

No Day Without Entrepreneurial & Cooperative Spirits

JURNAL ILMIAH ABDIMAS

Pengabdian Kepada Masyarakat

E-Coops-Day



LPPM- IKOPIN

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA



E-Coops-Day

JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Vol. 1 No.2, Agustus 2020

DEWAN REDAKSI

Manager Jurnal
Ami Purnamawati

Editor In Chief
Yuanita Indriani
Nurhayat Indra

Editor Bagian
Ery Supriyadi R.
Wawan Lulus Setiawan
Trida Gunadi

Copy Editor
Rosti Setiawati

Editor Layout
Adang Cahya
Asep Hermawan

Proof Reader
Ida Ahadiyah

Manajer Langganan
Risvan Santoso

Alamat Penerbit/Redaksi
Institut Manajemen Koperasi Indonesia- IKOPIN
Graha Bustanil Arifin
Jl. Raya Bandung-Sumedang KM. 20,5 Jatinangor
Telp: (022) 7794444 Fax: (022) 7796033
E-mail: lppm@ikopin.ac.id Website: www.ikopin.ac.id

KATA PENGANTAR

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan langkah nyata para akademisi berkiprah dalam menyebarkan kajian-kajian yang dilakukan oleh perguruan tinggi kepada masyarakat secara langsung sesuai dengan visi, misi dan tujuan perguruan tinggi. Sebagai salah satu implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, Institut Koperasi Indonesia (Ikopin) tidak hanya menyebarkan keilmuan dan teknik-teknik yang berkaitan dengan perkoperasian dan kewirausahaan secara langsung, namun mendokumentasikan kegiatan PKM tersebut dalam Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat yang diberi nama E-Coops-Day. Jurnal **E-Coops-Day** diisi dengan naskah-naskah para kontributor baik dari internal Ikopin maupun dari perguruan tinggi lain.

Sebagai hasil jalinan kerjasama yang baik dengan jejaring Ikopin, pada tahun 2020 dosen-dosen Ikopin mendapat kepercayaan untuk melaksanakan pengabdiannya di beberapa provinsi di Indonesia. Namun demikian yang didokumentasikan dalam jurnal ini hanya tiga (3) provinsi; yaitu Jawa Barat (Kabupaten Sumedang, Kabupaten Bandung Barat, Kabupaten Bandung, Kota Bandung, dan Kabupaten Tasikmalaya), Jawa Timur (Kabupaten Pacitan), dan Kota Lampung. Pada tahun ini - di tengah pandemi Covid-19 -, proses kegiatan PKM masih dapat dilaksanakan secara tatap muka maupun secara daring (*online*). Namun dalam pelaksanaan kegiatan PKM secara tatap muka lebih banyak dilangsungkan dengan menjalankan protokol kesehatan yang ketat.

Bentuk kegiatan PKM yang didokumentasikan dalam jurnal ini adalah pelatihan, pembinaan, bimbingan teknik, diskusi terbatas (*Focus Group Discussion*) dan konsultasi; dengan topik-topik yang berkisar pada pengembangan kewirausahaan dan perkoperasian. Secara garis besar materi-materi yang disampaikan adalah karakter untuk membina jiwa wirausaha, manajemen kelembagaan, sumber daya manusia, pelayanan prima, pemasaran dan pembukuan sederhana bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Masyarakat yang menjadi peserta PKM adalah mereka yang berkecimpung dalam bidang peternakan/perikanan, perkebunan/pertanian, pesantren, minuman, makanan, asesoris dan pakaian. Selain itu mereka yang belum terlibat dalam dunia usaha seperti mahasiswa asal Papua, masyarakat berbasis jender, dan masyarakat umum juga menjadi peserta.

Jurnal PKM diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dari setiap kegiatan PKM yang sudah dilakukan. Demikian pula dapat digunakan sebagai rujukan bagi para pembaca untuk mendapatkan wawasan dan gagasan baik secara substansi maupun metode dan teknik pengabdian kepada masyarakat; sehingga terinspirasi untuk melakukan kegiatan PKM secara efektif. Jurnal PKM Edisi KE-2 di akhir tahun ini menjadi upaya menyempurnakan dharma Pengabdian Kepada Masyarakat.

