

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdirinya KOPMA STAIN Palangka Raya

Koperasi mahasiswa (KOPMA) STAIN Palangka Raya merupakan satu bentuk organisasi intra kampus yang bergerak di bidang usaha dan memberdayakan sumber daya mahasiswa sebagai bekal pengetahuan di bidang perekonomian. KOPMA STAIN difasilitasi oleh STAIN Palangka Raya. Berdirinya koperasi mahasiswa (KOPMA) STAIN Palangka Raya 1997 sesuai dengan pertama diresmikannya STAIN Palangka Raya yang sebelumnya adalah Fakultas Tarbiyah di bawah pembinaan IAIN Antasari Banjarmasin.

Peranan koperasi bagi anggotanya yakni belajar tentang banyak hal di koperasi, bagaimana cara berorganisasi, memahami dunia SDM/ HRD, prosedur pencatatan akuntansi dan manajemen keuangan, manajemen usaha, administrasi, kepemimpinan/ manajerial, komunikasi, bagaimana bekerjasama dengan orang lain, membangun jaringan dan masih banyak hal lain yang dapat dipelajari di koperasi. Anggota juga dapat mengaplikasikan ilmu yang mereka peroleh di bangku kuliah dengan berkoperasi. Koperasi berbeda dengan organisasi-organisasi lain yang ada di kampus. Koperasi lebih bersifat *riil* dan aplikatif, semua hal yang dijalankan ada hasil dan bukti secara nyata.

Tujuan utama dari koperasi mahasiswa STAIN Palangka Raya adalah mensejahterakan anggotanya, bukan meraup keuntungan yang sebesar-besarnya. Jika demikian yang terjadi, maka hal inilah yang dinamakan “Koperasi yang di Kapitalisasi”. Dalam berkoperasi, seharusnya tidak ada orang yang mempunyai kepentingan pribadi di koperasi. Anggota saling bekerjasama, bergotong-royong untuk memajukan koperasi tentunya sesuai dengan *job description* masing-masing anggota.⁵³

2. Asas dan tujuan KOPMA STAIN Palangka Raya

Berdasarkan Anggaran Dasar KOPMA STAIN Palangka Raya, bahwa asas dan tujuan KOPMA STAIN Palangka Raya, yaitu :

- a. KOPMA STAIN Palangka Raya berasaskan kekeluargaan dan kegotong royongan berdasarkan Undang-Undang Dasar 1945 dan Falsafah Negara Pancasila.
- b. KOPMA STAIN Palangka Raya Bertujuan:
 - 1) Mengembangkan kesejahteraan anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya dalam rangka menggalang terlaksananya masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila.
 - 2) Meningkatkan penghayatan perkoperasian untuk anggota khususnya dan mahasiswa pada umumnya.

⁵³Profil UKM KOPMA STAIN Palangka Raya Tahun 2014

- 3) Menjadikan anggota Koperasi Mahasiswa untuk selanjutnya dapat menjadi penggerak perkoperasian di Indonesia.⁵⁴

Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut maka KOPMA STAIN Palangka Raya menyelenggarakan:

- a. Kegiatan usaha yang diprioritaskan kepada kesejahteraan anggota terutama yang berkaitan dengan bidang pendidikan.
- b. Mendidik anggota untuk menyimpan pada KOPMA STAIN Palangka Raya yang tata caranya diatur dalam Anggaran Rumah Tangga.
- c. Melakukan pendidikan dan pelatihan perkoperasian di kalangan anggota sebagai usaha kaderisasi.
- d. Kegiatan usaha lainnya baik yang berhubungan dengan kepentingan anggota maupun kepentingan masyarakat pada umumnya.⁵⁵

3. Struktur Organisasi KOPMA STAIN Palangka Raya

Struktur pengurusan koperasi mahasiswa STAIN Palangka Raya periode tahun 2013-2015 :

PENGAWAS

1. EVAN BASTAIN
2. JAEMI WAHYUDI
3. WAHIDAH
4. ANITA S. R.

⁵⁴TIM, Anggaran Dasar KOPMA STAIN Palangka Raya, Palangka Raya : STAIN Palangka Raya, t.th., h. 1.

⁵⁵*Ibid.*, h. 2.

Ketua : M. NOOR ASENTO

Sekretaris : TRI LIDYAWATI

Bendahara I : YULIANI

Bendahara II : ZAINAL ABIDIN

Divisi-divisi

1. Divisi sekretariat : EKI KUSNADI (koordinator)
NAJMI HAMIDI
2. Divisi supplying : SRI HARUM PERWANI (koordinator)
M. AMRI
3. Divisi HUMAS : MIFTAHUL ASROR(koordinator)
MAIKA AURIANI
4. Divisi marketing : RAQIB KUTSARI (koordinator)
SALASIAH.⁵⁶

4. Program Kerja KOPMA STAIN Palangka Raya

Program Kerja KOPMA STAIN Palangka Raya untuk masa jabatan periode 2013 – 2015 atau selama kepemimpinan M. Noor Asento ada 10 (sepuluh) program kerja yang menjadi tujuan mereka berdasarkan hasil Rapat Umum Anggota, yaitu :

- a. Mengaktifkan kembali badan usaha KOPMA STAIN Palangka Raya.

Keberadaan KOPMA STAIN Palangka Raya memang sudah berdiri sejak lama, dalam perjalanan KOPMA sendiri sering menjadi sebuah wadah bagi sebagian mahasiswa, sehingga keberadaan

⁵⁶Data struktur kepengurusan KOPMA STAIN periode 2013-2015.

KOPMA STAIN itu sendiri masih jarang didengarkan oleh kalangan mahasiswa. Sebab itu melalui program kerja ini diharapkan badan usaha KOPMA STAIN Palangka Raya memiliki kontribusi di dalam lingkungan STAIN Palangka Raya, terutama untuk memenuhi kebutuhan konsumtif mahasiswa STAIN Palangka Raya.

b. Penguatan kepengurusan.

Kepengurusan sering mengalami perubahan yang disebabkan kurangnya keaktifan anggota pengurus yang sudah lulus, dengan program ini setiap kandidat pengurus STAIN Palangka Raya harus memiliki kriteria yang tepat, sehingga kepengurusan menjadi solid dan mampu bekerja sama untuk mencapai tujuan KOPMA STAIN Palangka Raya.

c. Mengusahakan segala kebutuhan mahasiswa.

Kebutuhan mahasiswa seiring dengan perkembangan semakin meningkat baik di bidang konsumtif maupun peralatan pembelajaran yang diperlukan. Dengan program ini KOPMA STAIN Palangka Raya berupaya untuk menjadi market centre bagi mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan mereka.

d. Sosialisasi KOPMA

Sosialisasi KOPMA merupakan strategi marketing agar mahasiswa mengenal lebih dekat dan memahami fungsi koperasi mahasiswa bagi mahasiswa. Melalui program ini diharapkan mampu meningkatkan antusias mahasiswa terhadap KOPMA STAIN Palangka

Raya dan menjadi pilihan utama dalam pemenuhan kebutuhan yang mereka perlukan.

e. Pelatihan Manajemen Koperasi

Melalui pelatihan manajemen koperasi diharapkan mampu meningkat SDM pengurus dan meningkatkan kuantitas dan kualitas usaha yang dikembangkan oleh KOPMA STAIN Palangka Raya.

f. Mengusahakan terbitnya Badan Hukum KOPMA STAIN Palangka Raya.

Badan Hukum KOPMA STAIN Palangka Raya belum direalisasi sepenuhnya sebab masih kurangnya SDM pengurus KOPMA STAIN, dengan program ini KOPMA melakukan pengembangan terutama dalam realisasi Badan Hukum KOPMA STAIN Palangka Raya.

g. Peningkatan Usaha.

Peningkatan usaha dimaksud adalah pengelolaan KOMPA yang dilakukan dengan meningkatkan SDM serta kuantitas usaha KOPMA STAIN baik dibidang pengadaan maupun barang-barang konsumtif yang diperlukan oleh mahasiswa STAIN Palangka Raya.

h. Pengadaan Almamater mahasiswa STAIN Palangka Raya.

Pengadaan Almamater mahasiswa STAIN Palangka Raya merupakan kegiatan usaha yang menjadi agenda tahun yang dikelola oleh KOPMA selaku rekanan tim panitia penerimaan mahasiswa baru.

i. Rapat Akhir Tahunan (RAT)

RAT adalah rapat intern pengurus KOPMA dalam evaluasi pelaksanaan program kerja untuk mengkaji kelemahan pelaksanaan program sebelumnya dan menggali informasi untuk mengembangkan kegiatan pada tahun akan datang.

j. Rapat Umum Anggota (RUA).⁵⁷

RUA adalah rapat besar seluruh anggota untuk merumuskan program kerja untuk periode kepemimpinan baru serta melakukan musyawarah anggota untuk memilih kepemimpinan baru. Hasil RUA dijadikan dasar pembentukan keanggotaan baru dan program kerja yang harus dijalankan pada periode selanjutnya.

