

# **LAPORAN PENGABDIAN MASYARAKAT**

## **PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PENGEMBANGAN USAHA SULAM PITA PADA KOPERASI LOKAPITA**

**KOTA SEMARANG**



**DISUSUN OLEH:**

Dr. Chatarina Yekti P.SE., MSi

Dr. Agatha Ferijani, MS-HRM

Dr. Hayu Agustini, MBA

**KLINIK KONSULTASI BISNIS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIKA SOEGIJAPRANATA SEMARANG  
JUNI 2021**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PENGABDIAN MASYARAKAT UNIKA SOEGIJAPRANATA**

1. Judul Pengabdian : PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PENGEMBANGAN USAHA SULAM PITA, KOPERASI LOKAPITA, KOTA SEMARANG
2. Nama Mitra : KOPERASI LOKAPITA, Kota Semarang.
3. Ketua Tim
  - a. Nama : Dr. Chatarina Yekti P., SE.,MSi
  - b. NIDN : 0605096901
  - c. Jabatan/Golongan : Lektor / III-D
  - d. Program Studi : S2 Manajemen
  - e. Perguruan Tinggi : Unika Soegijapranata Semarang
  - f. Bidang Keahlian : Pendamping UKM
  - g. Alamat Kantor/Telp/Faks/surel : Jl. Pawiyatan Luhur IV / 1, Bendan Duwur, Semarang
4. Anggota Tim
  - a. Jumlah Anggota : Dosen 2 orang
  - b. Nama Anggota I/bidang keahlian : Dr. Agatha Ferijani, MS-HRM / MSDM & Pemberdayaan Masyarakat.
  - c. Nama Anggota II/bidang keahlian : Dr. Dwi Hayu Agustini, MBA / Manajemen Pemasaran
  - d. Jumlah mahasiswa yang terlibat : 2 orang
  - e. Alamat Kantor/Telp/Faks/surel : Jl. Pawiyatan Luhur IV / 1, Bendan Duwur, Semarang
5. Lokasi Kegiatan/Mitra
  - a. Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan) : Jl.Bledak Anggur 3 no 9 Tlogosari Kulon
  - b. Kabupaten/Kota : Kota Semarang
  - c. Propinsi : Jawa Tengah
  - d. Jarak PT ke lokasi mitra 1 (Km) : 15 km
  - e. Alamat Kantor/Telp/Faks/surel : Ungaran
6. Luaran yang dihasilkan : Laporan Pengabdian dan publikasi hasil pengabdian
7. Jangka waktu Pelaksanaan : 1 Tahun
8. Biaya Total : Rp. 2.250.000,-
  - Sumber lain (mitra) : Rp. 500.000,-

Semarang, 28 Juni 2021

Mengetahui,

Dekan

Ketua Tim Pengusul

Drs. Theodorus Sudimin, MS

NIDN : 0608 116102

Dr.Chatarina Yekti P.,SE.,MSi

NIDN 0605096901

Menyetujui,

Kepala LPPM

Dr. Berta Bekti Retnawati, SE. M.Si

NIDN. 0606097302

## DENTITAS DAN URAIAN UMUM

- Judul Pengabdian :** PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PENGEMBANGAN USAHA SULAM PITA, KOPERASI LOKAPITA, KOTA SEMARANG

- Tim Pengabdian:**

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian	Instansi Asal	Alokasi Waktu (Jam/Minggu)
1	Dr. Ch Yekti Prawihatmi, M.Si	Ketua	Kewirausahaan	Universitas Katolik Soegijapranata	10 jam
2	Dr. Agatha Ferijani, MS-HRM	Anggota 1	Manajemen Keuangan; Kewirausahaan	Universitas Katolik Soegiapranata	8 jam
3	Dr. Hayu Agustini, MBA	Anggota 2	Manajemen Sumber Daya Manusia	Universitas Katolik Soegijapranata	8 jam

- Mahasiswa yang terlibat dalam pengabdian:**

No	Nama	NIM	Program Studi	Instansi Asal
1	Zerlinda	16.D1.0232	Manajemen	Universitas Katolik Soegijapranata
2	Martha	19.D1.0185	Manajemen	Universitas Katolik Soegijapranata

- Mitra pengabdian :** Koperasi Lokapita
- Masa Pelaksanaan :** 2020/2021
- Usulan biaya :** Rp. 2.250.000
- Lokasi Pengabdian :** Kota Semarang
- Luaran pengabdian :** Ketrampilan pemasaran online
- Jurnal ilmiah ((publikasi) yang menjadi sasaran:** Sendimas 2021

Semarang, 22 Juni 2021

Mengetahui,

Dekan

Ketua Tim Pengusul

Drs. Theodorus Sudimin, MS

NIDN : 0608 116102

Dr.Chatarina Yekti P

Menyetujui,

Kepala LPPM

Dr. Berta Bekti Retnawati, SE. M.Si

NIDN. 0606097302

## **KATA PENGANTAR**

Pengabdian kepada masyarakat merupakan Tridarma Perguruan Tinggi yang harus dilakukan oleh dosen, baik bersifat mandiri maupun berkelompok. Pengabdian yang berjudul "PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PENGEMBANGAN USAHA SULAM PITA PADA KOPERASI LOKAPITA KOTA SEMARANG" merupakan pengabdian untuk membantu para pengrajin sulam pita yang tergabung dalam Koperasi Lokapita . Koperasi Lokapita yang mewadahi pemasaran serta pengelolaan keuangan .

Tim pengabdian memberikan pelatihan dan pendampingan yang berkaitan dengan pemasaran dan pengelolaan koperasi agar maju dan berkembang. Diharapkan dengan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian akan menambah pengetahuan dan semangat bagi pengurus dan anggota Koperasi Lokapita untuk maju .

Keberhasilan pelaksanaan pengabdian yang telah dilakukan ini didukung oleh banyak pihak, untuk itu kami tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dekan FEB Unika soegijapranata yang telah memberikan fasilitas dan dukungan dana pengabdian
2. Ketua Klinik Konsultasi Bisnis FEB Unika Soegijapranata Semarang yang mengkoordinir kegiatan pengabdian ini.
3. Pengurus dan anggota Koperasi Lokapita
4. Tim Reviewer yang sudah banyak memberikan masukan dari mulai proposal sampai dengan laporan akhir pengabdian
5. Tim Pandemi 2 dan 3 yang membantu pelaksanaan pengabdian di Koperasi Lokapita
6. Pihak-pihak lain yang tidak dapat kami sebutkan yang telah ikut membantu pelaksanaan kegiatan ini.

Akhir kata kami juga mohon masukan demi kesempurnaan pengabdian serupa pada waktu yang akan datang dan terima kasih.

