

IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* PRODUK JAMUR KRISPI PADA KOPERASI JAMUR MEREKAH

(Studi Kasus pada Koperasi Jamur Merekah Bantu, Daerah Istimewa Yogyakarta)

KAJIAN KOPERASI

Disusun oleh:

**DEWI MU'ADZAH
C1200111**

Dosen Pembimbing

Dr. Eka Setiajatnika, SE., M.Si

M. Haris Fadhillah, SE., MM



PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA

2024

DAFTAR ISI

4.2	Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA.....	39	
LAMPIRAN.....	40	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Koperasi Aktif di Pulau Jawa Tahun 2022.....	2
Tabel 1. 2 Pencapaian Realisasi Terhadap RAPB Tahun 2021-2023	4
Tabel 3. 1 Matrik Faktor Strategi IFAS Koperasi Jamur Merekah	31
Tabel 3. 2 Matrik Faktor Strategi EFAS Koperasi Jamur Merekah	32
Tabel 3. 3 Matriks SWOT Jamur Merekah	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Organisasi Koperasi Sebagai Sistem Sosial Ekonomi	14
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Koperasi Jamur Merekah	15
Gambar 3. 2 Produk Jamur Krispi Koperasi Jamur Merekah	23
Gambar 3. 3 Stand Koperasi Jamur Merekah	24
Gambar 3. 4 Instagram Jamur Merekah.....	26
Gambar 3. 5 Facebook Koperasi Jamur Merekah.....	27
Gambar 3. 6 Whatsapp Koperasi Jamur Merekah	28
Gambar 3. 7 Diagram SWOT Koperasi Jamur Merekah	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Perhitungan Rating SWOT	40
Lampiran 1. 2 Perhitungan Bobot SWOT	41
Lampiran 1. 3 Dokumentasi dengan Pengurus Koperasi	42
Lampiran 1. 4 Dokumentasi Keadaan Kumbung Jamur Koperasi.....	43

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kesejahteraan masyarakat adalah tugas utama yang perlu dicapai dengan baik oleh pemerintahan suatu negara. Salah satu indikator keberhasilan terlaksananya tugas ini adalah melalui laju pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat. Peningkatan pertumbuhan ekonomi membutuhkan perhatian semua pihak agar tercapai dengan baik, salah satunya dengan menumbuhkan kesadaran untuk saling bekerjasama membangun sistem perekonomian yang sesuai dengan keadaaan saat ini.

Koperasi hadir sebagai roda perekonomian yang mampu mengisi setiap lini ekonomi, dari mikro hingga makro. Koperasi merupakan sebuah badan usaha dari sekumpulan orang yang memiliki kepentingan sama dengan tujuan mencapai kesejahteraan anggotanya. Dalam hal ini, koperasi merupakan badan usaha yang dikelola oleh para anggotanya sendiri, di Indonesia koperasi berada di bawah naungan dari Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Tujuan koperasi menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 Bab II pasal 3 menyatakan bahwa:

“Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan ekonomi nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945”

Pada kutipan di atas dapat diketahui bahwa koperasi sebagai bentuk usaha yang bersifat sosial dan berfungsi sebagai alat ekonomi yang dapat

mensejahterakan rakyat. Pada hal ini koperasi perlu dikembangkan dan diperkuat dalam rangka menumbuhkan demokrasi ekonomi sebagai salah satu landasan bagi terciptanya masyarakat yang makmur dan berkeadilan.

Koperasi di Indonesia telah memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian Indonesia. Pada tahun 2023, kontribusi koperasi terhadap pendapatan domestik bruto adalah sebanyak 5,3% (Kemenkop 2023). Menurut Badan Pusat Statistika (BPS), jumlah koperasi aktif di Indonesia meningkat sebanyak 1,96% pada tahun 2022. Kontribusi koperasi terhadap perekonomian di Indonesia diharapkan mampu mencapai tujuan koperasi yaitu menjadi soko guru perekonomian di Indonesia. Berikut adalah jumlah koperasi yang ada di Pulau Jawa pada tahun 2022:

Tabel 1. 1 Jumlah Koperasi Aktif di Pulau Jawa Tahun 2022

Provinsi	Jumlah Koperasi Aktif Menurut Provinsi (Unit)
DKI JAKARTA	4542
JAWA BARAT	15621
JAWA TENGAH	10270
DI YOGYAKARTA	1853
JAWA TIMUR	22845
BANTEN	4216

Sumber: Badan Pusat Statistika, 2022

Koperasi merupakan perkumpulan orang-orang yang secara sukarela mempersatukan diri untuk berjuang meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka melalui pembentukan sebuah badan usaha yang dikelola secara bersama.

Tabel di atas menunjukkan bahwa di Pulau Jawa, tersebar koperasi yang masih aktif melakukan kegiatan usahanya. Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu provinsi yang memiliki koperasi aktif hingga saat ini. Jumlah koperasi aktif di Daerah Istimewa Yogyakarta menurut kemenkop UKM pada tahun 2024

sebanyak 1963 koperasi. Salah satu koperasi aktif yang terdapat di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah Koperasi Jamur Merekah.

Koperasi Jamur Merekah merupakan salah satu bentuk koperasi primer di Daerah Istimewa Yogyakarta. Koperasi Jamur Merekah berdiri pada tanggal, 10 November 2015 Nomor Badan Hukum: 26/BH/KPTS/XV/XI/2015. Koperasi Jamur Merekah terletak di Desa Gulan-gulan, Pinggir, Sidomulyo, Bambanglipuro, Bantul.

Anggota dari Koperasi Jamur Merekah merupakan para petani jamur di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada awalnya, para petani membentuk paguyuban petani jamur Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan kesepakatan bersama, para petani jamur yang merupakan anggota paguyuban petani jamur DIY membuat koperasi produksi bersama-sama.

Koperasi Produksi Jamur Merekah pada awal terbentuknya memiliki anggota sebanyak 38 anggota yang tersebar di Kabupaten Bantul, Kulon Progo dan Kota Madya Yogyakarta. Pada tahun 2022, mengalami kenaikan jumlah anggota menjadi 48 anggota. Jenis Usaha Koperasi Produksi Jamur Merekah yaitu memproduksi media tanam jamur (baglog) diantaranya baglog jamur tiram, jamur kuping dan jamur lingzhi.

Berdasarkan Rapat Anggota pada tiga tahun terakhir Koperasi Jamur Merekah mengalami kenaikan penjualan namun tidak pernah mencapai target yang tertera pada Rencana Anggaran Pendapatan dan Biaya (RAPB). Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. 2 Pencapaian Realisasi Terhadap RAPB Tahun 2021-2023

No	Tahun	Target Pendapatan Pertahun (Rp)	Realisasi Pendapatan Pertahun (Rp)	Pencapaian Realisasi Terhadap RAPB
1	2021	Rp 428.000.000,00	Rp 167.500.000,00	40%
2	2022	Rp 328.000.000,00	Rp 202.700.000,00	62%
3	2023	Rp 328.000.000,00	Rp 212.720.453,00	64%

Sumber: RAT Koperasi Jamur Merekah tahun 2021-2023

Pada tabel di atas dapat dilihat apabila Koperasi Jamur Merekah pencapaian realisasi terhadap RAPB pada tahun 2021 hanya sebesar 40% dan pada tahun 2022 sebanyak 62%.

Koperasi Jamur Merekah berusaha memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan pasarnya. Meskipun Koperasi Jamur Merekah telah melakukan pemasaran melalui media sosial yaitu Instagram, Facebook, dan Whatsapp target pendapatan belum tercapai hingga saat ini. Berdasarkan wawancara pendahuluan dengan pengurus, ditemukan beberapa masalah saat melakukan pemasaran secara digital.

1. Jumlah *followers* Instagram yang masih sedikit
2. Masih jarang pelanggan yang memesan melalui media sosial Instagram dan Facebook
3. Koperasi belum mencapai target penjualan produk
4. Belum adanya konsistensi dalam pengelolaan pemasaran digital.

Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2008) menyatakan dengan digital marketing pelaku usaha dapat memberikan informasi terkait produk yang dihasilkan, dapat melakukan transaksi setiap waktu, kemudahan dalam pemesanan serta kemampuan konsumen dalam membandingkan satu produk dengan produk lainnya. Hal ini dapat disimpulkan apabila penggunaan strategi pemasaran digital

dapat membuat koperasi lebih mudah menarik konsumen sehingga dapat membantu koperasi dalam meningkatkan omset penjualannya.

