

PENYULUHAN PEMBERDAYAAN KOPERASI DAN PASAR INTERNAL KEPADA PENGURUS DAN ANGGOTA KOPERASI PEDAGANG DI LINGKUNGAN PASAR TRADISIONAL KOSAMBI KOTAMADYA BANDUNG

¹Aminuddin Irfani, ²Muhardi, ³Nurdin, ⁴Hariani, ⁵Muhammad Zaid Rahman

Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116
e-mail: Iaminuddin.irfani@gmail.com, 2muhardi66@yahoo.co.id,
3psm_fe_unisba@yahoo.com, 4harianist@gmail.com,
5mzaidrahman@yahoo.com

***Abstrak.** Pemahaman pengurus dan anggota koperasi dinilai belum optimal mengenai pemberdayaan dan pasar internal sebagai salah satu kekuatan yang dimiliki koperasi. Padahal pasar internal, yaitu para pedagang di lingkungan pasar Kosambi sebagai anggota yang sekaligus pelanggan koperasi adalah potensial untuk diberdayakan. Karenanya khalayak sasaran kegiatan penyuluhan ini adalah, pengurus dan anggota koperasi pedagang di lingkungan pasar tradisional Kosambi Kotamadya Bandung. Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian melalui penyuluhan ini adalah dengan pendekatan ceramah, tanya jawab dan angket. Hasil yang dicapai dari kegiatan ini menunjukkan bahwa, kegiatan penyuluhan dinilai efektif, karena terjadi peningkatan pemahaman pengurus dan anggota yang signifikan mengenai pentingnya pemberdayaan dan pasar internal sebagai salah satu kekhasan dan kekuatan koperasi.*

***Kata kunci:** Koperasi pasar tradisional, penyuluhan, pemberdayaan*

1. Pendahuluan

Pasar tradisional Kosambi merupakan salah satu pasar yang berada di Kotamadya Bandung. Pada tahun 2002 pasar ini pernah mendapatkan predikat sebagai pasar percontohan. Pasar tradisional Kosambi memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat Bandung, karena selain produk yang diperdagangkan di pasar ini memiliki kekhasan tertentu, juga karena terkenalnya oleh-oleh goreng tempe dari pasar Kosambi.

Dilihat dari jenis barang yang diperdagangkan adalah cukup beragam, namun ada kekhasan yang dimiliki pasar ini adalah produk pakaian seragam sekolah yang lengkap dan menjadi salah satu kekhasan utama dari produk pasar Kosambi yang berada di Kotamadya Bandung ini. Sebagai wadah usaha untuk mempersatukan para pedagang pasar, maka telah lama dibentuk adanya koperasi pedagang. Dimana satu dari beberapa tujuan dibentuknya koperasi ini adalah sebagai wadah usaha untuk memperkuat daya tawar para pedagang. Berbagai macam kebutuhan pedagang sebagai anggota koperasinya diharapkan dapat dibantu dan dipenuhi sesuai dengan prinsip dasar koperasi, yaitu dibentuk dari, oleh, dan untuk anggota koperasi.

Dalam realitasnya, koperasi pedagang pasar kosambi belum berjalan secara optimal sebagaimana semestinya. Dari hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan tim pengabdian, dijumpai masih terdapat anggota koperasi pedagang ini yang menggunakan jasa rentenir dalam melakukan peminjaman dana usahanya. Selain itu ada juga yang menggunakan jasa bank tertentu untuk peminjaman dana usaha. Padahal koperasi diantaranya adalah menyediakan jasa simpan pinjam untuk anggotanya. Koperasi belum dikelola secara optimal, yang menyebabkan pemberdayaan koperasi untuk tujuan

