

**Pelatihan Pengembangan Usaha Koperasi Rumah Sakit Citra Mandiri
Dr. Cipto di Jakarta**

Sugiyanto Ikhsan¹, Udin Hidayat², Mohammad Fahreza³

^{1,2,3} Universitas Koperasi Indonesia

Sugiyantoikhsan72@gmail.com¹, udin_62@ikopin.ac.id², mfahreza@ikopin.ac.id³

ABSTRAK

Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, perusahaan-perusahaan badan usaha di berbagai sektor harus terus beradaptasi dalam mengembangkan usahanya. Artinya, penting bagi suatu koperasi melakukan pengembangan usaha, dimana hal ini dilakukan untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan koperasi. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, koperasi perlu terus mengembangkan usaha mereka agar tetap relevan dan dapat bersaing. Maka perlu adanya pelatihan agar lebih memperkuat kinerja usaha dalam melakukan pengembangan usaha pada Koperasi. Untuk metode pelatihan pengembangan usaha pada Koperasi RSCM Dr. Cipto Jakarta menggunakan pendekatan yang interaktif dan praktis, dimana peserta terlibat dalam diskusi kelompok, studi kasus, simulasi, dan latihan praktis. Dengan adanya pelatihan ini peserta dapat memahami perihal pelaksanaan pengembangan usaha melalui penetrasi pasar, pengembangan produk, pengembangan pasar, dan diversifikasi produk selain itu dampak positif dan alternatif usaha yang bisa dilakukan. Selain itu peserta terdorong untuk berupaya mengimplementasikan hal-hal yang perlu diperhatikan pada saat melakukan pengembangan usaha.

Kata kunci: Pelatihan, Pengembangan, Usaha

ABSTRACT

In the era of globalization and increasingly fierce competition, business entity companies in various sectors must continue to adapt in developing their business. That is, it is important for a cooperative to carry out business development, which is done to ensure the sustainability and success of the cooperative. In a competitive business world, cooperatives need to continue to develop their businesses in order to remain relevant and competitive. So there is a need for training to further strengthen business performance in conducting business development in cooperatives. For the business development training method at the RSCM Cooperative, Dr. Cipto Jakarta uses an interactive and practical approach, where participants are involved in group discussions, case studies, simulations, and practical exercises. With this training, participants can understand the implementation of business development through market penetration, product development, market development, and product diversification in addition to positive impacts and business alternatives that can be done. In addition, participants are encouraged to try to implement things that need to be considered when conducting business development.

Keywords: Training, Business, Development

I. PENDAHULUAN

Secara umum pengembangan usaha merupakan aspek kritis dalam dunia bisnis yang mengacu pada serangkaian tindakan strategis yang diambil untuk meningkatkan

daya saing, efisiensi operasional dan pertumbuhan perusahaan.

Dengan kata lain pengembangan usaha merupakan aktivitas usaha yang terencana untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pelaku usaha

melalui pemberian bimbingan dan bantuan dalam perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, perusahaan-perusahaan badan usaha di berbagai sektor harus terus beradaptasi dalam mengembangkan usahanya. Artinya, penting bagi suatu koperasi melakukan pengembangan usaha, dimana hal ini dilakukan untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan koperasi. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, koperasi perlu terus mengembangkan usaha mereka agar tetap relevan dan dapat bersaing.

Salah satu contoh komponen dari pengembangan usaha adalah strategi bisnis dari sebuah usaha. Selain itu inovasi produk dan layanan serta pemasaran dan pengembangan pasar yang perlu diperhatikan demi keberlangsungan usaha dan lain sebagainya.

Dilakukannya pengembangan usaha diharapkan kegiatan usaha seperti koperasi dapat lebih mudah memperhatikan keberlangsungan usahanya, dimana dengan dilakukannya pengembangan usaha diharapkan mampu untuk mencapai tujuan seperti (1) meningkatkan daya saing, (2) memperluas pangsa pasar, (3) meningkatkan efisiensi operasional, (4) meningkatkan keuntungan dan pertumbuhan keuangan dan (5) meningkatkan kepuasan pelanggan.

Keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari pengembangan usahanya dimana berhasil tidaknya suatu usaha dapat dinilai dari beberapa indikator atau faktor yang mencerminkan pencapaian tujuan dan dampak positif yang diharapkan.

Adapun tujuan umum pengembangan usaha pada koperasi yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dimana dengan melakukan pengembangan usaha koperasi dapat meningkatkan kesejahteraan anggotanya baik dalam segi penyediaan barang, pelayanan ataupun sebagainya.

Terdapat beberapa manfaat pengembangan usaha diantaranya (1) memenuhi permintaan (*demand-driven*) pelanggan, (2) untuk menjangkau lebih banyak layanan kepada pelanggan dan calon pelanggan, (3) untuk

meningkatkan pangsa pasar, (4) untuk mengurangi risiko kelembagaan, (5) untuk meningkatkan laba perusahaan dan biaya yang lebih rendah, (6) beradaptasi dengan perubahan kebutuhan konsumen, (7) mendiversifikasi sumber pendapatan perusahaan.

Dengan melakukan pengembangan usaha, diharapkan menjadi suatu saran untuk mencapai keberhasilan dan keberlangsungan usaha. Untuk mencapai hal tersebut diperlukan metode yang paling baik, salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan memahami apa saja yang perlu diperhatikan dalam pengembangan usaha.

Dimana hal-hal yang perlu diperhatikan atau perlu diketahui dalam melakukan pengembangan usaha meliputi

1. Aspek penting dalam aktivitas usaha bagi UMKM.
2. Identifikasi usaha melalui matriks ansoff.
3. Strategi pengembangan usaha.
4. Dampak positif pengembangan usaha.
5. Alternatif dan antisipasi menurunnya pengembangan usaha.

Untuk lebih memperkuat kinerja usaha dalam melakukan pengembangan usaha pada Koperasi, maka pemberian materi penting untuk disampaikan untuk membantu koperasi dalam melakukan pengembangan usaha yang baik dan benar.

II. METODE

Metode dan waktu pelaksanaan

Metode pelatihan pengembangan usaha pada Koperasi RSCM Dr. Cipto Jakarta menggunakan pendekatan yang interaktif dan praktis, Drs Udin Hidayat, M.Ti sebagai pemateri Organisasi, Dr. Sugiyanto Ikhsan, MM sebagai pemateri pengembangan usaha dan Moh. Fahreza, SE., M.A.B sebagai pemateri tentang Rapat Anggota, dimana peserta terlibat dalam diskusi kelompok, studi kasus, simulasi, dan latihan praktis.

Waktu pelatihan ini dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 29 Oktober 2022

Peserta Pelatihan

Jumlah peserta yang mengikuti pelatihan ini adalah sebanyak 40 orang, terdiri dari perawat, dokter dan anggota lainnya.

Evaluasi Pelatihan

Evaluasi pelatihan dapat dilihat dari tabel dan grafik sebagai berikut:

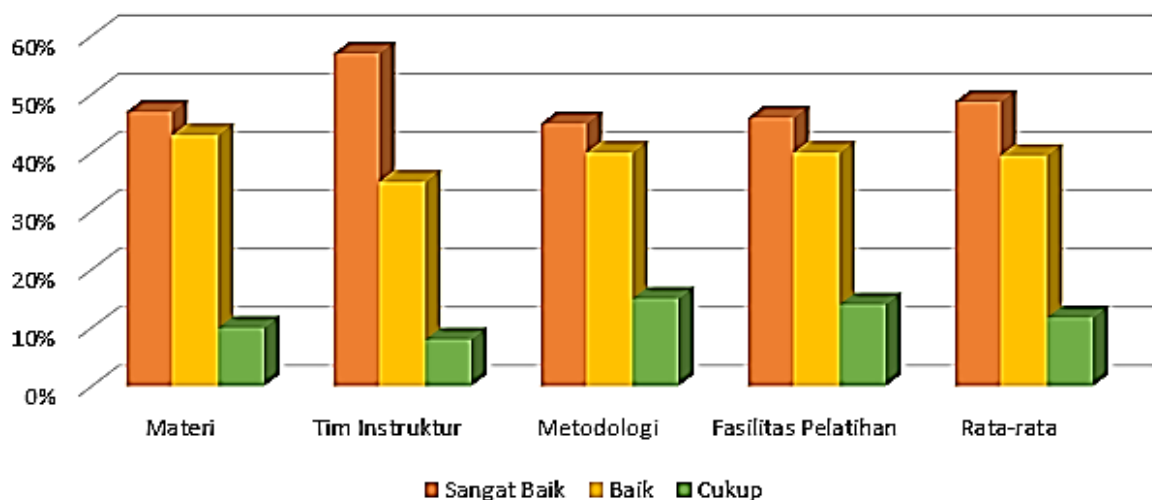
Evaluasi Pelatihan

Evaluasi pelatihan dapat dilihat dari tabel dan grafik sebagai berikut:

Tabel 1
Rekapitulasi Evaluasi Pelatihan

Item	Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang	Kurang Sekali	Total
Materi	47%	43%	10%	0%	0%	100%
Tim Instruktur	57%	35%	8%	0%	0%	100%
Metodologi	45%	40%	15%	0%	0%	100%
Fasilitas Pelatihan	46%	40%	14%	0%	0%	100%
Rata-rata	49%	40%	12%	0%	0%	100%

Adapun gambaran dalam bentuk grafik ialah sebagai berikut:



Gambar 1
Grafik Penilaian Evaluasi Pelatihan

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melakukan pengembangan usaha, suatu organisasi atau usaha perlu mengetahui hal yang apa saja yang mereka perlu mereka ketahui dan siapkan.

Seperti yang sudah dijelaskan bahwa pengembangan usaha merupakan aspek yang penting dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan.

Pengembangan usaha melibatkan dua aspek penting yang saling terkait yang terdiri dari:

Dalam melakukan pengembangan usaha perlu diperhatikan aspek-aspek penting dalam aktivitas usaha, termasuk bagi suatu organisasi seperti koperasi ataupun UMKM

Aspek Penting dalam Aktivitas Usaha Bagi UMKM

1. Pelaku usaha UMKM harus memiliki kompeten dalam menjalankan usaha.
2. Usaha yang akan dilaksanakan harus layak secara ekonomi dan adanya sasaran pasar yang jelas

3. Modal sendiri harus cukup tersedia untuk mendukung kegiatan usaha
4. Pengelolaan usaha dengan kegiatan usaha yang akan dilaksanakan agar tercapai efektivitas dan efisiensi.

Selain mengetahui aspek penting dalam aktivitas usaha baik bagi UMKM, koperasi dan lain sebagainya. Maka perlu dilakukan identifikasi usaha.

Adapun salah satu alat yang dapat membantu dalam memahami serta menyusun strategi dalam pengembangan usaha adalah melalui Ansoff Matriks

Identifikasi Usaha Melalui Matriks Ansoff

	PRODUK SEKARANG	PRODUK BARU
PASAR SEKARANG	<i>PENETRASI PASAR</i>	<i>PENGEMBANGAN PRODUK</i>
PASAR YANG BARU	<i>PRODUK SEKARANG</i>	<i>PRODUK BARU</i>

Gambar 2
Matriks Ansoff

Matriks ansoff dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Penetrasi pasar merupakan kuadran pertama dari matriks ansoff dan memberikan risiko paling kecil dari empat opsi pertumbuhan. Hal ini terjadi ketika sebuah organisasi mencoba untuk tumbuh di pasar yang sudah ada dengan produk, layanan, atau penawaran lain yang sudah dimilikinya.

Tujuan penetrasi pasar adalah agar organisasi meningkatkan pangsa pasarnya dengan mencari pelanggan baru di pasar yang sama atau menjual lebih banyak penawarannya ke basis pelanggan yang sudah ada.