Jatinangor, 10 Agustus 2020

Tim Editor

E-Coops-Day

JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Vol. 1 No.2, Agustus 2020

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN PENGEMBANGAN Jiwa KEWIRAUSAHAAN MASYARAKAT PERKEBUNAN/PERTANIAN DAN PETERNAKAN/PERIKANAN DI KABUPATEN PACITAN-PROVINSI JAWA TIMUR Oleh: Rosti Setiawati	1 – 8
MENGENALI DIRI KUNCI PENGEMBANGAN DIRI MAHASISWA IKOPIN ASAL PAPUA DALAM MENUMBUHKAN Jiwa KEWIRAUSAHAAN Oleh: Ami Purnamawati	9 – 14
PELATIHAN MANAJEMEN USAHA BAGI UMKM DI KABUPATEN PACITAN – PROVINSI JAWA TIMUR Oleh: Nanik Risnawati	15 – 18
PELATIHAN PELAYANAN PRIMA BAGI TENANT PUSAT INKUBATOR BISNIS IKOPIN (PIBI) Oleh: Deddy Supriyadi	19 – 24
KONSULTASI BAURAN PEMASARAN DAN PEMBUKUAN SEDERHANA PADA USAHA KECIL <i>RESELLER</i> KAOS OBLONG Oleh: Iwan Mulyana	25 – 34
<i>FOCUS GROUP DISCUSSION REBRANDING</i> KAMPUNG KOPERASI BERBASIS KLUSTER KOMODITAS SUB TEMA: KEWIRAUSAHAAN PEREMPUAN MELALUI PEMBERDAYAAN KOPERASI PEREMPUAN KABUPATEN SUMEDANG Oleh: Nurhayat Indra	35 – 40
PENGEMBANGAN DESA BINAAN UNTUK Mendukung Peningkatan KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DESA CIHIDEUNG KECAMATAN PARONGPONG KABUPATEN BANDUNG BARAT Oleh: Asep Saepudin	41 – 48
PENGUATAN KOMPETENSI MANAJEMEN KOPERASI BAGI PENGURUS KOPERASI PONDOK PESANTREN DI JAWA BARAT PADA MASA PANDEMI COVID-19 Oleh: Rima Elya Dasuki	49 – 54
PROGRAM ONE PESANTREN ONE PRODUCT DAPAT MENJADI PENDEKATAN AKSELERASI BISNIS DI PESANTREN PADA MASA PANDEMI COVID-19 Oleh: Wawan Lulus Setiawan	55 – 60
BIMBINGAN TEKNIS Peningkatan SUMBER DAYA MANUSIA KOPERASI (KASUS PEMBINAAN SUMBER DAYA MANUSIA KOPERASI DI KABUPATEN BANDUNG) Oleh: Yuanita Indriani	61 – 66
PELATIHAN PERKOPERASIAN DI KAWASAN PERIKANAN DAN PETERNAKAN DI BANDAR LAMPUNG PROVINSI LAMPUNG Oleh: Wahyudin	67 – 72

PELATIHAN PERKOPERASIAN DI KAWASAN PERIKANAN DAN PETERNAKAN DI 73 - 80
KABUPATEN TASIKMALAYA PROVINSI JAWA BARAT
Oleh: **Endang Wahyuningsih**

KONSULTASI BAURAN PEMASARAN DAN PEMBUKUAN SEDERHANA PADA USAHA KECIL RESELLER KAOS OBLONG

Iwan Mulyana
Institut Manajemen Koperasi Indonesia
iwana_mulyana@ikopin.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat melalui usaha kecil reseller kaos oblong dan pakaian second dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman dalam pengelolaan pemasarannya melalui bauran pemasaran yang baik dan pembukuan transaksi secara sederhana serta memberikan pemahaman tentang perkoperasian untuk menumbuhkan minat berkoperasi melalui pemahaman jatidiri koperasi. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil pengamatan terhadap aktivitas usaha yang dijalankan pengusaha kecil *reseller* kaos oblong, ada hal yang harus diperbaiki dalam pengelolaan bauran pemasarannya serta pembukuan transaksinya. Selain itu keinginan belajar yang tinggi dan rasa kepercayaan yang dibarengi dengan semangat untuk bekerja keras dan mau belajar dalam bidang pemasaran, pembukuan dan perkoperasian. Usaha kecil yang dijalankan oleh pemilik dengan rekan kerjanya dimulai dari ide yang diwujudkan dalam kerjasama usaha dengan rekan-rekannya untuk membuka room di tempat yang sudah disediakan dan membagi peran dan tugas masing-masing yang ditanganinya. Adapun pembagian keuntungan masih dibagi rata. Pelaku usaha kecil ini diberikan wawasan tentang manajemen bauran pemasaran, pembukuan sederhana dan tentang perkoperasian. Kesimpulannya mereka perlu dibina lebih lanjut dalam bidang manajemen pemasaran produk secara online. Sarannya agar mereka dapat mengikuti pelatihan yang tepat dalam pemasaran dan pembukuan.