peningkatan daya tawar pedagang, dan untuk memenuhi kepentingan dan peningkatan kesejahteraan anggotanya belum terlaksana dengan baik. Demikian pula dari sisi anggota yaitu para pedagang itu sendiri, belum memahami peran penting anggota untuk pemberdayaan koperasinya. Padahal anggota merupakan pasar internal yang sangat potensial untuk meningkatkan daya tawar pedagang dan juga untuk meningkatkan kesejahteraan pedagang itu sendiri sebagai anggotanya. Hal ini disebabkan, salah satunya adalah belum dipahaminya manajemen koperasi, dan tujuan keberadaan koperasi selain untuk keberhasilan koperasi sebagai lembaga usaha, juga yang terpenting adalah untuk keberhasilan bagi anggota koperasi dengan identitas gandanya, yaitu dalam hal ini pedagang pasar sebagai anggotanya, yang memiliki identitas ganda adalah sebagai pemilik sekaligus juga sebagai pelanggan koperasi itu sendiri.

Berbagai permasalahan yang dihadapi koperasi pedagang pasar tradisional di lingkungan Kosambi Kotamadya Bandung dapat dirumuskan sebagai berikut: (1) terdapat kelemahan pemahaman pengurus koperasi pedagang pasar tradisional mengenai pemberdayaan koperasi, khususnya terkait dengan hakikat dan sendi dasar koperasi dalam pengelolaan/manajemen koperasi, (2) terdapat kelemahan pemahaman anggota koperasi mengenai pemberdayaan koperasi, khususnya terkait dengan *identity principles* (prinsip identitas) untuk memperkuat usaha anggota dengan salah satu tujuan koperasinya yaitu untuk kesejahteraan para anggotanya, (3) terdapat kelemahan pemahaman pengurus dan anggota koperasi mengenai pemberdayaan pasar internal sebagai salah satu kekuatan yang dimiliki koperasi, mengingat potensi pasar internal, yaitu para pedagang tradisional di lingkungan pasar Kosambi sebagai anggota, sekaligus juga pelanggan koperasi yang potensial untuk diberdayakan.

Dengan berbagai permasalahan tersebut, maka kegiatan PKM melalui penyuluhan mengenai pemberdayaan koperasi dan pasar internal kepada pengurus dan anggota koperasi pedagang, khususnya yang berada di lingkungan pasar tradisional Kosambi Kotamadya Bandung ini, adalah dinilai penting atau urgen untuk dilaksanakan.

2. Landasan Teori

Kegiatan PKM yang dilakukan ini didasari oleh kerangka berpikir yang menyatakan bahwa, koperasi umumnya dikaitkan dengan upaya kelompok individu yang bermaksud mewujudkan tujuan atau sasaran konkritnya melalui kegiatan-kegiatan ekonomis yang dilaksanakan secara bersama bagi kemanfaatan bersama (Hanel, 1989:28). Dalam ilmu perkoperasian, koperasi dalam pengertian ekonomi adalah perhimpunan yang mempunyai empat ciri khusus berikut ini (Munkner H.H., 1987:24):

- (a) Sekumpulan orang yang disatukan oleh paling sedikit satu kepentingan ekonomis yang sama bagi semua anggota kelompok itu;
- (b) Tujuan kelompok, baik secara keseluruhan maupun setiap anggota kelompok secara individual, yaitu memajukan kepentingan bersama dengan tindakan bersama berdasarkan solidaritas dan tolong menolong;
- (c) Alat untuk mencapai tujuan, yaitu membentuk badan usaha yang dimiliki bersama, dibiayai bersama, dan dikelola bersama;
- (d) Tujuan utama badan usaha yang dimiliki bersama tersebut yaitu memajukan kepentingan ekonomis para anggota kelompok.