2. Pengembangan pasar adalah kuadran kedua, dimana pada kuadran kedua ini setiap usaha ataupun sebuah organisasi berkembang dari pasar mereka saat ini ke pasar lain di mana mereka belum ada, apapun pasar baru itu, itu adalah strategi pertumbuhan pengembangan pasar.

Ansoff matrik atau matriks ansoff adalah alat yang dapat membantu eksekutif dan pemasar dalam suatu organisasi memahami bagaimana mereka dapat tumbuh dan menyusun strategi untuk mewujudkan lebih banyak pertumbuhan.

Matriks ini menggabungkan penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, dan diversifikasi yang semuanya merupakan alternatif pertumbuhan yang dapat digunakan organisasi untuk secara efektif mengembangkan jangkauannya ke pasar lain atau mengembangkan penawaran produknya. Adapun matriks ansoff dapat dilihat dari gambar di bawah ini:

Dengan kata lain pada kuadran dua sebuah organisasi menggunakan penawarannya saat ini dan mencoba untuk tumbuh ke pasar lain. Melalui pengembangan pasar, kegiatan usaha dapat:

- a. Membangun segmen yang berbeda dari basis pelanggannya.
- b. Daya tarik pasar luar negeri
3. Pengembangan produk merupakan segmen ketiga dari matriks Ansoff, pengembangan produk sendiri adalah ketika sebuah organisasi menciptakan penawaran baru untuk pasar yang ada.
4. Diversifikasi merupakan segmen keempat dan terakhir dalam Matriks Ansoff adalah diversifikasi dan ini menimbulkan risiko paling besar bagi bisnis. Strategi pertumbuhan ini melibatkan organisasi yang ingin memasuki pasar baru dengan produk, layanan, atau penawaran baru lainnya. Dengan kata lain kuadran ini merupakan kuadran yang paling berisiko

karena melibatkan produk yang belum teruji di pasar.

Dalam praktiknya, selain identifikasi usaha perlu diperhatikan pula operasionalisasi pengembangan usaha yang meliputi:

1. Menambah kapasitas mesin, tenaga kerja dan modal untuk memperluas produk dan pasar
2. Melakukan penghematan biaya dengan cara meninjau ulang aktivitas secara keseluruhan
3. Menambah jenis produk
4. Optimalkan asset dengan penciptaan nilai tambah atas aset yang belum termanfaatkan seperti (a) pemanfaatan area lahan, (b) pemanfaatan *scrap* produk, (c) pemanfaatan *idle capacity* mesin produksi.

Strategi pengembangan usaha

Strategi pengembangan usaha adalah suatu penentuan arah perusahaan yang membutuhkan keputusan serta dorongan dari setiap lini usaha untuk menghasilkan produk atau jasa yang dibutuhkan konsumen, yang memiliki pandangan kedepan supaya perusahaan dapat berkembang semakin besar baik dari segi produksi, brand, konsumen dan pendapatan perusahaan.

Dalam strategi pengembangan usaha terdapat tiga tahapan yaitu:

Tahap satu meliputi:

1. Usaha masih berdasarkan aktivitas tradisional
2. Tenaga kerja yang tidak terdidik.
3. Rendahnya peningkatan nilai produksi.
4. Modal terbatas
5. Tidak ada pencatatan

