

PEMANFAATAN MEDIA PROMOSI BERBASIS DIGITAL SEBAGAI UPAYA MEMPERLUAS JANGKAUAN NASABAH PADA KOPERASI MAPAN DI ERA COVID-19

Anak Agung Putu Bagus Arie Susandya^{1,*}, Gusti Ayu Tri Arnita Suci²

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

*Email: ariesusandya@unmas.ac.id

ABSTRAK

Dalam penyelenggaraan kegiatan usahanya, setiap perusahaan tidak akan terlepas dari promosi. Promosi dilakukan oleh perusahaan agar usahanya lebih dikenal oleh masyarakat luas, hal tersebut akan membantu perusahaan untuk meningkatkan laba. Begitu pula dengan Koperasi Mapan, dalam aktivitas menjangkau nasabah Koperasi Mapan sangat memperhatikan media promosi yang digunakan untuk mempromosikan segala bentuk kegiatan. Hal tersebut dilakukan untuk menjangkau nasabah lebih luas melalui media sosial. Namun, pada penerapan Koperasi Mapan belum optimal dalam memanfaatkan social media untuk melakukan promosi. Hal tersebut menjadi kendala untuk mendapatkan nasabah lebih luas dan tidak optimal dalam memperkenalkan lebih jauh Koperasi Mapan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimaksudkan untuk membantu mempromosikan Koperasi Mapan di berbagai media sosial, dengan program kerja seperti memberikan pengenalan dan pengarahan kepada karyawan dan karyawan dalam penggunaan media promosi berbasis digital, memberikan pelatihan penggunaan media promosi berbasis digital dengan menggunakan media sosial seperti, facebook dan instgram serta melakukan pendampingan penggunaan pembuatan iklan promosi produk melalui media social facebook dan instgram. Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini, Koperasi Mapan dapat mendapatkan nasabah dari berbagai daerah dan usahanya dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Kata kunci: Pemanfaatan, Promosi, Koperasi.

ANALISIS SITUASI

Memasuki era revolusi industri ke-4 yang ditandai pesatnya perkembangan teknologi digital, menjadikan masa depan akan mengalami perubahan perubahan besar. Beberapa perubahan tersebut diprediksi akan terjadi di berbagai aspek kehidupan, di antaranya sektor industri, pemerintahan, termasuk di sektor pendidikan. Dengan

dimulainya era revolusi industri ke4, tantangan baru yang dihadapi koperasi di Indonesia terasa semakin kompleks dan rumit. Hal ini disebabkan adanya perubahan gaya hidup generasi milenial. Pola dan gaya hidup generasi milenial bercirikan segala sesuatu yang lebih cepat, mudah, murah, nyaman, dan aman. Teknologi digital telah menjadi bagian dari hidup kaum milenial dan

sangat bergantung pada teknologi dan Internet untuk seluruh kegiatan mereka. Mereka juga pandai dalam memanfaatkan internet untuk mendapatkan penghasilan dan memberikan kontribusi positif bagi orang lain dan lingkungan. Kusuma (2018).

Dalam sejarahnya koperasi mulai tumbuh dan berkembang di Inggris pada pertengahan abad XIX yaitu sekitar tahun 1844 yang dipelopori oleh Charles Howard di kampung Rochdale namun sebelum koperasi mulai tumbuh dan berkembang sebenarnya inspirasi gerakan koperasi sudah mulai pada sejak abad XVIII setelah terjadinya revolusi industri dan penerapan sistem ekonomi kapitalis. Setelah berkembang di Inggris koperasi menyebar ke berbagai Negara baik di Eropa daratan, Amerika, Asia. Termasuk di Indonesia. (Wahid et al., 2018). Koperasi merupakan salah satu badan hukum yang sudah lama dikenal di Indonesia. Pelopor pengembangan perkoperasian di Indonesia adalah Bung Hatta, dan sampai saat ini beliau adalah sangat dikenal sebagai bapak koperasi Republik Indonesia. Dalam perjalanan koperasi yang sebenarnya sangat sesuai dengan jiwa bangsa Indonesia, justru perkembangannya tidak dapat mengembirakan. Koperasi yang dianggap anak kandung dan tulang punggung ekonomi kerakyatan Indonesia justru dalam kehidupannya timbul masalah, sekalipun pemerintah telah berjuang keras untuk memperjuangkan koperasi dan

memperdayakan koperasi di tengah – tengah masyarakat Indonesia. Padahal pemerintah telah memberikan banyak kemudahan yang diperoleh oleh badan hukum koperasi melalui berbagai fasilitas, namun tidak ada perkembangan pada koperasi itu sendiri. Memang tidak dapat dipungkiri ada sebagian kecil koperasi yang masih tetap eksis ditengah-tengah masyarakat. (Diah, 2020).