Pemberdayaan koperasi harus didasarkan pada pengetahuan manajemen koperasi yang meliputi manajemen usaha koperasi dan manajemen keanggotaan koperasi. Manajemen koperasi menjadi kata kunci bagi keberhasilan pemberdayaan koperasi. Selain manajemen usaha yang harus diperhatikan, juga manajemen keanggotaan koperasi, mengingat anggota merupakan tulang punggung keberhasilan sebuah koperasi. Tanpa adanya partisipasi aktif anggota mustahil koperasi akan berhasil baik. Oleh sebab itu kegagalan koperasi seringkali disebabkan karena lemahnya partisipasi anggota tersebut. Untuk itulah maka manajemen keanggotaan koperasi sangat diperlukan. Dalam manajemen keanggotaan koperasi ini ada beberapa aspek penting yang harus diperhatikan yang meliputi pengadaan anggota, pengembangan anggota, pemberian manfaat, dan pemeliharaan anggota.

Bagi koperasi, anggota koperasi merupakan pasar internal atau captive market bagi koperasi yang sangat potensial, karena memang anggota sebagai pemilik yang juga ikut memberdayakan koperasi, juga identitasnya sebagai pelanggan koperasi. Pasar internal merupakan kekuatan dan ciri khas koperasi yang membedakannya dengan badan usaha lainnya. Pasar internal koperasi harus dapat dimanfaatkan seoptimal mungkin, karena memang keberhasilan koperasi tidak dapat dilepaskan dari keberadaan pasar internal sebagai daya tarik dan kekuatan koperasi.

Komunikasi antara pengurus dengan anggota, dan antar anggota mempunyai peran penting dalam pemberdayaan koperasi. Sistem komunikasi interpersonal bagi koperasi sangat penting, yaitu untuk memperkuat jalinan hubungan antar pihak pemangku kepentingan yang terkait dengan koperasi (Dulfer E., 1994:590), yaitu diantaranya: (a) antara anggota koperasi yang bersangkutan, (b) antara anggota dengan pengurus koperasi, (c) antara pengurus koperasi itu sendiri, dan (d) antara pengurus dengan pihak eksternal untuk mengetahui posisi pasarnya.

Pemberdayaan koperasi kepada pengurus dan anggota koperasi sangat dibutuhkan, karena keberhasilan koperasi akan ditentukan secara kuat oleh bagaimana pengurus mengelola koperasinya, dan juga pemberdayaan koperasi oleh anggota, mengingat anggota koperasi memiliki identitas ganda (*dual identity*), yaitu sebagai pemilik sekaligus pelanggan koperasinya. Pasar internal yaitu para anggota koperasi merupakan kekuatan bagi koperasi untuk dapat berhasil baik, sebab tanpa partisipasi aktif anggota, mustahil koperasi dapat berhasil dengan baik.

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan PKM melalui penyuluhan ini adalah dengan pendekatan: (1) ceramah, kepada para pengurus dan anggota koperasi pedagang pasar Kosambi Kotamadya Bandung, (2) diskusi dan Tanya jawab, dengan para pengurus dan anggota koperasi pedagang pasar, dan (3) angket, yang diberikan sebelum penyuluhan dan setelah dilakukannya penyuluhan untuk mengetahui adanya peningkatan pemahaman pengurus dan anggota mengenai pemberdayaan koperasi dan pasar internalnya.

Khalayak sasaran kegiatan penyuluhan ini adalah para pedagang pasar di lingkungan pasar tradisional Kosambi Kotamadya Bandung. Mengingat adanya berbagai keterbatasan tempat, waktu, biaya dan tenaga untuk kegiatan PKM ini, maka peserta kegiatan penyuluhan ditargetkan untuk diikuti oleh pengurus dan anggota koperasi pedagang, yaitu terdiri dari: (1) pengurus koperasi, dan (2) anggota koperasi adalah para pedagang pasar yang menjadi anggota koperasi pedagang pasar tradisional Kosambi Kotamadya Bandung.

