



Bimtek Manajemen Sumber Daya Manusia dan Pemasaran Pada Koperasi Produsen Pancur AgroMakmur di kelurahan Kalipancur

Technical Guidance on Human Resources Management and marketing at Pancur Agro Makmur Producers Cooperative in the Kalipancur sub-district

Askar Yunianto^{1*}

Jaeni²

Maryono³

Purwatinings⁴

¹ Universitas Stikubank, Semarang, Jawa Tengah

² Universitas Stikubank, Semarang, Jawa Tengah

³ Universitas Stikubank, Semarang, Jawa Tengah

⁴ Universitas Stikubank, Semarang, Jawa Tengah

*email :

askar@edu.unisbank.ac.id

Abstrak

Koperasi Produsen Pancur Agro Makmur di Kelurahan kalipancur. Koperasi ini termasuk koperasi kelompok tani produsen yang anggotanya terdiri pada berbagai produk yaitu pada Budidaya tanaman, Peternakan dan perikanan, Holikultura, pengolahan Pupuk. Manajemen koperasi sering diartikan cara untuk memanfaatkan sumber daya koperasi sebagai ekonomi. Para kelompok tani sebagai pengelola antar individu dan peternak, budi daya tanaman, perikanan, holikultura dan pengolaan pupuk. Sebagian besar kelompok tani mengalami kesulitan dalam membentuk permodalan. Adanya keterbatasan SDM, sarana dan prasarana yang memadai yang dimiliki oleh koperasi serta mantapnya jaringan usaha/ Kemitraan dengan prinsip saling keterkaitan, saling membutuhkan dan saling menguntungkan. Dalam segi pembiayaan dan permodalan masih sulitnya koperasi untuk mengakses lembaga keuangan (Perbankan) mengingat syarat yang ditetapkan cukup berat terutama masalah jaminan/agunan dan syarat lainnya. Upaya untuk menambah dari sisi permodalan melalui usaha ekonomi produktif. Ekonomi diartikan serangkaian kegiatan untuk memberikan kemampuan usaha, ekonomi untuk meningkatkan meningkatkan penghasilan, dan menciptakan kemitraan usaha yang saling menguntungkan. Pemasaran menjadi ujung tombak dalam kegiatan sebuah usaha termasuk yang di koperasi produsen pancur agro makmur. Dengan teknik pemasaran yang baik dan terintegrasi koperasi produsen pancur agro makmur akan cepattumbuh dan berkembang.

Kata Kunci:

Sumber Daya Manusia, Pemasaran, Koperasi Produsen, Bimbingan Teknis.

Keywords:

Human Resources manajement, Marketing, Producer Kooperative.

Abstract

The Pancur Agro Makmur Producer Cooperative in Kalipancur Village, is a newly established cooperative. This cooperative includes producer farmer group cooperatives whose members consist of various products, namely in crop cultivation, animal husbandry and fisheries, holiculture, fertilizer processing. Cooperative management is often interpreted as a way to utilize cooperative resources as economic. Farmer groups as managers between individuals and breeders, crop cultivation, fisheries, holiculture and fertilizer management. Most farmer groups have difficulty in forming capital. There are limited human resources, adeuate facilities and infrastructure owned by cooperatives and solid business networks/partnerships with the principles of interrelatedness, mutual need and mutual benefit. In term of financing and capital it still difficult for cooperatives to access financialinstitution (banking) considering the conditions set are quite severe, especially the issue of guarantees/collateral and other conditions. The effort is to increase from the capital side through productive economic endeavors. Economy is defined as series of activities to provide business capability, economy to increase, and create mutually beneficial business partnerships. Marketing is the cornerstone of the activities of a business. Including those in the prosperous Agro Producer Cooperative, Prosperous Agro Pancur producers will quikly grow and develop.



© 2023. Published by LPPM STIKOM Tunas Bangsa, Pematangsiantar.

This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <http://dx.doi.org/10.30645/v1i1>.

PENDAHULUAN

Koperasi adalah suatu badan usaha beranggotakan orang-orang atau bahan hukum

koperasi dengan berlandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi kerakyatan yang berdasar atas azaz kekeluargaan.

