

Pemahaman *Soft Skills* Untuk Anggota Koperasi BMT Bumi Melalui Manajemen Pemasaran Syariah

Lindiawatie¹ Anita Ria² Dhona Shahreza³

¹ Universitas Indraprasta PGRI Jakarta

² Universitas Indraprasta PGRI Jakarta

³ Universitas Indraprasta PGRI Jakarta

ARTICLE INFO

Article history:

Received: August 2019

Accepted: October 2019

Published: December 2019

Keywords:

Soft Skills, Cooperative BMT, Sharia Marketing Management

ABSTRACT

Public service aims to help the performance of the trade sector informal micro and small gathered in cooperative members Sharia BMT BUMI Cimanggis, Depok, through submission of an understanding of the importance of having a soft skills marketing management are realized in the form of a marketing strategy based on the Sharia. The method of implementation is done through a dialog approach to Islamic Cooperative Manager BMT BUMI intending to compile problem, in General, its profession as the perpetrator of the micro and small, then continued with the approach specifically through interactive dialogue direct settlement of related problems experienced by marketing management daily. A direct approach to finding a way out of the problem through interactive dialogue resulted in an understanding for partners about running a marketing strategy based on sharia and knowing firsthand how the resolution of problems that arise in a live effort.

How to cite:

-, lindiawatie-, Ria, A.-, & Shahreza, dhona-. (2019). SOFT SKILLS Pemahaman Keterampilan Halus untuk Anggota Koperasi BMT Bumi melalui Manajemen Pemasaran Syariah. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 3(2), 235 - 243. <https://doi.org/10.21009/JPMM.003.2.4>

* Corresponding Author.
Lindiawatie@unindra.ac.id (**Lindiawatie**)
Anitarianita@gmail.com (**Anita Ria**)

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Data Kementerian Koperasi dan UKM (2014) menyebutkan bahwa sebesar 98,77 % pangsa pasar disumbang oleh pelaku usaha mikro dan kecil (Kemenkop, 2014). Mereka menjalankan usahanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pengelolaan dan manajemennya jauh dari profesional. Minimnya pengetahuan dan modal menyebabkan usaha mikro dan kecil dijalankan dengan strategi usaha bertahan (defensif).

Menyadari bahwa kegiatan ekonomi masyarakat didominasi oleh kalangan menengah bawah, maka koperasi syariah hadir dengan membawa 3 tujuan, *Pertama*, tujuan ekonomi, mendorong anggota produktif sehingga mampu menambah penghasilan, *Kedua*, tujuan sosial, membantu anggota yang membutuhkan keuangan mendesak, menerima dan menyalurkan zakat, sedekah dan wakaf dari masyarakat untuk disalurkan kepada yang berhak, *Ketiga* tujuan agama, mengajak masyarakat menghindari riba/pinjaman berbunga.

Tujuan-tujuan itu melatarbelakangi pembentukan Koperasi Syariah BMT Bina Usaha Muhajirin (BUMi) tanggal 27 Januari 2010 oleh Dewan Kegiatan Masjid (DKM) Al Muhajirin Kelurahan Mekarsari, Cimanggis, Depok. Pesan yang ingin disampaikan bahwa Masjid merupakan jalan keluar atas persoalan ekonomi dan sosial masyarakat.

Kehadiran Koperasi Syariah direspon positif oleh warga yang pada awal berdiri hanya memiliki 172 anggota kemudian bertambah menjadi 455 pada tahun 2018 yang sebagian

besar ibu-ibu rumah tangga dengan jenis usaha warung sembako, warung herbal, nasi uduk, konveksi dan lain-lain.

Rumusan Permasalahan

Pada Tabel 1 diperlihatkan apa saja yang telah dan belum dilakukan oleh Koperasi Syariah BMT BUMi.

Berdasarkan Tabel 1 diketahui rumusan permasalahannya yaitu *apakah pelaku usaha mikro kecil anggota Koperasi Syariah BMT BUMi telah mengetahui dan memahami soft skills dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya?*

Tujuan

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat adalah memberi pemahaman *soft skills* kepada pelaku usaha mikro kecil dalam menjalankan usahanya supaya berkembang dan berkelanjutan.

Manfaat

Sedangkan manfaat pengabdian masyarakat adalah:

1. Membantu kinerja Koperasi syariah BMT BUMi dalam menjaga kualitas usaha mikro para anggotanya.
2. Menjadikan kegiatan usaha para pelaku usaha mikro berkelanjutan, berkinerja baik, amanah, akuntabel dan transparan.