Guna mengetahui tingkat efektivitas pencapaian keberhasilan dari kegiatan PKM melalui penyuluhan ini adalah dengan menggunakan bantuan alat analisis, lihat

“formulasi statistik” (Suharsimi Arikunto, 2002:275). Dari perhitungan hasil penilaian sebelum dilakukan penyuluhan (*pre-test*) dan membandingkannya dengan hasil penilaian setelah dilakukan penyuluhan (*post-test*), dengan menggunakan taraf signifikansi 5%, dapat diketahui apakah terjadi peningkatan pemahaman yang berarti (signifikan) setelah dilakukan penyuluhan, dibandingkan dengan sebelum dilakukannya penyuluhan.

3. Pembahasan

3.1 Pemahaman Pengurus Koperasi Pedagang Pasar mengenai Pemberdayaan Koperasi, Khususnya Terkait Hakikat dan Sendi Dasar Koperasi

Hasil kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa, pemahaman para pengurus perlu ditingkatkan, yaitu untuk dapat mengurus koperasi sesuai dengan keunikan sebagai wadah usaha bersama bagi para anggotanya. Peningkatan pemahaman pengurus dari sebelum dan setelah dilakukan penyuluhan memberikan informasi bahwa, sesungguhnya penyuluhan yang dilakukan penting karena dengan kegiatan ini berbagai pihak terkait dengan perannya dalam pemberdayaan koperasi dibutuhkan, termasuk bagi para pedagang sebagai anggota koperasi dengan karakteristik dan kepentingan yang relatif homogen. Kemajuan koperasi ditentukan oleh para pedagang yang diberi amanah untuk mengelola koperasinya dengan sebaik mungkin, sesuai dengan kemauan dan kemampuan yang dimilikinya dalam mengelola koperasi itu sendiri. Telah disebutkan sebelumnya bahwa, koperasi tidak hanya membutuhkan manajemen usaha, tetapi juga manajemen keanggotaan koperasi. Keberhasilan koperasi merupakan cerminan dari keberhasilan dan kemampuan kepengurusan koperasi, dan ini artinya para pengurus harus memiliki pemahaman mengenai hakikat dan sendi dasar koperasi.

3.2 Pemahaman Anggota Koperasi Pedagang Pasar mengenai Pemberdayaan Koperasi, Khususnya Terkait Prinsip Identitas Anggota

Anggota adalah kunci sukses sebuah koperasi tanpa terkecuali untuk koperasi pedagang pasar Kosambi Kotamadya Bandung. Tingkat pemahaman anggota koperasi pedagang mengenai prinsip identitas anggota, merupakan salah satu ukuran penting keberhasilan koperasi. Anggota koperasi harus memahami bahwa dengan berkoperasi mereka memiliki status ganda, yaitu sebagai pemilik koperasi dan sekaligus juga pelanggan koperasinya.

Pemahaman anggota koperasi pedagang pasar Kosambi mengenai prinsip identitas anggota, sebelum diberikan materi penyuluhan umumnya masih perlu ditingkatkan. Konsumen internal adalah anggota koperasi itu sendiri, dan pengurus koperasi harus memahami dengan baik apa yang menjadi kebutuhan anggotanya, sehingga dapat menyiapkan apa yang dibutuhkan tersebut dengan sebaik mungkin. Apabila koperasi mampu memenuhi kebutuhan anggota, maka anggota akan menggunakan jasa koperasi dan sekaligus sebagai pelanggan setia bagi koperasi. Ini artinya koperasi akan dapat tumbuh berkembang dengan baik, dan demikian seterusnya bahwa koperasi yang sukses akan memberikan kesuksesan bagi anggotanya. Pemberian pemahaman anggota mengenai perkoperasian pada umumnya, dan mengenai prinsip

identitas anggota pada khususnya. Para anggota tidak hanya perlu ditingkatkan pemahamannya dalam jangka pendek, tetapi secara periodik dapat dilakukan misalkan melalui kegiatan rapat anggota tahunan. Pada saat rapat anggota tahunan tersebut.