Peran koperasi di Indonesia sangatlah penting, dari pembuka pintu gerbang usaha kecil dan menengah, menciptakan masyarakat yang mandiri, penggerak perekonomian dan menciptakan pasar baru. Pemanfaatan koperasi secara maksimal dan optimal diharapkan akan menciptakan perekonomian nasional yang selaras dengan pertumbuhan koperasi tersebut. Mengurangi tingkat pengangguran yang tinggi, menaikkan pendapatan rumah tangga dan juga memperkecil tingkat kemiskinan masyarakat.

Koperasi Produsen Pancur Agro Makmur yang terletak di kelurahan Kalipancur, Kecamatan Ngalian, Kota Semarang. koperasi ini beranggotakan dari kelompok usaha tani pada berbagai bidang yaitu : bidang budi daya tanaman, peternakan dan perikanan, hortikultura, dan pengolahan pupuk. Koperasi Produsen Pancur Agro Makmur merupakan perkumpulan kelompok tani pada berbagai bidang usaha. Dengan ada kerjasama yang saling menguntungkan antar bidang diharapkan ada simbiosis yang bermanfaat pada kelompok tani. Sebagai contoh kelompok tani bidang budi daya tanaman bisa bekerja sama dengan kelompok tani pengolahan pupuk. Dengan pemberian pupuk yang sesuai dengan jenis tanaman diharapkan hasil tanaman akan maksimal dan tumbuh dengan lebih baik. Begitu juga kerjasama pada kelompok tani peternakan dan perikanan kelompok tani ini bisa saling berkolaborasi dalam memelihara ternak maupun ikan agar hasil bisa maksimal. Permasalahan yang dihadapi koperasi saat ini sangat beranekaragam, baik yang berasal dari internal maupun eksternal. Permasalahan internal biasanya terjadi pada pengurus atau keanggotaan itu sendiri serta modal dan untuk masalah eksternal berasal dari pesaing dan asumsi masyarakat mengenai koperasi sangat buruk. Berbagai permasalahan yang sering kali terjadi didalam Koperasi yaitu : 1. Koperasi saat ini kurang diminati. 2. Koperasi sulit berkembang. 3. Keterbatasan modal. 4. Ketidakmampuan pengurus (SDM). Masalah yang dihadapi koperasi saat ini akan semakin meluas jika tidak ditangani sesegera mungkin.

Sebelum kita melakukan tindakan pemecahan masalah langkah awal yang harus kita lakukan adalah menganalisa penyebab terjadinya masalah. Setelah kita mengetahui akar permasalahannya barulah kita dapat melakukan langkah konkrit yang diharapkan dapat memecahkan masalah yang sedang dihadapi. Dalam penyelesaian masalah ini dibutuhkan keterlibatan semua elemen masyarakat baik pemerintah dan masyarakat itu sendiri.

Untuk mencapai tujuan koperasi yang utama adalah kesejahteraan bagi para anggotanya, peran koperasi sangatlah penting. Bahkan didalam UUD 1945 pasal 33 yang menyatakan bahwa : Perekonomian disusun berdasarkan atas azas kekeluargaan. Dalam situasi pengembangan perekonomian rakyat saat ini, koperasi dipercaya mampu membantu anggota agar usaha mereka dapat berjalan lebih lancar. Namun, gambar-gambar berbagai simbol ekonomi baru masa kini, seperti bank, lembaga gadai, bahkan lembaga simpan pinjam menyebabkan pamor koperasi kian terbatas. Ekspansi koperasi untuk tampil lebih agresif dan menjadi besar juga tak terlihat. Banyak usaha rakyat terutama pertanian dan peternakan dianggap belum berjalan dengan efektif di tengah keberadaan koperasi. Akibatnya, secara umum publik menilai kinerja koperasi saat ini belum cukup memuaskan. Ketidakpuasan anggota koperasi terhadap kinerja pengurus koperasi akan menimbulkan konflik apabila tidak secepatnya diselesaikan.

