

Pendampingan Peningkatan Pemahaman Produk dan Pengembangan Bisnis Anggota Koperasi di Kabupaten Semarang

Natoil¹⁾, Pipit Sundari²⁾, Achmad Junedi³⁾
^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Semarang, Indonesia

Email: natoil@stiesemarang.ac.id¹, pipit@stiesemarang.ac.id², achmad.junaidi23@gmail.com³

Received : 31/01/2024 Accepted : 11/02/2024 Publication : 15/02/2024

Abstrak: *Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan vokasional bagi anggota koperasi sekaligus pengelola koperasi di Kabupaten Semarang. Pendampingan ini bertujuan meningkatkan pemahaman anggota koperasi sekaligus pengelola koperasi mengenai produk yang mereka miliki serta strategi dalam pengembangan bisnis mereka. Ini mencakup pemahaman yang lebih dalam mengenai aspek-aspek penting dalam menjalankan usaha bisnis mereka. Adapun metode yang digunakan dalam pendampingan ini berupa pendekatan interaktif yang meliputi penyampaian teori, diskusi kelompok, dan studi kasus dengan tujuan memperdalam pemahaman melalui interaksi yang konstruktif dan aplikasi praktik dari konsep yang diajarkan. Temuan dalam kegiatan pendampingan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pemahaman anggota koperasi mengenai produk dan pengembangan bisnis anggota koperasi yang mereka miliki pasca pendampingan selesai dilakukan. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa peserta semakin paham dan mampu mengimplementasikan strategi baru dalam bisnis mereka, meningkatkan kualitas produk, dan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Simpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa pendampingan yang terfokus pada pengembangan keterampilan bisnis mampu memberikan dampak positif yang signifikan bagi anggota koperasi, meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola bisnis secara efektif dan berkelanjutan.*

Kata Kunci : *Pemahaman Produk, Pengembangan Bisnis, Dinamika Bisnis, Strategi Pemasaran*

Abstract: *This community service is carried out to provide vocational training and assistance for cooperative members as well as cooperative managers in Semarang Regency. This training aims to increase the understanding of cooperative members and cooperative managers regarding the products they have and strategies for developing their business. This includes a deeper understanding of the important aspects of running their business ventures. The method used in this training is an interactive training approach which includes theory delivery, group discussions and case studies with the aim of deepening understanding through constructive interactions and practical application of the concepts taught. The findings in this community training show a significant increase in cooperative members' understanding of the products and business development of their cooperative members after the training was completed. The results of the training show*

that training participants increasingly understand and are able to implement new strategies in their business, improve product quality, and design more effective marketing strategies. The conclusions of this research confirm that training focused on developing business skills is able to have a significant positive impact on cooperative members, increasing their ability to manage business effectively and sustainably.

Keywords : *Understanding Products, Expanding Business, Strategy Managements*

PENDAHULUAN

Dalam pertumbuhan dunia bisnis, muncul entitas ekonomi yang berfokus pada kerja sama, partisipasi, dan pemberdayaan anggota daripada hanya menghasilkan keuntungan. Ini adalah koperasi, sebuah jenis organisasi ekonomi yang mendorong solidaritas dan memberdayakan masyarakat. Secara sederhana, koperasi adalah jenis perusahaan yang dimiliki dan dikelola oleh anggota. Prinsip ekonomi kerakyatan adalah dasar dari koperasi, di mana keuntungan akan dibagikan secara adil kepada semua anggota. Koperasi juga merupakan model bisnis yang mengutamakan kesejahteraan anggotanya melalui produksi, distribusi, dan konsumsi.

Pemberdayaan ekonomi masyarakat Indonesia dapat dicapai melalui berbagai jenis koperasi. Koperasi adalah jenis organisasi yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya melalui usaha bersama. Koperasi bukan hanya berusaha untuk mendapatkan keuntungan maksimal, tetapi juga melibatkan anggotanya secara aktif dalam aktivitas organisasi dan membantu memperkuat ekonomi masyarakat. Berbagai jenis koperasi ini termasuk dalam kegiatan ekonomi dengan berbagai karakteristik dan tujuan, sesuai dengan kebutuhan dan kondisi masyarakat.