Tim Pengabdian FEB Unika Soegijapranata

## DAFTAR ISI

HALAMAN Sampul .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
RINGKASAN .....	vii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Analisis Situasi .....	1
1.2. Permasalahan Mitra .....	2
<b>BAB.II.TARGET DAN LUARAN</b>	
2.1. Target dan luaran .....	3
<b>BAB.III. METODE PELAKSANAAN</b>	
3.1. Pelatihan .....	5
3.2. Pendampingan .....	7
3.3. Evaluasi .....	7
<b>BAB.IV.HASIL PENGABDIAN</b>	
4.1. Pemberian Motivasi.....	8
4.2. Pelatihan Pemasaran Online.....	9
4.3. Pelatihan Pembukuan praktis.....	
4.4. Bazaar offline.....	
<b>BAB.V. PENUTUP</b>	
5.1. Kesimpulan .....	18
5.2. Saran .....	18
5.3. Keterbatasan .....	18
DAFTAR PUSTAKA .....	viii
LAMPIRAN .....	ix



## **Ringkasan**

Pada akhir tahun 2019, Virus Covid-19 telah menyebar keseluruh dunia, termasuk Indonesia. Pemerintah segera memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa kota besar di Indonesia. PSBB berdampak langsung pada sector UMKM. UMKM mengalami penurunan omzet penjualan karena pembatasan kegiatan fisik. Hal ini membuat UMKM kehilangan kesempatan untuk menjual produknya melalui pameran, bazaar, car free day dan lain-lain. Salah satu yang sangat terdampak adalah Koperasi Lokapita yang menaungi para pengrajin sulam pita Kota Semarang.

Hasil observasi singkat yang kami lakukan menemukan bahwa penjualan Koperasi Lokapita menurun drastic bahkan sampai tidak ada pembelian sama sekali. Koperasi Lokapita dan para anggota koperasi secara pribadi kemudian berusaha memasarkan produknya secara online melalui social media. Ternyata para anggota koperasi mengalami banyak kesulitan dan kendala dalam pemasaran online, sehingga banyak yang menyerah.

Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memotivasi para pengurus dan anggota Koperasi Lokapita untuk tetap kreatif, produktif dan agresif. Kegiatan pengabdian ini melibatkan serangkaian aktivitas, yaitu: pemberian motivasi kepada pengurus dan anggota koperasi, pelatihan pemasaran online dan pelatihan pembukuan yang mudah dan praktis dengan aplikasi.

Peserta Pengabdian ( pengurus dan anggota Koperasi Lokapita) dalam mengikuti pelatihan sangat bersemangat dan tekun. Materi yang diberikan oleh beberapa personal yang berkompeten diterima dengan baik dan dipraktikkan sehingga memberikan hasil yang menggembirakan. Meskipun pandemic masih berlangsung, Koperasi Lokapita perlahan-lahan mulai bangkit dan eksis kembali sehingga para pengrajin sulam pita menjadi berdaya kembali.

Kata Kunci : Motivasi, pemasaran online, pengelolaan usaha, pembukuan praktis.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Analisis Situasi**

Dalam mendorong pengembangan UMKM yang berpotensi, Kementerian Koperasi dan UMKM membuat kebijakan One Village One Product (OVOP). Kebijakan ini menyatakan jika satu desa harus memiliki satu produk unggulan dan nantinya produk yang paling berpotensi di setiap kota akan diberikan anggaran oleh Kementerian Koperasi dan Usaha mikro kecil dan menengah untuk mengembangkan produk UMKM berpotensi tersebut. Dengan kebijakan OVOP dari Kementerian Koperasi dan UMKM ini ,maka Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang juga ikut serta mendukung kebijakan ini, Dalam hal ini Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang melibatkan pihak kecamatan Kota Semarang untuk menggali potensi yang ada di tiap kelurahan di Kota Semarang.

Dari sekian klaster UMKM yang ada di Kota Semarang, klaster Sulampita merupakan klaster yang sangat berpotensi. Klaster UMKM Sulampita merupakan produk ekonomi kreatif yang dapat menjadi salah satu cara untuk memberdayakan masyarakat di segala usia (Wheny , 2008). Kerajinan sulam pita sangat berpotensi untuk dikembangkan menjadi keunggulan daerah karena bahan baku mudah didapat, harga terjangkau, pekerjaan itu dapat dilakukan disela-sela pekerjaan utama dan ketrampilanya mudah dipelajari. Seni kerajinan tangan UMKM Sulampita merupakan warisan nenek moyang, saat ini UMKM Sulampita bukan sekedar hobi mengisi waktu luang semata namun dapat menghasilkan pendapatan.

Di Kota Semarang UMKM sulampita tersebar di 10 kecamatan dan 37 kelurahan dengan jumlah penyulam sekitar 110 orang. Dengan dipilihnya UMKM Sulampita oleh Dinas Koperasi dan UMKM sebagai UMKM yang berpotensi maka pemerintah segera melakukan berbagai kebijakan agar dapat mengembangkan UMKM Sulampita tersebut.

Klaster Sulam pita merupakan klaster yang sangat berpotensi dalam memberdayakan masyarakat. Kerajinan sulampita bukan sekedar hobi mengisi waktu luang semata namun dapat menghasilkan pendapatan. Kerajinan sulam pita ini bisa dikerjakan semua usia, dari anak-anak sampai lansia. UMKM sulampita tersebar di 10 kecamatan dan 37 kelurahan dengan jumlah penyulam sekitar 110 orang. UMKM Sulampita juga memiliki kendala seperti UMKM lainnya. Dengan adanya wabah Covid'19 yg mulai terasa di Indonesia sejak bulan Februari tahun 2020 , penjualan hasil kerajinan sulam pita menurun sampai dengan 50 %, karena sudah tidak ada nya aktivitas pameran, bazar dll, sebagai sarana mereka dalam memasarkan hasil produksinya.

UMKM Sulampita juga memiliki kendala seperti UMKM lainnya. Walaupun UMKM Sulampita sebagai UMKM berpotensi di Kota Semarang, UMKM Sulampita juga tidak lepas dalam menghadapi permasalahan. Terlebih dengan adanya wabah Covid'19 yg mulai terasa di Indonesia sejak bln Februari tahun 2020 ini. Penjualan hasil kerajinan tersebut menurun sampai dengan 50 %, karena sudah tidak ada nya aktivitas pameran, bazar dll, sebagai sarana mereka dalam memasarkan hasil produksinya.