5. Jumlah anggota KOPMA STAIN Palangka Raya

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan bahwa anggota KOPMA STAIN Palangka Raya, adalah seluruh mahasiswa STAIN Palangka Raya, yang mulai terdaftar dalam penerimaan mahasiswa baru. Sedangkan jumlah anggota yang aktif berdasarkan data dokumen KOPMA STAIN Palangka Raya yaitu berjumlah dari 71 orang. Anggota aktif di KOPMA STAIN Palangka Raya yaitu anggota yang ikut berpartisipasi dalam kegiatan KOPMA yang telah melakukan registrasi ulang dan bersedia mengikuti kegiatan KOPMA dan akan memiliki kewajiban untuk melakukan simpanan wajib dan simpanan suka rela serta memiliki kartu keanggotaan sebagai anggota KOPMA STAIN Palangka Raya. Adapun

⁵⁷Dokumen Agenda RUA Tahun 2012 Kepemimpinan Periode 2013 - 2015.

data keanggotaan KOPMA STAIN Palangka Raya dapat dilihat pada tabel berikut berdasarkan program studi keanggotaan :

TABEL 1
JUMLAH ANGGOTA KOPMA STAIN PALANGKA RAYA
BERDASARKAN PROGRAM STUDI

NO	JURUSAN	PRODI	JUMLAH ANGGOTA
1.	TARBIYAH	PAI	10 orang
2.		TBI	15 orang
3.		TFS	11 orang
4.		TBG	9 orang
5.		TBA	3 orang
6.	DAKWAH	KPI	5 orang
7.	SYARIAH	AHS	5 orang
8.		ESY	11 orang
9.		HBS	2 orang
	JUMLAH		71 orang

Sumber : Data Dokumen KOPMA STAIN Palangka Raya Tahun 2013

Berdasarkan data dokumen yang peneliti kumpulkan bahwa ada beberapa masalah yang peneliti temukan, yakni dari sekian banyak mahasiswa STAIN Palangka Raya hanya 71 orang yang aktif di KOPMA STAIN Palangka Raya, hal ini menunjukkan rendahnya minat mahasiswa terhadap KOPMA STAIN Palangka Raya.

6. Aktiva tetap KOPMA STAIN Palangka Raya

Aktiva adalah harta kekayaan yang dimiliki untuk menjalankan kegiatan usaha di KOPMA STAIN Palangka Raya cukup memadai dan masih bisa dipakai serta tidak banyak mengalami kerusakan. Berikut ini aktiva yang dimiliki KOPMA STAIN Palangka Raya :

TABEL 2
AKTIVA TETAP KOPMA STAIN PALANGKA RAYA

No	Nama barang	Jumlah	Keadaan
1	Kulkas	1	Baik
2	Komputer	1	Baik
3	Printer canon	1	Baik
4	Meja kerja	1	Baik
5	Kursi	2	Baik
6	Etalase	2	Baik
7	Lemari	2	Baik
8	Photocopy canon	1	Baik

Sumber : Data Aktiva Tetap KOPMA Stain Palangka Raya Tahun 2014

7. Kegiatan Usaha KOPMA STAIN Palangka Raya

Kegiatan produksi di KOPMA STAIN Palangka Raya secara garis besar ada dua yaitu penjualan dan jasa. Agar lebih rinci berikut ini peneliti uraikan dalam tabel berikut ini :

TABEL 3
KEGIATAN USAHA KOPMA STAIN PALANGKA RAYA

No	Jenis usaha
A	Penjualan
	1. ATK
	2. Makanan dan minuman
	3. Pulsa
B	1. Jasa
	2. Pengetikan
	3. Photocopy

Sumber : Wawancara dengan M. Noor Asento mengenai promosi KOPMA STAIN Palangka Raya pada tanggal 02 Maret 2014

B. Kegiatan Promosi

Promosi merupakan bagian penting dalam sebuah lembaga bidang marketing termasuk koperasi, karena promosi merupakan upaya untuk menawarkan barang dagangan kepada calon pembeli. Dengan adanya layanan promosi akan membantu konsumen sadar akan produk-produk baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra sebuah perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa.

Berikut ini peneliti uraikan mengenai promosi KOPMA STAIN Palangka Raya di kalangan mahasiswa, yaitu :

1. Promosi KOPMA STAIN Palangka Raya di kalangan mahasiswa

Bentuk promosi dalam sebuah lembaga adalah sebuah usaha yang dikembangkan sebuah lembaga agar masyarakat luas menerima dan mengetahui produk-produk yang ditawarkan oleh lembaga tersebut. Dalam mengumpulkan data mengenai usaha promosi yang dilakukan oleh pihak KOPMA STAIN Palangka Raya dalam promosi :

Berdasarkan pengumpulan data dokumen bahwa promosi tercantum dalam program kerja keempat untuk periode kepengurusan 2013 - 2015 yaitu sosialisasi KOPMA yang dijadwalkan akan dilakukan pada bulan Maret dan Agustus 2014 sebanyak satu kali kegiatan.

Adapun menurut hasil wawancara dengan pengurus mengenai langkah promosi mengenai program tersebut dijelaskan :

“Ya program kerja kami memang akan mengadakan sosialisasi kopma namun untuk pembentukan kepanitiaan penyelenggaraan ini belum terbentuk sebab dari segi biaya masih terkendala, selain itu

juga kami masih mencoba sumber dari luar mengenai materi sosialisasi tersebut”.⁵⁸

Dijelaskan bahwa untuk kegiatan promosi yang terjadwal pada bulan Maret menurut ketua KOPMA STAIN menyatakan bahwa pembentukan kepanitiaan untuk penyelenggaraan sosialisasi KOPMA STAIN Palangka Raya belum terbentuk, dan masih mencoba untuk menggali sumber dari luar mengenai pelaksanaan sosialisasi KOPMA, selain itu juga ia menambahkan bahwa pelaksanaan sosialisasi ini masih terkendala oleh faktor biaya.

Adapun bentuk promosi selain program kerja tersebut juga diungkapkan oleh koordinator divisi marketing menjelaskan :

“Untuk promosi itu sendiri biasanya kami lakukan dengan menempel pengumuman di mading-mading, seperti brosur pelayanan menyediakan keperluan mahasiswa asrama, pengadaan baju jas dan keperluan-keperluan mahasiswa baru”.⁵⁹

Berdasarkan hasil wawancara bentuk promosi atau bauran promosi yang dapat peneliti pahami yaitu bahwa pelaksanaan promosi yang sering dilakukan oleh pihak KOPMA STAIN Palangka Raya yaitu bergerak di bidang periklanan (*advertising*) seperti membuat brosur yang diumumkan di mading-mading. Hal serupa juga dikemukakan oleh ketua KOPMA STAIN Palangka Raya mengenai bentuk promosi yang digunakan adalah:

“Kalau promosi itu sendiri kami gunakan media cetak seperti brosur yang kami bagi setiap mading-mading jurusan, selain itu

⁵⁸Wawancara dengan M. Noor Asento mengenai promosi KOPMA STAIN Palangka Raya pada tanggal 02 Maret 2014

⁵⁹Wawancara dengan Raqib Kutsari (kepala divisi marketing) mengenai promosi KOPMA STAIN Palangka Raya pada tanggal 02 Maret 2014

dirasa belum pernah, sebab untuk lingkup kampus itu sendiri menurut saya sudah sangat cukup”.⁶⁰

Menurut ketua KOPMA STAIN Palangka Raya bahwa bentuk promosi yang selama ini mereka terapkan adalah periklanan yang dibuat dalam bentuk brosur dengan mereka umumkan di setiap mading-mading, selain itu pula ia menambahkan bahwa untuk pelaksanaan promosi dianggap sangat efektif melalui langkah tersebut untuk lingkup kampus STAIN Palangka Raya.

Adapun hasil pengamatan peneliti mengenai bentuk promosi yang dilakukan oleh pihak KOPMA STAIN Palangka Raya yang peneliti lakukan sejak bulan Januari hingga bulan akhir bulan Maret diketahui bentuk promosi yang selama ini dilakukan yaitu hanya sebatas pengumuman sedangkan bentuk kerjasama lain antara pihak KOPMA STAIN Palangka Raya dengan Pramuka atau HMJ atau Prodi lain belum ada.⁶¹

Dari hasil keseluruhan data yang peneliti kumpulkan maka dapat peneliti tarik kesimpulan bahwa bentuk promosi yang dilakukan oleh pihak KOPMA STAIN Palangka Raya baik berdasarkan dokumen program kerja dan hasil pengamatan yaitu ada 2, yaitu :

a. Sosialisasi KOPMA

Sosialisasi merupakan salah satu program KOPMA STAIN Palangka Raya untuk periode kepengurusan 2013-2015 yang

⁶⁰Wawancara dengan M. Noor Asento (ketua KOPMA) mengenai promosi KOPMA STAIN Palangka Raya pada tanggal 02 Maret 2014

⁶¹Pengamatan mengenai pelaksanaan Promosi oleh KOPMA STAIN Palangka Raya pada tanggal 04/01/2014 s/d 31/03/2014

direncanakan akan dilaksanakan pada bulan Maret dan Agustus 2014 sebanyak satu kali kegiatan. Namun untuk saat ini program tersebut belum terlaksana sebab masih mencoba untuk membuat konsep pelaksanaannya, belum terbentuknya TIM kepanitiaan pelaksanaan sosialisasi KOPMA dan masih terkendala biaya operasionalnya.

b. Brosur

Brosur adalah media cetak mini yang digunakan dalam periklanan KOPMA STAIN mengenai jasa pelayanan yang mereka tawarkan. Brosur ini sering disebar di mading-mading jurusan atau tiap gedung prodi yang berjumlah 12 mading dan dilakukan setiap kali kegiatan atau layanan yang kami tawarkan.

