

Membangkitkan Ekonomi Rakyat Secara Berjamaah Melalui Koperasi

Ulfa Fitriati¹, Aulia Isramaulana¹, Lailan Ni'mah², dan Elma Sofia¹

¹Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Lambung Mangkurat,
Banjarbaru, Indonesia

²Program Studi Teknik Kimia, Fakultas Teknik, Universitas Lambung Mangkurat,
Banjarbaru, Indonesia
ufitriati@ulm.ac.id

Abstrak: Program Kemitraan Masyarakat (PKM) kewirausahaan berupa sosialisasi koperasi syariah 212 di Kota Banjarbaru. 212 Mart adalah merek minimarket Koperasi Syariah 212. Tujuan dari sosialisasi ini ialah untuk menambah anggota koperasi Syariah 212. Berdasarkan hasil sosialisasi, diperoleh bahwa anggota Koperasi Syariah 212 Amanah Idaman Banjarbaru bertambah 90 orang, semula anggotanya hanya 44 orang pada bulan Februari 2019 hingga 7 Juli 2020 sudah mencapai 134 orang. Dengan total simpanan mencapai 300 juta lebih. Hal ini menunjukkan hanya sebagian masyarakat yang tahu bahwa koperasi adalah usaha berjamaah dengan modal kecil untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.

Kata Kunci: Kewirausahaan; Koperasi; 212 Mart

Abstract: *Entrepreneurship Community Partnership Program in the form of socialization of 212 sharia cooperatives in Banjarbaru City. 212 Mart is a brand of Koperasi Syariah 212 minimarket. The purpose of this outreach is to increase members of the Koperasi Syariah 212. Based on the socialisation results, it was found that the members of the Koperasi Syariah 212 Amanah Idaman Banjarbaru increased by 90, initially 44 members in February 2019 to 7 July 2020 reached 134 people. With a total savings of more than 300 million. This shows that only a part of the community knows that a cooperative is a joint venture with small capital to improve its economy.*

Keywords: *Entrepreneurship; Cooperatives; 212 Mart*

© 2021 Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Received : 10 Juli 2020

Accepted : 2 Maret 2021

Published : 2 Maret 2021

DOI : <https://doi.org/10.20527/btjpm.v3i1.2159>

How to cite: Fitriati, U., Isramaulana, A., Ni'mah, L., & Sofia, E. (2021). Membangkitkan ekonomi rakyat secara berjamaah melalui koperasi. *Bubungan Tinggi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 53-57.

PENDAHULUAN

212 Mart merupakan merek minimarket Koperasi Syariah 212. 212 Mart menjual barang kebutuhan sehari-hari masyarakat seperti bahan pokok, perlengkapan rumah tangga, alat tulis, dan lain-lain. Tetapi tidak menjual

rokok, minuman keras, alat kontrasepsi dan produk yang tidak halal. 212 Mart memberikan lapak kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk dapat menjual produknya. 212 Mart buka mulai pukul 7 dan tutup pada pukul 22 setiap hari. Setiap waktu salat,

212 Mart menutup gerai tokonya selama lebih kurang 15 menit (Destarini & Prambudi, 2020; Gunawarman & Ratnasari, 2020; Hafizah, 2020; *Koperasi Syaria'ah 212*, 2017; Nasution, Putri, & Lesmana, 2019; Ramdhani, Rodiyah, & Mardiyansyah, 2020).

Berawal dari aksi 212 pada Desember 2016, Gerakan Nasional Pengawal Fatwa Majelis Ulama Indonesia (GNPF MUI) menggagas pembentukan Koperasi Syariah 212. 212 Mart sebagai produk dari Koperasi Syariah 212 secara resmi diluncurkan pertama kali pada tanggal 10 Mei 2017 (*Koperasi Syaria'ah 212*, 2017).

Koperasi Syariah 212 Amanah Idaman Banjarbaru (KS212AIB) merupakan koperasi primer yang menjadi anggota koperasi pusat 212. KS212AIB merencanakan membangun gerai 212 Mart di Kota Banjarbaru yang melayani keperluan belanja sehari-hari anggota maupun non anggota di kawasan Banjarbaru, Martapura dan sekitarnya. Untuk membangun gerai tersebut maka KS212AIB memerlukan investor atau penanam modal yang siap menjadi anggota dan menanamkan modalnya dalam bentuk simpanan sukarela.