Para pengrajin sulam pita di Kota Semarang bergabung dan membentuk koperasi dengan nama Koperasi Lokapita. Anggota Koperasi Lokapita saat yang aktif berjumlah 25 orang, dengan ketua Ibu Widyarini. Kantor Koperasi Lokapita ini berada di Perumahan Tlogosari, sedangkan gerai pemasaran offline nya di Pasar Srandol, Banyumanik. Sebelum masa pandemi, pemasaran kerajinan sulam pita dari Koperasi Lokapita ini mengandalkan pameran, bazaar dan expo yang diselenggarakan oleh pemerintah kota, pemerintah provinsi dan BUMN. Produk-produk kerajinan sulampita dari Koperasi Lokapita sangat beragam namun mempunyai ciri khas yaitu sulaman pita yang amat rapi. Berikut adalah beberapa produk para anggota Koperasi Lokapita.



Beberapa produk Koperasi Lokapita

Pandemic yang berlangsung sejak Maret 2020, membuat pemasaran Koperasi Lokapita berhenti. Berdasar pada kenyataan yang dialami oleh para pengrajin sulampita khususnya yang tergabung Koperasi Lokapita maka perlu dilakukan kegiatan pengabdian pada koperasi Lokapita tersebut. Tujuan pengabdian ini adalah mendorong dan memberikan upaya-upaya supaya UMKM sulampita bangkit dari keterpurukan penjualan akibat pandemi. Kegiatan pengabdian pada koperasi sulampita ini akan berfokus pada pemasaran online. Diharapkan pengabdian di Koperasi Lokapita ini dapat memberikan ketrampilan dalam pemasaran online bagi para anggotanya.

Kegiatan pengabdian pada koperasi Lokapita ini dilaksanakan bersama Tim Pandemi 2 dan 3. Berdasarkan observasi yang dilakukan Tim Pengabdian bersama Tim Pandemi 2 maka diperoleh kesimpulan bahwa kegiatan Pengabdian berfokus pada pelatihan dan pendampingan dalam pemasaran online dan pembukuan praktis berbasis aplikasi Diharapkan pengabdian di Koperasi Lokapita ini dapat memberikan semangat , penguatan pemasaran melalui pemasaran online dan pengelolaan keuangan praktis bagi para anggotanya.





Diskusi daring dengan Ketua Koperasi Lokapita dan Pandemika

### **Permasalahan Mitra**

Koperasi sulam pita “Lokapita” menjadi wadah bagi para pengrajin sulam pita Semarang. Karena pandemi ini semua anggota koperasi mengalami penurunan penjualan yang sangat drastis hingga 80 persen, bahkan ada yang tidak bisa menjual sama sekali. Pemasaran produk sulam pita para anggota koperasi Lokapita selama ini mengandalkan pemasaran melalui pameran dan bazaar yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Semarang, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan lembaga lainnya. Pembatasan sosial di masa pandemi menyebabkan tidak ada kesempatan pameran sehingga penjualan pengrajin sulam pita terhenti. Untuk bertahan, para pengrajin sulam pita melakukan penjualan melalui sosial media. Para anggota koperasi Lokapita menyatakan bahwa kemampuan melakukan pemasaran online sangat terbatas, untuk itu mereka membutuhkan pelatihan dan pendampingan dalam pemasaran online. Mereka juga menyatakan membutuhkan pelatihan dan pendampingan dalam pembukuan usaha yang praktis.

## **BAB II**

### **TARGET DAN LUARAN**

Kerajinan sulampita memiliki potensi yang sangat besar untuk berkembang dan menjadi icon produk kerajinan Kota Semarang. Situasi pandemic menyebabkan para pengrajin sulampita yang bergabung di Koperasi Lokapita Kami melihat Koperasi Lokapita yang mewadahi para pengrajin sulampita seharusnya mampu mengatasi kesulitan pemasaran para anggotanya, terutama pada saat pandemic ini. Koperasi Lokapita juga seharusnya mampu memotivasi para anggotanya untuk produktif dan kreatif sehingga tetap bisa eksis meskipun pandemi. Berdasarkan berbagai persoalan tersebut maka kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam beberapa tahap.

Tahap pertama adalah pemberian motivasi yang memungkinkan pengurus dan anggota koperasi Lokapita memiliki semangat untuk tetap produktif dan kreatif untuk menghadapi pandemic, sehingga para pengrajin sulam pita tetap dapat mengembangkan bisnisnya sebagai jalan meningkatkan kesejahteraan keluarga. Sesi motivasi ini diharapkan dapat memantik semangat para pengurus dan anggota Koperasi Lokapita untuk mengembangkan usahanya.

Tahap kedua adalah Pelatihan Pemasaran online, peserta di beri pengetahuan dan pelatihan dalam melakukan pemasaran online baik melalui social media maupun e-marketplace seperti sophee, Tokopedia dan lain-lain. Dalam tahap kedua ini juga dilakukan rebranding Koperasi Lokapita agar lebih menarik.

Kegiatan ketiga, Pelatihan pembukuan praktis berbasis aplikasi sederhana . Pelatihan dalam pembukuan usaha maupun keuangan koperasi ini diharapkan dapat membantu pengurus koperasi maupun anggota dalam mencatat keuangan usaha.

Target dari kegiatan pengabdian di Koperasi Lokapita ini adalah:

- a. Mitra termotivasi untuk tetap kreatif dan produktif meskipun dalam masa pandemic. Motivasi yang tinggi akan memunculkan semangat untuk kreatif mencari solusi dan peluang dari pandemic.

- b. Pengurus dan anggota Koperasi Lokapita dapat melakukan pemasaran online melalui social media maupun e-marketplace sehingga penjualan akan kembali meningkat karena pasar menjadi tidak terbatas.
- c. Pengurus dan anggota Koperasi Lokapita dapat melakukan pembukuan usaha berbasis aplikasi sehingga mereka bisa mengetahui perkembangan usahanya dan kemudian dapat membuat perencanaan untuk pengembangan usahanya.
- d. Pengurus dan anggota Koperasi Lokapita dapat menjadi agen-agen pemberdayaan masyarakat melalui ketaivitas dan produktivitas mereka
- e. Hasil pengabdian ini dimasukan ke jurnal Patria LPPM-Universitas Katolik Soegijapranata dan Sendimas.



## **BAB III**

### **METODE PENGABDIAN**

Metode pengabdian dilakukan secara langsung dengan mengunjungi mitra maupun secara daring dan menyelenggarakan beberapa kegiatan bersama seperti sharing, pelatihan, seminar dan pendampingan. Selain itu personal Tim Pengabdian dibantu dengan pihak-pihak yang berkompeten melakukan pendampingan kepada pengurus dan anggota Koperasi Lokapita agar bersemangat dan tekun berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian. Metode pelaksanaan pengabdian di Koperasi Lokapita meliputi beberapa tahap : Tahap 1) Pemberian Motivasi, 2) Pelatihan Pemasaran Online, 3) Pelatihan pembukuan praktis berbasis aplikasi, 4) Pendampingan dan 5) Evaluasi.

