

## Workshop Marketing dan Quality Control Produk Pada Koperasi Wanita Cumloude

Endang Sri Wahyuni<sup>1</sup>, Wan Junita Raflah<sup>2</sup>, Novira Sartika<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Akuntansi Keuangan Publik, Politeknik Negeri Bengkalis, [endang.sri@polbeng.ac.id](mailto:endang.sri@polbeng.ac.id)

<sup>2</sup>Administrasi Bisnis Internasional, Politeknik Negeri Bengkalis, [wanjunitaraflah@polbeng.ac.id](mailto:wanjunitaraflah@polbeng.ac.id)

<sup>3</sup>Akuntansi Keuangan Publik, Politeknik Negeri, [novirasartika@polbeng.ac.id](mailto:novirasartika@polbeng.ac.id)

---

### Abstrak

Tujuan kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan Workshop Marketing dan Quality Control Produk pada Koperasi Wanita Cumloude Di Bengkalis. Kegiatan ini merupakan Pengabdian penugasan yang diberikan Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) kepada Tim pengabdian Politeknik Negeri Bengkalis. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat membantu kelompok mitra yaitu Koperasi Wanita Cumloude dalam meningkatkan nilai jual produk, merencanakan harga jual sesuai dengan segmentasi dan target pasar. Metode yang digunakan adalah workshop dan pelatihan. Luaran yang diharapkan yaitu terselenggaranya kegiatan workshop dan mitra dapat mempraktekkan langsung proses pemasaran produk sesuai dengan pangsa pasar yang diharapkan. Terselenggaranya pendampingan mitra dalam hal memonitoring dan mengevaluasi kelompok mitra koperasi Wanita Cumloude dalam meningkatkan penjualan produk. Dampak kegiatan ini diharapkan kedepannya produk-produk yang ada di Koperasi Wanita Cumloude ini layak dipromosikan baik sebagai produk oleh-oleh, reseller maupun distributor dalam jumlah besar serta menjalin Kerjasama yang berkesinambungan antara Politeknik Negeri Bengkalis dan Koperasi.

**Kata Kunci:** *Marketing Strategy, Quality Control Produk, Koperasi.*

### Abstract

*The purpose of this service activity aims to provide a Workshop on Marketing and Product Quality Control at the Cumloude Women's Cooperative in Bengkalis. This activity is an assignment service given by the Head of the Center for Research and Community Service (P3M) to the Bengkalis State Polytechnic service team. Through this activity, it is hoped that it can help the partner group, namely the Cumloude Women's Cooperative, in increasing the selling value of products, planning selling prices according to segmentation and target markets. The methods used are workshops and training. The expected output is the implementation of workshop activities and partners can practice directly the product marketing process in accordance with the expected market share. The implementation of partner assistance in terms of monitoring and evaluating the Cumloude Women cooperative partner group in increasing product sales. The impact of this activity is expected in the future that the products in the Cumloude Women's Cooperative are worthy of being promoted both as souvenir products, resellers and distributors in large quantities and establishing continuous cooperation between the Bengkalis State Polytechnic and the Cooperative.*

*Keywords: Marketing Strategy, Quality Control Product, Cooperative.*

## 1. Pendahuluan

Bauran pemasaran merupakan suatu strategi pemasaran yang menekankan bagaimana cara menjual produk seefektif mungkin, berdasarkan data yang diperoleh dan dikumpulkan, baik melalui proses komputerisasi maupun data yang dikoleksi

melalui konsumen, agar proses penjualan pemasaran berjalan lancar. Bauran pemasaran terdiri atas himpunan variable yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam target pasarnya. Menurut pendapat Kotler (2011), bauran pemasaran adalah suatu istilah yang menggambarkan seluruh unsur pemasaran dan faktor produksi yang dikerahkan guna mencapai tujuan perusahaan seperti laba, penghasilan modal yang ditanam, omzet penjualan, dan bagian dari pasar yang ingin direbut. Kegiatan dalam pemasaran menyangkut empat jenis tindakan, yaitu tindakan mengenai produk, harga, lokasi, distribusi, dan promosi yang perlu dipikirkan strateginya masing-masing. Selain itu, menurut Menurut Kotler dan Armstrong (2012) pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu atau kelompok mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan dan penukaran suatu produk dengan pihak lain yang saling membutuhkan.