Oleh karena itu dilakukan program Program Kemitraan Masyarakat (PKM) kewirausahaan berupa sosialisasi koperasi syariah 212 di Kota Banjarbaru. Tujuan dari program ini adalah menambah anggota koperasi Syariah 212. Selain itu diharapkan melalui kegiatan sosialisasi ini dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang kewirausahaan koperasi syariah dan dapat meningkatkan ekonomi masyarakat.

METODE

Kegiatan ini melibatkan para mahasiswa dari Program Studi S1 Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Lambung Mangkurat sebagai pelaksana dari program sosialisasi. Adapun metode pelaksanaan program berupa

perencanaan, persiapan, dan sosialisasi. Pada tahap awal dilaksanakan pertemuan antara ketua tim dan anggota tim untuk membahas hal-hal penting yang berkaitan dengan pelaksanaan program. Beberapa hal yang didiskusikan meliputi observasi kondisi eksisting dan pada tanggal 12 Januari 2019 dilakukan rapat untuk menetapkan rencana kegiatan.

Pada tahap persiapan dilakukan inventarisir terhadap hal-hal yang akan dibutuhkan pada saat sosialisasi seperti banner dan kuesioner. Pada tahap observasi dilakukan observasi keadaan lingkungan masyarakat tujuan sosialisasi seperti audiensi pengurus dengan pimpinan daerah dan perijinan untuk melakukan sosialisasi pada paguyuban yang menaungi lokasi sosialisasi. Sosialisasi dilakukan dalam bentuk : sembako murah, pembagian brosur koperasi, dan brosur investasi gerai 212 Mart.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Koperasi adalah sebuah organisasi yang dimiliki dan dioperasikan oleh orang-seorang demi kepentingan bersama (Sullivan & Sheffrin, 2003). Apabila koperasi menyelenggarakan satu fungsi disebut koperasi tunggal usaha, sedangkan koperasi yang menyelenggarakan lebih dari satu fungsi disebut koperasi serba usaha (Hadi, 2008). Prinsip koperasi di Indonesia kurang lebih sama dengan prinsip yang diakui dunia internasional dengan adanya sedikit perbedaan, yaitu adanya penjelasan mengenai SHU (Sisa Hasil Usaha) (Ningsih, Isnaini, Handayani, & Neneng, 2017).

Keunggulan koperasi untuk memperoleh keunggulan komparatif dari perusahaan lain cukup besar mengingat koperasi mempunyai potensi kelebihan antara lain pada skala ekonomi, aktivitas yang nyata, faktor-faktor *precuniary*, dan lain-lain (Sasongko, Purnamadewi, & Mulatsih, 2014).

Kewirausahaan koperasi merupakan sikap mental positif dalam berusaha secara kooperatif. Kewirausahaan dalam koperasi dapat dilakukan oleh anggota, manajer birokrat yang berperan dalam pembangunan koperasi dan katalis, yaitu orang yang peduli terhadap pengembangan koperasi (Sutar, 2012).

Pengurus koperasi dipilih dari kalangan dan oleh anggota dalam suatu rapat anggota. Namun demikian sesuai UU 25 Tahun 1992 pengurus adalah dari anggota, apabila diperlukan dapat mengangkat manajer untuk membantu mengelolanya (Widiastuti, 2009).

Pengetahuan Masyarakat tentang Koperasi Syariah

Sebelum melakukan sosialisasi kepada masyarakat umum, pengurus koperasi terlebih dahulu melakukan audiensi dengan Pemerintah Kota Banjarbaru seperti terlihat gambar 1 untuk menginformasikan program-program yang akan dilakukan oleh pengurus koperasi. Setelah dilakukan sosialisasi sebanyak 20% dari 50 responden tahu tentang koperasi bahkan juga berkecimpung di dunia perkoperasian, namun yang diketahui mereka koperasi usahanya hanya dibidang simpan pinjam. Sisanya 80% responden belum tahu tentang koperasi apalagi tentang gerai 212 mart yang dikelola oleh koperasi syariah. Berikut dokumentasi audiensi pengurus koperasi dengan wakil walikota Banjarbaru tertera pada Gambar 1.