3.3 Pemahaman Pengurus dan Anggota Koperasi Pedagang Pasar mengenai Pemberdayaan Pasar Internal sebagai Kekuatan Koperasi

Penyuluhan yang dilakukan merupakan kegiatan yang dibutuhkan oleh pengurus dan anggota. Hal ini terbukti dari adanya peningkatan pemahaman yang berarti antara sebelum penyuluhan dengan setelah dilakukannya kegiatan penyuluhan. Pengurus dan anggota mempunyai peran yang sama-sama penting dalam pemberdayaan koperasi, dan harus memahami bahwa, salah satu keunggulan koperasi dibandingkan dengan organisasi atau kelompok usaha lainnya adalah adanya pasar internal.

Efektivitas penyuluhan yang dilakukan kepada pengurus dan anggota koperasi dapat diketahui dari tingkat keberartian kegiatan penyuluhan ini. Pemahaman pengurus dan anggota koperasi mengenai pemberdayaan koperasi dan pasar internal mengalami peningkatan, hal ini ditunjukkan oleh hasil uji statistik yang membuktikan bahwa nilai t hitung sebesar 9,81 adalah lebih besar dari nilai t tabel 2,08. Ini artinya, kegiatan penyuluhan yang dilakukan guna meningkatkan pemahaman pengurus dan anggota tersebut dinilai efektif, karena memberikan peningkatan pemahaman yang signifikan kepada pengurus dan anggota koperasi pedagang pasar mengenai pemberdayaan koperasi dan pasar internal sebagai kekuatan koperasi.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

1. Sebelum diberikan materi penyuluhan, pemahaman pengurus koperasi pedagang mengenai pemberdayaan koperasi, khususnya terkait dengan hakikat dan sendi dasar dalam pengelolaan koperasi menunjukkan bahwa, pemahaman mereka perlu ditingkatkan untuk dapat mengelola koperasinya dengan lebih baik lagi.
2. Keberhasilan koperasi untuk mensejahterakan anggotanya belum dapat dicapai secara optimal, disebabkan oleh pemahaman anggota masih perlu untuk ditingkatkan, khususnya terkait dengan prinsip identitas anggota yaitu peran mereka sebagai pemilik sekaligus pelanggan internal koperasinya.
3. Kegiatan penyuluhan yang dilakukan ini dinilai efektif, karena dapat memberikan peningkatan pemahaman yang signifikan kepada pengurus dan anggota koperasi pedagang pasar mengenai pentingnya pemberdayaan dan pasar internal sebagai kekuatan koperasi.

4.2 Saran

Beberapa saran yang dapat disampaikan terkait dengan kegiatan PKM ini sebagai berikut:

1. Pemahaman anggota mengenai perannya dalam koperasi harus ditingkatkan, diantaranya dapat dilakukan melalui kegiatan penyuluhan untuk memberikan pemahaman bahwa anggota memiliki peran ganda dalam koperasi, yaitu mereka sebagai pemilik sekaligus pelanggan internal koperasi.

2. Pengurus dan anggota harus diberikan pemahaman bahwa pemberdayaan pasar internal atau *captive market*, merupakan salah satu kekuatan koperasi yang efektif.
3. Kegiatan penyuluhan kepada pengurus dan anggota mengenai pemberdayaan koperasi sebaiknya dilakukan secara periodik berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Dulfer, Eberhard. (1994). Managerial economics of Co-operatives. Dalam *International Handbook of Cooperative Organization*. Dulfer, Eberhard (ed.) .Gootingen: Vandenhoeck und Ruprecht.
- Hanel, Alfred. (1989). *Organisasi Koperasi: Pokok-pokok Pikiran mengenai Organisasi Koperasi dan Kebijakan Pengembangannya di Negara-negara Berkembang* (Terjemahan). Bandung: Universitas Padjadjaran.
- Munkner H.H. (1987). *Hukum Koperasi* (Terjemahan). Bandung: Penerbit Alumni.
- Suharsimi Arikunto (2002). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.