Menurut Kotler dan Keller (2012) Konsep *marketing mix* atau bauran pemasaran yang lama untuk barang (*traditional marketing mix*) dikenal dengan istilah **4P**, yaitu **Product** (Produk), **Price** (Harga), **Promotion** (Promosi), dan **Placement** (Tempat atau Lokasi). Adapun untuk pemasaran, jasa bauran pemasaran **diperluas** dengan menambah unsur **3P**, yaitu **People** (Orang), **Physical Evidence** (Fasilitas Fisik), dan **Process** (Proses). Dengan demikian, unsurnya bertambah menjadi **7P**, yaitu **Product** (Produk), **Price** (Harga), **Promotion** (Promosi), **Placement** (Tempat atau Lokasi), **People** (Orang), **Physical Evidence** (Bukti Fisik), dan **Process** (Proses). Selain itu marketing mix merupakan suatu rencana yang mengkombinasikan aktivitas-aktivitas marketing, agar dicari kombinasi maksimum sehingga menghadirkan produk yang diharapkan konsumen. (Buchari Alma, 2011).

Koperasi adalah organisasi berbasis ekonomi yang dimiliki dan dijalankan oleh sekelompok orang demi kepentingan bersama. Kehadiran koperasi bertujuan untuk memberikan manfaat besar bagi masyarakat khususnya kelas menengah ke bawah. Kegiatan koperasi berlandaskan prinsip gerakan ekonomi rakyat yang didasarkan atas asas kekeluargaan. Koperasi di Indonesia diatur dalam Undang-Undang nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian yang berfungsi untuk menumbuhkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota serta masyarakat demi perbaikan kesejahteraan ekonomi dan sosial, sehingga dengan fungsi tersebut diharapkan masyarakat yang merupakan anggota koperasi bisa memanfaatkan fasilitas yang diberikan demi menggerakkan roda perekonomian bangsa. Koperasi dibentuk berdasarkan tujuan dan kebutuhan yang berbeda-beda. Hal tersebut yang menyebabkan koperasi

dibedakan ke dalam beberapa jenis sesuai dengan kepentingan anggota atau kelompoknya.

Dalam Prakteknya Koperasi Wanita Cumloude yang berlokasi di Kecamatan Bengkalis merupakan Koperasi yang bergerak di bidang usaha konsumsi yang mana menjual produk khas makanan Bengkalis berupa: kerupuk Udang, kerupuk ikan, dodol serta banyak lagi produk lainnya dan ada juga menjual kerajinan tangan yang dibuat oleh para anggota kelompok koperasi. Produk tersebut dijual dengan harga yang relatif terjangkau dengan tujuan untuk oleh-oleh khas dari Bengkalis. Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi oleh calon pembeli sehingga bisa memenuhi kebutuhan dan keinginannya, (Sudaryono, 2016).

Selain itu, Menurut Tjiptono dan Anastasia (2012) harga memiliki fungsi utama dalam suatu proses pengambilan keputusan. Dengan adanya koperasi selain dapat menumbuh kembangkan UMKM yang ada di desa masing-masing, Pembina beserta Ketua Koperasi mengajak ibu-ibu untuk ikut bergabung di Koperasi Wanita Cumloude dengan harapan produk tersebut laku terjual sehingga dapat meningkatkan pendapatan para anggota Koperasi. Akan tetapi terdapat beberapa permasalahan yang terjadi di koperasi setelah Tim melakukan survey awal dengan melakukan wawancara kepada ibu ketua Koperasi, bahwasannya lokasi koperasi saat ini berada di tempat yang kurang ramai karena berada di Jalan gang sehingga masyarakat kurang mengetahui kehadiran dari produk yang ditawarkan oleh Koperasi. Selain itu pihak dari koperasi menginginkan pembinaan terkait bauran pemasaran yang tepat agar masyarakat bisa mengenal produk yang ditawarkan baik bisa langsung datang ke outlet maupun melalui media sosial. Karena sejatinya dengan kurangnya pemahaman koperasi dalam memasarkan produk sehingga mereka kesulitan agar produk laku terjual.