Dalam penelitian berjudul *Implementasi Digital Marketing Produk Ukm Koperasi Cipta Boga Di Kampung Wisata Eko Kuliner Kerangan Kecamatan Setu Tangerang* oleh Yoyoh Hereyah (2019), dapat disimpulkan apabila strategi pemasaran melalui media sosial dan internet marketing mampu mempengaruhi perkembangan dan keputusan dalam strategi pemasaran yang dapat juga untuk meningkatkan value suatu perusahaan. Selain itu dengan adanya *emarketing* dapat menekan dan menghemat biaya pengeluaran marketing suatu perusahaan. Berdasarkan permasalahan di atas, maka kajian ini akan mengarah pada **“Implementasi *Digital Marketing* Produk Jamur Krispi pada Koperasi Jamur Merekah”**

1.2 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana pemasaran konvensional produk jamur krispi yang telah diterapkan koperasi Jamur Merekah pada saat ini.
2. Bagaimana implementasi *digital marketing* produk jamur krispi pada Koperasi Jamur Merekah.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini untuk menganalisis dan pemasaran digital koperasi untuk meningkatkan penjualan Koperasi Jamur Merekah.

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk pemasaran konvensional produk jamur krispi yang telah diterapkan koperasi Jamur Merekah saat ini
2. Untuk mengetahui implementasi *digital marketing* produk jamur krispi pada Koperasi Jamur Merekah.

BAB II

PENDEKATAN MASALAH

2.1 Pendekatan Perkoperasian

Sesuai dengan tujuannya, koperasi didirikan untuk menyejahterakan anggotanya. Sehingga sering disebut bahwa koperasi merupakan soko guru perekonomian Indonesia. Hal ini dikarenakan koperasi merupakan sebuah badan usaha. Seperti pada undang-undang nomor 25 tahun 1992 tentang perkoperasian bahwa

“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip Koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas atas kekeluargaan.”

Sedangkan menurut Subandi dalam bukunya yang berjudul Ekonomi Koperasi dijelaskan bahwa

“koperasi adalah suatu perkumpulan yang didirikan oleh orang-orang yang memiliki kemampuan ekonomi terbatas, yang bertujuan untuk memperjuangkan peningkatan kesejahteraan ekonomi anggotanya.”

Peran koperasi sangatlah penting dalam membangun tatanan perekonomian yang maju, adil, dan makmur. Hal ini sesuai dengan tujuannya yang tertera pada pasal 3 UU nomor 25 tahun 1992 yaitu

“Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan Makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.”

Dalam undang-undang nomor 25 tahun 1992 Bab 3 Pasal 4 dijelaskan mengenai fungsi dan peran koperasi sebagai berikut.

Fungsi dan peran Koperasi adalah:

- a. membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya;
- b. berperan serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat;
- c. memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan Koperasi sebagai sokogurunya;
- d. berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

2.2 Prinsip-Prinsip Koperasi

Prinsip-prinsip koperasi di Indonesia berlandaskan Undang Undang Nomor 25 tahun 1992 ayat 1 dan 2.

Koperasi melaksanakan prinsip koperasi sebagai berikut:

- a. Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka;
- b. Pengelolaan dilakukan secara demokratis;
- c. Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota;
- d. Pembagian balas jasa yang terbatas pada modal;

e. Kemandirian.

Dalam mengembangkan koperasi, maka koperasi melaksanakan pula prinsip koperasi sebagai berikut:

- a. Pendidikan perkoperasian;
- b. Kerjasama antar koperasi.

2.3 Nilai-Nilai Koperasi

Pada dasarnya, adanya prinsip-prinsip koperasi adalah menjadikan koperasi memiliki jati diri atau ciri khas yang membedakan koperasi dengan badan usaha lainnya. Selain harus menerapkan prinsip-prinsip koperasi, koperasi juga harus menerapkan nilai-nilai koperasi untuk mencapai tujuannya.

Koperasi Merekah beranggotakan para petani jamur di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Karena itu, usaha yang ada di Koperasi Jamur merekah harus dapat menunjang perekonomian anggotanya. Sehingga penjualan jamur krispi pada Koperasi Jamur Merekah diharapkan mampu memberikan kesejahteraan bagi para anggota.

Menurut Hendar (2010) terdapat enam nilai-nilai dasar koperasi yaitu sebagai berikut:

1. Menolong Diri Sendiri (*self-help*)

Menolong diri sendiri artinya motif kerja sama dalam koperasi bertujuan menggalang potensi anggota guna menghimpun kekuatan untuk memecahkan masalah bersama melalui kerja sama.

2. Tanggung Jawab Sendiri (*self-responsibility*)

Tanggung jawab sendiri dimaknai sebagai cita-cita kemandirian dalam memecahkan masalah bersama dan juga cita-cita menegakkan kebebasan ekonomi (otonomi) dalam menentukan haluan koperasi.

3. Demokrasi (*Democracy*)

Demokrasi adalah cita-cita yang berkaitan dengan pengelolaan koperasi sebagai organisasi ekonomi yang dimiliki dan dikendalikan oleh anggota. Hal ini berarti anggota koperasi terlibat secara aktif dalam menentukan haluan dan sekaligus mengendalikan jalannya koperasi.

4. Persamaan (*Equality*)

Persamaan adalah nilai yang berkaitan dengan perlakuan yang sama bagi setiap anggota tanpa memandang besar kecilnya simpanan yang dimiliki oleh setiap anggota.

5. Keadilan (*Equity*)

Keadilan dalam koperasi tercermin hak anggota yang sama dalam berpendapat dan pemilihan suara.

6. Solidaritas (*Solidarity*)

Solidaritas atau rasa setia kawan merupakan landasan utama didirikannya koperasi terutama koperasi yang lahir dari kelompok orang-orang yang berpendapatan rendah.

Jadi, Koperasi Jamur Merekah telah memiliki peran untuk membantu menunjang segala aktivitas perekonomian dan kegiatan akademik untuk para anggotanya. Dalam hal ini, apabila semakin banyak partisipasi anggota maka

semakin banyak pula keuntungan yang akan didapat oleh Koperasi Jamur Merekah.

2.4 Jenis-jenis Koperasi

Dalam penggolongannya, koperasi memiliki beberapa jenis. Menurut Peraturan Pemerintah No. 60 Tahun 1959 tentang Perkembangan Gerakan Koperasi (Pasal 2) dijelaskan:

1. Pada dasarnya yang dimaksud dengan penjenisan koperasi ialah pembedaan koperasi yang didasarkan pada golongan dan fungsi ekonomi.
2. Dalam peraturan ini dasar penjenisan koperasi ditekankan pada lapangan usaha dan atau tempat tinggal para anggota suatu koperasi.

Apabila dilihat dari kegiatan usahanya, koperasi memiliki empat jenis yang diatur pada undang-undang Nomor 25 tahun 1992 tentang perkoperasian:

1. Koperasi Simpan Pinjam

Adalah koperasi yang memiliki usaha tunggal yaitu menampung simpanan anggota dan melayani pinjaman. Anggota yang menabung (menyimpan) akan mendapatkan imbalan jasa dan bagi peminjam dikenakan jasa. Besarnya jasa bagi penabung dan peminjam ditentukan melalui rapat anggota, dari sinilah kegiatan usaha koperasi dapat dikatakan dari, oleh, dan untuk anggota.

2. Koperasi Serba Usaha

Adalah koperasi yang bidang usahanya bermacam-macam. Misalnya: unit usaha simpan pinjam, unit pegadaian bahan baku, unit produksi dan lainnya.

3. Koperasi Konsumsi

Adalah koperasi yang bidang usahanya menyediakan kebutuhan sehari-hari anggota. Kebutuhan yang dimaksud misalnya kebutuhan bahan makanan, pakaian, perabot rumah tangga, dan lainnya.

4. Koperasi Produksi

Adalah koperasi yang bidang usahanya membuat barang (memproduksi) dan menjual secara bersama sama. Anggota koperasi ini pada umumnya sudah memiliki usaha dan melalui koperasi para anggota mendapatkan bantuan modal dan pemasaran.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka Koperasi Jamur Merekah termasuk koperasi produksi karena di dalamnya terdapat para petani jamur yang memproduksi jamur untuk dijual kepada pelanggan

2.5 Organisasi Koperasi

Struktur organisasi tercipta sebagai hasil dari proses pengorganisasian. Dan ini merupakan rangka dasar hubungan formal yang telah ditetapkan, yang membatasi kedudukan antar alat organisasi dengan tujuan organisasi. Adapun tujuannya adalah membantu mengatur dan mengarahkan usaha-usaha dalam organisasi sedemikian rupa sehingga usaha tersebut terkoordinir dan sejalan dengan tujuan-tujuan organisasi. (Sudarsono & Edilius, 2010)

Dalam struktur organisasi koperasi terdapat organisasi internal dan organisasi eksternal. Struktur Organisasi Internal terdiri dari:

1. Rapat Anggota

Rapat anggota merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam koperasi.