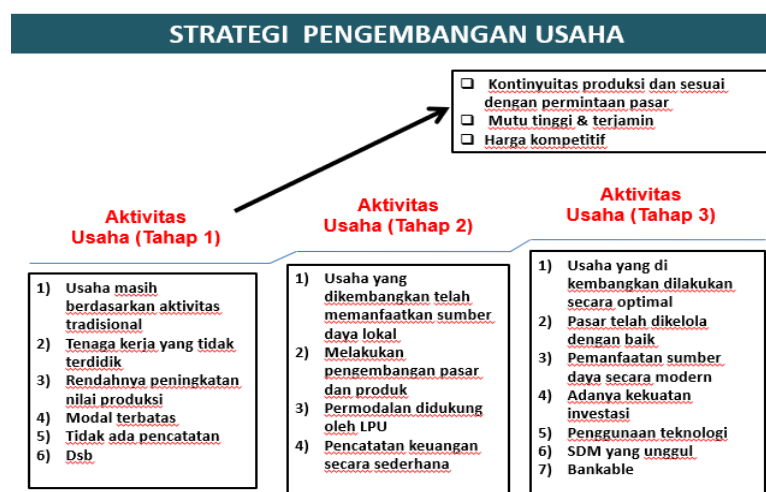
Tahap kedua meliputi:

1. Usaha yang dikembangkan telah memanfaatkan sumber daya lokal.
2. Melakukan pengembangan pasar dan produk
3. Permodalan didukung oleh LPU
4. Pencatatan keuangan secara sederhana.

Tahap ketiga meliputi:

1. Usaha yang dikembangkan dilakukan secara optimal
2. Pasar telah dikelola dengan baik
3. Pemanfaatan sumber daya secara modern
4. Adanya kekuatan investasi
5. Penggunaan teknologi
6. SDM yang unggul
7. Bankable

Untuk lebih memahami strategi pengembangan usaha lebih lanjut dapat dijelaskan berdasarkan gambar berikut ini:



Gambar 3
Matriks Ansoff

Perlu diketahui pula antisipasi menurunnya pengembangan usaha yang meliputi:

1. Kemampuan produksi yang kontinyu
2. Persaingan yang tidak sehat

3. Produk monoton
4. Biaya usaha yang semakin meningkat
5. Pengetahuan dan keterampilan yang stagnan
6. Dsb



Gambar 4
Pelaksanaan Pelatihan Pengembangan Usaha

Dampak positif pengembangan usaha meliputi:

1. Pengembangan usaha membuat usaha lebih cepat tumbuh
2. Ketersediaan bahan baku relatif kontinyu
3. Jaringan pemasaran kuat
4. Biaya produksi dapat lebih rendah
5. Informasi usaha terjaga

Alternatif melakukan pengembangan usaha meliputi:

1. Mendirikan usaha baru
2. Membeli perusahaan yang sudah ada
3. Kerjasama usaha (waralaba, lisensi, ETC)

Tips pengembangan usaha

1. Tumbuhkan keyakinan bahwa produk yang dihasilkan dapat diserap pasar
2. Melihat permasalahan dan tantangan sebagai potensi yang harus dihadapi
3. Meningkatkan prospek dan daya tahan untuk berkembang



Gambar 5
Sesi Penutupan Pelatihan Pengembangan Usaha

IV. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Simpulan dari kegiatan Pelatihan Pengembangan Usaha Koperasi RSCM Dr. Cipto di Jakarta ialah sebagai berikut:

1. Peserta dapat memahami perihal pelaksanaan pengembangan usaha melalui penetrasi pasar, pengembangan produk, pengembangan pasar, dan diversifikasi produk selain itu dampak positif dan alternatif usaha yang bisa dilakukan.
2. Peserta akan berupaya untuk mengimplementasikan hal-hal yang perlu diperhatikan pada saat melakukan pengembangan usaha.

Saran

Saran kegiatan Pelatihan Pengembangan Usaha Koperasi RSCM Dr. Cipto di Jakarta ialah:

1. Evaluasi serta monitoring pada peserta perlu dilakukan secara berkala untuk mengetahui perkembangan peserta dalam memahami pengembangan usaha.
2. Dalam beberapa aktivitas teknis, peserta masih memerlukan bimbingan dari instansi terkait bagi pengembangan usaha masing-masing anggota.

BIBLIOGRAFI

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Boston, MA: Pearson.
- Rachman, F., & Pratama, A. (2020). *Pengembangan usaha koperasi di era digital: Studi kasus koperasi RCM Dr. Cipto di Jakarta*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 22(1), 26-35.

