
MEMBANGUN KOMUNITAS MANDIRI MELALUI PENDAMPINGAN CALON ANGGOTA KOPERASI DI DESA CIAKAR

Maha Dewi Sabrina Nalle¹, Selvi Esther Suwu², Yanuard Putro Dwikristanto³, Bernard Napitupulu⁴; Joana Pioh⁵; Candrilla De Goku⁶; Klara Nde'o⁷; Jessica Silaen⁸; Yohana Tamba⁹

Universitas Pelita Harapan

mdsnalle@gmail.com, selvi.suwu@uph.edu, yanuard.dwikristanto@uph.edu, bernard.napitupulu@uph.edu,
01406220023@student.uph.edu, 01406220001@student.uph.edu, 01407220011@student.uph.edu,
01406230013@student.uph.edu, 01406220002@student.uph.edu

Abstrak

Desa Ciakar memiliki potensi besar dalam pengembangan keterampilan wirausaha, dengan berbagai produk lokal unggulan seperti dodol, jajanan ringan dari UMKM, serta kerajinan anyaman yang khas. Produk-produk ini memiliki peluang pasar yang menjanjikan apabila dikelola dengan baik. Sayangnya, masyarakat menghadapi hambatan utama dalam hal pemasaran, karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan wirausaha serta kurangnya fasilitas pendukung untuk mengembangkan potensi ini. Menanggapi masalah tersebut, tim PKM menginisiasi pendampingan calon anggota koperasi desa sebagai upaya membantu masyarakat mengembangkan usaha lokal. Program ini difokuskan pada kegiatan pelatihan dan pendampingan dalam aspek-aspek penting seperti pelatihan manajemen koperasi, *workshop* strategi pemasaran berupa foto produk, dan membuat poster produk, terdapat juga *workshop* penganan tradisional yang dimodifikasi agar lebih modern untuk meningkatkan animo pembeli dan semangat berwirausaha dan *workshop* kerajinan tangan anyaman bambu. Program pelatihan melibatkan pakar ekonomi dan kuliner dari Universitas Pelita Harapan serta mitra yang berpengalaman dalam koperasi. Hasil kegiatan ini meliputi peningkatan pengetahuan peserta atas koperasi Desa, peningkatan motivasi wirausaha, penerbitan buku refleksi strategi pendampingan calon anggota koperasi, video dan poster yang disebarluaskan melalui kanal publik..

Kata Kunci: koperasi, pelatihan, UMKM

PENDAHULUAN

Desa Ciakar memiliki total penduduk sebanyak 29.938 jiwa dengan persentase penduduk usia produktif relatif besar (Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional, 2025). Hal ini membuka potensi ekonomi yang kuat, yaitu pengembangan keterampilan berwirausaha dan kolaborasi masyarakat guna meningkatkan daya jual produk lokal. Produk-produk seperti dodol, jajanan

ringan hasil UMKM, serta kerajinan tangan seperti anyaman telah menjadi kebanggaan desa. Namun, potensi ini belum sepenuhnya teroptimalkan karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam bidang kewirausahaan, serta minimnya sarana pendukung.

Masyarakat pada umumnya memiliki pandangan bahwa kegiatan wirausaha yang baik adalah yang dilakukan dalam skala besar, sehingga produksi hanya dilakukan saat ada permintaan besar

atau untuk acara tertentu. Akibatnya, peluang ekonomi sehari-hari kurang tergarap, dan usaha kecil tidak berkembang secara optimal. Selain itu, rendahnya tingkat pendidikan menjadi faktor penghambat lain, dengan sebagian besar penduduk usia produktif hanya berpendidikan hingga tingkat sekolah menengah atas atau bahkan tidak menamatkan pendidikan dasar. Kurangnya pengetahuan dasar tentang strategi usaha, pemasaran, dan manajemen turut memengaruhi rendahnya keberlanjutan kegiatan ekonomi lokal.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta unit dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07% atau senilai Rp8.573,89 triliun. UMKM juga menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional dan menghimpun hingga 60,4% investasi (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2021). Dalam sektor spesifik, UMKM di bidang penyediaan akomodasi dan makan minum tercatat sebanyak 11.858 unit (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2020) data ini menunjukkan bahwa UMKM membuka peluang dan menjanjikan pasar yang besar industri rumah tangga untuk berkembang. Selain itu, pandemi mendorong perubahan pola konsumsi Masyarakat dari *offline* ke *online*, mempercepat transformasi digital di sektor UMKM. Dengan penetrasi internet mencapai 196,7 juta orang, potensi pengembangan ekonomi digital melalui UMKM di Indonesia masih sangat terbuka.