#### **3.1. Pemberian Motivasi**

Masa Pandemi membuat mental pengurus dan anggota Koperasi Lokapita menjadi menurun. Kesulitan demi kesulitan yang dihadapi terutama dalam memasarkan produk memunculkan rasa putus asa . Kegiatan pengabdian ini perlu memberikan penguatan motivasi bagi pengurus dan anggota Koperasi Lokapita agar semangat dalam berkreasi dan produktif meskipun pandemi. Harapannya jika para pengurus dan anggota koperasi semakin kreatif dan produktif, mereka dapat memberdayakan masyarakat di sekitar mereka tinggal. Para pengrajin sulam pita dapat melatih masyarakat sekitarnya sehingga mereka dapat memperoleh pendapatan dari menekuni kerajinan sulam pita. Produk-produk kerajinan sulam pita berpotensi menjadi produk ekonomi kreatif unggulan sebagai pendukung pariwisata di Kota Semarang. Kerajinan sulam pita dipilih menjadi salah satu dari One Village One Product (OVOP) Kota Semarang (Suparwoko, 2015).

#### **3.2. Pelatihan Pemasaran Online**

Pelatihan yang dilakukan meliputi pelatihan dan workshop mengenai manfaat pemasaran online, jenis-jenis pemasaran online dan cara-cara pemasaran online.

Pemasaran online adalah praktik memanfaatkan saluran berbasis web untuk menyebarkan pesan tentang merek, produk, atau layanan perusahaan kepada calon pelanggannya. Metode dan teknik yang digunakan untuk pemasaran online termasuk email, media sosial, periklanan tampilan, optimisasi mesin pencari, dan banyak lagi. Tujuan pemasaran adalah untuk menjangkau calon pelanggan melalui saluran di mana mereka menghabiskan waktu untuk membaca, mencari, berbelanja, atau bersosialisasi secara online. Adopsi Internet yang meluas untuk bisnis dan penggunaan pribadi telah menghasilkan banyak saluran baru untuk keterlibatan periklanan dan pemasaran, termasuk yang disebutkan di atas. Ada juga banyak manfaat dan tantangan yang melekat pada pemasaran online, yang menggunakan media digital terutama untuk menarik, melibatkan, dan mengkonversi pengunjung virtual ke pelanggan. mencakup media seperti facebook, instagram, what sap dan tiktok (Sutanti, 2019).

### **3.3. Pelatihan Pembukuan praktis berbasis aplikasi**

Sebuah bisnis yang sukses diawali dengan pembukuan yang terstruktur. Pembukuan atau pencatatan memang sangat penting untuk memantau perkembangan usaha . Tim pengabdian memilihkan aplikasi Buku Warung sebagai pembukuan usaha yang praktis dan mudah bagi pengurus dan anggota Koperasi Lokapita. Berikut ini kemudahan aplikasi Buku Warung:

- Ukuran aplikasi kecil
- Bisa dipakai tanpa koneksi
- Gratis pengingat lewat SMS
- Mudah dipahami oleh pemula
- Bisa buat laporan usaha otomatis
- Bisa dipakai banyak HP bersamaan
- Akuntansi sederhana saja

### **3.4.Pendampingan**

Tim pengabdian mendampingi seluruh proses pemasaran online yang berjalan, yang dimulai dari download aplikasi, proses pemotretan produk, penyuntingan gambar, upload gambar produk, penulisan profil produk, pemostingan pada jejaring social, proses targetting pada jejaring social, proses respon pelanggan, proses transaksi elektronik, proses pembayaran dan proses pengiriman produk.

Tim pengabdian juga mendampingi pengurus dan anggota Koperasi Lokapita dalam melakukan pembukuan usaha menggunakan aplikasi Buku Warung.

### **3.5.Evaluasi**

Tim pengabdian melakukan evaluasi terhadap pengurus dan para anggota Koperasi Lokapita dalam mengikuti pelatihan dan pendampingan, berkaitan dengan pemasaran online dan pembukuan usaha.

## **BAB IV**

### **HASIL PENGABDIAN**

#### **4.1. Pemberian Motivasi**

Dalam program kerja ini, kami mendatangkan salah satu dosen fakultas psikologi yaitu Bapak Renaldi untuk memberikan motivasi pada anggota koperasi. Kegiatan ini kami lakukan pada hari Sabtu, 22 November 2020 secara offline di rumah kepala koperasi Lokapita yaitu Ibu Widyarini. Anggota koperasi yang datang sebanyak 6 orang dan untuk mengevaluasi hasil dari penyuluhan, kami mengadakan post-test. Motivasi yang diberikan Pak Aldi mampu menggugah para pengurus dan anggota Koperasi Lokapita untuk tidak menyerah dengan keadaan dan tidak berputus asa karena pandemic. Pak Aldi menekankan bahwa para pengurus dan anggota Koperasi Lokapita justru harus bisa menjadi penyulut semangat bagi keluarganya dan masyarakat di sekitar mereka tinggal. Para pengurus dan anggota koperasi Lokapita harus bisa menjadi agen-agen pemberdayaan masyarakat di sekitarnya.





Pemberian Motivasi oleh Dosen psikologi Pak Aldi

#### **4.3. Pelatihan Pemasaran Online**

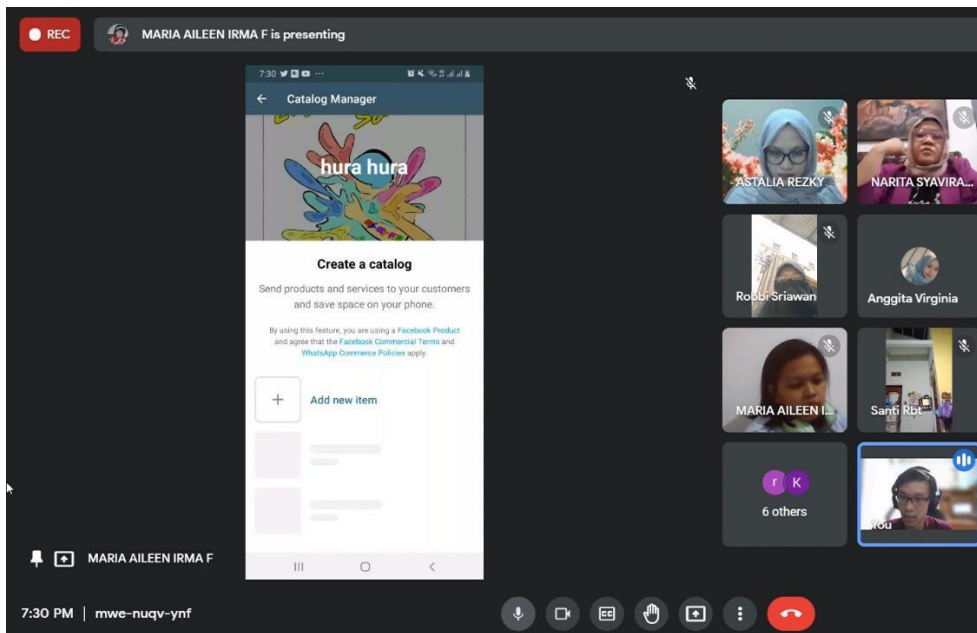
##### **Webinar Pemasaran Online**

Kegiatan pelatihan pemasaran online diawali dengan webinar untuk membekali pengurus dan anggota Koperasi Lokapita pegetahuan mengenai berbagai strategi pemasaran online. Webinar dilaksanakan tanggal 4 Desember 2020 dengan menghadirkan nara sumber yang berkompeten.