Biasanya rapat anggota diadakan secara periodik yaitu satu tahun sekali yang biasa disebut dengan rapat anggota tahunan (RAT). Namun, apabila koperasi menghadapi masalah khusus atau kasus luar biasa, rapat anggota dapat dilakukan diluar waktu tersebut.

2. Pengawas atau Badan Pemeriksa

Pengawas atau Badan Pemeriksa adalah orang-orang yang diangkat oleh forum rapat anggota untuk mengerjakan tugas pengawasan kepada pengurus.

3. Pengurus

Pengurus adalah orang-orang yang dipercaya oleh Rapat Anggota untuk menjalankan tugas dan wewenang dalam menjalankan roda organisasi dan bisnis.

Dalam menjalankan usahanya, selain terdapat organisasi internal koperasi juga harus memiliki organisasi eksternal untuk menjalin interaksi keluar baik secara vertikal maupun horizontal. Secara vertikal, koperasi dapat menjadi bagian atau menjadi anggota koperasi lain yang lebih tinggi atau koperasi sekunder. Secara horizontal, suatu koperasi bisa melakukan aliansi baik dalam bentuk permanen maupun tidak permanen.

2.6 Koperasi Sebagai Sistem Sosio Ekonomi

Menurut Alfred Hanel dalam (Darmawan & Haryanto, 2020), organisasi koperasi adalah suatu sistem sosial ekonomi (*socio economic system*) yang terdiri dari empat subsistem yaitu:

a) *Cooperative group*

Cooperative group merupakan kumpulan orang-orang yang diikat oleh paling sedikit satu kepentingan, keperluan atau tujuan tertentu (*needs, purpose, interest*). *Cooperative group* bergantung pada *solidarity* dan *mutual aids*.

b) *Solidarity and mutual aids*

Terjadi suatu bentuk solideritas tolong-menolong untuk memenuhi suatu kepentingan, kebutuhan dan tujuan.

c) *Cooperative enterprise* atau Perusahaan Koperasi

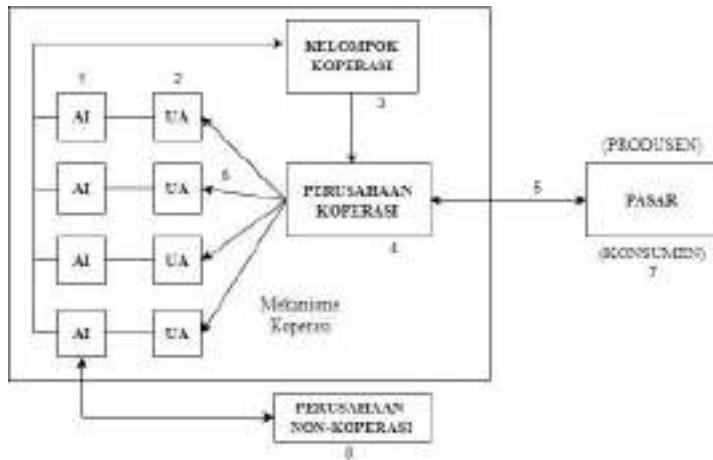
Perusahaan koperasi didirikan untuk memproduksi dan menjual barang atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan atau tujuan.

d) *Member of Interest Promotion* atau Promosi Anggota

Sebagai sarana untuk meningkatkan kesejahteraan atau kepentingan ekonomi dan sosial anggotanya.

Keempat sub-sistem tersebut diatas saling tergantung satu dengan yang lainnya (*assembling*) sehingga merupakan sesuatu yang komplek atau rumit, sehingga untuk mencapai suatu tujuan anggota keempatnya harus dilakukan karena koperasi merupakan gerakan ekonomi sosial yaitu perilaku ekonomi dengan berkelompok atau grup (*socio-economic system*) bukan gerakan sedekah.

Hubungan utama antara unsur-unsur organisasi, yaitu anggota-anggota perorangan, kegiatan-kegiatan ekonomi anggota, kelompok koperasi, perusahaan koperasi dan organisasi koperasi, sebagai suatu sistem sosial ekonomi dapat digambarkan pada gambar 2.1.



Gambar 2. 1 Organisasi Koperasi Sebagai Sistem Sosio-ekonomi dan kedudukannya pada lingkungan ekonomi pasar

Sumber: Koperasi Sebagai Perusahaan (Ramudi Arifin, 2013)

Keterangan:

1. AI (Anggota Individu) adalah individu-individu anggota koperasi, mewakili dirinya sebagai perorangan, keluarga atau unit usaha.
2. UA (Usaha Anggota) adalah kegiatan, tujuan atau kepentingan ekonomi yang sama dari setiap individu, sebagai landasan untuk berdirinya suatu koperasi.
3. Kelompok koperasi, terlihat eksistensinya pada saat menyelenggarakan rapat anggota pada posisi mereka sebagai pemilik perusahaan koperasi.
4. Perusahaan koperasi, sebagai alat dari kelompok koperasi untuk melaksanakan *economic joint actions* dan berorientasi pada promosi ekonomi anggota.
5. Arus barang/jasa antara perusahaan koperasi dengan pasar, barang/jasa masuk berarti aktivitas pengadaan oleh koperasi dan arus barang/jasa ke luar berarti aktivitas pemasaran oleh koperasi.
6. Pelayanan koperasi di dalam kerangka menunjang perbaikan keadaan ekonomi anggota, disebut tugas mempromosikan ekonomi anggota. Posisi anggota sebagai pelanggan perusahaan koperasi.

7. Pasar, di mana penawaran dan permintaan saling berinteraksi berdasarkan mekanisme pasar.
8. Pesaing koperasi, yang juga dapat melayani anggota koperasi karena anggota memiliki kebebasan untuk bertindak (*economics freedom*) berhubung dengan berlakunya prinsip anggota sukarela.

Koperasi Jamur Merekah merupakan Koperasi Produksi dimana anggota adalah sebagai karyawan pada koperasi tersebut. Implementasi koperasi sebagai sistem sosio ekonomi di koperasi Jamur Merekah adalah koperasi membeli bahan baku untuk membudidayakan jamur dari pasar yang berupa bibit jamur, kantong plastik, hingga serbuk gergaji. Setelah itu, para anggota koperasi yang sekaligus sebagai karyawan di departemen penanaman dan budidaya. melakukan budidaya beberapa macam jamur yaitu jamur tiram, jamur kuping, dan jamur lingzhi. Budidaya dilakukan dengan pembuatan baglog yang terbuat dari bahan dasar serbuk gergaji. Setelah itu, baglog ditanami dengan bibit jamur. Kemudian dilakukan pemeliharaan oleh para karyawan hingga jamur siap panen.

Setelah koperasi jamur dipanen, jamur diserahkan kepada departemen pengolahan untuk diolah menjadi produk olahan jamur yaitu jamur krispi. Selain diolah menjadi jamur krispi, koperasi juga langsung menjual jamur pasca panen kepada anggota dan non anggota. Anggota mengolah jamur tersebut menjadi hasil olahan jamur yaitu jamur krispi yang nantinya akan dijual lagi ke koperasi untuk dipasarkan ke pasar yang lebih luas.

Kemudian setelah diolah menjadi jamur krispi, produk diserahkan kepada bagian pemasaran koperasi. Jamur krispi dipasarkan secara konvensional yaitu menitipkan di toko dan swalayan di daerah Bantul. Selain dengan cara

konvensional, produk jamur juga dijual dengan cara digital melalui media sosial. Target pasar Jamur Merekah saat ini adalah komoditas lokal Daerah Bantul dan sekitarnya. Namun koperasi berharap dapat mengekspor produknya hingga luar negeri.

2.7 *Digital Marketing*

Pada era revolusi industri 4.0 saat ini, penggunaan media digital dalam pemasaran produk sangat berpengaruh bagi para badan usaha agar tetap bertahan bisnisnya. Penggunaan media digital juga dapat membuat suatu usaha tetap dapat bersaing dengan para pesaingnya.

E-marketing adalah proses pemasaran yang menggunakan teknologi komunikasi elektronik, khususnya internet. Peran strategi pemasaran digital dapat menjadi penting dalam mengikuti perkembangan teknologi digital dan mengembangkan rencana untuk menarik konsumen dan mengarahkannya ke kombinasi komunikasi elektronik dan komunikasi tradisional (Trulline, 2021).