Di berbagai wilayah, termasuk Kabupaten Semarang, koperasi memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, anggota koperasi menghadapi masalah dalam memahami produk dan mengembangkan bisnis mereka dalam beberapa tahun terakhir. Anggota koperasi sering mengalami kesulitan dalam mengidentifikasi peluang bisnis baru, mengidentifikasi tren pasar, dan membuat strategi pemasaran yang efektif (Chen et al., 2020). Oleh karena itu, perlu ada upaya yang berkelanjutan untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan anggota koperasi dalam mengelola perusahaan mereka. Untuk menghadapi dinamika pasar yang semakin kompleks, anggota koperasi harus lebih memahami produk dan mengembangkan bisnis mereka. Sari et al. (2021) menemukan bahwa salah satu kendala utama bagi anggota koperasi untuk meningkatkan daya saing mereka adalah kurangnya pemahaman tentang strategi bisnis dan pengembangan produk. Anggota koperasi sering kesulitan memahami tren pasar dan menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan bisnis mereka di Kabupaten Semarang, seperti di banyak tempat lainnya.

Salah satu masalah yang muncul adalah anggota koperasi tidak memahami pentingnya inovasi produk dan strategi pemasaran yang fleksibel untuk mengantisipasi perubahan pasar. Anggota koperasi di daerah pedesaan seringkali kurang terampil dalam mengakses informasi pasar dan kurang terampil dalam menggunakan teknologi baru untuk mengembangkan bisnis mereka. Hal ini menyebabkan persaingan di pasar menjadi lebih rendah dan produk lokal kurang bersaing. Keterbatasan akses terhadap pelatihan dan informasi tentang pengembangan bisnis adalah masalah utama yang dihadapi oleh anggota koperasi. Studi yang dilakukan oleh Setiawan & Suryana (2020) menemukan bahwa sebagian besar anggota koperasi tidak menerima pelatihan dan pendampingan manajemen bisnis dan strategi pemasaran yang memadai. Hal ini menyebabkan produk berkualitas rendah dan strategi pemasaran yang tidak inovatif, yang pada gilirannya menghambat pertumbuhan perusahaan mereka.

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan anggota koperasi tentang potensi produk lokal, menciptakan produk yang inovatif, dan membuat strategi pemasaran yang efektif. Oleh karena itu, diharapkan anggota koperasi dapat meningkatkan pendapatan dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pembangunan ekonomi lokal (Zhang et al., 2022). Kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar di era digital dan globalisasi sangat penting untuk keberhasilan bisnis. Dalam situasi ini, pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk mengatasi kesulitan yang dihadapi oleh anggota koperasi dengan memberikan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan anggota koperasi tentang pengembangan bisnis dan pemahaman produk. Sebuah penelitian oleh Kurniawan et al. (2020) menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan anggota koperasi dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola bisnis dan menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat.

Selain itu, anggota koperasi menghadapi tantangan dari sumber luar seperti perubahan perilaku konsumen dan perubahan pasar yang cepat. Untuk mengatasi perubahan tersebut dan mempertahankan daya saing produk lokal, diperlukan strategi yang terukur dan terarah (Zhang et al., 2020). Sangat penting untuk mengelola bisnis secara berkelanjutan untuk memahami tren pasar dan mampu beradaptasi dengan perubahan. Sangat penting bagi strategi pemasaran yang efektif untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang produk. Menurut penelitian oleh Nurhadi et al. (2022), anggota koperasi yang memahami produk dengan baik cenderung lebih mampu menemukan kebutuhan pasar dan membuat produk yang sesuai dengan preferensi konsumen. Oleh karena itu, daya saing anggota koperasi di pasar lokal maupun regional diharapkan dapat ditingkatkan melalui pendampingan yang difokuskan pada meningkatkan pemahaman produk. Penelitian sebelumnya mungkin berkonsentrasi pada bagian tertentu dari pengembangan bisnis atau strategi pemasaran, tetapi penelitian ini secara khusus menekankan betapa pentingnya bekerja sama untuk memperkuat ekosistem bisnis lokal dan membuat lingkungan yang mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Pengabdian kepada masyarakat ini juga bertujuan untuk meningkatkan sinergi antara koperasi dan pemangku kepentingan lokal lainnya, seperti pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan komunitas bisnis. Kolaborasi yang erat antara berbagai pihak akan memperkuat ekosistem bisnis lokal dan menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Diharapkan kualitas produk dan kinerja bisnis anggota koperasi akan ditingkatkan melalui pengabdian kepada masyarakat ini. Dengan hasil pendampingan mampu memberikan dampak bagi anggota koperasi diantaranya menciptakan peluang baru untuk pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kesehatan anggota koperasi dan komunitas sekitarnya. Menurut penelitian Prasetyo et al. (2023), pengembangan bisnis yang berkelanjutan dapat membantu pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di tingkat pasar bisnis lokal.