2. Faktor pendukung dan penghambat Promosi KOPMA STAIN Palangka Raya di kalangan mahasiswa

a. Faktor pendukung

Promosi akan berjalan dengan efektif jika dibantu atau didukung oleh fasilitas maupun sumber daya manusia yang mapan, inovatif dan kreatif. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua KOPMA STAIN Palangka Raya menjelaskan bahwa :

“Selama ini kegiatan kami untuk promosi selalu mendapat dukungan penuh dari pihak STAIN dalam hal ini PK3, rekan-rekan anggota yang senantiasa merelakan waktunya untuk bekerja di KOPMA STAIN Palangka Raya”.⁶²

⁶²Wawancara dengan M. Noor Asento (ketua KOPMA) mengenai promosi KOPMA STAIN Palangka Raya pada tanggal 02 Maret 2014

Dari wawancara di atas dijelaskan bahwa faktor pendukung pelaksanaan promosi yaitu mendapat dukungan penuh dari PK3 selaku badan dengan bertanggung jawab penuh atas kegiatan kemahasiswaan, dan kemauan rekan-rekan anggota koperasi mahasiswa untuk meluangkan waktu melaksanakan salah satu pokok kegiatan di KOPMA STAIN Palangka Raya.

Adapun dari segi operasional hal ini dijelaskan oleh PK3 yaitu :

Sesungguhnya untuk kegiatan KOPMA STAIN itu sendiri kami menyediakan dana untuk tahun 2013/2014 setiap 1 semester 8 juta, baik kegiatan tersebut untuk keperluan (modal usaha) maupun dibuat untuk suatu kegiatan untuk menggalang keaktifan siswa, namun ketentuan itu berubah mana kala mahasiswa kewalahan untuk membuat LPJ, nah untuk kegiatan tahun ajaran 2014/2015 akan berubah menjadi operasional sebesar 1,5 juta per/semester dan ditambah bantuan kegiatan-kegiatan yang memang mereka mohonkan baru kami bisa memberikan alokasi dana untuk kegiatan tersebut.⁶³

Dari hasil wawancara dengan PK 3 dijelaskan bahwa UKM KOPMA STAIN Palangka Raya didukung untuk tahun ajaran 2013/2014 bahwa untuk kegiatan operasional itu dicairkan 8 juta setiap satu semester, dana 8 juta tersebut adalah biaya operasional KOPMA dan untuk pendukung pelaksanaan kegiatan yang diprogramkan oleh KOPMA yang dibuat LPJ setiap penggunaan anggaran tersebut. Ketentuan tersebut akan berubah pada tahun ajaran 2014/2015 akan diberlakukan peraturan baru yaitu untuk operasional dianggarkan 1,5 juta untuk satu semester,

⁶³Wawancara dengan Pk 3 mengenai peran dan fungsi PK3 bagi KOPMA STAIN Palangka Raya, pada tanggal 12 Desember 2013.

sedangkan untuk biaya kegiatan akan dicairkan berdasarkan permohonan yang diajukan ke PK3.

Hal ini dapat peneliti simpulkan bahwa kegiatan KOPMA sangat mendapat dukungan penuh oleh pihak STAIN Palangka Raya, terlebih penggunaan anggaran untuk kegiatan kemahasiswaan, sebagaimana dijelaskan oleh PK3, yaitu :

“Anggaran setiap kegiatan yang tidak dipakai akan dikembalikan ke negara, hal ini membuat perhitungan kegiatan mahasiswa kurang hal ini bisa menjadi tolak ukur untuk kegiatan selanjutnya, semakin kecil bentuk kegiatan yang dilakukan maka anggaran yang diberikan pula akan turun, sebaliknya semakin besar kebutuhan mahasiswa untuk memanfaatkan anggaran maka semakin besar anggaran untuk kegiatan selanjutnya”.⁶⁴

Diketahui untuk setiap kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa terlebih UKM KOPMA STAIN Palangka Raya dihimbau untuk melaksanakan kegiatan sebanyak mungkin, dan dapat melaksanakannya dengan baik, hal ini akan menjadi prioritas untuk anggaran selanjutnya.

Adapun hasil pengamatan mengenai faktor yang mendukung dalam kegiatan promosi oleh KOPMA STAIN Palangka Raya, dapat peneliti gambarkan berikut ini :

Aktifitas kegiatan yang dilakukan oleh KOPMA STAIN Palangka Raya baik dari segi kegiatan rutin hingga pelaksanaan promosi itu sendiri menurut peneliti selalu mendapatkan apresiasi dari semua pihak jurusan karena organisasi intra kampus yang memiliki potensi untuk mengembangkan bakat mahasiswa, sehingga dukungan itu datang sangat

⁶⁴Wawancara dengan Pk 3 mengenai peran dan fungsi PK3 bagi KOPMA STAIN Palangka Raya, pada tanggal 12 Desember 2013.

banyak dimulai dari PK3 yang memberikan anggaran terbesar setelah, Pramuka dan DEMAS. Selain itu UKM ini memiliki integritas setiap kegiatan yang dilaksanakan di kampus seperti kebebasan bagi KOPMA untuk memanfaatkan fasilitas STAIN dalam setiap kegiatan, didukung dengan kegiatan kerjasama seperti penerimaan mahasiswa baru dengan turut andil pengadaan alat tempat tidur bagi mahasiswa asrama baru dan agenda pelaksanaan orientasi mahasiswa baru.⁶⁵

Dari data hasil yang peneliti kumpulkan dapat peneliti simpulkan bahwa faktor pendukung pelaksanaan promosi KOPMA STAIN Palangka Raya yaitu :

- a. Didukungnya biaya operasional.
- b. Didukungnya pemanfaatan fasilitas umum STAIN Palangka Raya dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh KOPMA STAIN Palangka Raya.
- c. Memiliki integritas/peluang besar dalam membangun kerjasama kegiatan STAIN seperti pengadaan perlengkapan tidur bagi mahasiswa baru yang diasramakan, pengadaan Almamater, kegiatan orientasi mahasiswa baru, dan lainnya yang bisa dijadikan peluang oleh KOPMA STAIN Palangka Raya.

⁶⁵Pengamatan mengenai faktor pendukung pelaksanaan Promosi oleh KOPMA STAIN Palangka Raya pada tanggal 04/01/2014 s/d 31/03/2014

b. Faktor penghambat

Perkembangan koperasi masih menghadapi masalah-masalah baik di bidang kelembagaan maupun di bidang usaha koperasi itu sendiri. Masalah-masalah tersebut dapat bersumber dari dalam koperasi sendiri maupun dari luar. Masalah kelembagaan koperasi juga dapat dikelompokkan dalam masalah intern maupun masalah ekstern. Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua KOPMA menyatakan bahwa :

“Kendala yang kami hadapi seperti komunikasi, informasi yang diberikan kadang tidak sampai pada mahasiswa atau juga sering terjadinya kesalahpahaman, biasanya dari kalangan mahasiswa itu sendiri mereka kurang tertarik untuk berbelanja di KOPMA ini, mereka lebih senang membeli di tempat-tempat di luar kampus”.⁶⁶

Dijelaskan bahwa kendala yang mereka hadapi dalam proses promosi yaitu dari segi komunikasi, sering terjadinya informasi yang kurang efektif antara pengurus dengan mahasiswa yang diakibatkan kurangnya komunikasi yang baik, kecenderungan mahasiswa yang lebih senang membeli barang di luar kampus baik dari barang kebutuhan untuk perkuliahan hingga untuk kebutuhan sembako bagi mahasiswa asrama itu sendiri di banding harus membeli di koperasi mahasiswa ini.

Adapun keterangan dari divisi marketing menjelaskan bahwa :

“Produk yang kami tawarkan sering ditegah oleh pihak dalam STAIN Palangka Raya, seperti kebutuhan pokok mahasiswa asrama. Hal ini disebabkan di antara mereka ingin mengambil keuntungan pribadi, sehingga sering ide-ide atau produk yang ingin kami pasarkan tidak terlaksana”.⁶⁷

⁶⁶Wawancara dengan M. Noor Asento (ketua KOPMA) mengenai promosi KOPMA STAIN Palangka Raya pada tanggal 02 Maret 2014

⁶⁷Wawancara dengan Raqib Kutsari (kepala divisi marketing) mengenai promosi KOPMA STAIN Palangka Raya pada tanggal 06 September 2014

Menurut divisi marketing dijelaskan bahwa kendala yang juga dihadapi koperasi dalam kegiatan promosi ini yaitu pemilihan produk yang sering bentrok dengan kepentingan individu di STAIN Palangka Raya seperti pengadaan kebutuhan untuk mahasiswa asrama, sehingga produk yang ingin ditawarkan sering tidak terlaksana.

