



# PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK KOPERASI DESA MERAH PUTIH TANJUNG BARU MELALUI INTRODUKSI MANAJEMEN KEUANGAN EFEKTIF DAN STRATEGI PEMASARAN INOVATIF

Erni Purbiyanti<sup>1</sup>; Mirza Antoni<sup>2</sup>, Indri Januarti<sup>3</sup>, Yulia Sari<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya

## INFO NASKAH

*Diserahkan*

12 Agustus 2026

*Diterima*

6 September 2026

*Diterima dan Disetujui*

29 Desember 2026

### **Kata Kunci:**

Inovasi Digital; Koperasi Desa; Manajemen Keuangan; Pemberdayaan Masyarakat; Strategi Pemasaran

### **Keywords:**

*Digital Innovation; Village Cooperatives; Financial Management; Community Empowerment; Marketing Strategy*

## ABSTRAK

Program pengabdian ini bertujuan meningkatkan daya saing Koperasi Merah Putih di Desa Tanjung Baru melalui penguatan kapasitas manajemen keuangan dan pemasaran. Hasil pemetaan kebutuhan dan Focus Group Discussion (FGD) menunjukkan bahwa koperasi masih menghadapi kendala dalam pembukuan, pengelolaan keuangan, dan promosi produk. Solusi yang ditawarkan meliputi pelatihan pembukuan sederhana, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP). Selain itu, peserta akan mendapatkan pelatihan digital branding melalui media sosial dan pemanfaatan aplikasi bisnis gratis berbasis Android. Program dilaksanakan melalui sosialisasi, pelatihan intensif, penerapan teknologi, dan pendampingan berkelanjutan dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan anggota koperasi pada setiap tahapan. Teknologi yang digunakan meliputi aplikasi BukuWarung, Canva, dan CapCut untuk mendukung pengelolaan keuangan serta pemasaran digital. Luaran yang diharapkan adalah meningkatnya literasi keuangan anggota, terbentuknya identitas visual produk koperasi, serta perluasan jangkauan pemasaran melalui platform digital. Program ini juga mendukung pencapaian SDGs, khususnya Tujuan 8 dan 9, serta pemberdayaan masyarakat berbasis kewirausahaan.

**Abstract.** *This community service program aims to improve the competitiveness of the Merah Putih Cooperative in Tanjung Baru Village by strengthening financial management and marketing capacity. A needs assessment and Focus Group Discussions (FGDs) identified key challenges in bookkeeping, financial management, and product promotion. The proposed activities include training on basic bookkeeping, separating personal and business finances, and calculating the Cost of Goods Sold (COGS). Participants will also receive training in digital branding through social media and the use of free Android-based business applications. The program will be implemented through socialization, hands-on training, technology adoption, and continuous mentoring using a participatory approach that actively involves cooperative members throughout the process. Digital tools such as BukuWarung, Canva, and CapCut will be introduced to support financial management and marketing activities. The expected outcomes are improved financial literacy, a stronger visual identity for cooperative products, and wider market reach through digital platforms. The program also supports the Sustainable Development Goals (SDGs), particularly Goals 8 and 9, while promoting entrepreneurship-based community empowerment.*

## 1. PENDAHULUAN

Potensi komoditas hortikultura, khususnya cabai, di Indonesia memiliki peranan penting dalam mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis agroindustri. Desa Tanjung Baru, yang terletak di Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan, memiliki potensi besar dalam sektor budidaya dan pengolahan hasil hortikultura, khususnya komoditas cabai. Di desa ini, komoditas cabai tumbuh melimpah hampir sepanjang tahun seperti terlihat pada Gambar 1. Namun demikian, peningkatan volume produksi tanpa dukungan pengelolaan pasar dan pengolahan pascapanen sering menyebabkan penurunan harga di tingkat petani (1). Kondisi ini menunjukkan perlunya dukungan pihak terkait untuk dapat membantu memberdayakan perekonomian lokal melalui potensi komoditas cabai yang dimiliki.