Salah satu hambatan utama yang dihadapi adalah belum adanya wadah yang mampu menampung dan mengembangkan potensi usaha masyarakat secara berkelanjutan. Hambatan ini menuntun masyarakat desa yang memiliki UMKM maupun masyarakat yang berencana mempunyai usaha kecil rumahan untuk bergabung dalam sebuah koperasi sebagai sebuah solusi. Peran koperasi di

Indonesia sangat penting dalam meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Deputi Kemenko PMK menyampaikan harapan agar lebih banyak koperasi yang sukses tumbuh bersama UMKM, sehingga mampu mendukung pencapaian target nasional, termasuk peningkatan rasio kewirausahaan menjadi 3,95% dan pertumbuhan ekonomi di kisaran 4,5–5,3% (Kemenko PMK, 2023).

Melihat pentingnya Koperasi dan UMKM agar masyarakat desa Ciakar dapat menjadi komunitas mandiri, maka, Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) melakukan pendampingan terhadap calon anggota koperasi agar dapat berkontribusi secara optimal saat koperasi Desa Ciakar telah berdiri. Pelatihan mengambil pendekatan kepada para calon anggota pengurus koperasi. Program ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam pengelolaan koperasi serta pengembangan usaha berbasis potensi lokal. Melalui rangkaian seminar dan workshop, peserta dibekali pengetahuan tentang prinsip koperasi, struktur organisasi, dan peran anggota, serta dilatih untuk memodifikasi produk jajanan tradisional dan kerajinan lokal agar lebih inovatif dan bernilai jual tinggi. Selain itu, kegiatan ini juga memperkuat kapasitas peserta dalam bidang pemasaran, khususnya desain promosi dan strategi digital marketing. Seluruh kegiatan dilengkapi dengan evaluasi pre-test dan post-test guna mengukur dampak program terhadap peningkatan kompetensi peserta secara menyeluruh. Upaya ini juga diharapkan mendorong peningkatan kapasitas sumber daya manusia serta memperkuat jaringan sosial dan ekonomi di kalangan warga Desa Ciakar.

Pendekatan yang digunakan meliputi pelatihan, diskusi kelompok, serta bimbingan manajemen dan strategi pemasaran koperasi, yang melibatkan narasumber dari Universitas Pelita Harapan dan mitra kerja.

METODE

Program pengabdian kepada masyarakat (PkM) di Desa Ciakar diawali dengan tahap identifikasi potensi desa, permasalahan, dan kebutuhan masyarakat. Proses ini dilakukan melalui survei langsung ke lokasi, wawancara dengan lurah, serta diskusi bersama warga setempat. Informasi yang diperoleh digunakan untuk memahami tantangan yang dihadapi pelaku UMKM serta kebutuhan yang mendukung pembentukan koperasi sebagai upaya memperkuat perekonomian desa.

Setelah proses identifikasi, tim menyusun program pelatihan dan workshop yang dilaksanakan sebanyak sembilan kali pertemuan. Pelatihan ini menghadirkan narasumber yang ahli di bidangnya, dengan materi yang berfokus pada pengembangan usaha, pengelolaan UMKM, serta pemahaman konsep koperasi. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan masyarakat dalam menjalankan usaha secara mandiri serta mempersiapkan mereka untuk mengelola koperasi secara kolektif.

Tahap berikutnya adalah pendampingan dalam pendirian koperasi, yang mencakup pembentukan struktur organisasi, kelompok usaha, serta pelatihan manajemen koperasi meliputi keuangan, pemasaran, dan administrasi sederhana. Untuk memastikan keberlanjutan program, dilakukan monitoring dan evaluasi melalui observasi langsung, testimoni peserta, serta pengisian post-test guna mengukur pemahaman. Hasil evaluasi ini dijadikan dasar dalam mengukur efektivitas program dan perbaikan di masa mendatang agar koperasi dapat berjalan optimal dan mendukung ekonomi berkelanjutan di Desa Ciakar. Rincian kegiatan dapat dilihat dalam Tabel 1.