Menurut *American Marketing Association* (AMA), pemasaran digital merupakan aktivitas, strategi, dan proses untuk menciptakan, mengirimkan, mempromosikan, dan mempertahankan nilai untuk pelanggan melalui media digital.

Hidayat & Tobing (2012) mengemukakan bahwa bahwa pemasaran digital memberikan keuntungan berupa kemampuan perusahaan dalam mencapai lebih banyak konsumen melalui pendekatan global.

Strategi pemasaran digital secara definitif tidak berbeda dengan konsep penasaran langsung, bedanya hanya dilakukan menggunakan sarana teknologi dan informasi. Kendati demikian, terdapat perlakuan yang berbeda, misalnya konsep

penjualan digital/ Online berani memberikan potongan harga, memberikan diskon, memberikan pengiriman gratis, dan sebagainya. Namun, saat ini cara dan metode pemasaran digital dinilai lebih efektif dalam meningkatkan penjualan (Arianto, 2020).

Pemasaran digital telah mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan konsumen dan mencapai audiens target. Pada koperasi, platform media sosial seperti Instagram telah memainkan peran penting dalam menghubungkan penjual dengan pembeli secara online. Dalam konteks ini, koperasi harus memanfaatkan potensi pemasaran digital untuk meningkatkan kehadiran merek, mencapai target penjualan, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Proses *digital marketing* yang diterapkan oleh Koperasi Jamur Merekah adalah koperasi menggunakan media sosial Whatsapp, Instagram, dan Facebook untuk memasarkan produknya. Pemasaran yang dilakukan berupa promosi dan penjualan produk jamur. Hal yang dilakukan adalah ppostingan produk pada media sosial khususnya Facebook dan Instagram untuk promosi. Kemudian pada media sosial Whatsapp telah digunakan Koperasi Jamur Merekah untuk melakukan komunikasi dengan pelanggan mengenai penjualan produk.

BAB III

PEMBAHASAN

3.1 Sejarah Berdirinya Koperasi Jamur Merekah

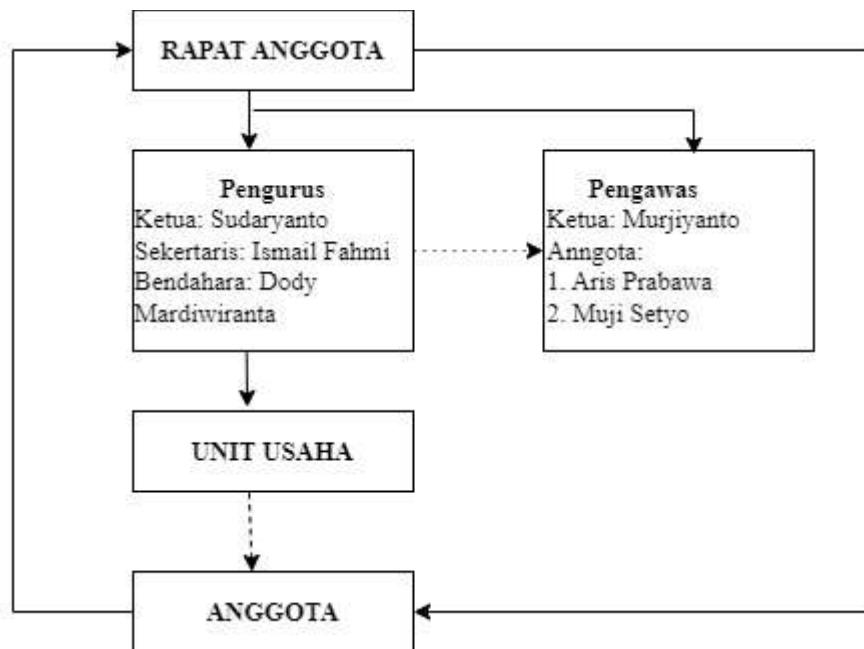
Pada tanggal 22 Februari tahun 2015 para petani jamur di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta sepakat membentuk Paguyuban Petani Jamur Yogyakarta. Pada pertemuan selanjutnya ada gagasan untuk terbentuknya sebuah badan hukum yang menaungi paguyuban ini, akhirnya para anggota paguyuban sepakat untuk membentuk sebuah koperasi. Pada tanggal, 10 November 2015 terbentuklah koperasi tersebut dengan nama Koperasi Produksi Jamur Merekah dengan Nomor Badan Hukum: 26/BH/KPTS/XV/XI/2015. Yang beralamat di Gulan-Gulan RT 03, Pinggir, Sidomulyo, Bambanglipuro, Bantul, Yogyakarta.

Pada tanggal 10 November 2015 itu pula disepakati sebagai tanggal lahir terbentuknya Koperasi Produksi Jamur Merekah. Koperasi Produksi Jamur Merekah pada awal terbentuknya memiliki anggota sebanyak 38 anggota yang tersebar di Kabupaten Bantul, Kulon Progo dan Kota Madya Yogyakarta. Pada tahun 2022, mengalami kenaikan jumlah anggota menjadi 48 anggota. Jenis Usaha Koperasi Produksi Jamur Merekah yaitu memproduksi media tanam jamur (baglog) diantaranya baglog jamur tiram, jamur kuping dan jamur lingzhi.

Pada saat ini, Koperasi Jamur Merekah ingin memperbesar unit usahanya dan menambah manfaat ekonomi bagi para anggotanya. Sehingga koperasi memutuskan untuk memproduksi produk olahan jamur yaitu jamur krispi.

3.2 Struktur Organisasi Koperasi Jamur Merekah

Struktur Organisasi Koperasi Jamur Merekah jika digambarkan adalah sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Koperasi Jamur Merekah

Keterangan:

- Garis Komando
- Garis Pelayanan
- Garis Pemeriksaan

a. Rapat Anggota

Rapat anggota dihadiri oleh anggota dan merupakan pemegang kekuasaan tertinggi di koperasi. Rapat anggota diadakan oleh pengurus dan sekurang-kurangnya diadakan satu tahun sekali dan diadakan paling lambat 5 bulan setelah tahun buku koperasi ditutup. Koperasi Jamur Merekah dalam menjalankan kegiatan usahanya masih berpedoman pada Undang – Undang No. 25 Tahun 1992. Adapun

tugas dan wewenang Rapat Anggota berdasarkan Undang – Undang No. 25 Tahun 1992 pasal 23 tentang Perkoperasian yaitu bahwa Rapat Anggota menetapkan:

- 1) Anggaran dasar
- 2) Kebijakan umum dibidang organisasi, manajemen, dan usaha koperasi.
- 3) Rencana kerja, anggaran, pendapatan dan belanja koperasi serta pengesahan laporan keuangan.
- 4) Pengesahan pertanggungjawaban pengurus dalam pelaksanaan tugasnya.
- 5) Pembagian SHU.
- 6) Penggabungan, peleburan, pembagian, dan pembubaran koperasi

b. Pengurus

Pada intinya keberadaan pengurus Koperasi Jamur Merekah tidak jauh berbeda dengan struktur kepengengurusan yang dipakai oleh koperasi secara umum, yaitu terdiri dari Ketua, Sekretaris, dan Bendahara. Pengurus merupakan kepanjangan tangan dari anggota, sehingga secara ideal bahwa pengangkatan pengurus berasal dari orang-orang atau wakil anggota hasil dari kesepakatan anggota yang diambil melalui rapat anggota, disamping itu pengangkatan pengurus juga didasarkan pada nilai-nilai kepercayaan, kemampuan, serta kejujuran dalam menjalankan amanat anggota yaitu menjalankan koperasi dengan baik dan terarah.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Pasal 30 ayat 1 dan 2 mengenai tugas dan wewenang pengurus, sebagai berikut:

1. Pengurus bertugas:
 - 1) Mengelola koperasi dan usahanya

- 2) Mengajukan rancangan rencana kerja serta rancangan rencana anggaran pendapatan dan belanja koperasi
 - 3) Menyelenggarakan rapat anggota
 - 4) Mengajukan laporan keuangan dan pertanggungjawaban pelaksanaan tugas
 - 5) Menyelenggarakan pembukuan keuangan dan inventaris secara tertib
 - 6) Memelihara daftar buku anggota dan pengurus
2. Pengurus berwenang :
- 1) Mewakili koperasi didalam dan diluar pengadilan
 - 2) Memutuskan penerimaan dan penolak anggota baru serta pemberhentian anggota sesuai dengan ketentuan dalam anggaran dasar
 - 3) Melakukan tindakan dan upaya bagi kepentingan dan kemanfaatan koperasi sesuai dengan tanggung jawabnya dan keputusan rapat anggota

Susunan kepengurusan Koperasi Jamur Merekah berdasarkan keputusan Rapat Anggota Tahunan (RAT) tahun buku 2023 adalah sebagai berikut:

Ketua : Sudaryanto

Sekertaris : Ismail Fahmi

Bendahara : Dody Mardiwigiranta

Adapun tugas dari masing-masing jabatan kepengurusan diatas adalah sebagai berikut:

1. Ketua

Adapun tugas ketua:

- 1) Memimpin organisasi koperasi
- 2) Mengajukan rancangan rencana kerja, rancangan anggaran pendapatan serta belanja koperasi (RKRAPBK) melalui rapat anggota.