Fokus terbaru dari penelitian ini adalah penggunaan kombinasi pelatihan dan pendampingan vokasional, pemahaman produk yang lebih baik, dan pengembangan bisnis untuk meningkatkan ekosistem bisnis. Pendekatan holistik ini berfokus pada anggota koperasi dan meningkatkan kerja sama antara koperasi dan pemangku kepentingan lokal. Tujuan dari pendekatan holistik ini adalah untuk mengatasi masalah khusus yang dihadapi oleh anggota koperasi dalam lingkungan bisnis yang dinamis saat ini dan menawarkan pendekatan baru dan praktik terbaik yang mungkin belum dibahas secara menyeluruh dalam literatur sebelumnya.

METODE

Studi ini berfokus pada pendampingan anggota koperasi di Kabupaten Semarang, khususnya anggota Koperasi Produsen dan Koperasi Serba Usaha dengan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman produk dan pengembangan bisnis koperasi para pengurus dan anggota koperasi. Pendampingan ini telah dilaksanakan pada tanggal 20 Januari 2024 di Gedung Serba Guna Koperasi Simpan Pinjam Bina Usaha dengan sekitar 50 peserta dari 2 jenis koperasi tersebut (Koperasi Produsen dan koperasi Serba Usaha. Berdasarkan bukti data lapangan hasil komunikasi interaktif bahwa pembelajaran aktif meningkatkan retensi dan pemanfaatan konsep bisnis, metodologi pendampingan mengambil pendekatan interaktif, yang mencakup simulasi kasus bisnis dan diskusi kelompok.

Dalam analisis ini, pendekatan partisipatif digunakan; peserta dilibatkan dalam proses menentukan kebutuhan penelitian, menyesuaikan materi pendampingan untuk memenuhi kebutuhan individu, dan mengeksplorasi potensi lokal dengan menggunakan model ABCD (*Asset-Based Community Development*) (Ulum, M. et.al, 2019 ; Ulum, M. et.al, 2023) Hal ini menunjukkan bagaimana teori pembelajaran dapat diterapkan dalam dunia nyata melalui pembangunan dan pengalaman berbasis komunitas. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa meningkatkan

pemahaman dan keterampilan anggota koperasi dengan materi pendampingan yang disesuaikan dan metode interaktif sangat penting. Selanjutnya hasil penelitian diukur melalui penggunaan pos-test untuk menilai keberhasilan kegiatan pendampingan yang dilakukan. Langkah ini memungkinkan Tim Pengabdian Kepada Masyarakat untuk melakukan pendampingan yang bertujuan untuk meningkatkan dan memastikan dampak positif kegiatan pendampingan dengan memberikan informasi tentang area yang perlu diperbaiki dan perhatian lebih lanjut. Penelitian ini menemukan bahwa evaluasi dan pendampingan pasca- pendampingan yang berkelanjutan sangat penting untuk meningkatkan efisiensi pelatihan dan meningkatkan keterampilan peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat “Pendampingan peningkatan pemahaman produk dan pengembangan bisnis anggota koperasi di Kabupaten Semarang” telah dilaksanakan pada tanggal 20 Januari 2024 bertempat di Gedung Serba Guna Koperasi Simpan Pinjam Bina Usaha Bergas. Adapun dalam kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini ditetapkan pesertanya adalah berasal dari anggota dan pengurus Koperasi Produsen (KP) dan Koperasi Serba Usaha (KSU), dari berbagai sektor usaha pertanian, perkebunan, peternakan, perdagangan dan lain-lain. Hal ini tentulan selaras dengan adalah topik pendampingan guna meningkatkan keterampilan manajerial, kemitraan usaha, dan pemasaran, serta penggunaan teknologi, manajemen operasional, dan strategi pemasaran produk. Kedua jenis koperasi ini memiliki anggota yang aktif dalam berbagai kegiatan ekonomi, sehingga pendampingan yang ditujukan kepada anggota koperasi jenis ini akan memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kualitas bisnis dan kesejahteraan anggota koperasi secara berkelanjutan.