KAJIAN TEORITIK

Soft Skills

Istilah *soft skills* digunakan untuk menandai ketrampilan yang tidak langsung

terkait dengan ketrampilan khusus, dimana *soft skills* tersebut mengacu kepada bagaimana menjalin hubungan baik (*relationship*) dengan orang lain dalam suatu organisasi. Lebih lanjut Cimatti menegaskan bahwa *soft skills* dalam suatu organisasi bisnis yang akan menghasilkan kemampuan memproduksi barang dan jasa yang berkualitas (Cimatti, 2016)

Soft skills yang dimaksud sangatlah banyak. Sebagaimana diuraikan antara lain; kemampuan mendengar dan berkomunikasi, kejujuran dan integritas, jiwa kepemimpinan, motivasi, dapat diandalkan, berkarakter sesuai moral dan agama, kemampuan menjalin relasi dengan orang lain, mampu menangani konflik/keluhan konsumen dengan baik dan lain-lain (Nitonde, 2014)

Soft skills sangatlah krusial untuk individu dan juga organisasi bisnis. Organisasi bisnis sulit bertahan tanpa *soft skills*. Di dalam menjalankan usaha, *soft skills* yang penting dimiliki antara lain jiwa kepemimpinan, manajemen waktu, ketrampilan komunikasi, presentasi, etika bisnis, dan lain-lain sebagainya (Bhanot, 2009)

Koperasi BMT

Koperasi dan BMT adalah dua istilah yang serupa. Koperasi merupakan bentuk payung hukum dari BMT atau lembaga jasa keuangan mikro syariah. BMT merupakan penjelmaan dari koperasi yang berlandaskan syariah. Koperasi syariah sebenarnya sebuah

No	Upaya-upaya Koperasi Syariah BMT BUMi	
	Telah dilakukan	Belum dilakukan
1.	Memasarkan barang anggota melalui pembentukan toko dengan sistem kemitraan	Membantu aspek legalitas usaha seperti sertifikat halal MUI, BPOM dan lain-lain
2.	Membangun <i>link</i> pemasaran dengan Muslimah <i>Center</i> sebagai bagian dari unit layanan	Memberikan pengetahuan menjaga kualitas bahan baku produk dan jaminan mutu produk
3.	Menyediakan barang-barang modal dengan akad murabahah	Memberikan <i>soft skill</i> pengetahuan menjaga kualitas pelayanan jasa
4.	Memberikan <i>hard skill</i> berupa pelatihan gratis membuat roti dan menjahit untuk anggotanya	Memberikan pemahaman etika bisnis syariah
5.	Memberikan motivasi peningkatan kinerja usaha anggotanya	Memberikan keahlian digital marketing
6.	Menekankan pentingnya pencatatan dan administrasi keuangan sederhana	Memberikan pengetahuan pemahaman perilaku konsumen dalam berbelanja

Sumber: Data diolah (2018)

Tabel 1
Upaya-upaya Koperasi Syariah BMT Bumi dalam Rangka Meningkatkan Kesejahteraan Anggotanya

konversi dari koperasi konvensional melalui pendekatan yang sesuai syariat Islam dan teladan ekonomi Rasulullah Saw dan para sahabatnya (Buchori, 2012).

Manajemen Pemasaran Syariah

Manajemen pemasaran dalam perspektif Islam adalah semua kegiatan yang dilakukan dalam bisnis berupa kegiatan penciptaan nilai yang memungkinkan siapa pun yang melakukannya dapat tumbuh dan mampu mendayagunakan kemanafaatannya berlandaskan pada kejujuran, keadilan, keterbukaan dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah Islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam (Rivai Zainal, 2017)

Keberhasilan bisnis Muhammad Saw sangat terkait dengan 2 kunci sukses (Antonio, 2011):

1. Berhasil membangun kepercayaan, dengan modal kepercayaan konsumen senang bertransaksi dan pemodal tidak se-

gan menginvestasikan modalnya.

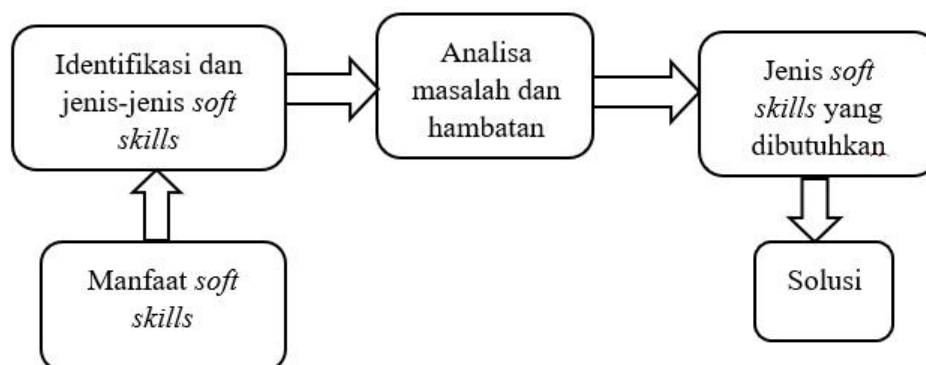
2. Memiliki kompetensi dan kemampuan teknis. Beliau mengenal betul cara berinteraksi dengan calon pembeli dan mengenal pasar-pasar dan tempat perdagangan.