- 3) Mengajukan pertanggung jawaban pelaksanaan tugas melalui rapat anggota.
 - 4) Secara berkala, menyelenggarakan rapat-rapat pengurus dan mengundang pengelola untuk membahas perkembangan organisasi dan usaha koperasi.
2. Sekretaris Adapun tugas sekretaris:
- 1) Membuat notulensi setiap rapat, baik rutin (bulanan) maupun rapat khusus.
 - 2) Membuat konsep surat-surat organisasi: surat keluar, keepusan, undangan, dll.
 - 3) Mengagendakan surat keluar dan masuk
 - 4) Menyimpan arsip-arsip surat.
 - 5) Menyiapkan surat perlengkapan yang berhubungan dengan anggota.
 - 6) Membuat dan menyiapkan buku-buku: buku induk anggota, daftar pengurus, daftar pengawas, keputusan organisasi, daftar barang inventaris.
 - 7) Menyimpan dan mengamankan: dokumentasi, buku tamu, stempel organisasi, buku laporan RAT yang sudah di sahkan
 - 8) Menandatangani surat-surat keluar sesuai dengan ketentuan
 - 9) Mempersiapkan agenda rapat dan perlengakapan yang diperlukan.
 - 10) Menyimpan dokumen-dokumen keputusan dan kebijakan pengurus untuk bahas informasi pada RAT.
 - 11) Membuat data keanggotaan secara periodik ke buku induk.
3. Bendahara
- Adapun tugas bendahara:
- 1) Menyelenggarakan dan memelihara daftar barang inventaris koperasi dan persediaan barang-barang produksi/administrasi.
 - 2) Membuat dan memelihara rancangan anggaran pendapatan serta belanja koperasi.

- 3) Memelihara dan mengajukan laporan keuangan, pembelian, data pemasok dan inventaris serta tertib dan benar.
- 4) Menganalisa dan mengupayakan sumber-sumber keuangan koperasi yang efektif dan efisien.
- 5) Memelihara dan mengajukan laporan keuangan, pembelian, data pemasok dan inventaris.

c. Pengawas

Badan Pengawas adalah satu alat kelengkapan koperasi, pengawasan ini dilakukan terhadap tata kehidupan koperasi yang meliputi organisasi dan manajemen, yang kemudian dituangkan dalam laporan tertulis untuk disajikan sebagai laporan pertanggungjawaban pengawas. Berikut merupakan susunan badan pengawas Koperasi Jamur Merekah:

Ketua : Mujiyanto

Anggota: 1. Aris Prabawa

2. Muji Setyo

Adapun tugas dari masing-masing jabatan badan pengawas adalah sebagai berikut:

1. Ketua
 - a. Melakukan pemantauan dan evaluasi serta pengendalian terhadap pelaksanaan keputusan rapat umum dan kebijakan pengurus.
 - b. Dalam kasus tertentu, memiliki hak untuk menegosiasikan keadaan koperasi secara langsung dengan pihak berwenang ketika muncul penyimpangan dari peraturan.

2. Anggota

Tugas anggota Badan Pengawas adalah memantau pelaksanaan kinerja Koperasi Jamur Merekah yang disampaikan kepada ketua pengawas dan dilaporkan dalam rapat anggota tahunan.

3.3 Keadaan Keanggotaan Koperasi Jamur Merekah

Keanggotaan koperasi berdasarkan pada kesamaan kepentingan ekonomi dalam lingkup usaha koperasi. Keanggotaan koperasi pada dasarnya tidak dapat dipindah tangankan karena persyaratan untuk menjadi anggota koperasi adalah kepentingan ekonomi yang melekat pada anggota yang bersangkutan. Anggota koperasi merupakan pemilik dan juga pengguna jasa koperasi.

Adapun daftar keanggotaan pada Koperasi Produksi Jamur Merekah adalah sebagai berikut:

- 1) Jumlah anggota pada saat pendirian : 38 orang.
- 2) Jumlah anggota akhir tahun 2023 : 48 orang.
- 3) Jumlah calon anggota tahun 2023 : 5 orang.

3.4 Perkembangan Usaha Koperasi Jamur Merekah

Koperasi Produksi Jamur Merekah dalam menjalankan kegiatan operasionalnya melakukan beberapa usaha yang diantaranya:

1. Usaha Produksi Baglog

Usaha yang dijalankan oleh Koperasi Jamur Merekah meliputi penyediaan baglog jamur bagi para petani jamur yang dimana petani tersebut anggota Koperasi Jamur Merekah. Usaha ini telah dijalankan sejak tahun 2015. Saat ini telah mampu

memproduksi hingga 30.000 baglog per bulannya. Jenis baglog jamur yang diproduksi yaitu jamur tiram, jamur kuping dan jamur lingzhi.

2. Pengolahan Jamur Krispi

Selain memproduksi baglog jamur, Koperasi Produksi Jamur mereka juga mengolah hasil panen jamur menjadi makanan ringan yaitu jamur krispi. Jamur krispi ini dijual ke swalayan-swalayan dan pusat oleh-oleh yang ada di sekitar Yogyakarta. Namun saat ini, sedang diupayakan untuk memperjualbelikan hasil olahan tersebut ke berbagai *e-commerce* dan media sosial Koperasi Jamur Merekah sendiri.

3. Usaha yang direncanakan

Saat ini Koperasi Jamur Merekah sedang merencanakan pengembangan usaha seperti membuka tempat wisata edukasi jamur untuk anak-anak hingga dewasa. Hal tersebut diusulkan karena menyadari banyak anak-anak sekolah hingga mahasiswa yang tertarik untuk mengetahui selukbeluk tentang tanaman jamur ini.

Tidak hanya tempat wisata edukasi, Koperasi Jamur Merekah juga berniat untuk membuka kafe yang akan menyuguhkan menu kopi dari olahan jamur yang dibudidayakan oleh Koperasi Jamur Merekah.

3.5 Keadaan Permodalan Koperasi Jamur Merekah

Setiap perkumpulan atau organisasi dalam melakukan kegiatan untuk mencapai tujuannya memerlukan sejumlah dana. Sebagai badan usaha, seperti koperasi memerlukan dana sesuai dengan lingkup dan jenis usahanya. Sumber modal Koperasi Jamur Merekah berasal dari modal sendiri maupun modal penyertaan sebagai berikut:

1. Simpanan Pokok

Simpanan Pokok merupakan simpanan pertama kali yang harus disetor oleh anggota ketika masuk menjadi anggota koperasi yang besarnya diputuskan dalam Rapat Anggota dan berlaku bagi semua anggota. Besarnya simpanan pokok adalah sebesar Rp 100.000/ orang.

2. Simpanan Wajib

Simpanan Wajib adalah simpanan yang harus dibayarkan anggota kepada koperasi dalam setiap bulannya. Simpanan Wajib tidak dapat diambil kembali selama yang bersangkutan masih menjadi anggota koperasi. Simpanan Wajib yang dibayarkan per bulannya oleh anggota Koperasi Jamur Merekah adalah sebesar Rp 10.000,- / bulan.

3. Simpanan Sukarela

Berdasarkan perjanjian atau peraturan khusus. Simpanan sukarela anggota Koperasi Jamur Merekah pada saat ini belum berjalan lancar. Hanya sebagian anggota saja yang melakukan simpanan sukarela.

4. Dana Cadangan

Sejumlah uang yang didapat dari penyisihan sisa hasil usaha yang dimaksudkan untuk menghimpun modal sendiri dan mampu menutupi bila terjadi kerugian koperasi.

5. Sisa Hasil Usaha

Sisa Hasil Usaha merupakan pendapatan Koperasi Jamur Merekah yang didapat dalam satu tahun buku dikurangi dengan biaya yang dipertanggungjawabkan. Bagian sisa hasil usaha untuk anggota dapat diberikan secara tunai kepada anggota.

