



JURNAL SEMARAK MENGABDI

PENDAMPINGAN PENGURUS KOPERASI KELURAHAN MERAH PUTIH UNTUK MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK MELALUI PENGEMBANGAN KAPASITAS SDM, PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL, DAN KEMITRAAN STRATEGIS

Azuwandri¹, Mulyadi², Erlian Dwisnu³, Rijalul Fhikri⁴, Mohammad Solihin⁵
^{1,2,3,4,5}Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bengkulu

Email: *dwisnuerlian@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [06 Desember 2025]

Revised [15 Desember 2025]

Accepted [29 Januari 2026]

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license



ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan nilai jual produk anggota Koperasi Merah Putih melalui pendampingan yang terintegrasi antara pengembangan kapasitas sumber daya manusia (SDM), pemanfaatan teknologi digital, serta penguatan kemitraan strategis. Permasalahan utama yang dihadapi koperasi meliputi keterbatasan pemahaman anggota terhadap sistem pembayaran digital, rendahnya kemampuan pemasaran berbasis platform digital, serta belum optimalnya jejaring kemitraan dengan lembaga pendukung. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan langsung yang melibatkan Bank Indonesia dalam penyampaian materi pemanfaatan QRIS serta praktisi pemasaran digital. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 25 Desember 2025 di Ruang Aula STIA Bengkulu dengan melibatkan pengurus dan anggota Koperasi Merah Putih. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap penggunaan QRIS sebagai alat transaksi non-tunai, peningkatan keterampilan dasar pemasaran digital, serta terbentuknya komitmen kemitraan strategis yang mendukung keberlanjutan usaha koperasi. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi nyata dalam mendorong transformasi digital dan peningkatan daya saing produk koperasi.

ABSTRACT

This community service program aims to increase the product value of members of the Merah Putih Cooperative through integrated assistance covering human resource capacity building, utilization of digital technology, and strengthening strategic partnerships. The main problems faced by the cooperative include limited understanding of digital payment systems, low digital marketing skills, and weak strategic networking. The program was implemented through socialization, training, and direct mentoring involving Bank Indonesia in delivering QRIS utilization materials and digital marketing practitioners. The activity was conducted on December 25, 2025, at the STIA Bengkulu Hall, involving cooperative administrators and members. The results indicate an improvement in participants' understanding of QRIS usage, enhancement of basic digital marketing skills, and the establishment of strategic partnership commitments. This program significantly contributes to digital transformation and the competitiveness of cooperative products.

Keywords: cooperative, QRIS, digital marketing, human resource development, community service

I. PENDAHULUAN

Koperasi merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi nasional yang berorientasi pada peningkatan kesejahteraan anggota dan masyarakat. Berdasarkan prinsip ekonomi kerakyatan, koperasi berfungsi sebagai sarana pemberdayaan usaha mikro dan kecil, penguatan potensi lokal, serta pemerataan hasil pembangunan. Keberadaan koperasi menjadi semakin strategis dalam menghadapi tantangan ekonomi modern yang menuntut daya saing, efisiensi, dan inovasi berkelanjutan. Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara signifikan pola konsumsi, sistem pembayaran,



JURNAL SEMARAK MENGABDI

dan strategi pemasaran produk. Menurut teori Digital Transformation (Vial, 2019), transformasi digital merupakan proses integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aspek organisasi yang berdampak pada perubahan fundamental cara organisasi beroperasi dan menciptakan nilai. Dalam konteks koperasi, transformasi digital menjadi kebutuhan mendesak agar koperasi mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa banyak koperasi masih menghadapi kendala berupa keterbatasan kapasitas sumber daya manusia (SDM), rendahnya literasi digital, serta minimnya pemanfaatan teknologi informasi dalam aktivitas usaha.

Koperasi Merah Putih merupakan salah satu koperasi yang memiliki potensi produk lokal berbasis kearifan masyarakat setempat. Produk yang dihasilkan memiliki nilai ekonomi dan sosial yang cukup tinggi, namun belum sepenuhnya mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Hal ini disebabkan oleh belum optimalnya strategi pemasaran digital, keterbatasan penggunaan sistem pembayaran non-tunai, serta lemahnya jejaring kemitraan strategis. Menurut teori Value Added (Porter, 1985), nilai jual suatu produk dapat ditingkatkan melalui pengelolaan rantai nilai yang efektif, termasuk inovasi pemasaran, distribusi, dan pelayanan kepada konsumen.

Pemanfaatan sistem pembayaran non-tunai seperti Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) yang dikembangkan oleh Bank Indonesia menjadi salah satu solusi strategis dalam meningkatkan efisiensi dan transparansi transaksi koperasi. Berdasarkan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan. Oleh karena itu, peningkatan pemahaman dan keterampilan anggota koperasi dalam menggunakan teknologi digital menjadi faktor kunci keberhasilan transformasi digital koperasi.

Keterlibatan perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik di masyarakat. Kampus STIA Bengkulu sebagai institusi pendidikan tinggi yang berfokus pada pengembangan ilmu administrasi dan tata kelola publik memiliki tanggung jawab moral dan akademik dalam melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pengabdian kepada masyarakat. Melalui kegiatan pendampingan ini, STIA Bengkulu berperan aktif dalam mentransfer pengetahuan, meningkatkan kapasitas SDM koperasi, serta mendorong penerapan praktik manajemen dan pemasaran yang adaptif terhadap perkembangan digital.

Sinergi antara Kampus STIA Bengkulu, Bank Indonesia, dan Koperasi Merah Putih merupakan bentuk implementasi teori Triple Helix (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000) yang menekankan kolaborasi antara akademisi, pemerintah/lembaga, dan pelaku usaha dalam mendorong inovasi dan pembangunan ekonomi. Pendampingan difokuskan pada pengembangan kapasitas SDM, pemanfaatan teknologi digital seperti QRIS dan platform pemasaran digital, serta penguatan kemitraan strategis guna meningkatkan nilai jual produk koperasi.

Dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan Koperasi Merah Putih mampu meningkatkan daya saing produk, memperluas akses pasar, serta memperkuat kemandirian ekonomi koperasi. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan menjadi wujud kontribusi nyata Kampus STIA Bengkulu dalam mendukung pembangunan ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

II. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif. Kegiatan dilaksanakan dalam beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan meliputi koordinasi dengan pengurus Koperasi Merah Putih, pihak STIA Bengkulu, serta Bank Indonesia. Selain itu, dilakukan identifikasi kebutuhan anggota koperasi terkait pemanfaatan pembayaran digital dan pemasaran produk.

2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada tanggal 25 Desember 2025 bertempat di Ruang Aula STIA Bengkulu. Adapun bentuk kegiatan meliputi: 1. Sosialisasi pemanfaatan QRIS oleh Bank Indonesia. 2. Pelatihan strategi pemasaran produk melalui platform digital. 3. Diskusi dan tanya jawab interaktif dengan peserta.

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui observasi partisipasi peserta, diskusi reflektif, serta umpan balik



JURNAL SEMARAK MENGABDI

langsung dari anggota koperasi terkait pemahaman dan manfaat kegiatan.

Waktu dan Tempat

Waktu	Kegiatan
08.00 – 08.30	Registrasi peserta
08.30 – 09.00	Pembukaan dan sambutan
09.00 – 10.30	Materi pemanfaatan QRIS oleh Bank Indonesia
10.30 – 12.00	Materi strategi pemasaran melalui platform digital
12.00 – 13.00	Ishoma
13.00 – 14.00	Diskusi dan tanya jawab
14.00 – 14.30	Penutup dan dokumentasi

Peserta

Adapun peserta dalam kegiatan ini adalah Pengurus Koperasi merah putih di Kelurahan Kota Bengkulu.

Nara Sumber

Nara sumber dalam kegiatan ini berasal dari Dosen STIA Bengkulu dan Perwakilan dari Bank Indonesia Provinsi Bengkulu.

Materi

Dalam pelatihan yang dilaksanakan, beberapa topik utama yang dibahas meliputi:

1. Penggunaan QRIS
2. Penyusunan Proposal Bisnis
3. Pemasaran Digitak

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta sebelumnya belum memahami secara optimal penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Melalui pemaparan materi oleh Bank Indonesia, peserta memperoleh pemahaman mengenai prosedur pendaftaran, penggunaan, serta manfaat QRIS dalam meningkatkan efisiensi transaksi dan kepercayaan konsumen.

Selain itu, pelatihan pemasaran digital memberikan wawasan baru bagi anggota koperasi mengenai pentingnya branding, pemanfaatan media sosial, dan dokumentasi produk yang menarik. Peserta juga didorong untuk memanfaatkan platform digital sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan konsumen.

Kegiatan ini juga memperkuat kemitraan strategis antara koperasi, perguruan tinggi, dan lembaga keuangan. Sinergi tersebut diharapkan dapat berkelanjutan dalam bentuk pendampingan lanjutan dan akses terhadap program pengembangan usaha.

DOKUMENTASI KEGIATAN



JURNAL SEMARAK MENGABDI



Gambr 1. Dokumentasi Pelatihan



Gambar 2. Penyampaian materi dan tanya jawab peserta



JURNAL SEMARAK MENGABDI



Gambar 3. peserta kegiatan



Gambar 4. Penutup foto bersama



JURNAL SEMARAK MENGABDI

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pendampingan anggota Koperasi Merah Putih yang dilaksanakan di STIA Bengkulu berhasil meningkatkan pemahaman dan kapasitas anggota dalam pemanfaatan teknologi digital, khususnya penggunaan QRIS dan pemasaran melalui platform digital. Selain itu, kegiatan ini memperkuat kemitraan strategis yang mendukung peningkatan nilai jual produk koperasi. Ke depan, diperlukan pendampingan berkelanjutan agar transformasi digital koperasi dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan.

Saran

1. Pengurus dan anggota Koperasi Merah Putih diharapkan dapat terus mengimplementasikan penggunaan QRIS dan pemasaran digital secara konsisten dalam kegiatan usaha koperasi.
2. Diperlukan pendampingan lanjutan dari STIA Bengkulu dan mitra terkait guna memastikan keberlanjutan transformasi digital koperasi.
3. Lembaga terkait, termasuk pemerintah daerah dan lembaga keuangan, diharapkan dapat memberikan dukungan berupa fasilitas, pelatihan lanjutan, dan akses permodalan untuk memperkuat pengembangan usaha koperasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pendampingan Pengurus Koperasi Kelurahan Merah Putih untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk melalui Pengembangan Kapasitas SDM, Pemanfaatan Teknologi Digital, dan Kemitraan Strategis” dapat terlaksana dengan baik.

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Bengkulu atas dukungan fasilitas dan peran aktif dosen dalam pelaksanaan kegiatan ini. Terima kasih juga disampaikan kepada Bank Indonesia Provinsi Bengkulu atas kontribusi sebagai narasumber dalam sosialisasi pemanfaatan QRIS. Selain itu, apresiasi setinggi-tingginya diberikan kepada pengurus dan anggota Koperasi Merah Putih yang telah berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat nyata dan berkelanjutan bagi pengembangan koperasi dan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2023). QRIS sebagai Instrumen Pembayaran Digital. Jakarta: Bank Indonesia.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university–industry–government relations. *Research Policy*, 29(2), 109–123.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). Pengembangan Koperasi di Era Digital. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
- Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: Free Press.
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144.