MATERI DAN METODE

Kerangka Pemecahan Masalah

Pemecahan masalah atas minimnya pengetahuan dan pemahaman *soft skills* pelaku usaha mikro kecil diatasi melalui langkah-langkah berikut (Gambar 1):

1. Pemahaman manfaat *soft skills* dalam dunia usaha
2. Identifikasi dan jenis-jenis *soft skills* yang dibutuhkan
3. Analisa masalah dan hambatan yang terjadi saat menjalankan usaha.
4. Identifikasi *soft skills* berdasarkan masalah dan hambatan yang terjadi.
5. Pelaku usaha mendapatkan solusi atas masalah dan hambatan yang terjadi.



Gambar 1

Kerangka Pemecahan Masalah

Realisasi Pemecahan Masalah

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berlangsung di Koperasi Syariah BMT BUMi Jalan Pelangi II Blok 53 Perumahan Pondok Mekarsari Permai, Mekarsari, Cimanggis, Depok, Jawa Barat dihadiri 20 pelaku usaha warung kelontong, makanan dan konveksi.

Khalayak Sasaran

Target sasaran adalah pelaku usaha mikro kecil pedagang sembako, penjual nasi uduk, distributor produk herbal dan pengusaha konveksi. Materi yang disampaikan :

1. *Soft skills* manajemen pemasaran barang/jasa 8P (*price, product, place, promotion, people, process, productivity and quality, physical identity*)
2. *Soft skills* implementasi strategi marketing Syariah.

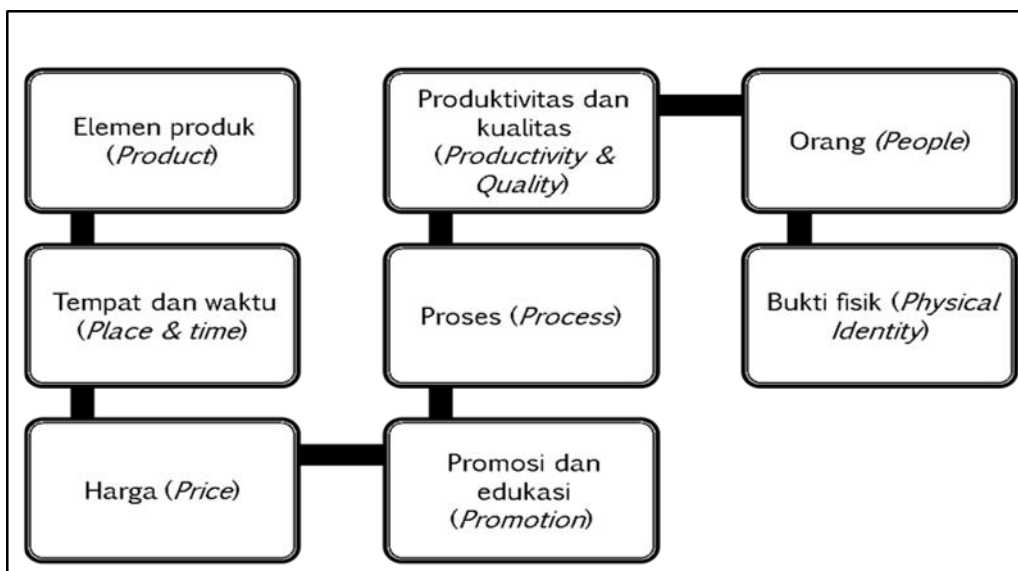
Metode

Metode pelaksanaan melalui 3 pendekatan :

1. Pendekatan survei pendahuluan menggali informasi awal persoalan-persoalan anggota koperasi syariah yang menjalankan usaha mikro dan kecil.
2. Pendekatan penyuluhan melalui bentuk ceramah
3. Pendekatan dialog interaktif yang bermaksud mencari jalan keluar atas permasalahan dan hambatan yang terjadi sehingga mereka sehingga mereka memiliki *soft skills* dalam menyelesaikan yang dialami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Abdimas diawali dengan penjelasan manfaat *soft skills* manajemen pemasaran barang dan jasa terpadu 8P dan implementasi strategi marketing syariah supaya terwujud



Gambar 2

Garis Besar Materi *Soft Skills* Manajemen Pemasaran Barang/Jasa 8P

link bisnis dengan jaringan pasar dan peluang untuk meningkatkan skala usaha mikro dan kecil.