Sebagai salah satu Perguruan Tinggi Negeri yang ada di Bengkalis, Polbeng diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemikiran dan pemanfaatan teknologi. Di sinilah peran tim pengabdian yang tidak sekedar menganalisis permasalahan Koperasi saja, tetapi juga berpartisipasi untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi tersebut. Oleh karena itu, perlu peran dari banyak pihak untuk membantu bangkit untuk mengembangkan koperasi di Wilayah Kabupaten Bengkalis. Salah satunya dengan mengadakan kegiatan pengabdian bagi pelaku Koperasi Wanita Cumloude pada bidang pemasaran, sehingga Koperasi dapat terus tumbuh serta memiliki daya saing tinggi di industri.

Berdasarkan hasil analisa pada situasi yang ada, maka permasalahan yang ada yang dihadapi oleh Koperasi Wanita Cumloude sebagai berikut :

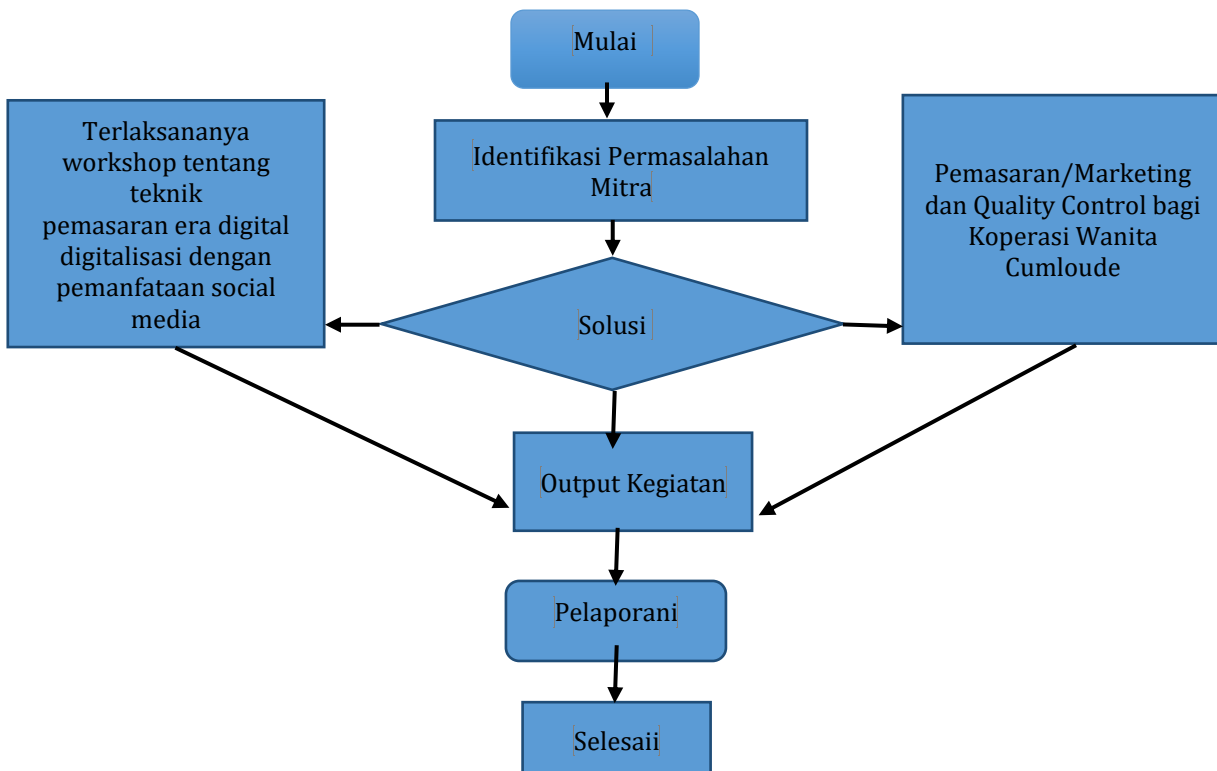
1. Kurang edukasi tentang promosi/pemasaran produk koperasi sehingga masyarakat kurang mengenal produk yang ditawarkan.
2. Pemilihan lokasi yang strategis dan cara penyampaian jasa kepada konsumen yang kurang tepat.
3. Kurangnya pengetahuan tentang manajemen koperasi yang baik untuk mengembangkan usaha menjadi lebih besar.

Sebagai upaya menjawab permasalahan yang dihadapi di atas maka perlu dilakukan langkah konkrit sebagai berikut:

1. Memberikan Workshop tentang pentingnya Pemasaran/Marketing dan Quality Control dalam rangka meningkatkan penjualan produk koperasi.
2. Memberikan workshop tentang teknik pemasaran era digitalisasi dengan pemanfaatan social media.
3. Memberikan saran dan masukan terkait pertimbangan pemilihan lokasi dan outlet produk yang ada di koperasi.