Sedangkan menurut keterangan yang dijelaskan oleh P3 yaitu :

“Untuk hambatan itu sendiri menurut pengamatan saya perlu adanya pengembangan SDM, sehingga mahasiswa memiliki kreativitas dan inovasi yang tinggi dalam pengelolaan KOPMA itu sendiri, dan masalah lainnya adalah kebanyakan mahasiswa acuh terhadap kegiatan intra kampus termasuk KOPMA itu sendiri”.⁶⁸

Berdasarkan keterangan yang dijelaskan oleh PK3 memberikan tambahan bahwa faktor penghambat dalam pelaksanaan promosi oleh pihak KOPMA STAIN Palangka Raya yaitu 1). SDM masih terbatas, sehingga perlu adanya pengembangan SDM ini, agar pengurus KOPMA dalam pengelolaan memiliki integritas yang tinggi, kreatif, dan inovatif. Baik itu ditinjau segi sosialisasi sampai pada langkah pemasaran atau promosi. 2) Rendahnya minat mahasiswa dalam mengikuti kegiatan intra kampus, adalah kendala utama perlu ditanggulangi sebelum melakukan pengembangan SDM. Peran dosen, dan seluruh civitas akademik STAIN Palangka Raya harus bekerja sama agar mahasiswa benar-benar memiliki motivasi untuk mengembangkan potensi mereka melalui kegiatan-kegiatan yang diatur dalam satu wadah yaitu lingkup STAIN Palangka Raya. Salah satunya adalah pengembangan SDM dari segi ekonomi yaitu dengan

⁶⁸Wawancara dengan Pk 3 mengenai kendala-kendala bagi KOPMA STAIN Palangka Raya, pada tanggal 12 Desember 2013.

keberadaan KOPMA STAIN Palangka Raya. Adapun hasil wawancara dengan ketua Jurusan Syariah mengenai faktor penghambat dalam kegiatan promosi KOPMA STAIN Palangka Raya, yaitu :

“Keterlibatan untuk Jurusan Syariah khususnya pada prodi Ekonomi Syariah tidak ada, sebab itu untuk sumbangsih demi kemajuan KOPMA STAIN tidak tersalurkan, seharusnya KOPMA itu sendiri dibentuk melalui sistem pengawas yang berkelanjutan dan jangka panjang, meskipun jabatan ketua hanya 2 tahun tetapi disini peran pengawas selalu melihat perkembangan, baik dari segi laporan keuangan maupun aspek-aspek yang berkaitan dengan kegiatan di KOPMA”.⁶⁹

Dari hasil wawancara dengan ketua Program Studi Syariah menjelaskan bahwa problem atau hambatan bagi KOPMA STAIN Palangka Raya yaitu keterlibatan jurusan Syariah khususnya pada prodi ekonomi tidak ada, sehingga tidak mampu menyalurkan keilmuan dalam praktek perekonomian tidak tersalurkan. Mengenai kritik beliau terhadap KOPMA STAIN Palangka Raya itu sendiri menurut beliau bahwa KOPMA STAIN Palangka Raya dibentuk tidak melalui sistem pengawasan oleh pihak STAIN secara langsung, sehingga perkembangan KOPMA STAIN Palangka Raya sering terhambat, salah satunya kurangnya minat mahasiswa maupun dosen. Peran pengawas ini dilakukan menurut beliau harus dalam jangka waktu yang lama, meskipun untuk periode kepengurusan hanya 2 tahun, namun peran pengawas selalu melakukan bimbingan bagi kader baru demi meningkatkan produktifitas KOPMA STAIN Palangka Raya dalam meningkatkan kesejahteraan

⁶⁹Wawancara dengan Ketua Jurusan Syariah STAIN Palangka Raya pada tanggal 14 Agustus 2014 .

mahasiswa, selain itu pula peran pengawas melakukan pengecekan laporan keuangan sehingga mengetahui tingkat keberhasilan KOPMA STAIN Palangka Raya dan segala aspek yang berhubungan dengan kegiatan di KOPMA STAIN Palangka Raya.

Adapun menurut hasil pengamatan yang peneliti lakukan mengenai faktor penghambat promosi KOPMA STAIN Palangka Raya, dilakukan berdasarkan 4 kriteria pengamatan, yaitu dari produk, harga, tempat dan proses promosi itu sendiri, yang peneliti uraian berikut ini :

a. Produk.

Ditunjukkan bahwa dari hasil pengamatan peneliti, bahwa KOPMA STAIN Palangka Raya minim produk yang sangat dibutuhkan mahasiswa, dengan keterbatasan produk yang ditawarkan oleh KOPMA STAIN Palangka Raya akan memberikan dampak efek jera untuk membeli kembali dengan asumsi mereka merasa akan membuang waktu ke sana namun barangnya tidak ada dan masih banyak lagi dampak lainnya yang diakibatkan kurangnya produk yang dijual.

Produk yang dijual harus berkualitas dan terjangkau. Kita kenal betul bahwa mahasiswa sebagian besar memiliki tingkat ekonomi menengah ke bawah, tentu pertimbangan mereka untuk membeli barang-barang keperluan mereka sangat tinggi. Sebab itu bagi KOPMA seharusnya mampu membaca keadaan ini dengan

menawarkan barang-barang yang bermanfaat dan berkualitas guna menarik konsumen.

b. Harga

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang. Dalam penentuan harga di KOPMA STAIN Palangka Raya itu sendiri masih belum mampu bersaing dengan pedagang di luar, terkadang ada beberapa produk yang ditawarkan KOPMA masih lebih mahal. Dengan ketentuan harga yang kurang kompetitif ini akan menimbulkan asumsi bagi kalangan mahasiswa bahwa barang yang dijual lebih mahal, dan mereka lebih memilih untuk belanja di luar dibandingkan harus membeli barang di KOPMA.

c. Tempat dan fasilitas

Tempat adalah lahan yang sangat strategis untuk menarik perhatian konsumen. Menurut pengamatan peneliti tempat KOPMA STAIN kurang strategis dan sangat tertutup. Sehingga sebagian besar mahasiswa tidak pernah ke KOPMA dan sebagian besar pun banyak tidak mengetahui aktifitas KOPMA itu sendiri. Hal ini diakibatkan tempat yang kurang strategis, selain itu juga KOPMA STAIN Palangka Raya diwajibkan untuk membayar sewa, sebagaimana berlaku pada pedagang lainnya.

Hal membuat ambigu bagi setiap pengurus mengenai KOPMA itu sendiri, seakan-akan bukan bagian dari STAIN Palangka Raya,

seharusnya fasilitas untuk KOPMA, disediakan dan perlu adanya anggaran khusus untuk pengadaan tempat. Dan ditempat itu juga fasilitasnya kurang mendukung, seperti kilometer yang digabung bersama pedagang lainnya (warung makan dan gorengan), sehingga kegiatan usaha KOPMA seperti photocopy, pengetikan sering mengalami gangguan.

Hal ini juga sering terjadi polemik antara KOPMA dengan pedagang lainnya mengenai iuran pembayaran listrik, seharusnya untuk penggunaan listrik untuk KOPMA disediakan tersendiri, sehingga tidak ada gangguan dari pihak mana pun.

d. Proses promosi

Diketahui bahwa proses promosi itu sendiri yang dilakukan oleh pihak KOPMA STAIN adalah hanya melalui brosur yang diumumkan di mading-mading. Hal ini menunjukkan kurangnya kreativitas pengurus KOPMA untuk memberikan daya tarik mahasiswa STAIN Palangka Raya terhadap KOPMA itu sendiri. Seharusnya pengurus harus berupa melakukan kreasi agar bisa memberikan daya tarik kepada seluruh mahasiswa sehingga kebiasaan mahasiswa untuk belanja di luar semakin berkurang.⁷⁰

Berdasarkan hasil keseluruhan data yang peneliti kumpulkan maka dapat peneliti tarik kesimpulan bahwa faktor penghambat yang dihadapi

⁷⁰Pengamatan mengenai faktor penghambat pelaksanaan Promosi oleh KOPMA STAIN Palangka Raya pada tanggal 04/01/2014 s/d 31/03/2014

oleh pihak KOPMA STAIN Palangka Raya dalam pelaksanaan promosi, yaitu :

- a. Rendahnya minat mahasiswa terhadap KOPMA STAIN Palangka Raya.

Dari data telah peneliti kumpulkan dari sekian banyak jumlah mahasiswa STAIN Palangka Raya, hanya terdapat 71 anggota aktif di KOPMA STAIN Palangka Raya, hal ini membuktikan bahwa ada kelemahan-kelemahan yang ada di dalam KOPMA STAIN Palangka Raya itu sendiri, sebenarnya melalui pengembangan potensi SDM dan manajemen pemasaran dan promosi yang baik terutama adanya himbauan dari pejabat STAIN Palangka Raya menurut peneliti akan mampu meningkat, sebab dengan adanya anggota KOPMA ini adalah sebagai tulang punggung bagi setiap koperasi manapun, terlebih bagi KOPMA STAIN Palangka Raya, dalam hal ini KOPMA STAIN Palangka Raya tidak lagi mengalami kendala-kendala finansial. Sebab dengan simpanan wajib anggota koperasi mampu mengembangkan usaha yang mampu mensejahterakan anggotanya.