Koperasi pada era revolusi industri ke-4 harus beradaptasi dan bertransformasi dalam menghadapi lingkungan yang senantiasa dinamis. Langkah awal yang perlu dilakukan dalam transformasi koperasi adalah dengan cara memasuki era baru dalam bidang pemasaran yang disebut sebagai era digital marketing, maka kita pelaku usaha wajib mempertimbangkan berbagai media online untuk digunakan dalam penentuan perencanaan strategis perusahaan. Salah satu media yang dimaksudkan adalah media sosial. Media sosial yang banyak dipergunakan oleh semua orang dan cukup populer di Indonesia saat ini adalah Facebook dan Instagram. Indonesia salah satu negara dengan jumlah pengguna Facebook yang cukup tinggi, tentu memiliki kesempatan dan peluang yang besar untuk memanfaatkan media sosial tersebut sebagai bagian dari perencanaan strategis pemasaran. Pemasaran melalui media online ini banyak memiliki keuntungan besar yang salah satu diantaranya adalah biaya yang dikeluarkan relatif lebih

mudah dibandingkan media lain di dalam melakukan kegiatan promosi produk. Begitu juga hal ini terjadi pada lembaga keuangan baik bank maupun non bank seperti koperasi. Saat ini persaingan di bidang bisnis keuangan sangat ketat. Koperasi sebagai salah satu lembaga keuangan non bank pada dasarnya mempunyai prinsip yang cocok dengan kehidupan masyarakat Indonesia yang menganut prinsip gotong royong dan kekeluargaan. Sehingga tidak heran apabila sampai saat ini keberadaan koperasi tetap eksis meskipun banyak lembaga keuangan yang ada di sekitar masyarakat.(Adityatama et al., 2021).

Salah satu Koperasi yang masih bertahan dalam keadaan situasi pandemic covid 19 adalah Koperasi Mapan. Koperasi yang bergerak di bidang keuangan atau sering di disebut simpan pinjam yang terletak di Jalan Gatsu Timur No 268 B Denpasar dan berdiri sejak tahun 2012.

Koperasi Mapan merupakan koperasi simpan pinjam yang sudah berijin atau terdaftar dibadan hukum. Koperasi Mapan memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat dan sudah mempunyai 3 kantor cabang dan 1 kantor pusat . Saat ini Koperasi Mapan memiliki sekitar 40 pegawai tetap, Koperasi Mapan sudah memiliki hampir 2.114 nasabah yang tersebar di seluruh Bali .

Koperasi mapan adalah salah satu koperasi di bali yang bisa di bilang sudah banyak di kenal oleh masyarakat luas. Tetapi di era

globalisasi seperti sekarang ini koperasi mapan bisa di bilang kurang memasuki dunia digital atau bisa juga disebut dengan era digital marketing. Koperasi mapan memasarkan produknya masih dengan cara word of mouth marketing, sehingga minimnya informasi tentang produk yang koperasi mapan miliki berpengaruh terhadap eksistensi koperasi itu sendiri.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka dibutuhkan suatu media untuk menunjang pemanfaatan media promosi kepada koperasi , khususnya koperasi mapan melalui media promosi berbasis digital. Diharapkan dengan pemanfaatan media promosi berbasis digital ini , koperasi mapan bisa lebih di kenal lagi oleh masyarakat luas.

PERUMUSAN MASALAH

Masalah yang terungkap dari hasil observasi adalah bagaimana pemanfaatan media promosi berbasis digital bagi koperasi khususnya koperasi mapan agar bisa lebih di kenal lagi di kalangan masyarakat luas dan cara pemasaran produknya tidak lagi dengan cara *word of mouth marketing*.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, solusi penulis adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pengenalan dan pengarahan kepada karyawan dan karyawan dalam penggunaan media promosi berbasis digital

2. Memberikan pelatihan penggunaan media promosi berbasis digital dengan menggunakan media sosial seperti , facebook dan instagam.
3. Pendampingan penggunaan pembuatan iklan promosi produk melalui media social facebook dan instagam