Kata Kunci : Usaha Kecil, Bauran Pemasaran dan Jatidiri koperasi

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai penduduk terbanyak di Asia Tenggara. Dengan adanya pandemi di awal Maret 2020, secara otomatis masyarakat Indonesia yang paling banyak terkena dampaknya. Pengaruh tersebut dirasakan mulai dari sektor kesehatan sampai pada sektor ekonomi. Kebijakan Pemerintah pusat dan daerah tentang Pembatasan aktivitas penduduk berimbas pada sektor perekonomian. Hal ini terlihat pada kuartal II tahun 2020 Pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami minus 5,32 %. Dan pada kuartal I tahun 2020 pertumbuhan ekonomi Indonesia tumbuh hanya 2,97% (BPS). Kondisi melemahnya kinerja ekonomi berdampak pada masalah ketenagakerjaan yaitu tingginya pengangguran. Kejadian ini bertambah parah saat COVID-19 terus berkepanjangan sehingga adanya peningkatan pengangguran dan perubahan *landscape* market tenaga kerja. Aktivitas

perekonomian terhambat secara otomatis sehingga para pelaku usaha menerapkan efisiensi untuk memperkecil terjadinya kerugian. Dampak dari semua itu para pekerja diberhentikan sementara sampai pemutusan hubungan kerja secara terpaksa. Ada beberapa catatan dari data Kementerian Ketenagakerjaan tanggal 7 April 2020 dampak dari pandemi Covid-19 adalah terjadinya pemutusan hubungan kerja di sektor formal oleh 39.977 perusahaan terhadap 1.010.579 tenaga kerja. Dan 34.453 perusahaan di sektor informal telah memutus hubungan kerja sebanyak 189.452 orang pekerja.

Selain itu ada yang harus diperhatikan pasca krisis ekonomi dan pandemi Covid-19 adalah perubahan *landscape* pasar tenaga kerja seperti jumlah penyerapan tenaga kerja tidak akan sama dengan jumlah tenaga kerja yang di PHK sehingga akan terjadi selisih jumlah tenaga kerja yang semakin tidak terserap dan akan menjadi pengangguran akibat pandemi

ditambah angkatan kerja baru. Sehingga mereka akan memasuki sektor-sektor informal. Berdasarkan hal ini maka pemerintah harus berupaya agar sektor informal mempunyai produktivitas yang tinggi untuk bisa memberikan upah yang layak pada tenaga kerja di sektor ini. Dan diharapkan lapangan pekerjaan melalui sektor informal semakin meningkat. (Kompas.com)

“*Patrun.id Kaos Basic & Custom Sablon – Thriftshop*” dan media instagramnya “*patrun.id thriftdbypatrun*” dan WA 088218548471; 085156709084. Dimana alamat shop nya di Jl. Kolonel Ahmad Syam No.200 RT03 RW08 Dusun Sayang Desa Sayang Kecamatan Jatinangor Kabupaten Sumedang Provinsi Jawa Barat. Jenis usaha nya sektor perdagangan atau retail kaos oblong dan pakaian second. Pemilik usaha kecil nya Tryiis Arr sarjana lulusan fakultas seni dan design Universitas Pendidikan Indonesia. Gedung atau tempat atau ruangan yang digunakan 6 m x 3 m dan lahan parkir hanya 3 m x 3 m.

II. METODE

Pengabdian ini dilakukan dengan pendekatan kekeluargaan, dengan tujuan agar diterima dengan penuh keterbukaan sehingga ada rasa kepercayaan terhadap yang melakukan pengabdian. Langkah pertama yang dilakukan dengan kunjungan awal sambil silaturahmi, selanjutnya pertemuan pengamatan tahap pertama, kemudian tahapan diskusi, dan terakhir tahapan konsultasi dan pemberian saran-saran yang konstruktif buat mereka. Pengabdian ini dilakukan secara perorangan tidak melibatkan orang lain atau tunggal.