Gambar 1 Audiensi pengurus Koperasi dengan Wakil Walikota Banjarbaru

Manfaat Sosialisasi Koperasi Syariah

Sosialisasi koperasi Syariah memberi pengetahuan kepada masyarakat tentang gerai 212 mart yang dikelola oleh KS212AIB. Pengetahuan tersebut berupa tempat lokasi 212 Mart, besaran simpanan, keanggotaan, dan alokasi SHU. Berikut lokasi minimarket 212 Mart dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Lokasi Minimart 212 di Jl. Trikora Banjarbaru

Membentuk Perubahan Perilaku dalam Menerapkan Perilaku Berkoperasi

Sosialisasi dilakukan di Car Free Day (CFD) bundaran kantor gubernuran pada Ahad Pagi tanggal 10 Februari 2019 dan 4 Agustus 2019 seperti terlihat pada gambar 3 serta di CFD Lapangan Murjani 17 Februari 2019. Dokumentasi kegiatan sosialisasi yang dilakukan dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Sosialisasi di Kantor Gubernur Banjarbaru

Berdasarkan hasil sosialisasi diperoleh bahwa anggota KS212AIB Banjarbaru bertambah 90 orang, semula anggotanya hanya 44 orang pada bulan Februari 2019 hingga 7 Juli 2020 sudah mencapai 134 orang. Dengan toa simpanan mencapai 300 juta lebih. Selain sosialisasi dengan bertatap muka langsung, sosialisasi juga dilakukan melalui Koran online yaitu E-paper Radar Banjarmasin seperti terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4 E-paper Radar Banjarmasin Senin 5 Agustus 2019

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan sosialisasi diketahui bahwa hanya sebagian masyarakat yang tahu bahwa anggota KS212AIB bertambah 90 orang, semula anggotanya hanya 44 orang pada bulan Februari 2019 hingga 7 Juli 2020 sudah mencapai 134 orang. Dengan toa simpanan mencapai 300 juta lebih.

Kegiatan berwirausaha koperasi ini diharapkan dapat meningkatkan ekonomi masyarakat melalui bagi hasil dari sisa hasil usaha minimarket 212 bagi anggotanya.

DAFTAR PUSTAKA

Destarini, F., & Prambudi, B. (2020). Pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen 212 mart condet batu ampar. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 58–66.

Gunawarman, I. P., & Ratnasari, R. T. (2020). Faktor yang mempengaruhi konsumen untuk memilih 212 mart surabaya sebagai tempat untuk berbelanja. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(1), 50.

Hafizah, Y. (2020). Gerakan ekonomi islam kontemporer: studi terhadap perkembangan mitra koperasi syariah 212 di kalimantan selatan. *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, XI(01), 1–17.

Koperasi Syari'ah 212. (2017). Retrieved from koperasisyariah212.co.id/koperasisyariah-212

Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.

Ningsih, N., Isnaini, F., Handayani, N., & Neneng, N. (2017). Pengembangan sistem perhitungan shu (sisa hasil usaha) untuk meningkatkan penghasilan anggota pada koperasi manunggal karya. *Jurnal Tekno Kompak*, 11(1), 10–13.

Hadi, M. P. (2008). Analisis manajemen

- strategi dan sistem tanggung renteng dalam meningkatkan sistem pengendalian intern dan kinerja koperasi di provinsi jawa timur. *DIE ± Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 5(1), 1–74.
- Ramdhani, R., Rodiyah, R., & Mardiyansyah, M. (2020). Brand Image 212 mart dalam meningkatkan penjualan produk perspektif manajemen dakwah. *DAWUH: Islamic Communication Journal*, 1(2), 40–48. R
- Sasongko, A. T., Purnamadewi, Y. L., & Mulatsih, S. (2014). Analisis keunggulan komparatif dan faktor yang mempengaruhi Kinerja Koperasi Di Pulau Jawa. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 6(2), 90–106.
- Sullivan, A. O., & Sheffrin, S. M. (2003). Economic principles, applications and tools. *Human Behaviour, Seventh Ed.* Retrieved from <http://www.gbv.de/dms/zbw/640430643.pdf>
- Sutar. (2012). Membangun kewirausahaan koperasi melalui manajemen koperasi. *EKOBIS, Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 1(6).
- Widiastuti. (2009). *Tanggung jawab pengurus koperasi simpan pinjam berbadan hukum terhadap penyimpan dana.* VIII(2), 79–92.