a. Budidaya Cabai  
di Desa Tanjung Baru



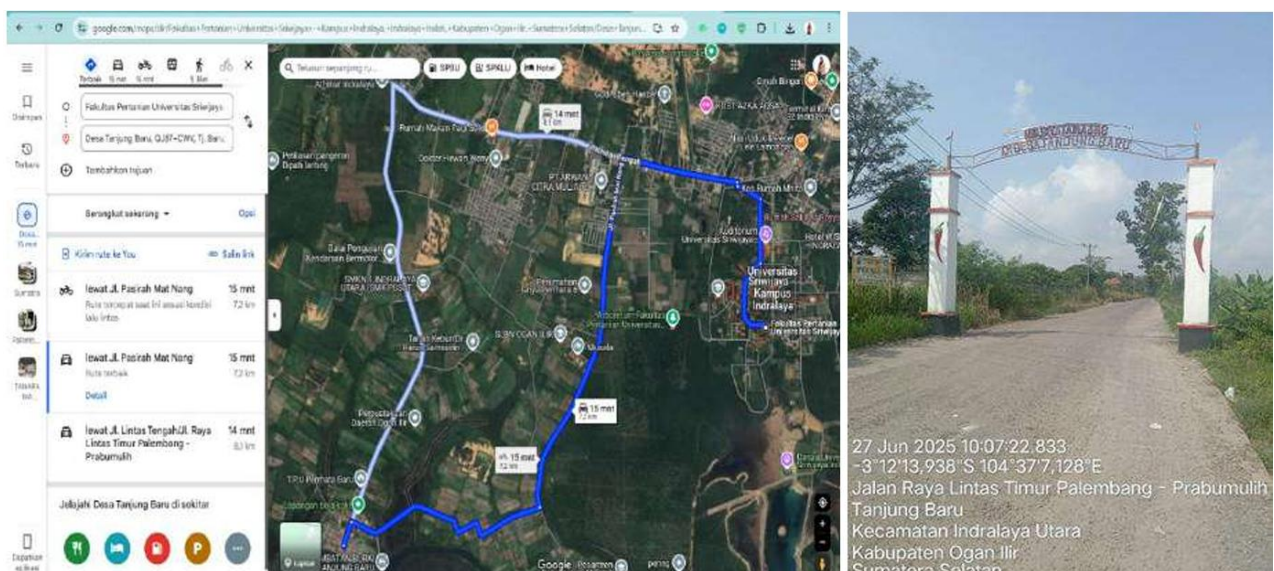
b. Hasil Panen  
Cabai Melimpah

Gambar 1. Potensi Komoditas Cabai di Desa Tanjung Baru

Pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui penguatan koperasi merupakan salah satu strategi penting dalam mendorong pembangunan desa berbasis potensi lokal. Koperasi, sebagai lembaga ekonomi kerakyatan, berperan besar dalam mengembangkan usaha mikro dan kecil, terutama di sektor pertanian dan produk rumah tangga (2). Desa Tanjung Baru, yang terletak di Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan, merupakan salah satu desa binaan Universitas Sriwijaya yang memiliki potensi ekonomi berbasis komunitas melalui keberadaan Koperasi Merah Putih. Koperasi Merah Putih merupakan bagian dari delapan program prioritas (Asta Cita) Presiden Prabowo Subianto yang tertuang dalam Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2025 dan didukung oleh Keputusan Presiden Nomor 9 Tahun 2025 tentang Satgas Percepatan Pembentukan Koperasi Desa/Kelurahan Merah Putih. Urgensitas kegiatan pengabdian ini, selain memanfaatkan peluang untuk mensukseskan program nasional tersebut, juga memperkuat struktur ekonomi lokal, khususnya di sektor perdagangan hasil pertanian dan produk rumah tangga. Namun, dalam praktiknya, koperasi ini masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat peningkatan daya saing produknya, baik di

tingkat lokal maupun regional.