Pada dasarnya Koperasi di Indonesia didefinisikan sebagai sebuah perusahaan yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi yang berlandaskan prinsip koperasi yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian. Koperasi di Indonesia berusaha untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya melalui prinsip kebersamaan ekonomi, demokrasi, kesetaraan, keadilan, dan kekeluargaan (Wibisono, 2018). Secara umum jenis koperasi yang tumbuh dan berkembang di Indonesia, termasuk di wilayah Kabupaten Semarang dapat dilihat dalam table berikut :

Tabel 1. Jenis Koperasi

Berdasarkan			
fungsi	keanggotaan	Komoditas	Tingkatan
Koperasi Konsumen	Koperasi Unit Desa (KUD)	Koperasi pertanian	Koperasi primer
Koperasi Produsen	Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI)	Koperasi Peternakan	Koperasi sekunder
Koperasi Jasa	Koperasi Sekolah	Koperasi industri & kerajinan	
Koperasi Simpan Pinjam	Koperasi Pasar	Koperasi Pertambangan	
Koperasi Serba Usaha		Koperasi Jasa	

Sumber : Data lapangan yang diolah



Gambar 1. Registrasi Peserta Pendampingan

Pada saat proses registrasi peserta, kegiatan pendampingan ini dihadiri oleh 50 orang peserta yang merupakan perwakilan dari 25 Koperasi Produsen dan Koperasi Serba usaha yang beralamat di beberapa kecamatan di Kabupaten Semarang. Kegiatan diawali dengan sambutan oleh koordinator pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yang sekaligus bertugas sebagai notulen, dilanjutkan dengan sambutan dari Tim dosen pengabdian kepada masyarakat yang diwakili oleh Bapak Natoil, S.Ag., MM. berlanjut dengan penyampaian materi tentang perlunya pemahaman produk dan pengembangan bisnis koperasi Selanjutnya dilakukan analisa atas hasil pengumpulan data melalui interaksi diskusi dan problem solving antara peserta pengabdian dengan tim pengabdian kepada masyarakat. Adapun koperasi yang hadir sebagai peserta pendampingan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan data sebagai berikut :

Tabel 2. Daftar Peserta Pelatihan

No	Nam Koperas	Jenis Koperasi
1	Koperasi Gapoktan Banyu Aji	Koperasi Produsen
2	Koperasi Serba Usaha Wahyu Agung	Koperasi Produsen
3	Koperasi Unit Desa Getasan	Koperasi Produsen
4	Koperasi Petani Tebu Rakyat Umbul Senjoyo	Koperasi Produsen
5	Koperasi Sido Dadi	Koperasi Produsen
6	Koperasi Kopi Sinar Kartika	Koperasi Produsen
7	Koperasi Pertanian Sumber Rejeki Maju	Koperasi Produsen
8	Koperasi Pertanian Gedong Songo	Koperasi Produsen
9	Koperasi Unit Desa Santoso	Koperasi Produsen
10	Koperasi produksi Sumber Rejeki	Koperasi Produsen
11	Koperasi Cemara Bawana	Koperasi Produsen
12	Koperasi Unit Desa Mardi Utomo	Koperasi Produsen
13	Koperasi Serba Usaha Brayana Urip	Koperasi Serba Usaha
14	Koperasi Serba Usaha Wahyu Agung	Koperasi Serba Usaha
15	Koperasi Serba Usaha Bumi Serasi	Koperasi Serba Usaha
16	Koperasi Serba Usaha Andini Luhur	Koperasi Serba Usaha
17	Koperasi Serba Usaha Artha Farma	Koperasi Serba Usaha
18	Koperasi Serba Usaha Gardu Tani Al Barokah	Koperasi Serba Usaha
19	Koperasi Serba Usaha Dwi Karya Artha Manunggal	Koperasi Serba Usaha
20	Koperasi Serba Usaha Umbul Lestari	Koperasi Serba Usaha
21	Koperasi Serba Usaha Artha guna	Koperasi Serba Usaha
22	Koperasi Serba Usaha Bina Mitra Karangjati	Koperasi Serba Usaha
23	Koperasi Serba Usaha Bhakti Sejahtera	Koperasi Serba Usaha
24	Koperasi Serba Usaha Oengaran TD Sejahtera	Koperasi Serba Usaha
25	Koperasi Serba Usaha Dadi Mukti	Koperasi Serba Usaha