3.6 Pemasaran Konvensional Produk Jamur Krispi yang Telah Diterapkan Koperasi Jamur Merekah pada Saat Ini

Pemasaran konvensional adalah strategi yang mengandalkan metode tradisional seperti iklan cetak, promosi langsung, dan kegiatan pameran untuk menjangkau dan mempengaruhi pasar target secara langsung. Pada saat ini banyak usaha yang memasarkan produknya secara konvensional. Hal ini dilakukan karena pemasaran konvensional termasuk mudah untuk diimplementasikan di semua usaha termasuk koperasi.

Saat ini, koperasi Jamur Merekah masih mengimplementasikan pemasaran secara konvensional. Pemasaran yang dilakukan Jamur Merekah adalah penjualan produk yang langsung kepada para pelanggannya. Koperasi Jamur Merekah juga menitipkan produknya di toko dan swalayan di Daerah Bantul. Produk yang dijual oleh Koperasi Jamur Merekah di toko ini adalah produk jamur krispi.



Gambar 3. 2 Produk Jamur Krispi Koperasi Jamur Merekah

Koperasi Jamur Merekah juga sering mengikuti kegiatan ekspo dan mendirikan *stand* untuk memasarkan produk jamurnya. Acara yang diikuti oleh koperasi Jamur Merekah antara lain Bantul Ekspo dan Gelaran Potensi Pertanian

Yogyakarta. Hal ini dilakukan agar produk dari Koperasi Jamur Merekah lebih dikenal oleh para masyarakat khususnya di Kabupaten Bantul, Yogyakarta.



Gambar 3. 3 Stand Koperasi Jamur Merekah

Penggunaan strategi konvensional cukup membuat produk jamur krispi di Koperasi Jamur Merekah dikenali oleh masyarakat. Namun, produk jamur krispi memiliki potensi untuk dikenal oleh masyarakat lebih luas. Hal ini dikarenakan produk jamur krispi merupakan produk makanan yang awet dan tidak cepat basi sehingga memungkinkan untuk dikirimkan ke luar kota.

Hal ini kemudian membuat para pengurus koperasi memutuskan untuk memasarkan produknya melalui digital yang akan dibahas pada sub bab selanjutnya.

3.7 Implementasi *Digital Marketing* Produk Jamur Krispi pada Koperasi Jamur Merekah.

Pada revolusi industri 4.0 seperti saat ini, pemasaran digital tentunya sangat dibutuhkan untuk diimplementasikan di segala usaha. Hal ini dilakukan agar sebuah usaha tidak kalah dengan para pesaingnya. Karena itu, Koperasi Jamur Merekah telah memasarkan produknya melalui digital. Berikut merupakan implementasi *digital marketing* pada Koperasi Jamur Merekah

3.7.1 Aktivitas *Digital Marketing* Koperasi Jamur Merekah

Media sosial yang awalnya hanya digunakan sebagai sarana berinteraksi lewat dunia maya, saat ini dapat dimanfaatkan untuk menjadi tempat berbisnis salah satunya dengan pemasaran secara digital. Dalam hal ini eksistensi pengguna media sosial berperan penting dalam pemasaran melalui media sosial. Dengan promosi yang baik dan konten yang menarik, pengguna media sosial akan tertarik untuk membeli produk yang dipasarkan. Berikut merupakan beberapa *platform* digital yang digunakan oleh Koperasi Jamur Merekah untuk melakukan aktivitas dalam pemasaran produknya secara digital.

1. Instagram

Instagram merupakan media sosial yang cukup disenangi oleh para masyarakat di Indonesia. Instagram dapat digunakan sebagai sarana pemasaran digital karena di Instagram, penggunanya dapat mengunggah foto produk dan informasi produk melalui *story* maupun *feeds*.

Koperasi Jamur Merekah telah menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana untuk memperkenalkan produk dan koperasinya. Koperasi Jamur Merekah juga menggunakan Instagram untuk memposting segala bentuk kegiatan yang ada di Koperasi Jamur Merekah seperti rapat anggota tahunan.



Gambar 3. 4 Instagram Jamur Merekah

Pada di atas dapat diketahui apabila instagram Jamur Merekah tidak terlalu aktif dan menarik bagi masyarakat. Hal ini dapat dilihat apabila jumlah *followers* yang hanya 27 dimana berarti tidak banyak pengguna Instagram yang tertarik untuk mengikuti Instagram Jamur Merekah.

Kemudian jumlah *post* yang hanya 13 dari bulan Agustus 2023 sampai sekarang menandakan bahwa akun Instagram Jamur Merekah tidak aktif dalam pемostingan produk dan konten yang berkaitan dengan koperasi. Hal ini juga menandakan bahwa Jamur Merekah belum memiliki perhatian untuk pengaktifan pada media sosial Instagram.

2. Facebook

Facebook merupakan media sosial dimana seseorang dapat memposting status dan *story*. Status di Facebook dapat berupa gambar maupun tulisan. Saat ini,

Facebook merupakan media sosial yang terafiliasi dengan Instagram. Sehingga dalam penggunaannya lebih praktis karena admin hanya perlu mengunggah postingan di Instagram, maka secara otomatis dapat terunggah di halaman Facebook juga.

Koperasi Jamur Merekah juga menggunakan media sosial Facebook untuk memasarkan produk jamur krispinya. Selain itu, koperasi juga memanfaatkan Facebook untuk mengunggah dokumentasi kegiatan-kegiatan yang ada di koperasi.



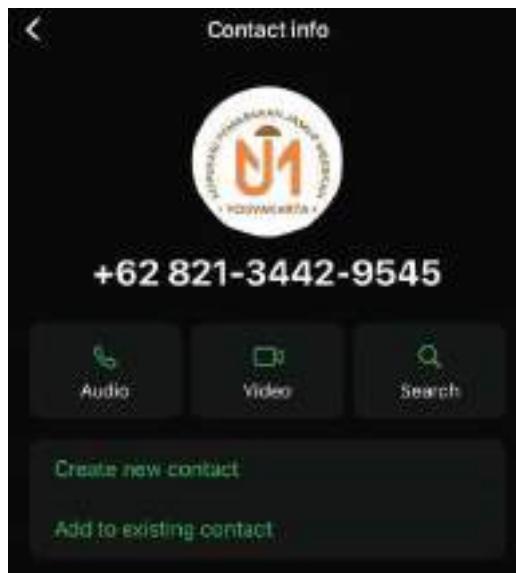
Gambar 3. 5 Facebook Koperasi Jamur Merekah

Pada gambar di atas diketahui apabila di Facebook, Koperasi Jamur Merekah hanya memiliki 34 teman yang mana berarti hanya sedikit pengguna Facebook yang mau berinteraksi dengan akun Jamur Merekah. Hal ini juga berarti koperasi belum aktif untuk mempromosikan media sosialnya sehingga jangkauan pemasaran pada Facebook hanya sedikit.

3. Whatsapp

Whatsapp merupakan media sosial yang digunakan untuk mengirimkan pesan berupa tulisan, gambar, video, dokumen, hingga pesan suara. Media sosial

Whatsapp juga dapat digunakan untuk mengunggah status yang berupa tulisan singkat, gambar, dan video. Pada Koperasi Jamur Merekah, Whatsapp digunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan, pelanggan yang ingin memesan produk Jamur Merekah dapat mengirim pesan melalui Whatsapp. Penggunaan Whatsapp cukup efektif karena hamper seluruh masyarakat Indonesia saat ini menggunakan Whatsapp sebagai alat komunikasi.



Gambar 3. 6 Whatsapp Koperasi Jamur Merekah

Pada dasarnya, penggunaan pemasaran digital pada Koperasi Jamur Merekah belum sepenuhnya berjalan dengan baik. Menurut pengurus Koperasi Jamur Merekah, terdapat beberapa hambatan yang dihadapi koperasi saat menerapkan pemasaran secara digital. Berikut merupakan hambatan yang dihadapi oleh Koperasi Jamur Merekah saat menggunakan pemasaran digital:

1. Jumlah *followers* Instagram yang masih sedikit yaitu sebanyak 27 *followers*.
2. Jumlah teman di Facebook yang hanya sebanyak 34 teman.
3. Masih jarang pelanggan yang memesan melalui media sosial Instagram dan Facebook
4. Koperasi belum mencapai target penjualan produk

5. Belum adanya konsistensi dalam pengelolaan pemasaran digital.

3.7.2 Strategi SWOT Koperasi Jamur Merekah

Pada sub bab sebelumnya, telah disebutkan kendala yang dialami oleh Koperasi Jamur Merekah dalam menjalankan pemasaran secara digital. Karena itu dibuatlah analisis SWOT agar dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki Koperasi Jamur Merekah untuk mencapai strategi pemasaran yang lebih maksimal. Analisis SWOT merupakan metode analisis yang digunakan untuk merumuskan strategi yang tepat. Metode ini membagi faktor-faktor yang memengaruhi perusahaan menjadi dua, yaitu faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Dengan memahami faktor-faktor ini, perusahaan dapat menentukan strategi yang sesuai dengan kondisi dan peluang yang ada, serta meminimalisir potensi ancaman yang dihadapi

Berikut merupakan hasil wawancara penulis dengan pengurus Koperasi Jamur Merekah mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh koperasi.