Secara kewilayahan, Desa Tanjung Baru memiliki akses jalan yang cukup baik, konektivitas jaringan internet yang memungkinkan penerapan teknologi digital, dan jarak Lokasi Universitas Sriwijaya dan Kampus yang tidak terlalu jauh seperti pada Gambar 2. Potensi wilayah ini juga didukung oleh aktivitas pertanian yang masih menjadi sumber penghidupan utama masyarakat. Koperasi Merah Putih saat ini memiliki sekitar 30 anggota aktif, yang sebagian besar merupakan petani dan pelaku usaha mikro. Produk yang akan dikelola koperasi desa, meliputi: penjualan hasil panen cabai, beras lokal, hasil olahan pangan, dan beberapa produk kerajinan rumah tangga.



Gambar 2. Jarak dari Kampus ke Lokasi Kegiatan Pengabdian

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan diskusi kelompok terfokus (FGD) yang dilakukan bersama pihak koperasi dan pemerintah desa seperti terlihat pada Gambar 3, ditemukan bahwa kelemahan utama koperasi terletak pada dua aspek fundamental: (1) manajemen keuangan internal yang belum efektif dan (2) strategi pemasaran yang masih bersifat konvensional dan belum adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Kondisi ini diperparah oleh rendahnya kapasitas sumber daya manusia (SDM) dalam bidang pengelolaan usaha berbasis data serta minimnya keterampilan dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran. Hal ini sejalan dengan temuan Kementerian Koperasi dan (3) yang menyebutkan bahwa lebih dari 60% koperasi di Indonesia belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang baik dan masih mengandalkan pencatatan manual.



a. Diskusi Bersama  
Pengurus Koperasi



b. Diskusi Bersama  
Kepala Desa

Gambar 3. Survei dan FGD Bersama Kepala Desa dan Pengurus Koperasi Desa

Kelemahan dalam pencatatan keuangan menyebabkan kesulitan dalam penyusunan laporan keuangan, penentuan harga pokok penjualan (HPP), hingga pengambilan keputusan berbasis data. Menurut (4), koperasi yang tidak memiliki sistem pembukuan yang terstruktur cenderung tidak mampu bertahan dalam jangka panjang karena lemahnya kontrol internal terhadap keuangan. Selain itu, minimnya literasi digital di kalangan pengurus dan anggota koperasi juga menjadi penghambat dalam menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform digital. Namun demikian, koperasi belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang memadai. Proses pencatatan transaksi masih dilakukan secara manual, tanpa adanya pemisahan yang jelas antara keuangan pribadi dan keuangan usaha. Akibatnya, koperasi mengalami kesulitan dalam menentukan harga pokok penjualan (HPP), menyusun laporan laba rugi, dan merumuskan strategi keuangan jangka panjang. Hal ini menyebabkan ketidakstabilan dalam pengelolaan modal dan penentuan harga jual produk yang kompetitif. Di sisi lain, upaya pemasaran produk koperasi saat ini masih terbatas pada penjualan langsung di lingkungan desa dan sesekali melalui pasar mingguan. Belum terdapat strategi branding yang kuat, baik dari segi identitas visual (nama merek, logo, kemasan) maupun narasi produk yang mampu menarik perhatian konsumen urban. Ketiadaan akun media sosial koperasi juga menjadi penghambat utama dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Padahal, riset menunjukkan bahwa digital marketing berbasis media sosial secara signifikan dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing produk UMKM (5).

Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian ini, yaitu : (1) Meningkatkan kapasitas pengurus dan anggota Koperasi Merah Putih dalam pengelolaan keuangan usaha yang transparan, terstruktur, dan terukur; (2) Meningkatkan daya saing produk koperasi melalui strategi pemasaran inovatif berbasis teknologi digital dan (3) Mendorong keberlanjutan usaha koperasi sebagai bagian dari pembangunan ekonomi lokal yang inklusif. Kegiatan ini secara langsung mendukung pencapaian

Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya: (a) SDGs Tujuan 8: Pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi; (b) SDGs Tujuan 9: Industri, inovasi, dan infrastruktur dan (c) SDGs Tujuan 12: Konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab

Selain itu, kegiatan ini selaras dengan Indikator Kinerja Utama (IKU) Perguruan Tinggi, yaitu keterlibatan dosen dalam pengabdian berbasis hasil riset dan kolaborasi dengan masyarakat, serta mendukung lima perilaku Dikti Saintek Berdampak, khususnya pada aspek transformasi digital dan penguatan kewirausahaan. Program ini juga merupakan bagian dari fokus program unggulan Universitas Sriwijaya dalam bidang pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal, khususnya melalui skema pengabdian masyarakat berbasis kewirausahaan. Diharapkan, intervensi berbasis teknologi dan inovasi ini mampu memperkuat kemandirian ekonomi desa serta menciptakan dampak jangka panjang bagi kesejahteraan masyarakat.

Sebagai strategi keberlanjutan, program ini akan dilengkapi dengan panduan digital pembukuan sederhana dan modul pelatihan pemasaran digital berbasis media sosial. Tim pengusul juga merancang sistem monitoring berkelanjutan dengan membentuk tim kecil dari anggota koperasi yang akan menjadi motor penggerak internal. Mahasiswa yang dilibatkan akan berperan aktif sebagai fasilitator lapangan dan pendamping digitalisasi, sehingga turut mendukung proses pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*). Dengan pendekatan partisipatif dan berbasis kebutuhan nyata di lapangan, diharapkan program ini dapat menjadi model replikasi bagi desa-desa lain yang memiliki potensi serupa namun menghadapi tantangan dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran produk usaha mikro.

Identifikasi Kebutuhan dan Potensi Koperasi Merah Putih sebagai mitra dalam kegiatan ini dapat dikategorikan sebagai pelaku ekonomi produktif yang menjalankan aktivitas bisnis berbasis komunitas. Berdasarkan pemetaan SWOT, kekuatan koperasi terletak pada komitmen anggotanya dan ketersediaan produk lokal yang potensial untuk diolah dan dijual lebih luas. Namun, kelemahan utama adalah rendahnya literasi digital dan keuangan. Peluang terbesar adalah meningkatnya tren konsumsi produk lokal berkualitas dan dukungan terhadap koperasi oleh pemerintah. Ancaman yang dihadapi antara lain kompetisi dari produk luar yang memiliki kemasan dan strategi pemasaran yang lebih baik.

Dalam rangka mendukung program nasional pembentukan Koperasi Merah Putih, kami turut bertanggung jawab untuk mengawal dan mengarahkan beroperasinya Koperasi Merah Putih Desa Tanjung Baru agar lebih efektif dan efisien, serta tidak mengulang kegagalan bentuk koperasi yang pernah ada. Namun demikian, sebagai sebuah entitas ekonomi lokal yang memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi desa, koperasi ini masih menghadapi dua permasalahan utama: (1) lemahnya manajemen keuangan internal koperasi dan (2) terbatasnya strategi pemasaran

produk yang adaptif terhadap era digital

## **2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN**

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini metode yang digunakan adalah metode wawancara secara dialogis dengan masyarakat, dan pendampingan sehingga beberapa yang disiapkan dan dilaksanakan dalam kegiatan ini antara lain :

- a. Wawancara dengan beberapa unsur pemerintah setempat terkait untuk mendapatkan informasi terkait beberapa program yang telah diturunkan untuk kawasan pemukiman pedesaan lahan basah tropis. Beberapa unsur pemerintahan yang menjadi target antara lain: 1) Dinas Koperasi dan Perindustrian Kabupaten Ogan Ilir; 2) Kepala Desa dan Pengurus Koperasi Desa Merah Putih Tanjung Baru.
- b. Kuesioner untuk mengetahui untuk mendapat beberapa informasi terkait kondisi masyarakat sehingga dapat dapatkan metode yang paling tepat untuk melakukan kegiatan transfer teknologi kepada masyarakat. Penentuan responden akan dilakukan dengan cara *purposive sampling* atau ditentukan dengan sengaja.
- c. Pelatihan dan penyuluhan kepada pengurus dan anggota koperasi.
- d. Pengembangan koperasi.
- e. Pendampingan dan evaluasi pelaksanaan kegiatan pengabdian.

