

PENGUATAN MANAJEMEN USAHA BAGI PENGURUS DAN KARYAWAN KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH AN-NAHDLAH KABUPATEN BANTUL

Eli Suherli¹, Suldja Hartono, Muhidin Isma Almatin³

Program Studi Manajemen Universitas Cendekia Mitra Indonesia

elisuherli@unicimi.ac.id

ABSTRACT

Community service is carried out with the aim of providing an introduction to business management for managers and employees of cooperatives, especially KSP Syariah An-Nahdlah in Bantul Regency. The introduction to business management is expected to improve the competence of managers and employees, especially in carrying out business management functions, both from marketing, finance and human resources. The method of this activity is in the form of an introduction to the concept of business management and its role in building competitive advantage. Managers and employees are given an understanding of the functions of business management, both from marketing, finance and human resources in order to improve the abilities of managers and employees in cooperative management. Community Service activities are carried out using face-to-face methods. The implementation of activities is carried out by means of lectures on the concepts of business management functions and their applications in cooperatives. Community Service activities were carried out well and smoothly. Participants enthusiastically discussed the management problems faced at KSP Syariah An-Nahdlah Bantul Regency.

Keywords: Business Management, Sharia Cooperatives, KSP Sharia An-Nahdlah, Marketing, Finance.

ABSTRAK

Pengabdian pada masyarakat dilakukan dengan tujuan memberikan pengenalan manajemen usaha bagi pengurus dan karyawan koperasi khususnya KSP Syariah An-Nahdlah di Kabupaten Bantul. 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 Pengabdian dilaksanakan dengan metode tatap muka. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan dengan cara ceramah konsep-konsep fungsi-fungsi manajemen usaha dan aplikasinya dalam koperasi. Kegiatan Pengabdian terlaksana dengan baik dan lancar. Peserta antusias mendiskusikan permasalahan manajemen yang dihadapi di KSP Syariah An-Nahdlah Kabupaten Bantul.

Kata Kunci: Manajemen Usaha, Koperasi Syariah, KSP Syariah An-Nahdlah, Pemasaran, Keuangan.

PENDAHULUAN

Dalam rangka memenuhi permintaan pengurus KSP Syariah An-Nahdlah di Kabupaten Bantul untuk melakukan pengenalan dan pemahaman manajemen usaha dan fungsinya bagi pengurus dan karyawan KSP Syariah An-Nahdlah di Kabupaten Bantul maka Tim Pengabdian berusaha untuk merealisasikan permintaan tersebut dengan mengajukan proposal kegiatan yang didanai oleh Dana Internal PT. Selain permintaan dari pengurus KSP Syariah An-Nahdlah di Kabupaten Bantul, Pengabdian 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 industry 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

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan:

1. Tahap Persiapan
Tahap persiapan yang dilakukan meliputi:
 - a. Survey
 - b. Pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran
 - c. Penyusunan bahan/materi 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
 - b. Metode ceramah dipilih untuk memberikan penjelasan tentang konsep manajemen usaha dan fungsinya.
 - c. Metode Tanya Jawab
 - d. Metode tanya jawab penting bagi para peserta pengabdian, di saat menerima penjelasan tentang teori.
 - e. Metode Simulasi
 - f. Metode simulasi ini sangat penting diberikan kepada para peserta untuk memberikan kesempatan mensimulasi masalah terkait manajemen usaha.

Jadwal Pelatihan

Evaluasi kegiatan dilakukan selama proses dan akhir pengabdian, pada aspek pencapaian tujuan pengabdian dan juga penyelenggaraan pengabdian. Evaluasi proses dan hasil (pencapaian tujuan pelatihan) dilakukan dengan angket tanya jawab, dan observasi. Indikator keberhasilan dalam pelaksanaan pengenalan dan pemahaman manajemen usaha yaitu evaluasi proses-pasca pelatihan. Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini membutuhkan alokasi waktu selama dua bulan, dimulai sejak penandatanganan kontrak kerja. Berbagai kegiatan operasional dan terperinci sebagaimana tampak pada Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan PKM

No	Kegiatan	Bulan			
		1	2	3	4
1	Survey Lokasi Pengabdian	✓			
2	Penyusunan Proposal Pengabdian	✓			
3	Identifikasi Kebutuhan Koperasi	✓			
4	Penyusunan Modul dan Materi Pelatihan		✓		
5	Pelaksanaan Pelatihan Manajemen Usaha		✓		
6	Pendampingan Implementasi Manajemen		✓	✓	
7	Monitoring dan Evaluasi		✓	✓	✓
8	Penyusunan Laporan Kemajuan			✓	
9	Penyusunan Laporan Akhir			✓	
10	Revisi Laporan				✓
11	Pengumpulan Laporan				✓

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan Program

Kegiatan Pengabdian pengayaan manajemen usaha bagi pengurus dan karyawan Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Syariah An-Nahdlah Kabupaten Bantul dilaksanakan dengan metode tatap muka dan diskusi berjalan lancar dan baik. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan tanggal 09 Desember 2019. Pertemuan tatap muka diberikan dengan cara ceramah konsep- konsep dasar manajemen, manajemen risiko, dan kualitas layanan. Kegiatan dilanjutkan dengan tanya jawab dari peserta dan tim pelaksana. Pelaksanaan kegiatan dilakukan di Ruang Rapat KSP Syariah An-Nahdlah. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan oleh tiga 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.

