluasi partisipatif dilakukan melalui survei kepuasan anggota yang hasilnya digunakan untuk penyempurnaan layanan koperasi.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Koperasi Konsumen Agung Mandiri dilaksanakan untuk menjawab tantangan transformasi layanan digital. Program yang dirancang berfokus pada peningkatan promosi produk, literasi digital anggota, evaluasi kepuasan layanan, serta penguatan kapasitas staf marketing. Seluruh rangkaian kegiatan telah terlaksana dengan baik dan menghasilkan beberapa capaian penting sebagai berikut.

NOMINAL	1 TAHUN	2 TAHUN	3 TAHUN
100.000	1.227.885	2.518.592	3.875.331
200.000	2.455.770	5.037.181	7.750.665
300.000	3.683.656	7.555.776	11.626.000
400.000	4.911.542	10.074.368	15.501.334
500.000	6.139.428	12.592.960	19.376.667
600.000	7.367.313	15.111.553	23.252.002
700.000	8.595.199	17.630.145	27.127.337
800.000	9.823.084	20.148.736	31.002.668
900.000	11.050.970	22.667.330	34.878.005
1.000.000	12.278.857	25.185.923	38.753.336

Syarat dan ketentuan

- Usia Minimal 17 Tahun
- Fotokopi KTP
- Setoran Sesuai Nominal yang Dipilih
- Penarikan Sebelum Jatuh Tempo Kembali Pokok

Kantor Batuan : Jl. Raya Negara Batuan Sukawati
Kantor Sukawati : Jl. Pantai Purnama BR Palak Sukawati
Kantor Tagelalang : Jl. Raya Tagelalang BR Triwangsa Tagelalang

Gambar 1. Desain brosur digital Simpanan Mega sebagai media promosi koperasi

1. Promosi produk Simpanan Mega

Promosi produk Simpanan Mega dilakukan melalui pembuatan brosur digital dan penyebaran informasi melalui media sosial, yang dilengkapi dengan sosialisasi langsung kepada masyarakat sekitar. Strategi ini terbukti lebih efektif dibandingkan cara lama yang hanya mengandalkan brosur cetak, karena informasi disajikan dengan desain digital yang lebih menarik, mudah diakses kapan saja, serta memberikan kesan modern dan informatif. Dampak yang terlihat adalah meningkatnya interaksi calon anggota dengan staf koperasi dan bertambahnya minat anggota dalam mengetahui manfaat produk. Hasil ini

menunjukkan bahwa digitalisasi promosi mampu meningkatkan visibilitas produk koperasi di tengah persaingan lembaga keuangan modern.

2. Edukasi dan pendampingan terhadap pemasangan dan penggunaan aplikasi *m-Pise*

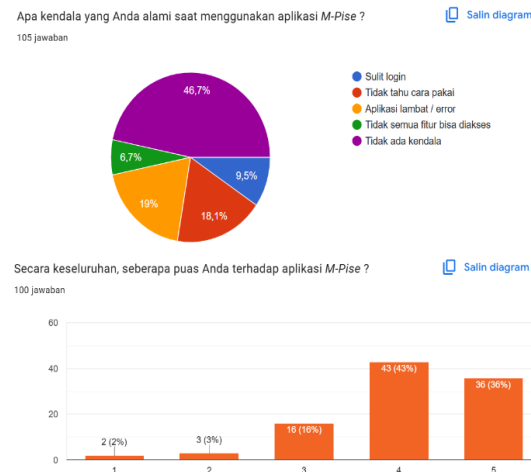
Edukasi terkait aplikasi *m-Pise* dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu pembuatan video tutorial dan pelatihan langsung kepada anggota. Metode ini memberikan pemahaman praktis mengenai cara instalasi, login, serta pemanfaatan fitur utama aplikasi. Sebelum kegiatan, banyak anggota yang mengalami kendala teknis sehingga aplikasi belum digunakan secara optimal. Setelah edukasi, jumlah anggota yang menggunakan *m-Pise* meningkat, dan mereka mulai terbiasa melakukan transaksi maupun memantau simpanan melalui aplikasi. Hal ini membuktikan bahwa literasi digital anggota dapat ditingkatkan dengan pendekatan edukasi yang sederhana, praktis, dan partisipatif.



Gambar 2. Edukasi kepada anggota koperasi terkait instalasi dan penggunaan aplikasi *m-Pise*

3. Survei kepuasan anggota terhadap layanan *m-Pise*

Untuk mengetahui tingkat kepuasan dan kendala penggunaan aplikasi *m-Pise*, dilakukan penyebaran kuesioner kepada anggota koperasi. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar anggota merasa terbantu dengan hadirnya aplikasi ini, terutama dalam memantau simpanan dan melakukan transaksi secara lebih praktis. Namun, masih terdapat masukan terkait kebutuhan peningkatan kecepatan akses dan pengembangan fitur tambahan agar aplikasi semakin mudah digunakan. Temuan ini menjadi dasar penting bagi pengurus koperasi dalam melakukan evaluasi berkala serta menyusun strategi pengembangan layanan digital yang lebih sesuai dengan kebutuhan anggota.