METODE PELAKSANAAN

Metode yang akan dilakukan dalam kegiatan ini adalah metode kunjungan, pendampingan, dan pelatihan. Metode dilakukan dengan tatap muka langsung dengan manager dan karyawan koperasi mapan dengan tetap mematuhi protokol kesehatan. Metode ini dilakukan untuk menambah wawasan dan pemahaman akan pentingnya memanfaatkan media promosi berbasis digital. Kegiatan dimulai dengan melakukan kunjungan langsung ke kantor koperasi dengan melakukan observasi dan wawancara terhadap Manager Koperasi Mapan Pusat yaitu Bapak I Dewa Anom Tagel,SH terkait dengan kegiatan usaha yang dijalankan dan juga mengenai permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam menjalankan kegiatan operasional kantor. Dalam tahap wawancara telah ditanyakan dan dijelaskan mengenai promosi produk yang koperasi mapan miliki dan apa saja kendalanya. Setelah proses wawancara dan observasi dilaksanakan , kami sebagai pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya menyusun program kerja untuk mengatasi permasalahan yang ada. Tahap

selanjutnya yaitu memberikan pengenalan mengenai media promosi berbasis digital sekaligus membuat akun media sosial seperti facebook dan Instagram atas nama koperasi mapan dan selanjutnya langsung melakukan pendampingan serta pelatihan mengenai Langkah-langkah penggunaan aplikasi media sosial sampai Bapak I Dewa Anom Tagel,SH dan karyawan Koperasi Mapan dan bisa mengoperasikan aplikasi dengan baik dan benar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberhasilan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini , dapat diketahui melalui hasil dari evaluasi kegiatan. Output yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah kemampuan peserta dalam menggunakan media promosi berbasis digital sebagai cara untuk promosi atau mengiklankan semua produk yang ada di koperasi. Kemampuan pemahaman peserta sebagai karyawan koperasi diperoleh berdasarkan hasil pratik secara langsung terhadap karyawan koperasi. Di samping itu ketua koperasi juga memberikan respon yang positif dan merasa sangat terbantu karena mendapatkan kemudahan dalam melakukan promosi produk -produk yang ada di

koperasi, jadi koperasi mapan bisa semakin di kenal di kalangan masyarakat luas dan bagi anggota koperasi akan semakin mudah untuk mendapatkan informasi terbaru terkait dengan koperasi.

Setelah melaksanakan kegiatan pengabdian Pelatihan Pemanfaatan Media Promosi Berbasis Digital kepada karyawan koperasi berupa pendampingan dan pelatihan penggunaan media promosi berbasis digital, maka diperoleh manfaat langsung bagi koperasi. Beberapa manfaatnya adalah sebagai berikut :

1. Peserta berhasil membuat akun facebook dan Instagram
2. Peserta dapat memanfaatkan media sosial facebook dan Instagram untuk promosi produk
3. Peserta berhasil membuat iklan di facebook dan Instagram
4. Peserta mampu mengoperasikan aplikasi facebook dan Instagram

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini terdapat faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi tim pengabdian untuk mencapai keberhasilan dalam kegiatan pengabdian ini.

1. Ketua Koperasi Mapan sangat mendukung kegiatan ini
2. Adanya pemahaman yang baik dari Bapak I Dewa Anom Tagel dan karyawannya dalam melaksanakan pelatihan yang diberikan
3. Tersedianya fasilitas pelatihan yang baik seperti ruang

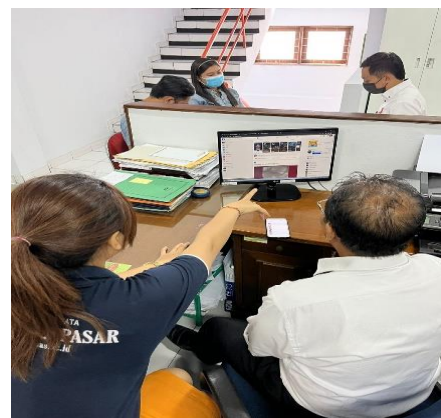
pelatihan dan dokumen-dokumen yang diperlukan

Sedangkan faktor penghambat dalam kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

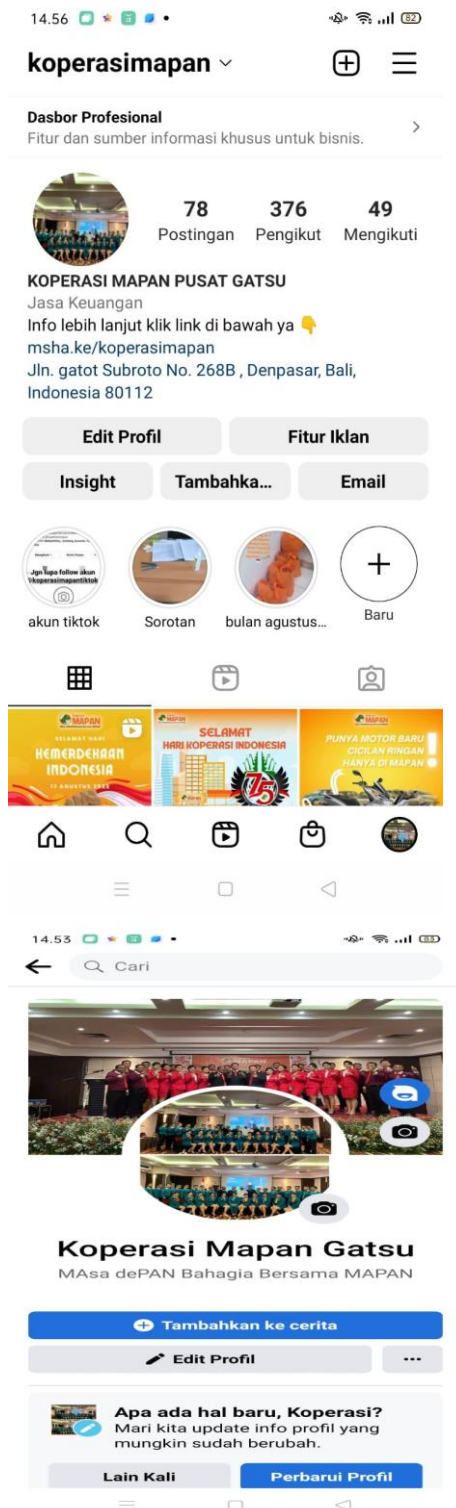
1. Sulitnya melakukan pelatihan terhadap seluruh karyawan Koperasi Mapan dikarenakan pekerjaan yang tidak memungkinkan untuk ditinggal