1. Apakah keunggulan Koperasi Jamur Merekah saat ini?

“Keunggulan Koperasi Jamur Merekah adalah, kami memiliki kualitas jamur yang baik karena dikelola langsung oleh para petani jamur di Jogja. Secara keanggotaan juga masih kuat dan mau berpartisipasi. Kami juga saat ini sudah memiliki media sosial. Harga yang kami pasarkan masih terbilang murah dan menyediakan gratis ongkir.”

2. Apa hambatan yang dialami Koperasi Jamur Merekah saat mencapai tujuan?

“Hambatannya ya sudah jelas karena ya kita ini kenbanyakkan orang tau yang tidak terlalu paham dengan media sosial, belum punya karyawan yang bisa megang pemasaran digital. Kami juga masih belum memiliki toko untuk menjual produk dan belum punya marketplace untuk berjualan.”

3. Apa peluang yang dimanfaatkan Koperasi Jamur Merekah?

“Sebenarnya saat ini, produk kami sudah cukup diminati oleh masyarakat. Daya beli masyarakat juga cukup tinggi. Adanya media sosial juga membuat kami bisa memperkenalkan produk dan koperasi ke jangkauan lebih luas. Kami juga ada pelatihan dari dinas koperasi mengenai pemasaran digital.”

4. Apa ancaman bagi keberlanjutan usaha Koperasi Jamur Merekah?

“Saat ini, harga bahan baku yang naik masih menjadi ancaman utama bagi koperasi agar tetap mempertahankan kualitasnya. Selain itu banyak sekali kompetitor yang menjual produk yang sama. Kompetitor juga lebih sering mempromosikan produknya dan sudah pada punya shopee. Persaingan harga yang ketat juga membuat konsumen mencari harga yang lebih murah.”

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki Koperasi Jamur Merekah.

1. Kekuatan (*strength*)

- a. Kualitas produk yang baik
- b. Memiliki media sosial Instagram, Facebook, dan Whatsapp
- c. Memiliki anggota yang loyal dan mau berpartisipasi
- d. Menyediakan gratis ongkir dengan beberapa persyaratan tertentu.

2. Kelemahan (*weakness*)

- a. Belum memiliki karyawan yang mumpuni tentang pemasaran digital
- b. Belum memiliki *marketplace*.
- c. Belum menerapkan jadwal pemostingan konten secara teratur.
- d. Kurangnya konsistensi dalam memasarkan produk secara digital.

3. Peluang (*opportunity*)

- a. Produk yang cukup diminati oleh masyarakat
- b. Daya beli masyarakat yang tinggi
- c. Adanya media sosial yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk
- d. Adanya pelatihan pemasaran digital oleh dinas koperasi.

4. Ancaman (*threat*)

- a. Fluktuasi harga bahan baku (bibit jamur, pupuk, dll.)
- b. Kompetitor lebih sering melakukan promosi dengan media sosial
- c. Kompetitor menjual dengan memanfaatkan *marketplace*.
- d. Persaingan harga dengan kompetitor.

1. Analisis Faktor Internal dan Eksternal Menggunakan IFAS dan EFAS

Tahap-tahap dalam membuat tabel *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS) dengan menentukan faktor-faktor yang menjadi *strength* dan *weakness* Koperasi Jamur Merekah, kemudian memberikan bobot dengan skala mulai dari 0,0 (tidak penting) sampai dengan 1,0 (sangat penting) di mana semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi skor total 1,00. Hasil analisis IFAS dan EFAS dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 1 Matrik Faktor Strategi IFAS Koperasi Jamur Merekah

	Faktor	Bobot	Rating	Skor
Strength	Kualitas produk yang baik	0,15	4	0,6
	Memiliki media sosial Instagram, Facebook Whatsapp	0,13	3	0,39
	Memiliki anggota yang loyal dan mau berpartisipasi	0,15	4	0,6
	Menyediakan gratis ongkir dengan beberapa persyaratan tertentu	0,11	2	0,22
	TOTAL STRENGTH	0,54		1,81
Weakness	Belum memiliki karyawan mumpuni tentang pemasaran digital	0,15	1	0,15
	Belum memiliki <i>marketplace</i>	0,11	2	0,22
	Belum menerapkan jadwal pemostingan konten secara teratur	0,09	3	0,27
	Kurangnya konsistensi dalam memasarkan produk secara digital	0,11	2	0,22
	TOTAL WEAKNESS	0,46		0,86
TOTAL IFAS		1,00		2,67

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai internal faktor sebesar 2,67 atau masuk pada kategori di atas rata-rata. Hal ini menunjukkan pemilihan strategi dari segi internal faktor Koperasi Jamur Merekah telah mengedepankan kekuatan perusahaan.

Tabel 3. 2 Matrik Faktor Strategi EFAS Koperasi Jamur Merekah

	Faktor	Bobot	Rating	Skor
Opportunity	Produk yang cukup diminati oleh masyarakat	0,13	3	0,39
	Daya beli masyarakat yang tinggi.	0,13	4	0,52
	Adanya media sosial yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk	0,11	2	0,22
	Addanya pelatihan pemasaran digital oleh dinas koperasi	0,09	2	0,18
TOTAL OPPORTUNITY		0,46		1,31
Threat	Fluktuasi harga bahan baku	0,15	2	0,3
	Kompetitor lebih sering melakukan promosi dengan media sosial	0,11	4	0,44
	Kompetitor menjual dengan memanfaatkan <i>marketplace</i>	0,13	3	0,39
	Persaingan harga dengan kompetitor	0,15	2	0,3
TOTAL THREAT		0,54		1,43
TOTAL EFAS		1,00		2,74

Analisis SWOT untuk menganalisis posisi Koperasi Jamur Merekah, maka terdapat dua titik koordinat X dan Y yang dihitung dari hasil analisis IFAS dan EFAS, perhitungannya sebagai berikut:

(1) Koordinat Analisis Internal

$$\text{Skor total Kekuatan} - \text{Skor total Kelemahan} = 1,81 - 0,86 = 0,95 \text{ (X)}$$

(2) Koordinat Analisis Eksternal

$$\text{Skor total Peluang} - \text{Skor total Ancaman} = 1,31 - 1,43 = -0,12 \text{ (Y)}$$

Dari hasil perhitungan di atas maka dapat digambarkan pada diagram SWOT sebagai berikut:



Gambar 3. 7 Diagram SWOT Koperasi Jamur Merekah

Berdasarkan diagram analisis SWOT diatas, maka koordinator posisi Koperasai Jamur Merekah berada pada kuadran II yaitu mendukung strategi diversifikasi. Hal ini menandakan Jamur Merekah menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal, sehingga strategi untuk mencapai target penjualannya adalah dengan diversifikasi produk.

2. Matriks SWOT

SWOT merupakan singkatan dari *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman), adalah alat analisis yang membantu para manajer dalam mengetahui dan merumuskan strategi perusahaan. Berikut adalah strategi untuk melakukan analisis SWOT.

Tabel 3. 3 Matriks SWOT Jamur Merekah

EFAS	IFAS	<p><i>Strength (S)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk yang baik 2. Memiliki media sosial Instagram, Facebook, dan Whatsapp 3. Memiliki anggota yang loyal dan mau berpartisipasi 4. Menyediakan gratis ongkir dengan beberapa persyaratan tertentu beberapa persyaratan tertentu. 	<p><i>Weakness (W)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Belum memiliki karyawan yang mumpuni tentang pemasaran digital 2. Belum memiliki <i>marketplace</i>. 3. Belum menerapkan jadwal pemostingan konten secara teratur. 4. Kurangnya konsistensi dalam memasarkan produk secara digital.
	<p><i>Opportunity (O)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang cukup diminati oleh masyarakat 2. Daya beli masyarakat yang tinggi 3. Adanya media sosial yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk 4. Adanya pelatihan pemasaran digital oleh dinas koperasi. 	<p>STRATEGI SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan kualitas produk agar pelanggan tetap loyal 2. Memberdayakan anggota untuk memasarkan produk secara digital 3. Menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk. 4. Mempertahankan gratis ongkir agar pelanggan senang membeli produk dari koperasi. 	<p>STRATEGI WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan konsistensi penggunaan media sosial agar jangkauan lebih luas. 2. Mengikuti program pelatihan pemasaran digital dari dinas koperasi.
<p><i>Threat (T)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fluktuasi harga bahan baku (bibit jamur, pupuk, dll.) 2. Kompetitor lebih sering melakukan promosi dengan media sosial 3. Kompetitor menjual dengan memanfaatkan <i>marketplace</i>. 4. Persaingan harga dengan kompetitor. 	<p>STRATEGI ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas produk dan mempertahankan ciri khas agar produk berbeda dengan yang lain 2. Meningkatkan frekuensi promosi melalui media sosial 	<p>STRATEGI WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menerapkan penjadwalan dalam pemostingan konten di media sosial 2. Memanfaatkan <i>marketplace</i> untuk memperluas jangkauan pasar. 	