Peralatan yang digunakan hanya kamera dengan menggunakan HP dan Laptop. Sedangkan materi yang diberikan Bauran pemasaran dan pembukuan sederhana serta jati diri koperasi. Dalam pengabdian ini pesertanya hanya pelaku usaha kecil yang terdiri dari pemilik dan rekan kerjanya. Metode penyampaian materi dilakukan dengan sistem diskusi yang bersifat konsultasi dan pemberian saran-saran yang konstruktif buat keberlangsungan usahanya.

Evaluasi kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan kunjungan langsung serta melihat perubahan yang terjadi setelah dilakukan konsultasi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, dimulai dengan :

A. Mengamati aktivitas yang dilakukan oleh pemilik usaha kecil ini mulai dari aspek:

1. Sumber Daya Manusia

SDM merupakan usaha untuk memproduksi barang/jasa yang dapat dilakukan oleh manusia dalam proses produksi. Arti SDM/HR adalah mencari Manusia yang mampu bekerja untuk memberikan jasa/usaha atau pekerjaan/nilai ekonomis. Konsepnya terdiri dari:

- 1) Kualitas SDM (Non fisik)
- 2) Kuantitas SDM (fisik) biasanya diukur dengan usia.

“*Patrun.id Kaos Basic & Custom Sablon – Thriftshop*” merupakan usaha kecil yang dijalankan oleh pemiliknya Tryiis ARR., S.Pd. Seorang lulusan Universitas Pendidikan Indonesia. Kompetensi yang dimilikinya dari perkuliahan cukup untuk menjalankan bisnis ini. Dengan bantuan dan kerjasama dari temannya Andi calon sarjana dari UIN Bandung kegiatan usahanya bisa berjalan dengan bertahap. Mereka berbagi tugas untuk memasarkan produknya.

2. Keuangan

Keuangan adalah istilah untuk hal-hal yang berkaitan dengan manajemen, penciptaan, dan studi tentang uang dan investasi. Keuangan perusahaan melibatkan pengelolaan aset, kewajiban, pendapatan, dan utang untuk bisnis. Modal awal yang dimiliki usaha kecil *patrun.id* saat memulai bisnis ini hanya Rp 10 juta. Sedangkan gedung, kendaraan sudah tersedia. Modal tersebut digunakan untuk membeli meja,

kursi , cermin, dan gantungan pakaian, serta persediaan kaos oblong untuk dijual.

3. Produksi

Kegiatan produksi kaos oblong bekerja sama dengan konveksi yang sudah bekerja sama. Bahan baku kaos oblong ini cotton combed yang diperoleh dari Bandung Ci Gondewa dan Gang Tamin.

4. Pemasaran

Aktivitas penjualannya dilakukan dari hari Senin sampai hari minggu, dan hari jumat libur. Bukanya dimulai dari jam 10 siang sampai jam 10 malam. Pelanggan yang dilayaninya yang datang mendadak , pelanggan yang pesan dari instagram dan whatshap. Untuk lebih jelasnya berdasarkan pengamatan akan disampaikan secara sistematis menurut bauran pemasaran yang meliputi:

a) Produk

Produk merupakan hasil akhir dari tahap produksi, yang siap untuk dijual ke konsumen. Produk yang baik adalah produk yang memberikan kepuasan pada pengguna sehingga mereka mau untuk membeli secara berulang-ulang. Produk akan berkualitas kalau bahan baku yang digunakan dan proses produksi sesuai dengan kriteria mutu yang sudah distandarisasi.

Produk yang ditawarkan Pattarn.id ini adalah :

1) Kaos oblong

- Bahan yang digunakan adalah cotton combed 30S (*single knit*)
- Pilihan warna ada 50 warna burgundy, maroon, merah cabe, fanta, salem, pink, orange, kuning kenari, hijau pucuk, hijau fuji, hijau botol, toska tua, biru toska, toska muda, hijau mint, turkis muda, turkis, turkis tua, biru muda, benhur, deep blue, navy, ungu

tua, magenta, ungu muda, dusty pink, bubblegum pink, cream, beige, coklat susu, steel blue, putih netral, putih bluish, misty m74 putih bluish,, abu muda, abu tua, coklat kopi, hijau TNI, kuning busuk, kuning lemon, light grey, electric lime, orange bata, mustard, hitam reaktif, hitam sulfur, jet black, army green dan hijau botol special. Jadi semua warna diupayakan ada untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

Kaos oblong ini masih dibuat dari konveksi yang sudah bekerja sama. Dimana setiap pesanan akan dipenuhi dengan harga yang disesuaikan dengan perjanjian. Jika bahannya dari reseller maka hanya ongkos jahit saja yang diperhitungkan, tetapi jika bahannya dari konveksi maka harga sudah termasuk ongkos jahit dan bahannya. Dan pesanan produk akan dipenuhi sesuai pesanan.