Selain itu juga koperasi jarang peminatnya dikarenakan ada asumsi yang berkembang dalam masyarakat adalah kegagalan koperasi pada waktu yang lalu tanpa ada pertanggungjawaban kepada masyarakat yang menimbulkan ketidakpercayaan masyarakat tentang pengelolaan koperasi. Dari sinilah perlu adanya sosialisasi kepada masyarakat tentang koperasi. Dengan adanya sosialisasi diharapkan pengetahuan masyarakat tentang koperasi akan bertambah. Masyarakat dapat mengetahui bahwa sebenarnya koperasi merupakan ekonomi rakyat yang dapat mendongkrak kemakmuran

yang merata. Sehingga mereka berminat untuk bergabung. Yang terpentingnya pula kita sebagai jiwa muda yang sadar akan pentingnya koperasi harus berkesadaran membuat koperasilebih menarik sehingga tidak kalah dengan badan usaha lainnya. Ada pula yakni dengan meningkatkan daya jual dan daya saing koperasi dan melakukan sarana promosi Untuk meningkatkan daya jual koperasi, yang dilakukan adalah membuat koperasi lebih bagus lagi. Membuat koperasi agar terlihat menarik supaya masyarakat tertarik ntuk membeli di koperasi mungkin dengan cara mengecat dinding koperasi dengan warna-warna yang indah, menyediakan AC, ruangan tertata dengan rapi dan menyediakan pelayanan yang baik sehingga masyarakat puas

METODOLOGI

Metode Pelaksanaan 1) Memberikan gambaran mengenai pola dan urutan penyampaian informasi yang runut dalam bentuk pelatihan intensif dan terpadu tentang potensi lingkungan sekitar. 2) Memantau, mengarahkan dan perlunya pemahaman pengenalan strategi membaca geliat atau perilaku para masyarakat. 3) Memberi penyuluhan dan pelatihan khususnya pada para pengurus agar dalam menjalankan kegiatan koperasi sesuai dengan aturan yang berlaku dan dapat memberikan kesejahteraan terutama bagi para anggotanya. 4) Para anggota koperasi yang terdiri dari para pelaku usaha baik dibidang budidaya tanaman, peternakan dan perikan, hortikultura, maupun pengolahan pupuk dapat bersinergi, berjalan kerjasama yang saling menguntungkan. Agar setiap anggota mendapat nilai lebih dan merasakan pentingnya bergabung pada suatu koperasi. Contohnya kerjasama antara peternak dan pengolah pupuk, kotoran dari peternak yang sudah tidak dipakai bisa dimanfaatkan untuk digunakan dalam membuat pupuk. 5) Melakukan pendampingan pada para pengurus setelah selesai melakukan pelatihan.

Partisipasi Mitra Mitra dari pengabdian

masyarakat ini adalah para anggota koperasi yang mempunyai usaha dibidang budidaya tanaman, peternakan dan perikanan, hortikultura dan pengolahan pupuk. Kerjasama dilakukan pada masing Ymasing unit yang ada dikoperasi untuk memaksimalkan hasil dan untuk kesejahteraan dari para anggota koperasi.

Evaluasi melalui: 1. Monitoring, pengarahan memaksimalkan peluang serta mengenalkan manfaat dari bahan yang ada di sekitar 2. Mendampingi utamanya pada para pengurus koperasi maupun anggota koperasi agar bisa memaksimalkan hasilnya. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui apakah ada perubahan sebelum dan setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan.