Gambar 1. Melakukan wawancara & diskusi dengan pihak Karyawan Koperasi Mapan terkait observasi tempat pengabdian dan memperkenalkan aplikasi media sosial facebook dan Instagram



Gambar 2. Memberikan pengarahan dan pelatihan mengenai pemanfaatan media promosi sebagai upaya memperluas jangkauan nasabah , serta membantu membuat akun facebook dan instagram



Gambar 3. Output pemanfaatan media sosial facebook dan Instagram sebagai promosi sebagai upaya memperluas jangkauan nasabah

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berjudul Pelatihan Pemanfaatan Media Promosi Berbasis Digital Sebagai Upaya Memperluas Jangkauan Nasabah Pada Koperasi Mapan Di Era Covid-19 yang dilaksanakan pada Koperasi Mapan yang berlokasi di Jl gatot Subroto timur no 268 B Denpasar telah berhasil dilaksanakan dengan baik melalui program kerja pengenalan, pendampingan, dan pelatihan pemanfaatan media promosi berbasis digital. Adapun solusi yang penulis berikan seperti : melakukan pendampingan dan pelatihan secara langsung terhadap karyawan Koperasi Mapan dalam mengoperasikan media sosial sebagai prantara untuk mempromosikan produk-produk yang koperasi mapan miliki sampai pengguna bisa mengoperasikannya secara mandiri , sehingga tidak lagi melakukan promosi produk secara word of mounth, sehingga koperasi mapan bisa lebih di kenal oleh masyarakat luas.

Berdasarkan keseluruhan kegiatan yang dilaksanakan semuanya berhasil tercapai sesuai target yang diinginkan. Kegiatan ini berhasil dicapai karena besarnya partisipasi dari manager dan karyawan Koperasi Mapan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Saran yang dapat penulis berikan untuk Koperasi Mapan adalah supaya seluruh ketua,

manajer dan karyawan dari Koperasi Mapan lebih aktif lagi mempelajari fitur-fitur dari aplikasi sosial media yang sudah di buat sehingga ingatan akan Langkah-langkah promosi produk di media sosial menjadi mudah dihapalkan. Hal ini bertujuan dapat dilakukannya kegiatan evaluasi mengenai perkembangan usaha sehingga akan muncul upaya perbaikan dan ide-ide produk baru yang akan membuat Koperasi Mapan menjadi lebih berkembang dan mampu meningkatkan daya saing dalam perekonomian nasional nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adityatama, Romadhona dan Rohwiyati, Rohwiyati. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Pondok Pesantren Baitul Muamalat Al Hikmah Kecamatan Ngawen Kabupaten Blora dengan Kepuasan Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, Vol. 19(4), pp. 269-278.
- Diah, Melati Sofi. 2020. Analisis Struktur Modal Terhadap Profitabilitas pada Koperasi Agribisnis Dana Mulya Pacet. *Thesis*. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Enny, R., Muhammad, N. B., Sutrisno, S., Nurlaela, N., & Muhammad, A. A. (2021). Distorsi Pendidikan Karakter Dalam Pendidikan Jarak Jauh Di Era Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Majene.
- Sujarwo, S., & Listiawati, R. (2018). Pengembangan bisnis koperasi kampus (era milenial dan revolusi industri ke-4.0). *Mitra Akademia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2).
- Salamah, A. (2020). *Analisis Sistem Koppontren Mahada Kudus Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Anggota Dan Masyarakat (Telaah Pemikiran Ekonomi Bung Hatta Dan Ekonomi Syariah)* (Doctoral dissertation, Iain Kudus).