Tabel 1: Rangkaian Kegiatan

April-Juni 2024 Observasi & Identifikasi kebutuhan	Wawancara, survey & diskusi
↓	
Juli – Desember 2024	
Pertemuan ke-	Rangkuman kegiatan
Pertemuan 1	Sosialisasi pelatihan & <i>pre-test</i>

	pemahaman awal koperasi
Pertemuan 2	Seminar: Pengenalan Koperasi [jenis-jenis koperasi, manfaat kopeasi untuk wirausaha]
Pertemuan 3	Workshop: Modifikasi modern jajanan lokal “Risoles” dan “Mochi” dengan varian topping dan kemasan modern
Pertemuan 4	Seminar: Prinsip pengelolaan koperasi, struktur koperasi, peran & tanggung jawab anggota, sistem remunirasi dan insentif di koperasi.
Pertemuan 5	Workshop: Modifikasi modern jajanan pasar “Dodol” dengan varian topping dan kemasan modern.
Pertemuan 6	Workshop: Anyaman Bambu “Mitra Anyaman Armaning”
Pertemuan 7	Workshop: Modifikasi jajanan ringan berbahan dasar tahu “Sarang Burung”.
Pertemuan 8	Mini Seminar & Workshop: Desain “Poster / Iklan / Marketing” produk dan Digital Marketing
Pertemuan 9	Workshop: Strategi Marketing, Foto Produk dan Kemasan Modern “Buket Produk”
Pertemuan 10	Seminar: Pengelolaan Koperasi oleh mitra Koperasi Dian Mandiri <i>Post-test & testimony</i>

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Observasi dan Identifikasi

Pada tahap awal, dilakukan observasi dan wawancara dengan aparat desa, termasuk sekretaris desa dan salah satu pegawai kantor desa, yang mengungkap adanya potensi untuk mendirikan koperasi di wilayah tersebut. Saat ini, desa tengah berada dalam proses awal pendaftaran dan pengurusan prosedur administratif di instansi terkait guna mendapatkan legalitas formal pendirian koperasi. Informasi dari pihak desa juga menyebutkan bahwa sebelumnya kelompok ibu-ibu pernah menjalankan koperasi simpan pinjam berskala kecil selama kurang lebih satu tahun, dengan struktur organisasi yang sangat sederhana dan mekanisme yang lebih menyerupai sistem arisan. Dari hasil observasi lebih lanjut, ditemukan banyak potensi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), seperti produksi makanan ringan, kerajinan tangan, dan produsen tahu, produsen dodol dan beberapa usaha rumah tangga (UMKM),

yang dapat dikelola secara kolektif dalam wadah koperasi. Namun demikian, pemahaman masyarakat mengenai koperasi masih terbatas; sebagian besar warga hanya mengenal koperasi sebagai lembaga simpan pinjam, padahal koperasi memiliki berbagai jenis dan fungsi, termasuk koperasi produksi, pemasaran, dan konsumen, yang dapat menunjang pertumbuhan ekonomi desa secara lebih menyeluruh. Selain itu masyarakat menghadapi kendala dalam hal pemasaran dan pengelolaan usaha yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan serta sarana pendukung yang minim.

2. Seminar Pengenalan Koperasi

Seminar pengenalan koperasi diselenggarakan sebagai langkah awal untuk membuka wawasan masyarakat Desa Ciakar mengenai konsep, jenis, dan fungsi koperasi yang sesungguhnya. Seminar diadakan sebanyak empat pertemuan dengan mengundang dosen ahli dalam Ekonomi dan Koperasi serta mengundang pembicara dari mitra yaitu Koperasi Dian Mandiri. Kegiatan ini dirancang tidak hanya untuk mengedukasi warga bahwa koperasi bukan semata-mata wadah simpan pinjam, tetapi juga dapat menjadi sarana kolektif dalam mendukung dan memperkuat usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berkembang di desa.

Melalui seminar ini, peserta diperkenalkan pada peran koperasi dalam meningkatkan daya saing UMKM, terutama dalam menghadapi tantangan mekanisme pasar yang semakin terbuka dan kompetitif.

Selain itu para partisipan didorong untuk tidak hanya menjadi anggota koperasi secara formal, tetapi juga aktif terlibat sebagai pelaku UMKM yang produktif. Sejalan dengan pandangan Sarfiah, Atmaja, dan Verawati (2019), bahwa UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, baik dalam hal penciptaan lapangan kerja, pemanfaatan sumber daya lokal, maupun kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. UMKM menjadi pilar penting pembangunan ekonomi karena mampu bertahan di tengah krisis, menyerap tenaga kerja secara signifikan, dan berperan sebagai stabilisator ekonomi. Selain itu, di era Presiden Prabowo, kebijakan pemerintah semakin diarahkan untuk mendorong UMKM naik kelas dengan

menyesuaikan program yang relevan dan aplikatif sesuai karakteristik bisnis UMKM (Indonesia.go.id, 2025).