Bimbingan Teknis dan pendampingan bagi Koperasi dalam mengembangkan keberlangsungan usaha dengan adanya sumber daya manusia (SDM) yang handal untuk mengelola data dan membuat program-program strategis yang mampu bersaing secara profesional, kemudian dapat mengaplikasikan berbagai teknologi terbaru dalam menerapkan sistem pengembangan dan pembinaan koperasi dan mampu menganalisis kebutuhan permodalan, pemasaran (distribusi) secara elektronik (e-commerce). Untuk mencapai target tersebut tim pelaksana kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) melakukan langkah-langkah sebagai metode implimentasi program yaitu: (1) identifikasi kebutuhan dengan melakukan survei ke lokasi rencana kegiatan kita menganalisa dan mendiskusikan kebutuhan apa saja yang dibutuhkan dan yang menjadi prioritas saat ini, dan kemudian kita lakukan diskusi lebih lanjut untuk mencocokkan dengan program saat ini dan coba berikan alternatif solusi untuk masa dating. (2) merancang sebuah system informasi manajemen mulai dari memilih metode, platform yang sesuai, membangun sistem pemograman, (3) pendampingan operasional yaitu memberikan pengetahuan konsep program akses modal bank.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Koperasi sebagai organisasi memerlukan strategi bisnis yang tangguh untuk menghadapi persaingan usaha. Strategi bisnis akan berhasil jika didukung oleh sumberdaya manusia yang tangguh. Oleh karena itu strategi manajemen SDM harus diintegrasikan dengan peran strategi bisnis [6], karena sifatnya sebagai pendukung utama bagi terwujudnya dan berhasilnya koperasi mencapai tujuannya. Koperasi produsen Pancur Agro Makmur adalah koperasi yang beranggotakan para penghasil produk atau beranggotakan kelompok tani yang menghasilkan berbagai jenis produk. Beberapa jenis produk yang dihasilkan oleh kelompok tani antara lain : Budi daya tanaman, budi daya peternakan dan perikanan, Holtikultura dan pengolahan pupuk. Dengan kerjasama diantara anggota koperasi (kelompok tani) maka kerja koperasi akan lebih baik.

Bimbingan teknis aspek Sumber Daya Manusia pada Koperasi Produsen di Pancur Agro Makmur merujuk pada proses bimbingan dan dukungan yang diberikan kepada anggota koperasi yang terkait pada proses peningkatan pengetahuan dan ketrampilan anggota. Tujuan dari bimbingan teknis ini adalah meningkatkan efektivitas, mengelola SDM, menciptakan lingkungan yang positif, dan mengoptimalkan kontribusi anggota koperasi terhadap kesuksesan organisasi. Beberapa Aspek dalam bimbingan teknis Sumber Daya Manusia.

1. Proses Rekrutmen dan Seleksi. Bimbingan memberikan panduan tentang bagaimana rekrutmen dan seleksi karyawan yang sesuai dengan kebutuhan koperasi. Hal ini meliputi penentuan kriteria, teknik wawancara, dan penilaian kemampuan.
2. Pengembangan karyawan. Bimbingan dapat membantu koperasi dalam merencanakan dan melaksanakan program pengembangan

karyawan, seperti pelatihan, workshop dan program pengembangan karyawan.

3. Manajemen kinerja. Bimbingan tentang bagaimana mengelola panduan tentang bagaimana mengelola kinerja karyawan secara berkelanjutan.
4. Kebijakan dan Prosedur SDM, Bimbingan melibatkan membantu koperasi dalam merancang dan mengimplementasikan kebijakan dan prosedur SDM yang jelas dan sesuai dengan hukum dan regulasi.
5. Komunikasi internal. Bimbingan teknis memberikan panduan tentang bagaimana meningkatkan komunikasi internal dalam organisasi, termasuk dan pemahaman mengenai tujuan dan nilai nilai koperasi.

Pada Koperasi Produsen Agro Pancur Makmur ada beberapa kendala dalam pengelolaan SDM. Beberapa kelemahan tersebut dan cara mengatasinya antara lain:

1. Kurangnya Perencanaan SDM yang jelas. Kelemahan ini terjadi ketika koperasi tidak memiliki rencana jangka panjang yang terstruktur tentang kebutuhan SDM. Solusinya, koperasi perlu merumuskan rencana strategis SDM yang mencakup rekrutmen, pelatihan, pengembangan karir dan pensiun.
2. Ketidakcocokan antara ketrampilan karyawan dan Tugas yang diberikan. Koperasi mungkin mengalami situasi dimana karyawan ditempatkan diposisi yang tidak sesuai dengan ketrampilan atau minat mereka. Solusinya malakukan analisis ketrampilan karyawan secara rutin dan sesuaikan tugas dengan keahlian mereka. Jika diperlukan, sediakan pelatihan tambahan untuk meningkatkan ketrampilan yang dibutuhkan.
3. Ketidakjelasan dan Penilaian Kinerja. Koperasi dapat menghadapi masalah memberikan umpan balik yang jelas dan

merinci kepada karyawan mengenai kinerja mereka. Solusinya tetapkan sistem penilaian kinerja yang obyektif, dimana kriteria penilaian dijelaskan berkala dan berikan umpan balik yang konstruktif kepada karyawan.