Selanjutnya dipaparkan garis besar manajemen pemasaran barang dan jasa 8P pada Gambar 1, Gambar 2, Gambar 3, Gambar 4, dan Gambar 5.

Identifikasi permasalahan yang dialami sebagai berikut:

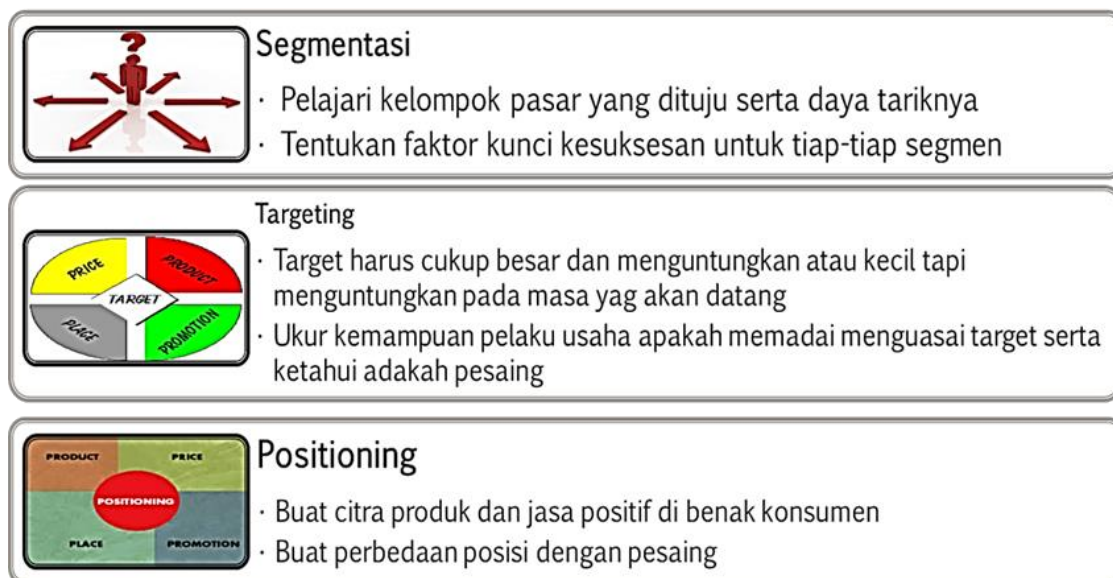
1. Bagaimana menyikapi lesunya daya beli masyarakat dan permintaan konsumen yang berefek pada turunnya penjualan,
2. Menyikapi dan menghadapi pesaing yang menyebabkan produk kurang kompetitif
3. Inflasi yang menyebabkan harga bahan baku yang mahal, Kekhawatiran digital marketing yang mengalihkan pasar kon-

sumen.

Dari hasil identifikasi masalah diketahui terdapat 1 anggota yang digolongkan usaha kecil dinamis yaitu pelaku usaha konveksi yang telah mampu mengirim produk pakaian ke negara tetangga Malaysia. Usaha Kecil Dinamis adalah UMKM yang memiliki jiwa kewirausahaan, mampu menjalin kerjasama (sub kontrak) dan melakukan ekspor (Bank Indonesia, 2015). Sebagian besar pelaku usaha mikro informal di Koperasi Syariah BMT BUMi tergolong tidak dinamis.

Solusi *soft skills* berdasarkan permasalahan-permasalahan yang terjadi menurut strategi maketing syariah terdapat pada tabel 2.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini



Gambar 3

Soft Skills Strategi Marketing Syariah Meraih *Mind Share*

diharapkan menjadi modal pengetahuan yang akan mengubah cara berpikir pelaku usaha mikro kecil yang selanjutnya mengimplementasikan *soft skills* manajemen pemasaran barang jasa 8P dan strategi marketing syariah.