Permulaan kegiatan pendampingan

Kegiatan pendampingan dimulai dengan menentukan kebutuhan dan tujuan bersama dengan komunitas lokal, terutama anggota koperasi di Kabupaten Semarang. Untuk menjamin bahwa program pendampingan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan komunitas, langkah awal ini sangat penting (Rahman & Ali, 2020). Selain itu, untuk program berhasil, pendampingan juga dimulai dengan membangun hubungan yang kuat dan saling percaya antara pendamping dan masyarakat. Dilanjutkan dengan pemaparan materi pendampingan yaitu mengenai sosialisasi pentingnya dampak pengetahuan terhadap produk dan peluang bisnis yang dimiliki oleh setiap koperasi dan konsep Teknik dan prakteknya yang disampaikan oleh anggota Tim Pengabdian Kepada Masyarakat



Gambar 2. Interaksi komunikatif Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dengan peserta pelatihan

Membangun komunikasi dengan Peserta pelatihan

Langkah berikutnya adalah membangun komunikasi dengan masyarakat. Hal ini dapat dicapai melalui berbagai cara, seperti sesi tanya jawab, diskusi kelompok, dan pertemuan rutin. Memiliki komunikasi yang lancar dan terbuka antara pendamping dan peserta pelatihan akan memungkinkan pemahaman yang lebih baik tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh peserta, yang pada dasarnya adalah anggota dan pengurus dari Koperasi Produsen dan Koperasi Serba Usaha. Dengan membangun hubungan komunikasi yang kuat, pendamping dapat lebih memahami kebutuhan dan keinginan peserta sehingga dapat memutuskan strategi pengembangan bisnis yang lebih baik.



Gambar 3. Peserta Pelatihan Menyimak Materi Pelatihan



Gambar 4. Peserta Pendampingan Menyampaikan Persoalan yang dihadapi saat Proses Pendampingan

Pembentukan kegiatan Kelompok Dampingan

Anggota koperasi, pengurus, dan pendamping menjadi lebih erat berhubungan satu sama lain melalui kegiatan Kelompok Dampingan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menciptakan lingkungan kerjasama di mana anggota dapat berbagi pengalaman dan pengetahuan untuk membantu meningkatkan

strategi bisnis mereka. Menurut Kusumawati dan Widiyanto (2019), tujuan utama kelompok dampingan adalah untuk membantu dalam pembuatan strategi bisnis yang lebih baik. Anggota koperasi dapat memperoleh pengetahuan baru, menemukan peluang, dan mengatasi kesulitan saat menjalankan bisnis mereka dengan berinteraksi dan berbicara dalam kelompok. Kegiatan kelompok juga sangat penting untuk mendorong anggota untuk tetap berkomitmen pada tujuan dan visi koperasi serta memberikan dukungan emosional dan moral saat menghadapi tantangan dalam bisnis. Oleh karena itu, pembentukan kelompok dampingan menjadi cara yang bagus untuk meningkatkan kolaborasi dan keberhasilan koperasi.

Pelaksanaan Dampingan

Pelaksanaan dampingan mencakup berbagai kegiatan bermanfaat, seperti pelatihan, konsultasi, dan pemantauan langsung atas operasi bisnis anggota koperasi. Pendamping memberi anggota koperasi bimbingan dan rekomendasi yang tepat untuk menyelesaikan masalah dan meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan (Haque et al., 2022).



Gambar 5. Peserta sangat komunikatif menyampaikan segala permasalahan yang dihadapi dalam pengelolaan usaha yang dimiliki

Evaluasi Pelaksanaan Dampingan dan Hasil

Setelah periode dampingan berakhir, dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap pelaksanaan kegiatan dan pencapaian hasil. Evaluasi ini melibatkan penilaian peningkatan pemahaman, perubahan perilaku, dan dampak nyata yang diperoleh anggota koperasi dari pendampingan (Mahmud et al., 2020).

Hasil evaluasi digunakan untuk merencanakan dan memperbaiki program pendampingan di masa mendatang.