- b. Terbatasnya potensi pengurus dalam pengelolaan KOPMA STAIN Palangka Raya.

Keterbatasan potensi pengurus, merupakan akibat dari kurangnya penangan dan pembinaan mental entrepreneur pada anggotanya. Dalam hal ini upaya dan peran aktif dari pejabat STAIN

Palangka Raya menjadi harapan agar mampu mencetak generasi yang memiliki potensi dan mental entrepreneur.

c. Kurangnya pola pembinaan.

Pola pembinaan dari awal yakni ketika penyelenggaraan orientasi kampus. Materi yang diberikan kebanyakan hanya sekedar pengenalan bukan sifatnya membangun analisis peserta mahasiswa menjadi jiwa dengan kritis, kreatif, inovatif dan mandiri. Perlu dikembangkan suatu produk unggulan STAIN Palangka Raya yang menyediakan wadah bagi mereka untuk mampu bertahan ketika mereka sudah menjadi wisudawan. Seperti perlunya penekanan bidang koperasi mahasiswa.

d. Produk yang dipasarkan terbatas.

Keterbatasan produk yang dipasarkan bukan hanya disebabkan oleh faktor biaya, akan tetapi kemauan yang tinggi dan invasi para pengurus yang masih berfikir sederhana menjadi KOPMA STAIN Palangka Raya masih berkisar pada level ini saja, sehingga produk-produk yang pasarkan pun juga terbatas.

Selain itu pula produk yang dipasarkan oleh pihak koperasi sering terkendala untuk beberapa kepentingan individu STAIN Palangka Raya yang ingin meraup keuntungan pribadi seperti adanya intervensi bagi KOPMA STAIN Palangka Raya untuk tidak menjual produk tertentu.

- e. Tempat dan fasilitas yang kurang strategis.

Place atau tempat merupakan faktor yang terpenting, banyak riset mengenai perekonomian ini tergantung pada *place*. Sebab dengan *place* yang strategis tentu akan memiliki dampak dalam pemasaran. Tempat merupakan faktor utama dalam menarik pelanggan. Dan juga diwajibkan bagi KOPMA STAIN Palangka Raya untuk membayarkan sewa tempat itupun digabung dengan pedagang lainnya.

- f. Harga kurang bersaing.

Penentuan harga berdasarkan biaya operasional yang dikeluarkan. Ada kesalahan teknik yang dilakukan oleh pengurus KOPMA STAIN dalam penentuan harga ini, pertama bisa disebabkan oleh pengambilan bahan barang dagang dari pihak penjual kedua atau ketiga; kedua perlunya relasi dengan grosir barang dagang dengan menjalin hubungan bisnis dengan memberikan trust kepada produsen; ketiga perlu ada langkah promosi yang diambil berdasarkan teori *supply and demand*. Sehingga benar-benar meningkat minat pada konsumen sehingga KOPMA dapat menaikkan ke harga normal ketika sudah memiliki pelanggan yang banyak.

- g. Sistem pengawasan KOPMA

Peran pengawas sangat penting dalam suatu lembaga, sebab dengan adanya pengawas setiap kegiatan akan terarah dan tidak melakukan banyak kesalahan. Begitu pula pada KOPMA STAIN Palangka Raya dibutuhkannya peran pengawas dalam jangka panjang

seperti dari program studi ekonomi syariah yang betul-betul memiliki disiplin keilmuan, sehingga dalam kegiatannya KOPMA STAIN Palangka Raya selalu terpantau pada setiap kegiatan, baik dari kegiatan pemasaran hingga pada kegiatan promosi.

3. Hasil dampak promosi KOPMA STAIN Palangka Raya

Dampak adalah sebuah hasil yang bisa dirasakan yang merupakan akibat dari suatu perbuatan. Adapun dampak atau hasil dari promosi yang dilakukan oleh pihak KOPMA STAIN Palangka Raya itu sendiri, dapat peneliti uraikan berdasarkan pernyataan ketua KOPMA itu sendiri yang menjelaskan bahwa :

“Untuk dampak itu sendiri dapat kami rasa setelah kami memberikan pengumuman yaitu cukup meningkatnya jumlah mahasiswa yang datang kesini kemudian banyak yang tertarik untuk menjadi anggota kopma”.⁷¹

Berdasarkan keterangan diatas diketahui untuk dampak dari pelaksanaan promosi itu sendiri yaitu meningkatkan jumlah mahasiswa yang datang ke KOPMA dan meningkatnya daya tarik mahasiswa untuk menjadi anggota KOPMA STAIN Palangka Raya.

Adapun keterangan dari koordinator divisi marketing menjelaskan bahwa :

“Dampak yang bisa kami rasakan dengan pelaksanaan promosi melalui pengumuman di mading-mading, dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk membeli di KOPMA ini, bahkan juga dengan langkah promosi yang kami lakukan ini cukup efektif”.⁷²

⁷¹Wawancara dengan M. Noor Asento (ketua KOPMA) mengenai dampak pelaksanaan promosi KOPMA STAIN Palangka Raya pada tanggal 02 Maret 2014

⁷²Wawancara dengan Raqib Kutsari (kepala divisi marketing) mengenai dampak pelaksanaan promosi KOPMA STAIN Palangka Raya pada tanggal 02 Maret 2014

Dari pernyataan koordinator divisi marketing juga menjelaskan bahwa dampak dari pelaksanaan promosi yang telah mereka terapkan (periklanan melalui brosur yang diumumkan di mading-mading), mampu dirasakan dengan meningkatnya minat mahasiswa untuk membeli di KOPMA, dan menurutnya juga menambahkan bahwa pelaksanaan ini dirasa sangat efektif.

Adapun dampak tersebut akan bisa digambarkan dengan informasi yang diberikan oleh mahasiswa langsung, sebab mahasiswa adalah satu-satunya objek atau target keberadaan KOPMA STAIN Palangka Raya. Berdasarkan data hasil wawancara dari 9 orang informan yang peneliti gali berdasarkan perwakilan setiap program studi di STAIN Palangka Raya. Adapun mengenai tanggapan yang peneliti kumpulkan berdasarkan keterangan dari 9 informan maka dapat peneliti uraikan berikut ini :

a. Pengetahuan tentang keberadaan KOPMA STAIN Palangka Raya.

“Tahu aja keberadaan KOPMA”⁷³

“iya tahu KOPMA stain buat penebusan almamater”⁷⁴

“Iya tahu, entah sekarang masih atau tidak”⁷⁵

“Ya tahu KOPMA”⁷⁶

“Ya tahu, tapi tidak pernah lagi melihatnya”⁷⁷

“Ya KOPMA tahu aja”⁷⁸

⁷³Wawancara dengan NF (informan dari prodi PAI) pada tanggal 12 April 2014

⁷⁴Wawancara dengan KM (informan dari prodi TBI) pada tanggal 12 April 2014

⁷⁵Wawancara dengan IS (informan dari prodi TBA) pada tanggal 12 April 2014

⁷⁶Wawancara dengan SA (informan dari prodi TBG) pada tanggal 12 April 2014

⁷⁷Wawancara dengan AN (informan dari prodi TFS) pada tanggal 12 April 2014

⁷⁸Wawancara dengan AK (informan dari prodi AHS) pada tanggal 13 April 2014

“Ya KOPMA dekat kantin”.⁷⁹

“ya tahu KOPMA dekat parkir syariah”⁸⁰

“ya tahu aja”⁸¹

Data hasil wawancara mengenai keberadaan KOPMA STAIN Palangka Raya sudah diketahui oleh keseluruhan mahasiswa, sebagaimana hasil menunjukkan 9 orang mengetahui adanya KOPMA STAIN Palangka Raya.

b. Kepengurusan KOPMA STAIN Palangka Raya.

Kepengurusan adalah merupakan salah satu identitas yang melekat pada suatu organisasi, begitu pula KOPMA STAIN Palangka Raya, dengan adanya kepengurusan ini menunjukkan bahwa organisasi tersebut masih berjalan.