3. Workshop

Selain seminar, para calon anggota koperasi diberikan workshop yang disesuaikan berdasarkan kelompok usaha. Workshop pertama difokuskan pada modifikasi modern jajanan lokal seperti “Risoles” dan “Mochi” dengan varian topping dan kemasan modern, serta jajanan pasar “Dodol” dengan inovasi serupa. Selain itu, dilakukan pula workshop modifikasi jajanan ringan berbahan dasar tahu “Tahu Sarang Burung” yang bertujuan meningkatkan kualitas, inovasi, dan daya tarik produk agar dapat bersaing di pasar modern, terlebih lagi Desa Ciakar memiliki sebuah pabrik tahu yang cukup terkenal kualitasnya. Workshop ini dipimpin oleh dosen ahli kuliner beserta timnya. Tujuan utama dari workshop modifikasi pangan local ini sejalan dengan penjelasan Maulana, dkk (2020) tentang pentingnya UMKM meningkatkan variasi produk, nilai gizi, serta penampilan sehingga produk tradisional dan jajanan lokal memiliki nilai jual yang lebih tinggi dan diminati konsumen.

Workshop lainnya adalah pelatihan anyaman bambu yang dilakukan bersama mitra desa yaitu Anyaman Pak Armaning. Kegiatan ini bertujuan untuk melestarikan keterampilan kerajinan tradisional sekaligus membuka peluang usaha baru yang dapat mendukung perekonomian masyarakat setempat.

Workshop berikutnya diselenggarakan untuk mendukung keberhasilan pemasaran produk, yaitu tentang strategi pemasaran digital, teknik foto produk menggunakan smartphone, dan kemasan modern “Buket Produk” yaitu teknik mengemas jajanan lokal dalam bentuk buket. Workshop ini difokuskan untuk membekali pelaku UMKM dengan kemampuan memanfaatkan media sosial dan teknologi digital dalam memasarkan produk mereka secara efektif, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan (Hilmiana & Kirana, 2021; Nurlaily, dkk, 2021; Nadya, dkk., 2024). Selain itu juga mengajarkan pentingnya kemasan yang menarik untuk meningkatkan minat pembeli (Mufreni, 2016).

Secara keseluruhan, rangkaian workshop (Gambar 1) ini bertujuan untuk meningkatkan

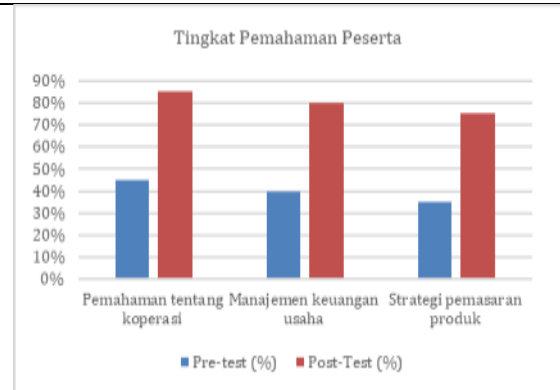
kualitas produk, keterampilan inovasi, serta kemampuan pemasaran digital para pelaku UMKM. Dengan menguasai strategi modifikasi produk dan strategi pemasaran yang tepat, UMKM diharapkan dapat bertahan dan berkembang di tengah tantangan pandemi dan persaingan pasar yang semakin ketat. Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah yang mendorong digitalisasi UMKM agar dapat meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha melalui pemanfaatan platform online dan media sosial sebagai sarana pemasaran utama (Hilmiana & Kirana, 2021; Nadya, dkk., 2024). Dalam membangun komunitas yang mandiri membutuhkan individu-individu yang mempunyai motivasi, dan pengetahuan yang cukup untuk membuat komunitas bertahan dan berkembang secara finansial.