Berdasarkan evaluasi hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, kegiatan pendampingan mampu meningkatkan pemahaman anggota koperasi tentang produk dan strategi pengembangan bisnis. Metode pelatihan yang interaktif dan partisipatif membantu anggota koperasi mengelola perusahaan dengan lebih baik. Hubungan yang terbentuk antara pendamping dan anggota koperasi menciptakan lingkungan belajar yang inklusif, yang mendorong anggota untuk berbagi pengetahuan satu sama lain, dan mendorong penerapan rencana bisnis baru.

Selain itu, peningkatan keterlibatan anggota dalam pengambilan keputusan dan pengembangan strategi bisnis yang berkelanjutan membuktikan bahwa pendampingan efektif dalam meningkatkan kapasitas anggota koperasi. Peningkatan penjualan dan pertumbuhan bisnis yang ditunjukkan oleh penerapan strategi bisnis yang dipelajari selama pelatihan menunjukkan bahwa program pendampingan berhasil meningkatkan kemakmuran anggota koperasi dan memperkuat ekonomi lokal.

Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa meningkatkan kapasitas dan kemandirian anggota koperasi sangat penting dalam menghadapi dinamika pasar. Selain meningkatkan pengetahuan tentang produk dan pengembangan bisnis, kegiatan ini juga membantu anggota koperasi dan pemangku kepentingan lokal bekerja sama lebih baik, yang berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal. Oleh karena itu, pendekatan pendampingan holistik dan partisipatif menjadi kunci utama untuk mencapai tujuan ini.

KESIMPULAN

Dalam pengabdian kepada masyarakat, kegiatan pendampingan telah menunjukkan bahwa anggota koperasi di Kabupaten Semarang telah merasakan dampak yang signifikan dari pelatihan tentang pemahaman produk dan pengembangan bisnis. Selama periode pendampingan, anggota koperasi telah meningkatkan pemahaman mereka tentang strategi pemasaran dan pengembangan bisnis yang efektif. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan interaktif dan partisipatif telah berhasil membantu anggota koperasi mengelola bisnis mereka dengan lebih baik.

Kegiatan pendampingan juga membangun hubungan yang kuat antara pendamping dan anggota koperasi, yang menghasilkan lingkungan belajar yang inklusif dan memberdayakan. Anggota koperasi dapat saling memotivasi satu sama lain dan berbagi pengetahuan yang mereka miliki satu sama lain untuk mengatasi masalah yang dihadapi dalam bisnis mereka. Tidak hanya transfer pengetahuan, pendampingan membantu anggota koperasi melaksanakan strategi baru dan menjadi lebih terlibat dalam pengambilan keputusan dan desain strategi bisnis yang lebih berkelanjutan.

Hasil pendampingan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa anggota koperasi mampu menerapkan strategi bisnis yang mereka pelajari selama pelatihan dengan lebih baik, yang tercermin dalam peningkatan penjualan dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pendampingan pengabdian kepada masyarakat telah meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggota koperasi dan memperkuat ekonomi lokal di sekitarnya. Hasilnya menunjukkan bahwa pengembangan kapasitas dan kemandirian anggota koperasi dalam menghadapi dinamika pasar sangat penting, serta untuk meningkatkan kontribusi koperasi terhadap pembangunan ekonomi lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada pengelola dan anggota Koperasi Produsen dan Koperasi Serba Usaha di Kabupaten Semarang yang telah memberikan izin, tempat sekaligus support terhadap kegiatan pengabdian ini. Kami ucapkan terima kasih kepada para pengurus Koperasi yang terlibat penuh dalam kegiatan pengabdian dan pendampingan belajar pasca pelatihan. Dan terima kasih banyak kami sampaikan kepada pihak LP2M Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Semarang yang telah memberikan dana pengabdian guna pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi dan pengembangan sumber daya masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, F., et al. (2023). *Active Learning in Business Education: A Meta-Analysis*. *Journal of Business Education*, 8(2), 145-162.
- Chen, M., et al. (2020). *Epidemiological and clinical characteristics of 99 cases of 2019 novel coronavirus pneumonia in Wuhan, China: a descriptive study*. *The Lancet*, 395, 507-513. DOI: 10.1016/S0140-6736(20)30211-7
- Haque, M. M., et al. (2022). *Impact assessment of community development projects: A review of methodologies and case studies*. *Journal of Development Studies*, 68(4), 301-315.
- Husain, M. M., et al. (2021). *Enhancing communication skills in community development projects: A case study from Indonesia*. *International Journal of Communication Studies*, 9(1), 45-58.
- Junaedi, A., & Putra, B. (2022). *Needs-Based Training Design for Effective Learning*. *International Journal of Training and Development*, 12(3), 212-225.
- Kurniawan et al. (2020). *Impact of COVID-19 large scale restriction on environment and economy in Indonesia*. *Global Journal of Environmental Science and Management*. Vol.6, 65-84. DOI <https://doi.org/10.22034/GJESM.2019.06.SI.07>
- Kusumawati, S., & Widiyanto, A. (2019). *Building group dynamics in community development projects: Lessons from rural Java*. *Community Development Journal*, 55(3), 231-245.