The poster is for a webinar titled "STRATEGI ADAPTASI BERJUALAN ONLINE DI MASA PANDEMI". It features three speakers: Donny Bayu Sanjoyo, SE (labeled as a source from YouTube), Yimmy Iskandar ST, MBA, MTh (a lecturer in Englishpreneurship at Unika Soegijapranata), and Dr. Chararina Yekti P., SE, MSi (a lecturer in Management at Unika Soegijapranata). The event is free ("GRATIS") and held on Friday, December 4, 2020, from 14:00 to 17:00. Contact information is provided as CP: +62 896-6748-4135 (Johanna). The event is live on YouTube and WhatsApp.

### **Pelatihan pemasaran online dengan social media**

Pelatihan pemasaran online ini merupakan kegiatan lanjutan dari webinar pemasaran online. Pemasaran online yang dipilih untuk dilatihkan adalah dua aplikasi yaitu Whatsapp Bisnis dan Instagram Bisnis untuk diajarkan pada anggota Koperasi Lokapita. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk membuka potensi penjualan kerajinan sulampita ke pasar nasional dengan bantuan e-commerce. Pelatihan ini secara online dengan menyertakan modul pelatihan yang kami kirim ke tempat mitra menggunakan go-send. Kegiatan telah kami laksanakan tanggal 12 Juni 2021 dan telah diikuti oleh 6 orang.



Dalam mendukung pemasaran online produk-produk Koperasi Lokapita, Tim pengabdian bersama tim Pandemika melakukan rebranding untuk Koperasi Lokapita. Rebranding dilakukan mencakup perubahan logo, pembuatan katalog dan perbaikan kemasan. Pengurus maupun ibu-ibu anggota koperasi sulam pita ini juga belum memiliki ide mengenai logo, jadi Tim pengabdian bersama Kelompok Pandemika 2 membantu pembuatan logo. Adapun logo Koperasi Lokapita yang baru desain berdasarkan selera dari anggota koperasi sendiri dan telah dirundingkan dengan anggota sampai matang. Dengan logo yang menarik tentu akan menarik perhatian pelanggan untuk melihat produk sulam pita dari Koperasi Lokapita. Logo mampu mengenalkan produk sulam pita kepada pelanggan, dengan adanya logo maka Koperasi memiliki simbol yang dapat menjadi pembeda koperasi sulam pita Lokapita dengan yang lainnya, dan desain packaging yang menarik akan membuat produk sulam pita Lokapita lebih diingat dan dikenal oleh pelanggan dan dapat membantu meningkatkan kualitas visual dari produk yang di jual Koperasi Lokapita.

Berikut adalah logo Koperasi Lokapita yang baru:



**Pasar Srandol, Lt. 2/B1, Semarang**

+62 878-3211-1232

+62 878-3211-1232

**Ibu Yos**

**Ibu Rini**

<https://www.facebook.com/lokapita.semarang>

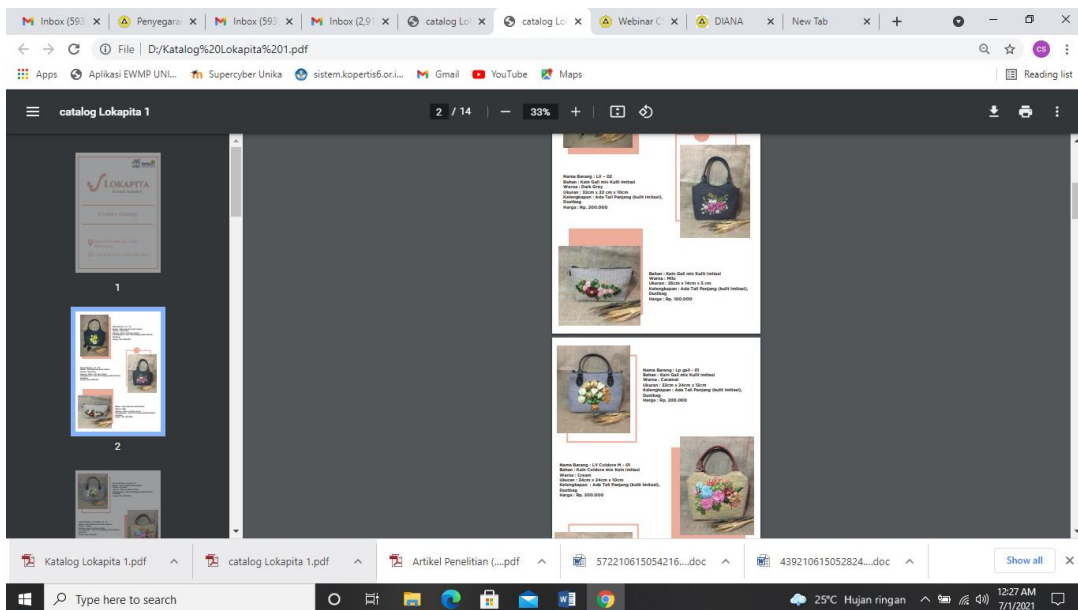
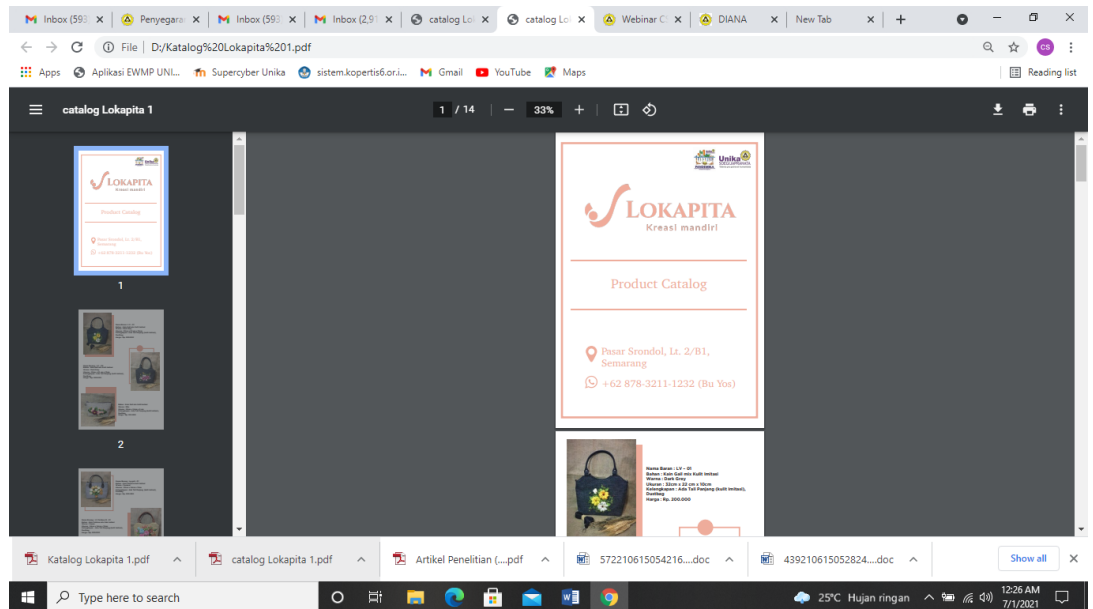
Kami juga telah mendesain brosur baik hardcopy maupun digital yang akan mempermudah pemasaran produk-produk Koperasi Lokapita