Gambar 3. Hasil kuesioner survei kepuasan dan penggunaan aplikasi *m-Pise*.

4. Pelatihan dan Monitoring Staf Marketing

Kegiatan berikutnya adalah pelatihan penggunaan template rekap setoran harian yang ditujukan bagi staf marketing. Sebelumnya, pencatatan hanya dilakukan oleh bagian operasional dan belum melibatkan staf marketing, sehingga data promosi dan capaian Simpanan Mega tidak terdokumentasi secara optimal. Melalui pelatihan ini, staf marketing dibekali dengan kemampuan menggunakan template digital untuk mencatat setoran harian secara sistematis, rapi, dan mudah direkap setiap hari. Dampaknya, staf marketing kini dapat berperan aktif dalam proses monitoring capaian produk, sehingga evaluasi promosi menjadi lebih efisien dan berbasis data. Selain meningkatkan keterampilan staf, kegiatan ini juga memperkuat tata kelola administrasi koperasi.



Gambar 4. Pelatihan staf marketing dalam monitoring setoran harian Simpanan Mega

5. Program Tambahan

Selain program utama, kegiatan pengabdian juga menghasilkan beberapa program pendukung, seperti penyusunan buku panduan aplikasi *m-Pise* dalam

bentuk PDF, pembuatan konten promosi digital untuk media sosial, serta pendampingan administrasi koperasi. Program tambahan ini berfungsi sebagai instrumen penguatan inovasi digital dan diharapkan dapat digunakan secara berkelanjutan oleh koperasi meskipun kegiatan pengabdian telah berakhir.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa penerapan inovasi digital tidak hanya membantu koperasi dalam meningkatkan efektivitas layanan, tetapi juga memperluas jangkauan promosi, meningkatkan literasi digital anggota, serta memperkuat kapasitas staf dalam pengelolaan data. Temuan ini mengindikasikan bahwa koperasi memiliki potensi besar untuk beradaptasi dengan era digital, asalkan didukung dengan strategi promosi modern, edukasi anggota, dan sistem administrasi yang tertata.

SIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat di Koperasi Konsumen Agung Mandiri telah mencapai target dengan capaian 100% pada seluruh program kerja utama maupun tambahan. Kegiatan ini memberikan dampak positif berupa meningkatnya jangkauan promosi produk Simpanan Mega, bertambahnya literasi digital anggota melalui penggunaan aplikasi *m-Pise*, tersedianya data evaluasi kepuasan anggota, serta meningkatnya efisiensi monitoring setoran harian melalui template rekap data. Dengan demikian, program ini berhasil mendukung koperasi dalam bertransformasi menuju tata kelola yang lebih modern, adaptif, dan berdaya saing.

Untuk memaksimalkan keberlanjutan hasil yang dicapai, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan. Pertama, koperasi perlu melakukan pelatihan literasi digital secara rutin agar seluruh anggota terbiasa memanfaatkan layanan berbasis teknologi. Kedua, promosi produk Simpanan Mega melalui media digital sebaiknya dilakukan secara berkelanjutan dan lebih variatif agar jangkauannya semakin luas. Ketiga, pengurus koperasi perlu mengembangkan sistem evaluasi layanan yang berkesinambungan, misalnya melalui survei online atau forum umpan balik anggota. Keempat, kolaborasi berkelanjutan antara koperasi, perguruan tinggi, dan pihak terkait perlu diperkuat untuk mendukung inovasi digital serta memperbesar dampak kebermanfaatan bagi masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

- Fadhlurrahman, H., & Pribadi, J. D. (2023). Pengembangan Media Promosi Dengan Pembuatan Brosur Elektronik Menggunakan Aplikasi Coreldraw X7 Pada Pt Bpr Bkk Karangmalang (Perseroda). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(2), 186–192.
- Maulidin, W. F., Nugraha, A. E., Rahma, R. A., Sutrisno, S., Alimar, M. M., Yudhiawan, R., & Kusuma, S. A. (2025). Pembukuan Digital yang Efisien untuk UMKM (Pendekatan Pengembangan Prototipe Excel VBA). *Infomatek*, 27(1), 9–18.

- Nashoha Anis, Rusmiati, K. S. (2025). Transformasi Digital Dalam Manajemen Koperas: Peluang dan Tantangan. *Central Publisher*, 3, 292–299.
- Nurnawati, R. (2023). Strategi Promosi untuk Meningkatkan Jumlah Anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Mitra Insan Mandiri. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 158–164.
- Reny, Pebriani Aziatul, Yustini Tien, S. R. K. N. (2025). Smart Cooperative : Pelatihan Implementasi Aplikasi Digital untuk Meningkatkan Efektivitas Pengelolaan Koperasi. *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 58–65.
- Setyaningsih Intan, M. H. (2024). Strategi Pengembangan Koperasi Melalui Transformasi Digital. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(February), 4–6.