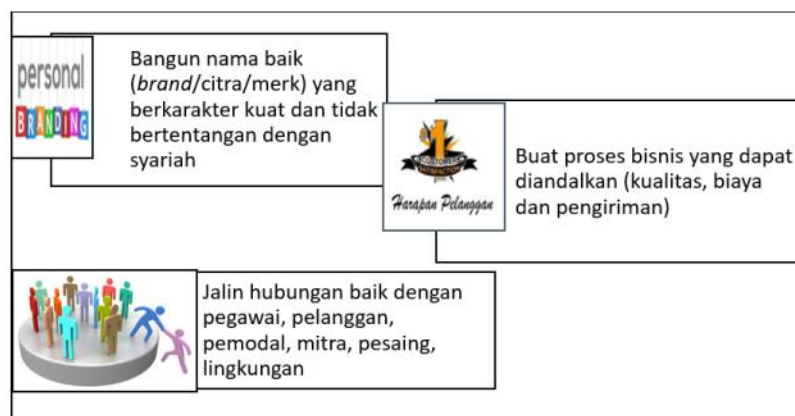
KESIMPULAN DAN SARAN

Pemahaman *soft skills* manajemen pemasaran barang dan jasa 8P dan strategi pemasaran syariah akan membentuk pola pikir pelaku usaha mikro selalu tangguh dan optimis dalam menghadapi berbagai masalah dan hambatan. Perlu ditindaklanjuti dengan mengadakan *workshop* memperdalam *soft skills* mereka supaya mampu mengembangkan usaha dan kompetitif menghadapi persaingan.

Diferensiasi	Jujur dalam 8P	Bangun hubungan berdasarkan penjualan
<ul style="list-style-type: none"> Berbeda terhadap apa yang ditawarkan Berbeda terhadap cara menawarkan 	<ul style="list-style-type: none"> Bangun kejujuran terhadap produk, harga, proses dll Bangun pelayanan yang berkualitas ke konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> Jalin hubungan baik supaya konsumen loyal Mampu memberikan solusi dan manfaat untuk konsumen

Gambar 4

Soft Skills Strategi Marketing Syariah Meraih *Market Share*



Gambar 5

Soft Skills Strategi Marketing Syariah Meraih *Heart Share*

No	Permasalahan	Strategi Marketing Syariah
1.	Barang kurang laku dijual, sehingga penjualan menurun	<p>Meraih Pikiran Konsumen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pelajari daya tarik konsumen dan aspek kunci setiap segmen • Buat produk bercitra positif <p>Meraih Pasar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jujur dalam SP • Jalin hubungan baik dan mampu memberikan solusi untuk konsumen <p>Meraih Hati Konsumen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buat karakter kuat produk dan jasa • Buat proses bisnis yang dapat diandalkan dengan inovasi varian produk, promosi dan diskon serta penawaran penjualan produk melalui saluran komunikasi berbeda.
2.	Kehadiran pesaing	<ul style="list-style-type: none"> • Buat perbedaan posisi produk dan jasa dengan pesaing • Jalin hubungan baik dengan pesaing, pemodal, mitra dan lingkungan
3	Digital marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Buat proses bisnis yang dapat diandalkan dengan memanfaatkan saluran melalui internet marketing dan <i>smartphone</i>
4	Masalah harga bahan baku mahal	<ul style="list-style-type: none"> • Mengukur kemampuan diri sendiri disesuaikan dengan target dan segmen • Buat proses bisnis yang dapat diandalkan dengan tetap menjaga kontinuitas produksi barang dan jasa namun tetap berkualitas disesuaikan dengan kemampuan volume produksi berdasarkan harga bahan baku • Menjalin hubungan baik dengan pemodal, mitra dan konsumen

Sumber : Kegiatan pengabdian masyarakat (2018)

Tabel 2
Permasalahan dan Solusi *Soft Skills* Berdasarkan Strategi Marketing Syariah

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. S. (2011). *Bisnis dan Kewirausahaan, Ensiklopedia Leadership dan Manajemen Muhammad SAW, The Super Leader Super Manager*. Jakarta: Tazkia Publishing.
- Bank Indonesia. (2015). *Profil Bisnis UMKM*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI).
- Bhanot, S. (2009). Importance of Soft Skills for an Employee and for The Organization. *Journal of Management Mumbai India*, Volume 6 (1), 18-22.
- Buchori, N. S. (2012). *Koperasi Syariah Teori dan Praktek*. Tangerang, Banten: Pustaka Aufa Media Press (PAM Press).
- Cimatti, B. (2016). Definition, Development, Assesment of Soft Skills and They Role for he Quality of The Organization and Enterprise. *International Journal for Quality Research Italy*, 97-130.
- Kemenkop dan UKM. (2014). *Statistik UMKM 2012-2013*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Nitonde, R. (2014). *Soft Skills and Personality Development*. Retrieved from Reseach Gate.net: www.reseachgate.net, diakses pada 27 November 2018.
- Rivai Zainal, Veithzal. *et al* (2017). *Islamic Marketing Management*. Jakarta: Bumi Aksara.