Brosur Koperasi Lokapita



Adanya brosur dan e katalog ini diharapkan dapat memudahkan koperasi Lokapita dalam memasarkan produknya. Karena katalog merupakan media promosi yang efisien dan efektif, karena katalog menyediakan gambaran semua produk yang ada di Koperasi Lokapita sehingga akan memudahkan pelanggan untuk menemukan produk yang diinginkan.



## E-catalog produk-produk Koperasi Lokapita



### **Bazaar Offline dan Onlien Koperasi Lokapita**

Pengurus dan anggota Koperasi Lokapita menginginkan ada bazaar offline meskipun dengan menjaga protocol kesehatan yang ketat. Bazaar offline dilaksanakan bersama Tim pengabdian dan Pandemika . Adapaun Bazaar offline dilaksanakan di Toko Ole-Ole Semarangan dan Java Mall. Sedangkan Bazaar online dilakukan dengan open order produk-produk koperasi Lokapita yang ditawarkan secara online.



Persiapan bazaar



Bazaar di Toko Ole-Ole Semarangan



Salah satu produk Koperasi Lokapita pada Bazaar Pandemi



Persiapan Bazaar di Java Mall



Stand Koperasi Lokapita di Java Mall





# Christmas Hampers

Pandemika-28 & Koperasi Lokapita

**OPEN PO**  
10-15 Desember 2020

**DELIVERY**  
16-17 Desember 2020



## Paket A

*Dompot kain,*  
*Dompot kosmetik,*  
*Dompot pesta,*  
*Goody bag*

(Bisa memilih warna)

RP. 170.000

---

## Paket B

*Dompot cluth,*  
*Dompot kain,*  
*Dompot kosmetik,*  
*Tas jinjing*

(Bisa memilih warna)

RP. 250.000



 **085741577699**

Bazaar Online dalam menyambut natal 2020

Tim pengabdian dan Tim pandemika 2 maupun 3 juga melakukan kunjungan ke anggota-anggota Koperasi Lokapita yang menginginkan sharing secara lebih intens. Kunjungan dilakukan ke Ibu Pricile dan Ibu Sulis yang merupakan anggota Koperasi Lokapita yang aktif.



Ibu Pricile salah satu anggota Koperasi Lokapita bersama Tim Pandemi



Ibu Sulis, salah satu anggota Koperasi Lokapita dan produknya

Tim Pengabdian memotivasi Koperasi Lokapita untuk mendisplay produknya di Galery CSE yang terletak di Sport Hall Unika Soegijapranata. Produk sulam pita yang didisplay dicustom dengan tulisan Unika Soegijapranata sehingga bisa menjadi salah satu merchandise Unika.



Produk koperasi Lokapita di gallery CSE Unika

#### RINGKASAN KEGIATAN PENGABDIAN PADA KOPERASI LOKAPITA

WAKTU	KEGIATAN	MEDIA	KEGIATAN
22 November 2020	Pemberian Motivasi	Offline di rumah Ibu Ketua Koperasi	Penyampaian materi dan motivasi dari dosen Psikologi Pak Reynaldi
4 Desember 2020	Webinar pemasaran Online	Zoom meeting	Penyampaian materi berbagai fasilitas/aplikasi pemasaran



			online oleh Pak Yimmy dan Manager Youtap
11 Desember 2020	Pelatihan pemasaran online	Zoom meeting	Tutorial downloand aplikasi oleh Tim Pandemika
16 Desember 2020	Pendampingan pemasaran online	Offline di Pondok Anugerah Jaya	Praktek mengelola whatsapp bisnis dan instagram bisnis oleh Tim Pandemika
18 Desember 2020	Bazaar Online	online	Open order melalui What sap dan instagram
22 Desember 2020	Pendampingan pemasaran online	Pendampingan offline di Toko Ole-ole	Pelatihan posting wa bisnis dan feed instagram
27 Mei 2021	Diskusi desain logo dan packaging	Online	Merancang desain logo
27 Mei 2021	Pengumpulan data untuk pembuatan e-katalog	Online	Penyerahan foro produk dan price list dari para anggota koperasi

5 Juni 2021	Pelatihan pembukuan berbasis aplikasi	Online	Penyampaian materi aplikasi Buku warung oleh pandemika
10 Juni 2021	Pendampingan pembukuan berbasis aplikasi	Online	Praktek melakukan pembukuan usaha dengan aplikasi Buku Warung
11 Juni 2021	Bazaar Offline	Toko Ole-Ole	Display produk Koperasi Lokapita
15 Juni 2021	Perbaikan packaging	Di Kantor Koperasi	Penyerahan desain packaging
22 Juni 2021	Kerjasama Koperasi Lokapita dengan CSE dalam pemasaran	Galery CSE	Display produk Koperasi Lokapita di gallery CSE
23 Juni 2021	Evaluasi	Online	Sharing hasil pengabdian dan pendampingan pandemika

#### **4.4. Kegiatan Pendampingan**

Untuk memastikan pengurus dan anggota Koperasi Lokapita dapat beradaptasi dengan pemasaran online, Tim Pengabdian dan Pandemika terus mendampingi mereka dalam mengelola akun pemasaran online baik yang dengan medsos maupun dengan e –market place. Tim Pengabdian dan Tim Pandemika secara terus menerus

memberikan konsultasi dan petunjuk jika terjadi kesulitan dalam pemasaran online. Tim Pengabdian dan Tim pandemika juga terus membantu mempromosikan produk-produk Koperasi Lokapita secara online maupun secara offline , salah satunya dengan memamerkan produk koperasi Lokapita di Galery CSE Unika.