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui alternatif strategi yang dapat dipertimbangkan oleh Koperasi Jamur Merekah:

1. Strategi SO

Kopersi Jamur Merekah harus mempertahankan kualitas produk agar pelanggan tetap loyal. Koperasi Jamur Merekah juga harus memanfaatkan pemasaran secara digital dengan memberdayakan anggota yang loyal.

2. Strategi WO

Koperasi Jamur Merekah harus bisa lebih konsisten dalam memanfaatkan media sosial untuk pemasaran digital dan membuat *marketplace* untuk memperluas jangkauan pasarnya. Pengurus koperasi juga dapat mengikuti pelatihan pemasaran digital yang diberikan dinas koperasi.

3. Strategi ST

Jamur merekah harus mempertahankan ciri produk. Jamur merekah juga harus lebih meningkatkan frekuensi promosi melalui media sosial.

4. Strategi WT

Koperasi Jamur Merekah dapat menerapkan jadwal pemostingan konten di media sosial. Selain itu, Jamur Merkah juga dapat memanfaatkan *marketplace* untuk menjual produknya.

Berdasarkan analisis SWOT di atas dapat disimpulkan apabila Koperasi Jamur Merekah dapat melakukan inovasi untuk mendapatkan produk dengan harga bersaing untuk menarik calon konsumen baru. Memanfaatkan pelanggan yang loyal untuk mereferensikan produk ke calon konsumen agar volume penjualan dapat lebih meningkat. Mengkomunikasikan keunggulan Koperasi Jamur Merekah berupa cita rasa, dan inovasi produk kepada relasi meningkatkan promosi dengan

memanfaatkan sosial media seperti instagram, facebook dan story whatsapp agar dapat menjangkau konsumen yang lebih banyak dengan begitu Koperasi Jamur Merekah akan lebih banyak dikenal masyarakat, memanfaatkan *marketplace* dan *digital marketing* untuk berjualan sehingga volume penjualan akan terus meningkat.

BAB IV

SIMPULAN

4.1 Simpulan

Berdasarkan hasil kajian koperasi implementasi pemasaran digital produk jamur krispi pada Koperasi Jamur Merekah dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Koperasi Jamur Merekah memanfaatkan strategi pemasaran secara konvensional yaitu menjual produk secara langsung dengan pelanggan dan menitipkan produknya pada toko dan swalayan di Daerah Bantul.
2. Implementasi pemasaran digital pada Koperasi Jamur Merekah adalah sebagai berikut:
 - a. Koperasi Jamur Merekah telah menerapkan pemasaran secara digital dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Whatsapp. Namun, dalam penerapan strategi pemasaran secara digital Koperasi Jamur Merekah masih mengalami beberapa hambatan yaitu *followers* Instagram yang tidak bertambah, belum banyak pelanggan yang memesan melalui *online*, dan koperasi belum mencapai realisasi target penjualannya.
 - b. Berdasarkan analisis SWOT pada Koperasi Jamur Merekah maka dapat dijadikan sebagai bahan pembuat keputusan untuk merespon keadaan lingkungan intenal dan eksternal. Dari hasil pengolahan data dan analisis data, didapatkan bahwa posisi Koperasi Jamur Merekah berada pada kuadran II yaitu strategi mendukung strategi pemasaran diversifikasi.

4.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis sampaikan yang mungkin dapat digunakan untuk memperbaiki dan mengoptimalkan pemasaran digital pada koperasi adalah sebagai berikut:

1. Koperasi Jamur Merekah dapat mengadakan atau mengikuti pelatihan pemasaran digital agar para pengurus dapat membuat inovasi dan mampu melakukan pemasaran secara digital dengan lebih baik dan menarik pelanggan.
2. Koperasi Jamur Merekah dapat menggunakan *marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia untuk memasarkan produknya. Karena dengan *marketplace* dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariffin, R. 2013. *Koperasi Sebagai Perusahaan*. Sumedang: Ikopin Press.
- Hanel, Alfred. 2005. *Organisasi Koperasi, Pokok-Pokok Pikiran Mengenai Organisasi Koperasi dan Kebijakan Pembangunannya di Negara-negara Berkembang*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Hendar. 2010. *Manajemen Perusahaan Koperasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Darmawan, A., & Haryanto, T. 2020. *KOPERASI: PERKEMBANGAN DAN PERSPEKTIFNYA DALAM ISLAM*. Purwokerto: UM Purwokerto Press.
- Hendrojogi. 2010. *Koperasi: Asas-asas, Teori, dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Press.
- Indrawan, R. 2013. *Pengantar Koperasi Untuk Perguruan Tinggi*. Bandung: CV Arfino Raya.
- Subandi. 2013. *Ekonomi Koperasi (Teori dan Praktik)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sudarsono, & Edilius. 2010. *Koperasi dalam teori dan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Undang Undang No 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian

Referensi Lainnya

- Arianto, B. (2020). *Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19*. ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal), 6(2), 233-247.
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5, 259–279.

LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Perhitungan Rating SWOT

Strength				
	F1	F2	F3	F4
Informan 1	4	3	3	2
Informan 2	4	3	4	3
Informan 3	4	4	4	2
Rata-rata	4	3,33333	3,66667	2,33333
	4	3	4	2
Weakness				
	F1	F2	F3	F4
Informan 1	1	1	3	2
Informan 2	2	2	2	2
Informan 3	1	2	4	3
Rata-rata	1,33333	1,66667	3	2,33333
	1	2	3	2

Opportunity				
	F1	F2	F3	F4
Informan 1	3	3	3	2
Informan 2	3	4	3	3
Informan 3	4	4	4	2
Rata-rata	3,33333	3,66667	3,33333	2,33333
	3	4	3	2
Threat				
	F1	F2	F3	F4
Informan 1	1	4	3	2
Informan 2	2	4	3	1
Informan 3	2	3	2	2
Rata-rata	1,66667	3,66667	2,66667	1,66667
	2	4	3	2

Keterangan

Informan 1: Ismail Fahmi

Informan 2: Sudaryanto

Informan 3: Aris Prabawa

Lampiran 1. 2 Perhitungan Bobot SWOT

	Faktor	Nilai	Bobot
Strength	Kualitas produk yang baik	8	0,15
	Memiliki media sosial Instagram, Facebook Whatsapp	7	0,13
	Memiliki anggota yang loyal dan mau berpartisipasi	8	0,15
	Menyediakan gratis ongkir dengan beberapa persyaratan tertentu	6	0,11
Weakness			
	Belum memiliki karyawan mumpuni tentang pemasaran digital	8	0,15
	Belum memiliki <i>marketplace</i>	7	0,13
	Belum menerapkan jadwal pemostingan konten secara teratur	5	0,09
	Kurangnya konsistensi dalam memasarkan produk secara digital	6	0,11
TOTAL		55	1,00

	Faktor	Nilai	Bobot
Opportunity	Produk yang cukup diminati oleh masyarakat	7	0,13
	Daya beli masyarakat yang tinggi.	7	0,13
	Adanya media sosial yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk	6	0,11
	Adanya pelatihan pemasaran digital oleh dinas koperasi	5	0,09
Threat			0,00
	Fluktuasi harga bahan baku	8	0,15
	Kompetitor lebih sering melakukan promosi dengan media sosial	6	0,11
	Kompetitor menjual dengan memanfaatkan <i>marketplace</i>	7	0,13
	Persaingan harga dengan kompetitor	8	0,15
TOTAL		54	1,00

Lampiran 1. 3 Dokumentasi dengan Pengurus Koperasi



Lampiran 1. 4 Dokumentasi Keadaan Kumbung Jamur Koperasi