“Tahu si anto kan yang ketuanya sekarang”.⁸²

“kenal saja dengan orangnya, tahu sekarang masih menjabat atau tidak”⁸³

“Iya tahu, entah sekarang siapa ketuanya”⁸⁴

“kurang paham masalah KOPMA”⁸⁵

“Ya tahu, tapi tidak pernah lagi melihatnya”⁸⁶

“tidak tahu sama sekali siapa ketuanya apalagi pengurusnya”⁸⁷

⁷⁹Wawancara dengan MM (informan dari prodi ESY) pada tanggal 13 April 2014

⁸⁰Wawancara dengan JR (informan dari prodi HBI) pada tanggal 13 April 2014

⁸¹Wawancara dengan ID (informan dari prodi KPI) pada tanggal 13 April 2014

⁸²Wawancara dengan NF (informan dari prodi PAI) pada tanggal 12 April 2014

⁸³Wawancara dengan KM (informan dari prodi TBI) pada tanggal 12 April 2014

⁸⁴Wawancara dengan IS (informan dari prodi TBA) pada tanggal 12 April 2014

⁸⁵Wawancara dengan SA (informan dari prodi TBG) pada tanggal 12 April 2014

⁸⁶Wawancara dengan AN (informan dari prodi TFS) pada tanggal 12 April 2014

⁸⁷Wawancara dengan AK (informan dari prodi AHS) pada tanggal 13 April 2014

“tidak tahu sama sekali”.⁸⁸

“tidak tahu, karena orangnya banyak yang tidak jelas”⁸⁹

“tidak tahu sama sekali aku masalah KOPMA STAIN ini, melihat kopmanya saja sekarang ini tidak pernah lagi kecuali saat mengambil almamater waktu masih mahasiswa baru”⁹⁰

Adapun hasil wawancara yang peneliti kumpulkan diketahui bahwa 6 orang menyatakan tidak tahu baik itu dari kepala KOPMA STAIN, maupun unsur-unsur terkecil dalam kepengurusan, dan 3 orang mengetahui seperti ketua KOPMA STAIN Palangka Raya yang menjabat periode ini.

c. Rekrutmen keanggotaan KOPMA STAIN Palangka Raya.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai rekrutmen keanggotaan KOPMA STAIN Palangka Raya,

“Ada kemarin dapat formulir pendaftaran anggota KOPMA”⁹¹

“Iya waktu dahulu masih awal-awal kuliah, disuruh mengisi formulir pendaftaran”⁹²

“tidak pernah, KOPMA itu apa sebenarnya fungsinya”⁹³

“tidak pernah”⁹⁴

“tidak pernah sama sekali”⁹⁵

⁸⁸Wawancara dengan MM (informan dari prodi ESY) pada tanggal 13 April 2014

⁸⁹Wawancara dengan JR (informan dari prodi HBI) pada tanggal 13 April 2014

⁹⁰Wawancara dengan ID (informan dari prodi KPI) pada tanggal 13 April 2014

⁹¹Wawancara dengan NF (informan dari prodi PAI) pada tanggal 12 April 2014

⁹²Wawancara dengan KM (informan dari prodi TBI) pada tanggal 12 April 2014

⁹³Wawancara dengan IS (informan dari prodi TBA) pada tanggal 12 April 2014

⁹⁴Wawancara dengan SA (informan dari prodi TBG) pada tanggal 12 April 2014

⁹⁵Wawancara dengan AN (informan dari prodi TFS) pada tanggal 12 April 2014

“tidak ada”⁹⁶

“tidak ada, memangnya untuk apa masuk KOPMA”⁹⁷

“tidak pernah tersentuh sosialisasi KOPMA apalagi merekrut anggota”⁹⁸

“tidak ada”⁹⁹

Dari hasil wawancara diketahui 7 orang informan menyatakan tidak pernah mendapat undangan baik secara tulisan maupun lisan dan 2 orang menyatakan pernah diajak untuk mengikuti KOPMA STAIN Palangka Raya.

- d. Melihat / merasakan bentuk promosi yang digunakan pengurus KOPMA STAIN Palangka Raya.

“ada pernah melihat, tapi jarang juga sebab kebanyakan khusus buat mahasiswa asrama”¹⁰⁰

“sering aja melihat, tapi akhir-akhir ini jarang melihat”¹⁰¹

“lagi lagi tidak pernah melihat brosur atau sebaran dari KOPMA”¹⁰²

“tidak pernah”¹⁰³

“tidak pernah sama sekali”¹⁰⁴

“tidak ada”¹⁰⁵

⁹⁶Wawancara dengan AK (informan dari prodi AHS) pada tanggal 13 April 2014

⁹⁷Wawancara dengan MM (informan dari prodi ESY) pada tanggal 13 April 2014

⁹⁸Wawancara dengan JR (informan dari prodi HBI) pada tanggal 13 April 2014

⁹⁹Wawancara dengan ID (informan dari prodi KPI) pada tanggal 13 April 2014

¹⁰⁰Wawancara dengan NF (informan dari prodi PAI) pada tanggal 12 April 2014

¹⁰¹Wawancara dengan KM (informan dari prodi TBI) pada tanggal 12 April 2014

¹⁰²Wawancara dengan IS (informan dari prodi TBA) pada tanggal 12 April 2014

¹⁰³Wawancara dengan SA (informan dari prodi TBG) pada tanggal 12 April 2014

¹⁰⁴Wawancara dengan AN (informan dari prodi TFS) pada tanggal 12 April 2014

“tidak pernah melihat brosur atau apa-apa saja dari KOPMA mungkin jauh jadi jarang ada selebaran kesini”¹⁰⁶

“sampai saat ini tidak tahu sama sekali”¹⁰⁷

“mana ada melihat, tempatnya aja tidak tahu”¹⁰⁸

Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa 7 menyatakan tidak pernah melihat atau merasakan bentuk promosi yang dilakukan oleh KOPMA STAIN Palangka Raya, sedangkan 2 orang lainnya menyatakan pernah melihat seperti pengumuman atau brosur.

e. Produk-produk yang ditawarkan KOPMA STAIN Palangka Raya.

Koperasi Mahasiswa adalah lembaga yang berjalan dibidang ekonomi, setiap koperasi tentu memiliki produk jasa atau layanan yang menjadi ciri khas dalam sebuah lembaga keuangan, baik itu dari segi pinjaman atau jasa tabungan. Berikut ini diuraikan hasil wawancara berikut ini :

“ada, kaya photocopy, jual kasur buat mahasiswa asrama, rental pengetikan, print itu aja yang aku tahu ”¹⁰⁹

“tidak tahu, karena tidak pernah kesana”¹¹⁰

“tidak tahu, yang jelas KOPMA itu mungkin tempat mengambil Almamater aja”¹¹¹

“mana tau, tempat kopma aja dimana”¹¹²

¹⁰⁵Wawancara dengan AK (informan dari prodi AHS) pada tanggal 13 April 2014

¹⁰⁶Wawancara dengan MM (informan dari prodi ESY) pada tanggal 13 April 2014

¹⁰⁷Wawancara dengan JR (informan dari prodi HBI) pada tanggal 13 April 2014

¹⁰⁸Wawancara dengan ID (informan dari prodi KPI) pada tanggal 13 April 2014

¹⁰⁹Wawancara dengan NF (informan dari prodi PAI) pada tanggal 12 April 2014

¹¹⁰Wawancara dengan KM (informan dari prodi TBI) pada tanggal 12 April 2014

¹¹¹Wawancara dengan IS (informan dari prodi TBA) pada tanggal 12 April 2014

“selama di sini tidak pernah ke kopma, jadi tidak tahu apa yang dijual atau produk yang ditawarkan”¹¹³

“tidak tahu, keberadaan KOPMA itu pun tidak tahu”¹¹⁴

“tidak tahu kalau produk yang mereka tawarkan, sebab jujur saya tidak pernah tahu KOPMA itu dimana”.¹¹⁵

“tidak tahu, aku tidak pernah melihat”¹¹⁶

“tidak tahu sama sekali”¹¹⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas, diketahui bahwa 8 orang menyatakan tidak tahu produk jasa yang diberikan oleh KOPMA STAIN Palangka Raya, dan 1 orang menyatakan mengetahui seperti pemesanan alat tempat tidur dan lainnya.

Dari data yang peneliti kumpulkan dari hasil wawancara dengan 9 informan mengenai dampak dari promosi yang mereka rasakan dan dilihat yaitu masih rendah bahkan 8 dari 9 mahasiswa tidak mengenal produk yang mereka tawarkan.

Sedangkan menurut hasil pengamatan peneliti mengenai dampak dari pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh pihak KOPMA STAIN Palangka Raya menggambarkan bahwa konsumen atau pelanggan KOPMA STAIN Palangka Raya jika dibanding dengan volume mahasiswa baik yang di dalam asrama dan di luar asrama, sangat berbanding jauh

¹¹²Wawancara dengan SA (informan dari prodi TBG) pada tanggal 12 April 2014

¹¹³Wawancara dengan AN (informan dari prodi TFS) pada tanggal 12 April 2014

¹¹⁴Wawancara dengan AK (informan dari prodi AHS) pada tanggal 13 April 2014

¹¹⁵Wawancara dengan MM (informan dari prodi ESY) pada tanggal 13 April 2014

¹¹⁶Wawancara dengan JR (informan dari prodi HBI) pada tanggal 13 April 2014

¹¹⁷Wawancara dengan ID (informan dari prodi KPI) pada tanggal 13 April 2014

yaitu dari kesehariannya peneliti amati terkadang hanya terdapat 3 atau 4 mahasiswa yang membeli di KOPMA STAIN Palangka Raya. Hal ini menunjukkan kurangnya minat mahasiswa terhadap KOPMA itu sendiri masih rendah, dengan demikian menurut peneliti pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh pihak pengurus KOPMA kurang efektif. Hal ini perlu ada langkah perbaikan, perlu adanya perubahan sistem dalam melakukan promosi KOPMA STAIN Palangka Raya.¹¹⁸

Dari data yang peneliti kumpulkan maka dapat disimpulkan bahwa dampak dari penerapan promosi oleh pihak pengurus KOPMA STAIN Palangka Raya, masih kurang yaitu tidak ada menunjukkan bahwa meningkatnya daya minat mahasiswa untuk daya beli mahasiswa di KOPMA, maupun peningkatan daya minat mahasiswa untuk menjadi anggota KOPMA STAIN Palangka Raya.