Selama 1 bulan pendampingan dalam pemasaran online, pengurus dan anggota Lokapita telah mampu mengelola operasional pemasaran online. Saat ini penjualan secara online produk –produk anggota Koperasi Lokapita sudah berjalan, pesanan dari medsos dan e- market place mulai meningkat. Stock produk-produk Koperasi Lokapita yang menumpuk juga telah terjual melalui penjualan online.

#### **4.5. Evaluasi**

Evaluasi hasil pengabdian dilakukan secara online pada tanggal 23 Juni 2021. Evaluasi dilakukan melalui gmeet dengan peserta tim pengabdian, tim pandemika, pengurus dan anggota Koperasi Lokapita. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan oleh Tim Pengabdian, baik berdasarkan pengamatan maupun respon dari para pengurus dan anggota Koperasi Lokapita sangat antusias mengikuti kegiatan pengabdian ini, karena para pengurus dan anggota koperasi merasa:

1. Merasa termotivasi untuk kreatif dan produktif meskipun masa pandemic dan merasa memiliki tanggung jawab untuk menjadi agen-agen pemberdayaan masyarakat di sekitarnya.
2. Menambah pengetahuan dan kemampuan dalam pemasaran online dan pembukuan praktis berbasis aplikasi
3. Kegiatan pendampingan belum optimal karena keterbatasan pada masa pandemi ini. Padahal mitra membutuhkan pendampingan tatap muka yang inten untuk dapat melakukan pemasaran online dan pembukuan praktis berbasis aplikasi
4. Pengabdian berikutnya, mitra menginginkan dilakukan pendampingan kembali dalam pengembangan produk.

### Kondisi Koperasi Lokapita sebelum dan sesudah Pengabdian

Bidang	Sebelum pengabdian	Sesudah pengabdian
SDM	<p>Pengurus dan anggota Koperasi putus asa karena penjualan drop di masa pandemic</p> <p>Berhenti berproduksi karena stok masih banyak</p>	<p>Menjadi bersemangat kembali karena mendapat motivasi dan pencerahan dari Tim Pengabdian</p> <p>Kreatif dan produktif kembali menghasilkan produk-produk sulam pita yang adaptif dengan pandemic</p>
Pemasaran dan Omzet	Pemasaran Koperasi dan anggota koperasi , omzet masih terbatas	Pemasaran meningkat, pesanan meningkat, omzet meningkat
Skill	Pengurus dan anggota koperasi belum mengenal/ menguasai kemampuan dan ketrampilan pemasaran online	Terlatih melakukan pemasaran online
Pembukuan Usaha	Pengurus dan anggota koperasi kebingungan dalam melakukan pencatatan keuangan usaha	Pengurus dan anggota koperasi dapat melakukan pencatatan keuangan dengan pembukuan usaha berbasis aplikasi yang diajarkan
Branding	Logo dan packaging kurang menarik	Logo dan packaging lebih menarik

### **Output Kegiatan Pengabdian**

Output	Keterangan
E-catalog produk Koperasi Lokapita	Proses editing
Artikel untuk jurnal nasional	Proses
Artikel untuk seminar pengabdian	Proses

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

- a. Kegiatan pengabdian di Koperasi Lokapita telah menumbuhkan semangat bagi Pengurus dan anggota koperasi Lokapita untuk tidak menyerah dengan kesulitan-kesulitan di masa pandemic, bahkan berani bangkit menjadi agen-agen pemberdayaan masyarakat di sekitarnya.
- b. Pengurus dan anggota koperasi Lokapita sangat antusias mengikuti pelatihan dan pendampingan mengenai pemasaran online dan pembukuan praktis berbasis aplikasi
- c. Peserta dapat memahami pentingnya pembukuan usaha untuk mengetahui perkembangan usahanya.
- d. Pelatihan pemasaran online dan pembukuan praktis berbasis aplikasi diikuti dengan baik oleh para pengurus dan anggota Koperasi karena diberikan penjelasan dan yang sangat sederhana dan mudah dipahami yang pada akhirnya dapat dilaksanakan oleh peserta pelatihan.

#### **5.2. Saran**

Pengabdian ini perlu dilanjutkan lagi pada periode berikutnya, karena persoalan mitra sangat banyak, selain persoalan motivasi untuk maju dan berkembang, pengelolaan persediaan serta pengelolaan keuangan (perhitungan HPP), antara lain pemasaran, pengembangan/inovasi produk dan sumber daya manusianya.

#### **5.3. Keterbatasan**

Tim Pengabdian belum melakukan pengabdian secara optimal atau masih sangat terbatas dalam melakukan kegiatan akibat adanya pandemi Covid-19. Menurut kami kegiatan pendampingan akan lebih optimal jika Tim Pengabdian bertemu langsung dibandingkan ketika menggunakan daring karena interaksi yang terbatas, ada beberapa mitra kesulitan serta kurang focus.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Suparwoko, Ir. MURP PhD, 2015. Makalah Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Industri Pariwisata. Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan. Universitas Islam Indonesia – Yogyakarta.
- Wheny Khristianto, 2008. Peluang dan Tantangan Industri Kreatif di Indonesia. Jurnal Bisnis Dan Manajemen Vol. 5 No.1 Hal. 33-37.

## LAMPIRAN

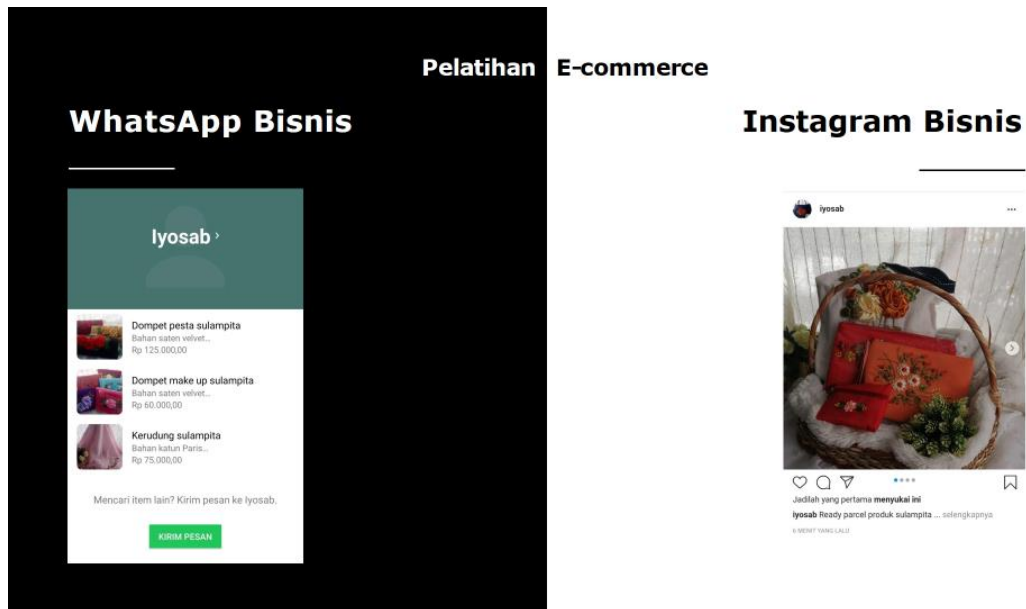
Hasil Evaluasi Pengabdian  
Di Koperasi Lokapita  
(dilaksanakan sharing secara daring)  
Dilaksanakan pada 23 Juni 2021 jam 19.00