4. Kurangnya Motivasi dan Penghargaan. Jika karyawan merasa kurang dihargai atau tidak memiliki insentif yang memadai, hal ini dapat mengurangi motivasi dan produktivitas mereka. Solusinya koperasi perlu mengembangkan sistem penghargaan yang adil dan transparan, termasuk pengakuan prestasi dan insentif yang sesuai.
5. Ketidaktransparanan dalam komunikasi internal. Jika komunikasi internal kurang jelas atau terbuka, karyawan mungkin merasa tidak terhubung dengan tujuan dan kebijakan koperasi. Solusinya koperasi perlu meningkatkan komunikasi internal melalui pertemuan rutin, saluran komunikasi yang jelas, dan berbagai informasi penting kepada seluruh karyawan.



Gambar 1. Foto Kegiatan Bimtek Koperasi Produsen Pancur Agro makmur



Gambar 2. Foto Kegiatan Bimtek Koperasi Produsen Pancur Agro Makmur



Gambar 3. Foto Kegiatan Bimtek Koperasi Produsen Pancur Agro Makmur

Bimbingan teknis di bidang Pemasaran pada koperasi produsen adalah proses memberikan panduan, pengetahuan dan ketrampilan kepada anggota koperasi dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk produk atau layanan yang dihasilkan oleh koperasi. Tujuan dari bimbingan teknis ini adalah untuk membantu koperasi memahami pasar, menjangkau pelanggan potensial dan meningkatkan penjualan serta keuntungan. Berikut beberapa langkah dalam kegiatan tersebut.

1. Analisis Pasar. Bimbingan dimulai membantu koperasi memahami pasar mereka. Ini melibatkan penelitian tentang permintaan produk, profil pelanggan potensial, pesaing di pasar dan tren industri.
2. Segmentasi pasar. Bimbingan membantu anggota koperasi dalam mengidentifikasi segmen pasar yang paling relevan untuk produk atau layanan mereka. Ini memungkinkan mereka untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi berbeda dari segmen yang berbeda.
3. Branding dan positioning. Bimbingan teknis dapat membantu anggota koperasi dalam membangun merek yang kuat dan menentukan posisi unik di pasar. Ini melibatkan pengembangan pesan yang sesuai dengan nilai produk atau layanan mereka.
4. Pengembangan produk. Jika diperlukan bimbingan bisa membantu anggota koperasi

dalam mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar atau mengadaptasi produk yang sudah ada agar lebih menarik bagi pelanggan.

5. Promosi dan Kampanye. Bimbingan dapat memberikan panduan tentang berbagai metode promosi, seperti iklan, promosi penjualan, pemasaran konten, dan media sosial. Ini juga meliputi pembuatan rencana kampanye pemasaran.
6. Distribusi. Bimbingan teknis dalam distribusi membantu anggota koperasi dalam memilih saluran distribusi yang paling efisien untuk produk mereka. Ini termasuk mempertimbangkan opsi seperti pengecer, grosir, penjualan online dan lain-lain.
7. Pricing (Penentuan Harga). Bimbingan dapat membantu anggota koperasi dalam menentukan harga yang tepat untuk produk atau layanan mereka. Ini melibatkan mempertimbangkan faktor-faktor seperti biaya produksi, nilai produk, dan harga pesaing.
8. Pelatihan Penjualan. Bimbingan juga bisa meliputi pelatihan bagi anggota koperasi yang terlibat dalam penjualan. Ini mencakup ketrampilan komunikasi, negosiasi dan pemahaman produk yang lebih baik.
9. Analisis Kinerja. Setelah strategi pemasaran diterapkan, bimbingan dapat membantu dalam menganalisis kinerja pemasaran. Ini melibatkan pemantauan penjualan, umpan balik pelanggan, dan pengukuran efektivitas kampanye.
10. Adaptasi dan perbaikan. Berdasarkan hasil analisis kinerja, bimbingan membantu anggota koperasi dalam mengidentifikasi area dimana perbaikan diperlukan dan membuat penyesuaian strategi pemasaran.