## 2. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Koperasi Wanita Cumloude Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis dibagi menjadi beberapa tahapan sebagaimana terlihat pada flowchart berikut:



Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini direncanakan dalam waktu 6 bulan. Secara singkat gambaran tahapan pelaksanaan kegiatan adalah :

1) Identifikasi Permasalahan Mitra

- a) Survei dan observasi kelapangan sebagai bahan analisis permasalahan dan solusi pemecahannya.
- b) Pengajuan proposal dan pembuatan program pengabdian kepada masyarakat.

2) Solusi

- a. Pada tahap pelaksanaan, kegiatan yang dilakukan adalah melaksanakan kegiatan workshop bagi Koperasi Wanita Cumloude. Adapun materi yang di sampaikan pada kegiatan ini adalah:
  - Pengetahuan tentang pentingnya Pemasaran/Marketing dan Quality Control.
  - Pemahaman tentang teknik pemasaran era digitalisasi dengan pemanfaatan social media.
- b. Pada pelaksanaannya tim pengabdian menekankan pada pendekatan diskusi interaktif, sehingga penyampaian materi tepat sasaran namun dengan tetap mengikuti protokol kesehatan Covid-19.
- c. Melakukan sosialisasi dan memberikan solusi yang akan diberikan pada kelompok mitra sekaligus membuat kesepakatan bersama untuk merencanakan kegiatan.

3) Evaluasi dan Pendampingan

Pada terakhir ini, tim melakukan evaluasi tentang materi yang telah disampaikan, kemudian melakukan pendampingan secara langsung. pada setiap tahapan teknis pelaksanaan, selalu diiringi dengan proses pengendalian sebagai langkah untuk menjamin setiap proses terlaksana dengan baik dan tepat sasaran.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Adapun hasil kegiatan wokshop marketing *Quality Control Produk* bagi koperasi Wanita Cumlaude dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 3.1. Tempat dan Peserta

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Markas PKS di Jln. Antara Bengkalis. Pada Hari Minggu, 07 Agustus 2022 Pukul 08.30 s.d Selesai. Adapun peserta kegiatan berjumlah 50 orang yang terdiri dari Pembina Koperasi Wanita Cumlaude, Ketua beserta Anggota koperasi yang berasal dari Mutiara Sejati dari Dusun Seberang, Koperasi Tekad Anak Negeri dari Wonosari, Koperasi Wanita Baru dari Teluk Latak, Tim

### 3.2. Materi Pelatihan

Untuk mencapai tujuan kegiatan yang diinginkan maka materi yang disusun telah disesuaikan dengan kebutuhan yang diinginkan oleh mitra terkait tentang marketing dan layout produk serta *quality control* produk.

### 3.3. Pelaksanaan Kegiatan

Dalam proses pelaksanaan kegiatan pengabdian dibagi dalam beberapa tahap yang dijelaskan sebagai berikut:

#### a. Identifikasi Permasalahan Mitra

Pada tahap ini tim pengabdian bersama dengan Pembina dan ketua Koperasi Wanita Cumlaude melakukan diskusi untuk memetakan masalah yang dihadapi oleh Koperasi terkait dengan produk yang ada di koperasi, ternyata pihak koperasi terkendala dengan pemasaran produk, serta letak koperasi yang ada sekarang berada agar menjorok kedalam sehingga membuat customer kurang melirik ke koperasi itu sendiri sehingga diperlukan workshop terkait permasalahan *marketing, layout* dan *quality control* Produk.

#### b. Solusi

##### Tahap pelaksanaan

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan kegiatan dimana tim pengabdian melaksanakan kegiatan pengabdian sesuai dengan jadwal yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak, yakni Pada hari Minggu, 07 Agustus 2022 di Markas PKS Jln. Antara Bengkalis dengan tetap mematuhi Prokes Covid-19. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, tutorial, diskusi, pendampingan dan konsultasi. Adapun materi yang diberikan yaitu terkait dengan pengetahuan tentang pentingnya Pemasaran/Marketing dan *Quality Control* serta pemahaman tentang teknik pemasaran era digitalisasi dengan pemanfaatan sosial media.