Gambar 1 Rekapitulasi Kegiatan

4. Hasil Pre-test dan Post-test

Kegiatan PkM ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman akan koperasi sebelum dan sesudah seminar dan workshop seperti yang terlihat dalam Gambar 1. Pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan pemahaman peserta secara signifikan dalam berbagai aspek penting, seperti koperasi, manajemen keuangan usaha, strategi pemasaran produk, dan kolaborasi dalam koperasi. Peningkatan ini menunjukkan efektivitas pelatihan dalam memperkuat pengetahuan dan keterampilan peserta untuk mengelola usaha secara lebih baik.



Gambar 2 Hasil Pre-test dan Post-test

KESIMPULAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan dari bulan April hingga Desember 2024 di Desa Ciakar berhasil memberikan dampak positif bagi masyarakat, khususnya dalam meningkatkan pemahaman tentang koperasi dan keterampilan wirausaha. Melalui serangkaian kegiatan berupa seminar dan workshop tematik yang terstruktur, peserta tidak hanya mendapatkan pengetahuan teoretis mengenai koperasi dan strategi pemasaran, tetapi juga keterampilan praktis dalam memodifikasi produk lokal serta visualisasi pemasaran secara digital.

Evaluasi akhir menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan motivasi peserta untuk berwirausaha secara kolektif melalui koperasi. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif yang terintegrasi dalam PkM dapat memperkuat kapasitas ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal dan kelembagaan koperasi, sehingga komunitas Desa Ciakar dapat menjadi komunitas mandiri. Dari sisi capaian luaran, program ini berhasil menghasilkan beberapa produk seperti buku Refleksi Ormawa HMPS IPS dalam pemberdayaan calon anggota koperasi, serta media publikasi berupa video dan poster yang telah diunggah ke kanal media sosial yang dapat diakses oleh publik seperti yang terlihat dalam Gambar 3.



Gambar 3 Luaran

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dikti Belmawa, HMPS Pendidikan IPS, Universitas, seluruh dosen, serta mitra yang telah memberikan dukungan dan kerja sama selama pelaksanaan program ini. Penghargaan khusus disampaikan kepada komunitas Desa Ciakar yang telah berperan aktif dan memberikan kontribusi besar dalam keberhasilan kegiatan ini. Semoga kolaborasi ini terus terjalin dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi semua pihak.

REFERENSI

Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional. (2025.). *Ceria Desa Ciakar*. Diambil 18 September 2025, dari <https://kampungkb.bkkbn.go.id/kampung/37352/ceria-desaciakar>

Hilmiana, & Kirana, D. H. (2021). *Peningkatan kesejahteraan UMKM melalui strategi digital marketing*. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 124-134. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32388>

Indonesia.go.id. (2025, 3 Januari). *UMKM didorong naik kelas di era Presiden Prabowo*. Diambil dari <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8879/umkm-didorong-naik-kelas-di-era-presiden-prabowo?lang=1>

Kemenko PKM. (2023, November 27). *Pentingnya kewirausahaan perempuan dan pemuda untuk capai Indonesia Maju 2045* [Siaran pers]. Diambil dari <https://www.kemenkopmk.go.id/sites/default/files/artikel/2024-01/Pentingnya%20Kewirausahaan%20Perempuan%20dan%20Pemuda%20Untuk%20Capai%20Indonesia%20Maju%202045.pdf>

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian

- Republik Indonesia. (2021, 5 Mei). *UMKM menjadi pilar penting dalam perekonomian Indonesia*. Diambil 8 Agustus 2025, dari <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2020). *UMKM dalam Angka: Indikator Koperasi*. Diambil dari <https://umkm.go.id/publikasi>
- Maulana, F., Agustini, I. G. A., & Kusumaningrum, N. K. (2020). *Modifikasi makanan Indonesia berbahan santan*. *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, 3(2), 51-64. <https://doi.org/10.46837/journey.v3i2.79>
- Mufreni, A. N. F. (2016). Pengaruh desain produk, bentuk kemasan dan bahan kemasan terhadap minat beli konsumen (studi kasus teh hijau serbuk Tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2). <https://doi.org/10.37058/jem.v2i2.313>
- Nadya, S., Barokah, I., Sarofi, A., & Deni, A. A. (2024). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi marketing UMKM di era digital. *Jurnal Dialoka: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi Islam*, 3(1), 1-14. <https://doi.org/10.32923/dla.v3i1.4474>
- Nurlaily, F., Asmoro, P. S., & Aini, E. K. (2021). Pelatihan teknik foto produk menggunakan smartphone untuk meningkatkan visual branding usaha rintisan. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(3), 347-356. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i3.126>
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). *UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa*. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1-189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>