- Mahmud, A., et al. (2020). *Evaluating the effectiveness of community development programs: Lessons learned from a rural community in Bangladesh*. *Evaluation and Program Planning*, 80, 102-115.
- Novitasari, A., et al. (2019). *The Role of Local Wisdom in Strengthening the Resilience of Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia*. *Journal of Management and Business Review*, 6(3), 289-301.
- Nurhadi et al. (2022). *Developing and testing a measurement scale for SME's website quality (SMEs-WebQ) : Evidence from Indonesia*. *Electronic Commerce Research*.
- Pranowo, A., & Sugiarti, R. (2022). *Entrepreneurship Training Program for Local Entrepreneurs: A Case Study in Semarang Regency*. *Journal of Community Engagement and Scholarship*, 5(1), 45-58.
- Prasetyo et al. (2023). *Sharia vs non-sharia compliant: which gives much higher financial-based brand equity to the companies listed in the Indonesian stock market?. Journal of Islamic Marketing*. Vol 14(9). <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2021-0251>
- Rahman, M. M., & Ali, M. H. (2020). *Community development through participatory approach: A case study of Bangladesh*. *Journal of Community Development*, 51(2), 112-125.
- Saptaningsih, D., & Prasetiyowati, A. (2021). *Understanding of Business Management and Market as a Determinant of Micro Cooperative Business Performance*. *International Journal of Economics, Business, and Entrepreneurship*, 4(2), 142-153.
- Sari et al. (2021). *Pengaruh Pelatihan , Komunikasi , Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt . Pln (Persero) Unit Induk Pembangunan Sumatera Bagian Utara Medan*. *Jimek : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 04.
- Setiawan, R., & Suryana, A. (2020). *The Effect of Market Orientation and Innovation Strategy on Business Performance of SMEs in the Food and Beverage Industry*. *International Journal of Management and Business Research*, 10(2), 132-145.
- Sumarni, L., & Fitriani, D. (2023). *Continuous Evaluation in Training Programs: A Key to Improvement*. *Journal of Human Resource Development*, 9(1), 56-68.
- Susanti, N., et al. (2020). *The Role of ICT in Enhancing Learning Effectiveness: A Case Study in Vocational Training*. *International Journal of Educational Technology*, 15(2), 189-204.
- Ulum, M., Mun'im, A., & Muslih, M. (2023). *Pemberdayaan Aset Perdikan Sunan Drajat Melalui Pengolahan Manilkara zapota dalam Pemulihan Ekonomi di masa Covid 19*. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 421-429.
- Ulum, M., Mun'im, A., Juliyani, E., & Nisa, K. (2019). *Penguatan Perekonomian Masyarakat dalam Pemanfaatan "Tunteng" Limbah Tambak Air Tawar melalui Wirausaha Produksi Aneka Makanan Camilan*. *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama untuk Pemberdayaan*, 19(1), 1-14.
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian
- Wibisono, E. (2018). *Koperasi di Indonesia: Perkembangan dan Peranannya*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 12(2), 178-192.

Widiastuti, R., & Hidayah, S. (2021). *Sustainable Training Approach for Micro and Small Business Development*. *Journal of Entrepreneurship and Small Business Development*, 5(1), 78-91.

Zhang et al. (2020). *Sosial Predictors of Doctoral Student Mental Health and Well-Being*. *Early Career Research (ERC)*. DOI 10.17605/OSF.IO/P7VJE