Pelaksanaannya kegiatan pengabdian masyarakat ini akan melibatkan mahasiswa bagian dari tugas akhir mahasiswa terutama Skripsi dengan bobot 6 SKS

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian kepada ini bersifat integratif yang melibatkan dua aspek penting dalam pelaksanaan ini, yang terdiri dari beberapa unsur pemerintah dan kelompok tani. Adapun unsur pemerintah yang dilibatkan diantaranya 1) Dinas Koperasi dan Perindustrian Kabupaten Ogan Ilir dan 2) Kepala Desa beserta para pengurus dan anggota Koperasi Desa Merah Putih Tanjung Baru.

Berikut disampaikan dokumentasi kegiatan penyuluhan mengenai strategi pemasaran efektif menggunakan metode STP.



Gambar 4. Penyampaian Materi Strategi Pemasaran Efektif



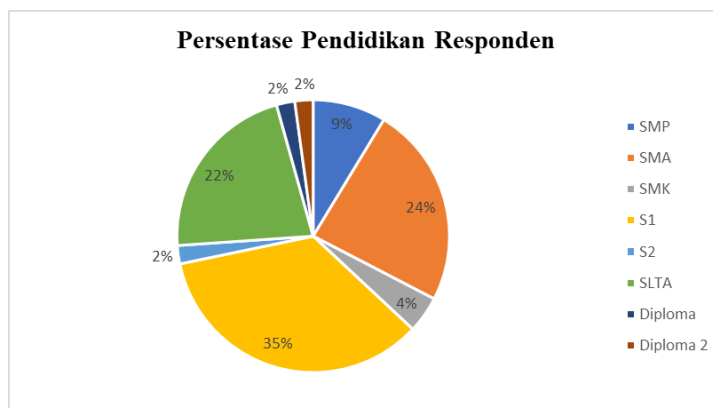
Gambar 5. Penyampaian Materi kepada Pengurus Koperasi Merah Putih



Gambar 6. Penyampaian Materi terkait Olahan Cabai sebagai Produk yang Dapat Dipasarkan oleh Koperasi



Gambar 7. Pengukuran Keberhasilan Indikator melalui *Pre* dan *Post Test*



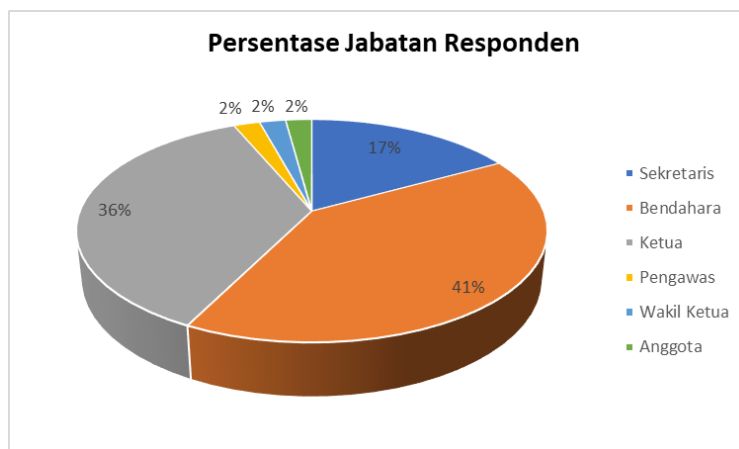
Gambar 8. Persentase Tingkat Pendidikan

Diagram tersebut menggambarkan tingkat pendidikan yang ditempuh para responden. Mayoritas responden memiliki pendidikan S1, yaitu sebesar 35%, diikuti oleh lulusan SLTA dengan 22% dan lulusan SMA sebanyak 24%. Sementara itu, responden yang berpendidikan SMP berjumlah 9%, dan lulusan SMK sebesar 4%. Proporsi responden dengan pendidikan S2, Diploma, dan Diploma 2 masing-masing berada pada angka 2%. Secara keseluruhan, grafik ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan menengah hingga tinggi, terutama pada jenjang S1, yang merupakan kelompok dominan dalam data ini.