Pada bidang pemasaran, koperasi menghadapi beberapa kendala yang menghambat kesuksesan koperasi. Beberapa hambatan dan upaya mengatasinya:

1. Kurangnya Pengetahuan tentang Pasar. Beberapa koperasi memiliki keterbatasan dalam memahami karakteristik pasar, perilaku pelanggan dan tren industri. Ini dapat menghambat kemampuan mereka dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Solusinya, koperasi perlu menginvestasikan waktu dalam penelitian pasar dan analisis tren industri. Pelatihan dan Pendampingan dalam analisis pasar dapat membantu koperasi memahami permintaan pasar dan preferensi pelanggan.
2. Terbatasnya Anggaran Pemasaran. Koperasi terutama yang lebih kecil, mungkin memiliki anggaran pemasaran yang terbatas untuk mengembangkan kampanye pengembangan efektif. Solusinya, koperasi dapat memilih strategi pemasaran yang lebih hemat seperti pemasaran digital dan media sosial. Mereka juga dapat menjalin kemitraan dengan pihak lain atau menggunakan saluran pemasaran berbasis komunitas untuk mengurangi biaya.
3. Kurangnya branding yang kuat. Branding yang lemah dapat mengakibatkan kurangnya daya tarik bagi pelanggan. Koperasi mungkin kesulitan membedakan diri dari pesaing. Solusinya, koperasi perlu menginvestasikan dalam pengembangan merek yang kuat dengan pesan yang konsisten. Fokus pada nilai unik yang ditawarkan oleh koperasi dapat membantu membangun identitas yang kuat dimata pelanggan.
4. Keterbatasan ketrampilan Pemasaran. Anggota koperasi kurang memiliki ketrampilan dalam merancang kampanye pemasaran, membuat konten yang menarik, atau mengelola saluran media sosial.

Solusinya, koperasi dapat menyediakan pelatihan pemasaran kepada anggota untuk menyewa atau bekerja sama dengan profesional pemasaran yang memiliki ketrampilan yang diperlukan.

5. Keterbatasan Akses Teknologi. Beberapa koperasi menghadapi keterbatasan akses ke teknologi modern, yang dapat mempengaruhi kemampuan mereka dalam menjalankan kampanye pemasaran online. Solusinya, koperasi dapat mencari bantuan atau kerjasama dengan organisasi atau lembaga yang dapat membantu memberikan akses ke teknologi dan pelatihan yang diperlukan.
6. Tidak Efektifnya Distribusi. Koperasi kesulitan dalam mengantarkan produk atau layanan ke tangan pelanggan dengan efisien. Solusinya, mengevaluasi saluran distribusi yang digunakan dan mencari cara untuk memperbaiki efisiensi dan aksesibilitas. Penggunaan teknologi untuk pengiriman atau distribusi juga bisa menjadi solusi.
7. Kurangnya Rencana Pemasaran yang terarah. Tanpa rencana pemasaran yang jelas, koperasi dapat kehilangan fokus dan kurang memiliki visi jangka panjang untuk pemasaran mereka. Solusinya, koperasi perlu merumuskan rencana pemasaran yang terperinci dengan tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Rencana ini harus melibatkan strategi, taktik, anggaran serta metrik keberhasilan yang dapat diukur.

Dengan pengenalan dan penanganan yang tepat terhadap kendala yang dihadapi, koperasi dapat mengoptimalkan upaya pemasaran mereka dan mencapai hasil yang lebih baik dalam menjual produk atau layanan mereka kepada pelanggan potensial.