C. PEMBAHASAN

1. Promosi KOPMA STAIN Palangka Raya di kalangan mahasiswa

Berdasarkan data hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh pihak pengurus KOPMA STAIN Palangka Raya ada 2, yaitu :

a. Sosialisasi KOPMA

Sosialisasi merupakan salah satu program KOPMA STAIN Palangka Raya untuk periode kepengurusan 2013-2015 yang direncanakan akan dilaksanakan pada bulan Maret dan Agustus.

¹¹⁸Pengamatan mengenai dampak dari pelaksanaan promosi oleh KOPMA STAIN Palangka Raya pada tanggal 04/01/2014 s/d 31/03/2014

Namun untuk saat ini program tersebut belum terlaksana sebab masih mencoba untuk membuat konsep pelaksanaannya, belum terbentuknya TIM kepanitiaan pelaksanaan sosialisasi KOPMA dan masih terkendala biaya operasionalnya.

b. Brosur

Brosur adalah media cetak mini yang digunakan dalam periklanan KOPMA STAIN mengenai jasa pelayanan yang mereka tawarkan. Brosur ini sering disebar di mading-mading jurusan atau tiap gedung prodi.

Dari kedua langkah promosi tersebut menurut analisis peneliti perlu ditingkatkan sebab bauran dalam promosi bukannya hanya dipertimbangkan dari segi periklanan saja, tetapi perlu langkah yang lebih kongkrit dalam promosi. Melihat data hasil pengamatan dan pengumpulan data mengenai promosi oleh KOPMA STAIN Palangka Raya, yang perlu ditekankan juga adalah :

a. Komunikasi Personal (*Personal Communication*)

Komunikasi personal sebagai komunikasi secara langsung antara pemasar dan individu pelanggan yang melibatkan dua arah. Kita ketahui bahwa penjualan personal adalah alat yang paling efektif-biaya pada tahap proses pembelian lebih lanjut, terutama dalam membangun preferensi, keyakinan, dan tindakan pembeli.

b. Pelatihan Kemahasiswaan tentang Koperasi Mahasiswa

Agar membuka wawasan mahasiswa tentang koperasi mahasiswa KOPMA STAIN Palangka Raya harus berupaya untuk menyelenggarakan sebuah pelatihan pengelolaan KOPMA yang bertujuan untuk mengenalkan lebih jauh fungsi KOPMA itu sendiri dan mampu memberikan referensi bagi mahasiswa lain untuk memakai produk-produk yang ditawarkan oleh KOPMA STAIN Palangka Raya.

c. Promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*)

Promosi dari mulut ke mulut merupakan komentar positif. Strategi ini sangat sederhana dan tidak mengeluarkan biaya hanya cukup dengan menceritakan tentang produk-produk dari KOPMA melalui mulut ke mulut. Untuk strategi ini harus benar-benar dibentuk sebuah tim agar informasi tersebut benar-benar merata dan ditargetkan untuk seluruh mahasiswa mengetahuinya.

d. Periklanan (*Advertising*)

Iklan yang telah digunakan saat ini adalah brosur yang ditempel di setiap papan pengumuman. Iklan yang perlu dikembangkan lagi adalah dengan membuat semacam baliho mini, yang dibuat dengan dana yang secukupnya, dan memiliki daya tarik mahasiswa, seperti baliho mini tentang iklan pelayanan yang diberikan KOPMA. Sehingga memberikan kesan untuk selalu ke KOPMA STAIN Palangka Raya.

e. Hubungan *Relationship*

Hubungan yang dimaksud dalam lingkup kampus STAIN Palangka Raya adalah KOPMA melakukan upaya kerja sama dengan yang bukan hanya PK3 atau DEMA saja, tetapi harus mampu mengembangkan usahanya dengan membangun hubungan kerjasama lebih luas lagi, seperti bekerja sama dengan setiap HMJ, HMPS, Lab, Pramuka. Sehingga setiap keperluan mahasiswa dalam kegiatan mereka baik itu kegiatan kepramukaan, praktikum, dan lainnya bergantung pada peran KOPMA STAIN Palangka Raya. Melalui hubungan ini juga akan dapat merangsang citra positif KOPMA STAIN Palangka Raya dan produknya

Dalam pemilihan promosi ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan sebagaimana dijelaskan oleh Ali Hasan bahwa promosi dilakukan atas dasar pertimbangan-pertimbangan berikut ini

a. Pertimbangan keuntungan

Tanpa mengacuhkan media, untuk membuat konsep pemasaran, marketer harus menganalisis pesan iklan untuk setiap produk jasa dalam dua elemen berikut ini.

1) Produk

Fitur yang dibuat atas produk dan layanan jasa. Fitur produk biasanya sangat ditonjolkan pada pesan iklan, tetapi relatif kurang efektif, kecuali terintegrasi dengan elemen kedua.

2) Keuntungan

Keuntungan yang didapat pelanggan setelah pembelian.

Iklan harus dapat menghitung-hitung keuntungan dan dapat dipercaya dengan menyebutkan fitur produk yang akan menghasilkan keuntungan.

b. Media

Pertimbangkan banyaknya media di dalam kampanye promosi seperti koran, promosi produk di dalam lembaga keuangan, TV, radio, baliho, direct mail, atau majalah. Kegiatan promosi yang terus-menerus dan terencana dapat memecahkan tiga persoalan penting dalam setiap bisnis, tidak terkecuali koperasi.

c. Informasi produk.

Promosi dapat memberikan informasi tentang bauran pemasaran produk, sistem distribusi, harga, dan manfaat utama yang ditawarkan oleh produk lembaga keuangan.

d. Persepsi masyarakat.

Promosi dapat memecahkan persepsi konsumen yang keliru terhadap produk perusahaan yang memasarkannya. Promosi dapat digunakan untuk mengubah atau meluruskan persepsi atau meningkatkan citra lembaga keuangan menjadi pilihan utama di benak masyarakat.

Promosi dapat mendorong terjadinya keinginan untuk membeli atau menggunakan merek/produk (*buying brand registered*), baik secara langsung maupun pada masa yang akan datang (tidak langsung).¹¹⁹

Segala bentuk promosi dan pertimbangan bauran dalam promosi itu boleh selama tidak memberikan mudarat/merugikan orang lain. Islam tidak memberikan batas bagi setiap *marketer* selama pemasaran tersebut masih dijalur *islah*, sebagaimana kaidah fiqhiyah yang menjelaskan :

المُسْلِمُونَ عَلَى سُؤْطِهِمْ إِلَّا سَرْطًا حَرَّمَ حَالًا وَ أَحَلَّ حَرَامًا

Artinya : “Kaum muslimin terikat pada kesepakatan-kesepakatan dibuat mereka, kecuali kesepakatan yang mengharamkan yang halal dan menghalalkan yang haram”.¹²⁰

Islam sebagai agama yang telah sempurna sudah barang tentu memberikan rambu-rambu dalam melakukan setiap transaksi dalam memasarkan barang. Dalam menjalankan usaha bisnis tetap harus berada dalam aturan-aturan yang telah ada.

2. Faktor pendukung dan penghambat Promosi KOPMA STAIN Palangka Raya di kalangan mahasiswa

a. Faktor pendukung

Data hasil yang telah peneliti kumpulkan bahwa faktor pendukung dalam pelaksanaan promosi oleh KOPMA STAIN Palangka Raya yaitu :

¹¹⁹Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor : Ghalia Indonesia, 2010, h. 163-164.

¹²⁰M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Bumi Aksara, 2006, h. 17

1) Didukungnya biaya operasional.

Biaya operasional untuk setiap kegiatan intra kampus memang sudah ditentukan dan memiliki jatah masing-masing. Adapun untuk KOPMA STAIN Palangka Raya itu sendiri diberikan dana sebesar 8 juta untuk satu semester. Hal ini menunjukkan untuk setiap kegiatan yang akan dilakukan telah didukung dari segi biaya.

Biaya operasional ini, akan tepat guna jika pengurus KOPMA STAIN Palangka Raya mampu mensiasatinya guna melaksanakan kegiatan sosialisasi atau kegiatan studi banding di beberapa Koperasi Mahasiswa di wilayah Indonesia yang benar-benar memiliki integritas tinggi guna mencontoh atau menerapkan sistem yang mereka lakukan dalam peningkatan koperasi mahasiswa atau melakukan kegiatan bazaar buku, bazaar Ramadhan, atau bazaar yang menampilkan karya dari mahasiswa-mahasiswa STAIN Palangka Raya, agar meningkatkan minat mahasiswa terhadap KOPMA STAIN Palangka Raya.