Gambar 9. Total Persentase Jenis Kelamin

Diagram di atas menunjukkan persentase jenis kelamin para responden. Dari keseluruhan responden, 64% merupakan perempuan, sementara 36% adalah laki-laki. Komposisi ini memperlihatkan bahwa jumlah responden perempuan lebih dominan dibandingkan laki-laki. Perbedaan proporsi yang cukup signifikan ini menggambarkan bahwa partisipasi perempuan dalam survei atau kegiatan yang dilakukan lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Secara keseluruhan, diagram ini memberikan gambaran jelas mengenai distribusi jenis kelamin responden.



Gambar 10. Persentase Jabatan Responden

Diagram pada Gambar 10. tersebut menggambarkan distribusi jabatan para responden dalam organisasi. Terlihat bahwa posisi Bendahara merupakan yang paling banyak diisi, yaitu 41%, disusul oleh Ketua dengan 36%, menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki peran strategis dalam pengelolaan organisasi. Jabatan Sekretaris menempati 17%, yang juga menunjukkan keterlibatan cukup signifikan. Sementara itu, jabatan Pengawas, Wakil Ketua, dan Anggota masing-masing hanya 2%, menandakan bahwa hanya sedikit responden yang berasal dari posisi pendukung. Secara keseluruhan, komposisi ini menunjukkan dominasi responden dari jajaran kepengurusan inti.

#### 4. KESIMPULAN

Pemahaman awal pengurus dan anggota Koperasi Desa Merah Putih Tanjung Baru telah lebih baik. Meskipun demikian perlu pendampingan pembuatan perizinan label produk olahan cabai dan pengembangan sistem pemasaran yang lebih baik untuk menjaga keberlanjutan (*sustainability*). Namun demikian, masih perlu pendampingan lanjutan terutama terkait pemasaran produk olahan cabai dengan memenuhi berbagai bentuk perizinan seperti: NIB, PIRT, Halal, dan sebagainya

#### DAFTAR PUSTAKA

- Sukiyono K, Suci Asriani P. Volatilitas dan Transmisi Harga Cabai Merah Keriting pada Pasar Vertikal di Provinsi Bengkulu. *J Agro Ekon.* 2020;38(1):29–39.
- Kristiana L, Nurmalasari Y, Sholeh MS. Peran Koperasi Pertanian Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Petani Hortikultura Di Pamekasan Madura. *J Ilm Inov [Internet].* 2024 Apr 30;24(1):74–80. Available from: <https://publikasi.polije.ac.id/jii/article/view/4431>
- [Kemenkop]. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. 2021. Profil Koperasi dan UMKM Available from: <https://www.kemenkopukm.go.id> Tahun 2021.
- Budisantoso AT, Kurniawan CH. Pelatihan Literasi Akuntansi Keuangan bagi Pelaku UMKM Credit Union Cindelaras Tumangkar. 2025;5(1):7–11.
- Suprapti T, Rohmat CL, Muhaimin A, Nurmala AS. Peningkatan Kompetensi Digital Pengurus Koperasi Melalui Pelatihan Operator Komputer Madya. 2024;3(4):272–8.
- Purbiyanti E, Yazid M, Januarti I. Konversi Lahan Sawah Di Indonesia Dan Pengaruhnya Terhadap

- Kebijakan Harga Pembelian Pemerintah (HPP) Gabah/Beras (Conversion of Rice Fields in Indonesia and Their Effect on The Government Purchase Price Policy of Grain/Rice). *J Manaj dan Agribisnis*, IPB, Bogor [Internet]. 2017;14(3):209–17. Available from : <http://jagb.journal.ipb.ac.id/index.php/jmagr/article/view/18271>
- Antoni M, Tokuda H. A determinant of marketing system choice by rubber smallholders in Indonesia. *Bulg J Agric Sci*. 2019;25(4):702–9