SIMPULAN

Koperasi produsen Pancur Agro Makmur adalah koperasi yang beranggotakan para penghasil produk atau beranggotakan kelompok tani yang menghasilkan berbagai jenis produk. Beberapa jenis produk yang dihasilkan oleh kelompok tani antara lain : Budi daya tanaman, budi daya peternakan dan perikanan, Holtikutura dan pengolahan pupuk. Dengan kerjasama diantara anggota koperasi (kelompok tani) maka kerja koperasi akan lebih baik. Sedangkan tujuannya mereka membentuk sebuah koperasi produsen adalah untuk mendapatkan keuntungan yang sebanyak banyaknya dengan menekan ongkos / biaya produksi. Bimbingan teknis yang diberikan kepada kelompok tani telah memberi manfaat kepada Peserta yaitu Kelompok Tani, Pengurus, Koperasi Produsen Pancur Agro Makmur. Diantara anggota bisa bekerja sama terutama untuk menetapkan harga dipasar agar stabil. Masing masing anggota bisa berkolaborasi dalam menghasilkan produk. Contohnya : kelompok tani budidaya tanaman dan kelompok tani penghasil pupuk. Budidaya tanaman bisa mengambil dari kelompok tani penghasil pupuk, untuk memberikan pupuk pada berbagai tanamannya agar hasilnya dapat maksimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan berakhirnya kegiatan pengabdian ini diucapkan terima kasih kepada Pengurus Koperasi Produsen Pancur Agro Makmur, Kalipancur Semarang yang telah bersedia untuk bekerjasama menyediakan waktu, dokumen PkM yang diperlukan, dan pemberian ijin kepada anggota koperasi sebagai peserta pelatihan. Kemudian kepada pimpinan Universitas Stikubank(Unisbank), DPPMP Unisbank dan Fakultas Vokasi Unisbank yang telah mendanai pelatihan, menyediakan ST, Ruang pelatihan, anggota tim yg bekerjasama

REFERENSI

- [1] Arifah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). Mengukur Kesehatan Dan Perkembangan Koperasi Dengan Model Analisis Keuangan Jurnal Berdaya Mandiri Vol. 2 No. 1 Tahun 2020 E-Issn: 2685-8398 267 (Studi Kasus Koperasi Simpan Pinjam Pegawai Negri Kota Magelang Periode 2012-2016). *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 2(2).
- [2] Carter, L., Ulrich, David, *Best Practices in Leadership Development and Organization Change*, Wiley, 2005
- [3] Handaru Tampiko, Strategi Sumber Daya Manusia (SDM) Koperasi Industri Kakao di Sumatra Barat, *Jurnal IPTEK, Volume 9, Nomor 1, Oktober 2014: 40-46*.
- [4] Prayoga Adistiari, Fahmi Idqan, Asmara Alla. (2017). Mengukur Daya Saing BMT Berdasarkan Aspek Kelembagaan, *Jurnal Ilmiah Infokop, Kementerian Koperasi dan UKM, Volume 27*.
- [5] Purwatiningtyas Purwatiningtyas , Retnowati Retnowati , Sri Mulyani, Askar Yuniarto, Pelatihan Manajemen Keuangan Sebagai Peningkatan Daya Saing Bagi Pelaku Usaha Mikro Di Kelurahan Sampangan, *IKRAITH ABDIMAS, Vol 6, No 1, halaman 38-46, Maret 2023*.
- [6] Rr. Sri Handari Wahyuningsih, Penguatan Daya Saing Organisasi melalui Pendampingan Tata Kelola dan Perumusan Rencana Strategi Bisnis WEBINAR ABDIMAS 4 - 2021: Inovasi Teknologi Tepat Guna dan Model Peningkatan Kapasitas Masyarakat Era Covid-19.
- [7] Setyawati, Irma, Sugeng Suroso, Delila Rambe, Prisila Damayanty, and Tyastuti Sri Lestari. 2018. "Upaya Peningkatan Pengelolaan Koperasi Simpan Pinjam Pada Sekolah Menengah Umum Di Kecamatan Jagakarsa." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat UBJ* 1(1):1–22.
- [8] Setyawati, N., Woelandari, D., & Ningrum, E. (2019). Pendampingan Pendirian Dan Pengelolaan Koperasi Guna Membantu Permodalan Untuk Industri Rumahan Di Kelurahan Marga Mulya, Bekasi. *Comvice: Journal of Community Service*, 3(1), 35– 38.
- [9] Somariah Fitriani, Hamzah Puadi Ilyas, Mengembangkan Keterampilan Kewirausahaan Peserta Didik Melalui Bisnis Daring dan Pelatihan Pemasaran Digital, *Abdimas Vol 25, No 1 (2021): June 2021*
- [10] Wahyuni, T. (2013). Beberapa faktor yang Mempengaruhi SHU di KPRI Bina Karya Gresik. *Ekonomi Bisnis*, 01, 0-88.