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. Secara umum pertanyaan peserta sebagai berikut:

1. Teknik dalam menghadapi calon anggota koperasi.
2. Pengukuran dan identifikasi kepuasan anggota dan karyawan.
3. Profesionalisme kerja dalam menghadapi anggota/pendekatan.
4. Menghadapi anggota yang tidak konsisten dalam memenuhi tanggungjawab.

Pengayaan manajemen usaha bagi pengurus dan karyawan Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Syariah An-Nahdlah dalam program pengabdian masyarakat yang sudah terlaksana ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan juga kemampuan pengurus dan karyawan Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Syariah An-Nahdlah Kabupaten Bantul yang akan berdampak pada peningkatan kompetensi pengelolaan usaha. Manfaat kegiatan secara langsung bagi pengurus dan karyawan Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Syariah An-Nahdlah Kabupaten Bantul dalam menghadapi permasalahan-permasalahan manajemen.

Pembahasan

Hasil kegiatan Pengabdian pengayaan manajemen usaha bagi pengurus dan karyawan Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Syariah An-Nahdlah Kabupaten Bantul meliputi beberapa komponen sebagai berikut ini:

1. Ketercapaian tujuan kegiatan Pengabdian
2. Ketercapaian materi yang diberikan
3. Kemampuan peserta dalam penguasaan materi
4. Antusias peserta dalam melanjutkan pelatihan di lain hari.

Ketercapaian tujuan kegiatan pengabdian 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 Pengabdian 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.

KESIMPULAN

Program Penguatan Manajemen Usaha bagi Pengurus dan Karyawan Koperasi Simpan Pinjam Syariah An-Nahdlah Kabupaten Bantul telah terlaksana dengan baik dan lancar sesuai dengan rencana. Seluruh rangkaian kegiatan berjalan efektif dengan partisipasi aktif dari para pengurus dan karyawan koperasi. Sebagian besar peserta mampu memahami dan menerima materi yang disampaikan dengan baik, yang tercermin dari peningkatan wawasan mereka dalam aspek manajemen usaha, perencanaan keuangan, dan strategi pengelolaan koperasi berbasis prinsip syariah.

Antusiasme peserta juga terlihat dari tingkat keaktifan mereka dalam sesi diskusi, tanya jawab, serta praktik langsung yang diberikan dalam kegiatan. Peserta menunjukkan ketertarikan yang tinggi dalam mengaplikasikan ilmu yang diperoleh ke dalam operasional koperasi mereka. Selain itu, program ini juga memberikan kesempatan bagi peserta untuk berbagi pengalaman dan berdiskusi mengenai tantangan yang mereka hadapi dalam mengelola koperasi, sehingga menciptakan suasana pembelajaran yang interaktif dan kolaboratif.

Diharapkan, hasil dari program ini dapat meningkatkan kompetensi manajemen usaha bagi pengurus dan karyawan koperasi, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap pengelolaan koperasi yang lebih profesional, berkelanjutan, dan sesuai dengan prinsip ekonomi syariah. Program serupa juga disarankan untuk dilakukan secara berkala guna memperbarui wawasan dan keterampilan peserta sesuai dengan perkembangan kebijakan dan dinamika koperasi syariah di masa mendatang.

SARAN

Berdasarkan evaluasi dari kegiatan yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan untuk pengembangan program di masa mendatang:

1. **Pengembangan Materi Lanjutan**
Kegiatan ini dapat dilanjutkan dengan materi lanjutan yang lebih mendalam sesuai dengan kebutuhan dan antusiasme peserta. Materi lanjutan dapat mencakup aspek spesifik dalam penguatan manajemen usaha, seperti strategi pengelolaan risiko, analisis keuangan koperasi, dan optimalisasi layanan berbasis digital. Namun, pelaksanaan materi lanjutan ini perlu mempertimbangkan tambahan alokasi waktu serta peningkatan anggaran yang sesuai dengan skala dan cakupan kegiatan.
2. **Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan Teknik Pemasaran Jasa**
Mengingat pentingnya aspek pengelolaan sumber daya manusia dalam keberlangsungan koperasi, diperlukan kegiatan lanjutan yang lebih berfokus pada peningkatan kompetensi pengurus dan karyawan dalam mengelola SDM secara efektif. Selain itu, penguatan strategi pemasaran jasa juga menjadi aspek penting agar koperasi dapat menjangkau lebih banyak anggota dan meningkatkan daya

saingnya di tengah perkembangan ekonomi digital.

3. Peningkatan Pendampingan dan Monitoring Pasca-Kegiatan
Untuk memastikan keberlanjutan manfaat dari program ini, disarankan adanya pendampingan lebih lanjut bagi peserta melalui sesi konsultasi berkala atau mentoring. Dengan demikian, pengurus dan karyawan koperasi dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh dalam praktik sehari-hari serta mendapatkan solusi atas kendala yang dihadapi.
4. Kolaborasi dengan Pihak Eksternal
Untuk meningkatkan efektivitas program, dapat dilakukan kerja sama dengan berbagai pihak, seperti akademisi, praktisi bisnis syariah, atau lembaga keuangan mikro lainnya. Kolaborasi ini dapat memberikan wawasan tambahan serta membuka peluang bagi koperasi untuk mengembangkan jaringan bisnis dan meningkatkan daya saingnya.

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). *Principle 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 : 375390.
- 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: 4154.