2) *Sweater second*

Kaos sweater second dengan warna dan ukuran yang bermacam-macam. Sweater ini dari *supplier* penjual baju bekas impor.

b) *Price*

Harga adalah beban yang harus ditanggung oleh pembeli. Harga suatu produk sudah memasukkan unsur biaya-biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi barang sampai siap untuk dijual. Harga akan berpengaruh terhadap permintaan konsumen. Jika harga barang tinggi kemungkinan calon konsumen akan berpikir dua kali untuk mempertimbangkan apakah dibeli atau tidak barang tersebut. Harga produk kaos polos yang ditawarkan kepada konsumen bervariasi, tergantung ukuran. Size X sampai

dengan size XL tangan pendek Rp.40.000 dan tangan panjang Rp.45.000. Size XXL tangan pendek Rp.50.000 dan tangan panjang Rp.55.000

c) *Place*

Tempat merupakan lokasi yang digunakan untuk proses produksi, untuk menyimpan persediaan atau untuk penjualan suatu produk. Tempat dapat menunjang dalam kelancaran penjualan suatu produk. Tetapi untuk era digital saat ini, tempat bukan menjadi kendala bagi proses penjualan suatu produk karena proses transaksi saat ini penjual dan pembeli cukup dengan menggunakan teknologi sudah bisa bertransaksi. shop Patrun.id terletak di pinggir jalan raya sehingga sangat strategis karena dilalui oleh kendaraan mobil dan motor. Kondisi lokasi ini sangat baik untuk pelanggan yang lewat. Sedang untuk pelanggan on line , place tidak jadi masalah mau dimanapun tempatnya yang penting terjangkau internet.

d) *Promotion*

Promosi adalah alat yang dapat dijadikan sebagai penunjang untuk memperkenalkan produk yang kita tawarkan kepada konsumen. Dengan promosi diharapkan konsumen tergugah dan berminat untuk membeli produk kita. Strategi promosi yang dijalankan suatu perusahaan tergantung pada biaya yang dimiliki perusahaan. Saat ini, alat promosi yang banyak digunakan adalah media on line yang memberikan manfaat kepada para pengusaha. Tanpa promosi kemungkinan besar produk akan gagal dipasarkan. Dengan demikian perusahaan harus menyediakan sejumlah uang untuk melakukan kegiatan promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh usaha kecil kaos oblong ini melalui instagram, whatshap dan Tiktok serta shopee. Selain itu promosi dilakukan melalui mulut ke mulut secara langsung

dengan menawarkan contoh warna. Selain itu promosi langsung dilakukan secara live melalui aplikasi shopee.

B. Mengamati Kelebihan dan Kekurangan “Patrun.id Kaos Basic & Custom Sablon – Thriftshop”

Kelebihan yang dimiliki usaha kecil ini adalah Lokasi yang strategis di pinggir jalan raya, gedung dan kendaraan dan fasilitas internet sudah tersedia. Supplier yang dekat dari tempat usaha. Kekurangan dari usaha kecil ini, belum adanya administratif dan pembukuan (akuntansi) yang baik. Lay out di toko belum tertata dengan baik, Pengemasan produk yang belum rapih, Belum adanya merek pada produk kaos oblongnya.

Berdasarkan hasil pengamatan, maka kegiatan pengabdianya diarahkan pada konsultasi pada hal-hal yang dibutuhkan usaha kecil untuk mengembangkan dan menyempurnakan bisnis usaha kecil tersebut, kemudian diarahkan pada pemahaman koperasi agar menumbuhkan minat untuk mendirikan koperasi.

1) Konsultasi Pembukuan sederhana untuk usaha kecil

Pada tahap ini Pemilik diberi saran untuk : 1. Membuat pencatatan bukti transaksi dengan menggunakan bukti transaksi (bon atau kuitansi) yang sudah diberi nama usaha kecil yang bersangkutan. 2. Membuat buku pembelian dan buku penjualan 3. Membuat buku kas masuk dan kas keluar 4. Membuat Buku Jurnal Harian 5. Membuat neraca 6. Membuat laporan rugi laba.