Adapun sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

#### ▪ Metode Ceramah

Pada kegiatan ini narasumber memberikan motivasi terkait dengan strategi berbisnis yang baik. Selain itu menjelaskan juga materi tentang strategi marketing layout yang baik, serta *quality control* Produk dalam memasarkan produk. Terlihat antusias dari para ibu-ibu peserta koperasi dalam menyimak



- **Praktik Mempromosikan Produk**

Peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk melakukan praktek marketing yang berkaitan dengan pemasaran produk di masing-masing koperasi. Dalam praktik ini anggota koperasi antusias untuk menjelaskan serta mempromosikan produk mereka masing-masing.



- **Pendampingan ke Mitra koperasi Wanita Cumlaude**

Kegiatan ini dilaksanakan dalam rangka untuk monitoring dan evaluasi ke kelompok mitra yaitu koperasi Wanita Cumlaude, untuk melihat sejauh mana progres perkembangan yang sudah dilakukan oleh mitra setelah dilakukannya workshop dan pelatihan oleh tim pengabdian Politeknik Negeri Bengkalis.



### 3.4. Pertanggungjawaban

Adapun hasil dan luaran yang telah dicapai dalam kegiatan pengabdian kegiatan workshop marketing *Quality Control Produk* bagi koperasi Wanita Cumlaude adalah sebagai berikut:



Tabel 3. Rekapitulasi kegiatan Pengabdian Masyarakat

| No.       | Kegiatan                                   | Hasil  | Capaian |
|-----------|--|--|---------|
| <b>1.</b> | <b>Persiapan</b>                           |  |         |
|           | a. Survei lokasi                           | Survei lokasi terlaksana   | 100%    |
|           | b. Identifikasi permasalahan mitra         | Masalah teridentifikasi dan solusi permasalahan ditawarkan kepada mitra  | 100%    |
|           | c. Sosialisasi                             | Melakukan sosialisasi ke kelompok mitra tentang pelaksanaan kegiatan wokshop marketing <i>Quality Control Produk</i> bagi koperasi Wanita Cumlaude | 100%    |
|           | b. Menghubungi media masa publikasi online | Media masa telah dihubungi   | 100%    |
| <b>2.</b> | <b>Pelaksanaan</b>                         |  |         |
|           | a. Kegiatan wokshop                        | Telah dilaksanakan wokshop marketing <i>Quality Control Produk</i> bagi koperasi Wanita Cumlaude   | 100%    |
|           | b. Publikasi dimedia cetak                 | Publikasi dilakukan di media cetak Riau Pos  | 100%    |
| <b>3.</b> | <b>Pelaporan</b>                           |  |         |
|           | Penyusunan laporan Kegiatan PNB            | Laporan kegiatan PNB tersusun  | 100%    |

#### 4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian dengan judul “Workshop Marketing dan Quality Control Produk Pada Koperasi Wanita Cumlaude” Telah dilaksanakan yang meliputi tahap survei awal, persiapan, pelaksanaan dan pertanggungjawaban.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada tanggal 25 Juli Tahun 2022 bertempat di Koperasi Wanita Cumlaude dengan tetap mematuhi Prokes Covid-19. Adapun peserta kegiatan berjumlah 50 orang yang terdiri dari Ketua beserta anggota koperasi yang berasal dari Koperasi Mutiara Sejati dari dusun Seberang, Koperasi Tekad Anak Negeri dari Wonosari dan Koperasi Wanita Baru dari Teluk Latak, Tim Pengabdian, Narasumber dan Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis.

Secara umum Pembina Koperasi sangat mengapresiasi kegiatan ini, karena menjadi tambahan untuk meningkatkan pengetahuan mitra tentang teori marketing serta quality control sederhana namun efektif, memanfaatkan peluang untuk memperluas pasar, meningkatkan penjualan dan menambah penghasilan, serta membuka lapangan pekerjaan sehingga output dari kegiatan ini dapat tercapai.

#### Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Bengkalis yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik, Koperasi Wanita Cumloude sebagai mitra dan Narasumber yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan kepada peserta serta kepada semua pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan pengabdian ini.

#### **Daftar Pustaka**

- Buchari Alma, 2011, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12 penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2012), Brand Management & Strategy. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Undang-Undang nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian
- Undang Undang Republik Indonesia No 25 tahun 2009
- Undang Undang Republik indonesia No 6 Tahun 2014