2) Didukungnya pemanfaatan fasilitas STAIN Palangka Raya dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh KOPMA STAIN Palangka Raya.

Setiap kegiatan positif yang dilakukan oleh KOPMA STAIN Palangka Raya selalu mendapatkan kebebasan untuk menggunakan fasilitas yang disediakan, karena koperasi memiliki peluang yang lebih besar dibanding dengan pedang lain yang tidak diperbolehkan untuk melakukan aktifitas perdagangan di lingkungan STAIN Palangka Raya.

- 3) Memiliki integritas/peluang besar dalam membangun kerjasama kegiatan STAIN.

Membangun kerjasama kepada masing-masing jurusan, membangun kerja sama pada setiap kegiatan HMJ, HMPS, UKM Olahraga, UKM Pramuka, LDK, DEMA dan lainnya dalam setiap kegiatan. Seperti kegiatan orientasi mahasiswa, kegiatan pramuka, praktikum biologi atau fisika atau bentuk kegiatan lainnya. Sehingga setiap kegiatan mahasiswa selalu ada peran KOPMA STAIN Palangka Raya.

b. Faktor penghambat

Dalam melakukan segala kegiatan pasti akan ada kendala atau hambatan. Begitu juga dalam melaksanakan strategi promosi pada KOPMA STAIN Palangka Raya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (mahasiswa), terdapat hambatan yang menjadi tantangan bagi KOPMA STAIN Palangka Raya agar lebih cermat dan jeli dalam menentukan strategi apa yang harus dilakukan.

Keberhasilan menjual adalah keberhasilan dari suatu proses panjang, bertahap dan berulang yang bukan hasil dari suatu kesuksesan tunggal. Keberhasilan menjual adalah akumulasi dari kesuksesan menemui pelanggan/prospek, kesuksesan melakukan persentasi dan kesuksesan menyakinkan produk yang dibawanya.

Ketidakberhasilan dalam merebut pelanggan dapat pula disertai ketidakberhasilan mempertahankan pelanggan yang sudah dikuasai,

kurangnya informasi serta pemahaman akan aktivitas pesaing. Kiat-kiat pemasaran banyak ditentukan oleh kejelian mendapatkan informasi dan memahaminya. Informasi itu penting untuk mempertajam strategi dan merespon aktivitas pesaing. Ketidakmampuan memahami pesaing, pelanggan dan lingkungan dikaitkan dengan posisinya sendiri memiliki kontribusi pada kegagalan, baik kegagalan merebut maupun mempertahankan pelanggan. Dan berikut adalah faktor penghambat bagi KOPMA STAIN Palangka Raya dalam melaksanakan promosi :

1) Rendah minat mahasiswa terhadap KOPMA STAIN Palangka Raya.

Para konsumen (mahasiswa) yang rendah minatnya akibat merasakan bahwa KOPMA Stain Palangka Raya memiliki nilai kurang baik dari produk yang jelek atau pelayanannya yang kurang memuaskan, atau tempatnya yang kurang menarik.

Rendahnya minat mahasiswa timbul ketika para pengurus KOPMA gagal untuk berkomunikasi dengan baik, baik secara verbal (dengan kata-kata) maupun secara non-verbal (tanpa kata-kata). Beberapa contoh keberpalingan orang adalah:

- a) Tidak mau menyalami atau bahkan tersenyum kepada seorang pelanggan.
- b) Informasi tidak akurat yang diberikan atau kurangnya pengetahuan yang disampaikan.
- c) Sering mengabaikan pelanggan.

- 2) Terbatasnya potensi pengurus dalam pengelolaan KOPMA STAIN Palangka Raya.

Diketahui bahwa untuk SDM di KOPMA STAIN Palangka Raya bukan hanya untuk mahasiswa yang memiliki basic sebagai ekonomi tetapi lebih dominan dari kalangan mahasiswa Tarbiyah, sehingga untuk strategi atau langkah-langkah yang perlu dilaksanakan dalam bauran promosi kurang mengetahui. Namun itu semua bisa diatasi jika dilakukan pembinaan pengelolaan Koperasi dengan baik. Dalam hal ini perlu peran pengurus STAIN khususnya PK3 yang bertanggung jawab atas semua kegiatan intra kampus, untuk memberikan pengembangan SDM dibidang pengelolaan Koperasi Mahasiswa.

- 3) Kurangnya pola pembinaan, sehingga koperasi itu sendiri kurang diminati oleh kalangan mahasiswa STAIN Palangka Raya

Diperlukan himbauan dari seluruh unsur STAIN Palangka Raya agar senantiasa terbiasa untuk melakukan transaksi di KOPMA STAIN Palangka Raya, dimulai dari pemberian contoh sikap yang ditunjukkan dosen dengan selalu menjadikan KOPMA sebagai tempat pemenuhan kebutuhan. Sehingga bisa memberikan pengaruh bagi mahasiswa lainnya untuk melakukan transaksi di KOPMA.

- 4) Produk yang dipasarkan terbatas.

Produk komplet juga berpengaruh bagi konsumen untuk mencari barang yang mereka perlukan. Sebab itu setiap barang atau produk yang ditawarkan oleh KOPMA STAIN Palangka Raya harus berstandarkan

dengan kebutuhan sehari-hari mahasiswa, baik itu kebutuhan sehari-hari, maupun barang-barang untuk keperluan praktikum, misalnya seperti *spare part* untuk kegiatan mahasiswa Fisika. Selain itu pula produk yang dipasarkan oleh pihak koperasi sering terkendala untuk beberapa kepentingan individu STAIN Palangka Raya yang ingin meraup keuntungan pribadi seperti adanya intervensi bagi KOPMA STAIN Palangka Raya untuk tidak menjual produk tertentu.

5) Tempat yang kurang strategis.

Tempat adalah merupakan unsur dari pemasaran, dengan tempat yang strategis tentu akan memberikan daya tarik tersendiri pada pelanggan. Untuk KOPMA STAIN Palangka Raya sendiri menurut peneliti kurang strategis dan kurang menarik perhatian sebab tata lokasi KOPMA STAIN Palangka Raya terlihat menyendiri dan jauh dari sebagian prodi seperti Fisika, Biologi, Dakwah dan Bahasa Arab.

Menurut peneliti KOPMA STAIN Palangka Raya masih kurang diupayakan oleh pihak STAIN dari segi *place*, sedangkan untuk bangunan racana, dan tempat kantin di asrama putri mampu disediakan, namun untuk KOPMA STAIN Palangka Raya yang itu sendiri belum ada realisasi tempat. Mudah-mudahan untuk kedepannya KOPMA STAIN Palangka Raya akan mendapat tempat yang baik dan strategis, sehingga banyak diminati oleh kalangan mahasiswa maupun kalangan dosen dan staf STAIN Palangka Raya.

6) Harga kurang bersaing.

Harga jual barang di KOPMA STAIN Palangka Raya masih terbilang kurang bersaing dibandingkan dengan penjual di luar, sebab itu perlunya ada perubahan dalam penetapan harga barang sebab menurut analisa peneliti KOPMA STAIN Palangka Raya belum bisa memonopoli harga sebab dari segi nama besar pun belum memiliki, hal ini akan memberikan efek negatif jika terus mempertahankan harga jual yang ditawarkan kepada konsumen.

7) Sistem pengawasan KOPMA STAIN Palangka Raya tidak ada.

Perlunya peran pengawas bagi KOPMA STAIN Palangka Raya dalam setiap kegiatan agar bisa terarah dan tidak melakukan banyak kesalahan baik dari segala kegiatan pelaporan keuangan termasuk kegiatan pemasaran hingga pada kegiatan promosi.

3. Hasil dampak promosi KOPMA STAIN Palangka Raya

Dampak yang bisa dirasakan dari promosi yang dilakukan oleh pengurus KOPMA STAIN Palangka Raya yaitu masih rendah yaitu belum mampu meningkatkan daya beli mahasiswa di KOPMA dan meningkatkan minat mahasiswa untuk menjadi anggota KOPMA STAIN Palangka Raya.

Dari dua dampak yang bisa dirasakan tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan promosi dalam kegiatan KOPMA STAIN Palangka Raya belum maksimal. Karena promosi merupakan ujung tombak segala bisnis. Dengan adanya promosi ini konsumen mampu mengenal produk-produk yang ditawarkan, dan memberikan pemahaman tentang suatu produk

kepada konsumen, dan yang paling utama adalah mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Hal ini benar sebagaimana diungkapkan oleh Rossiter dan Percy bahwa kegiatan promosi ini mampu :

- a. Menumbuhkan persepsi pelanggan terhadap suatu kebutuhan (*category need*).
- b. Memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk kepada konsumen (*brand awareness*).
- c. Mendorong pemilihan terhadap suatu produk (*brand attitude*).
- d. Membujuk pelanggan untuk membeli suatu produk (*brand purchase intention*).
- e. Mengimbangi kelemahan unsur bauran pemasaran lain (*purchase facilitation*).
- f. Menanamkan citra produk dan perusahaan (*positioning*).¹²¹

¹²¹Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor : Ghalia Indonesia, 2010, h. 22.