Nama Peserta	Evaluasi
Ibu Rini  Ketua Koperasi Lokapita	<ul style="list-style-type: none"><li>• Secara keseluruhan kegiatan pengabdian di Koperasi Lokapita berjalan dengan baik , hanya terkendala pada pembatasan kegiatan offline sehingga pelatihan lebih sering dilakukan secara online. Ada banyak kesulitan ketika pelatihan dilakukan secara online</li><li>• Pengurus Lokapita sudah bisa menjalankan WA bisnis dan instragram bisnis</li><li>• Berkat bantuan tim pengabdian dan tim pandemika, follower instagram anggota koperasi lokapita bertambah drastic sehingga semakin banyak masyarakat yang mengenal produk-produk sulampita anggota Koperasi Lokapita</li><li>• Untuk pembukuan online, sudah paham cara menggunakan pembukuan dengan aplikasi Buku Warung, tetapi belum setiap hari digunakan karena tidak setiap hari terjadi penjualan/transaksi</li><li>• Terima kasih atas bimbingan dan pendampingan Tim pengabdian beserta Tim Pandemika 2 dan 3 yang membuat pengurus dan anggota koperasi Lokapita “hidup” kembali dan bersemangat kembali</li><li>• Mohon silaturahmi jangan terputus sehingga kalau pengurus dan anggota Koperasi Lokapita ada kesulitan bisa menghubungi kapan saja.</li></ul>
Ibu Iyos  (pengurus lama Koperasi Lokapita)	Pendampingannya kurang lama, kalau bisa diteruskan lagi terutama untuk mengawal pemasaran online dan pembukuan berbasis aplikasi.  Tapi pendampingan dari Unika sudah sangat membantu kami, sudah ada order-order meskipun

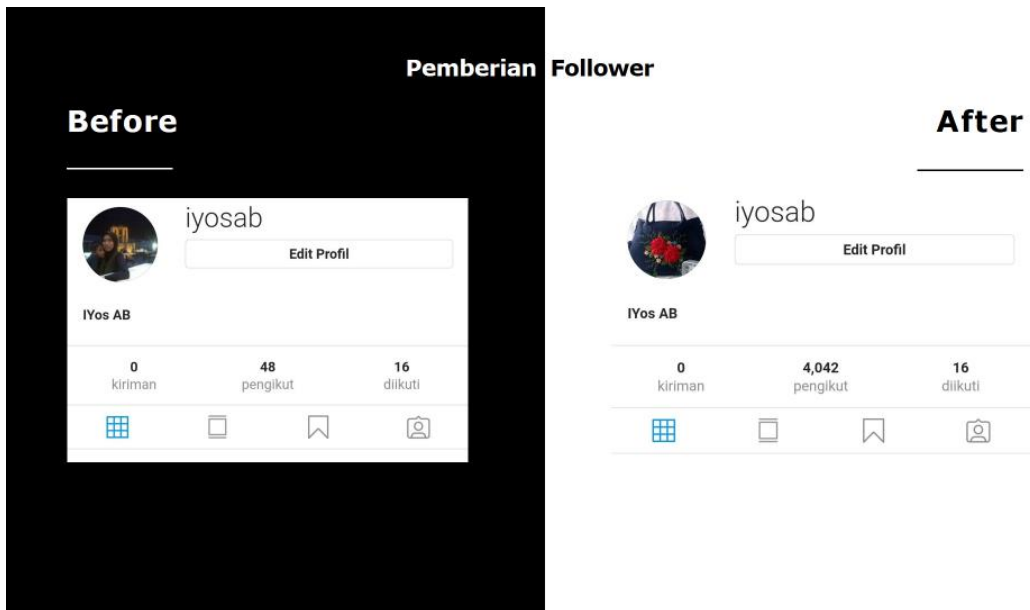


	belum seperti sebelum pandemic..tetapi ini sudah mengembalikan optimism kami
Ibu Sulis (Anggota Koperasi Lokapita)	Pendampingan dari Tim Unika memang oke...terima kasih sudah dibantu untuk bisa menggunakan WAbisnis dan instagram bisnis. Terima kasih logo dan pacakagingnya untuk produk koperasi Lokapita...sekarang jadi tambah bergengsi.
Ibu Pricile (Anggota Koperasi Lokapita)	Rasanya sangat singkat tidak terasa pendampingan sudah selesai. Kalau bisa jangan berhenti disini karena Koperasi Lokapita masih banyak PR nya.Kami didampingi menjadi optimis dan percaya diri.
Tim pandemika 2	Terima kasih kepada semua Ibu-Ibu Pengurus dan anggota Koperasi Lokapita yang telah berkenan bekerja sama dengan baik selama kegiatan Pandemika 2. Semoga apa yang telah dikerjakan bersama membawa hasil yang menggembirakan
Tim Pandemika 3	Terima kasih atas kebersamaannya..Ibu-Ibu hebat semua..cepat belajar. Semoga apa yang sudah dipelajari bisa dijalankan terus sampai memperoleh hasil yang memuaskan.
Bu Yekti (Tim Pengabdian)	Terima kasih atas kesediaan, kebersamaan dan semangat seluruh pengurus dan anggota Koperasi Lokapita selama kegiatan pengabdian dari November 2020-Juni 2021. Belum semua optimal karena banyak kendala di saat pandemi, namun kita masih berproses. Melalui WA atau gmeet kita semua masih bisa saling sharing dan menguatkan.

## Bukti hasil pelatihan pemasaran online



Akun WA bisnis dan Instagram bisnis Ibu Iyos



Jumlah follower instagram Ibu Iyos meningkat sangat signifikan setelah pendampingan



Akun pembukuan usaha Koperasi Lokapita menggunakan aplikasi Buku Warung