2) Konsultasi Pemberian Merk pada Produk

Pada konsultasi tentang merk disarankan untuk memberi merek dengan yang singkat dan mudah di ingat di produk kaos tersebut. Dan diberi logo yang sederhana dengan arti dan makna yang singkat. Kemudian penempatan logonya ditempatkan pada

kaos dengan tidak mengganggu keindahannya.

3) Konsultasi Kemasan dan *Lay Out*

Pada tahap ini, disarankan agar kemasannya untuk membungkus pakaian yang dijual diberi nama perusahaan dan logo. Kemudian diberi arahan tentang bagaimana menata produk-produk yang dijual sehingga menarik dan enak dipandang.

4) Konsultasi Pengenalan Perkoperasian

Pada tahap ini, kegiatan diskusi tentang perkoperasian. Hal ini tidak terlalu sulit karena pada saat di sekolah menengah tingkat atas sudah diberikan pengetahuan tentang perkoperasian. Dengan demikian diskusi dimulai dari jati diri koperasi berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 : Pengertian koperasi yang didasarkan pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian memiliki unsur-unsur yang berbeda dengan perusahaan lain, seperti: harus ada badan usaha; keanggotaannya individu-individu atau badan hukum koperasi; landasan kegiatannya prinsip-Prinsip koperasi yang dianut meliputi Keanggotaan bersifat suka rela dan terbuka; Pengelolaan dilakukan secara demokratis; Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota; Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal; Kemandirian; Pendidikan Perkoperasian dan Kerja sama antar koperasi. Sedangkan nilai-nilai koperasi menunjukkan nilai yang mendasari dan yang diyakini . Nilai-

nilai tersebut terdiri dari Kekeluargaan; Menolong diri sendiri; Bertanggung jawab; Demokrasi; Persamaan; Berkeadilan, dan Kemandirian . dan Nilai yang diyakini Anggota Koperasi adalah Kejujuran; Keterbukaan; Tanggung jawab, dan Kepeduliaan

Pemahaman jati diri koperasi seperti arti koperasi, nilai dan prinsip koperasi diberikan agar esensi dari dasar kerja koperasi sebagai badan usaha dan merupakan ciri khas dan jati diri koperasi yang membedakan dari badan usaha lain dapat membangkitkan minat untuk belajar berkoperasi atau lebih jauhnya dapat mendirikan koperasi untuk mewadahi usaha kedepan..

IV. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Setelah melakukan konsultasi secara periodik, pemilik usaha kecil itu sudah mulai secara bertahap mengimplementasikan hasil dari diskusi yang dilakukan dengan menata pembukuan dan produk yang dipajang di toko sehingga lebih teratur dan rapih. Dan merek serta logo sedang diupayakan untuk dibuat. Sedangkan ketertarikan terhadap minat berkoperasi terlihat dari saat diskusi banyak pertanyaan-pertanyaan yang di ajukan.

Saran

Kegiatan promosi dan penjualan harus setiap saat dilakukan pada waktu yang tepat dengan menggunakan aplikasi on line yang lagi trendy. Menyediakan produk persediaan barang jadi dengan komplit sehingga konsumen dapat membeli secara langsung.

Lampiran – Lampiran

1. Lokasi dan Pemilik Usaha Kecil



2. Kegiatan Konsultasi dan Memberikan Materi Pada Usaha Kecil



3. Pengamatan Terhadap Kegiatan Bauran Pemasaran
a. Promotion



b. Produk





c. Place





BIBLIOGRAFI

Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller, 2007, Marketing Management 12th Edition, Manajemen Pemasaran Jilid 1, Terjemahan Oleh Benyamin Molan, 2005, Ptindeks Kelompok Gramedia, Jakarta.

Muhammad Syaifudin, Analisis pengaruh privasi, keamanan dan kepercayaan terhadap niat untuk bertransaksi secara online di olx.co.id, Jurnal Manajemen Pemasaran, FEB Universitas Brawijaya, Malang.

www.kompas.com

<https://ekonomimanajemen.com/konsep-dasar-manajemen-sumber-daya-manusia>

<https://kamus.tokopedia.com/u/uang-keuangan>

<https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-produk.html>

<https://irwansahaja.blogspot.com/2014/11/pengertian-price-harga-dan-penetapan.html>

<https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-lengkap-bauran-pemasaran>

Undang-Undang

Republik Indonesia, *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian.*,1992. Jakarta.



IKOPIN



Alamat Redaksi:
Kampus Ikopin
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM)

Terbit dua kali setahun (Februari dan Agustus)



9 772722 348005