

**PRODUK-PRODUK ANDALAN KOPERASI MANDIRI DAN MERDEKA  
(KMDM) FROZEN FOOD dan SAYURAN**

***(INDEPENDENT AND INDEPENDENT COOPERATIVE PRODUCTS (KMDM)  
CATEGORY OF FROZEN FOOD AND VEGETABLES )***

**Aulia Sagita<sup>1</sup>, Fildza Arief Syuhada<sup>2</sup>, Andi alatas<sup>3</sup>, Roni Jarlis<sup>4</sup>**  
<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Agribisnis Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam  
Universitas Negeri Padang

e-mail:, auliasagita2024@gmail.com<sup>1</sup>

***Abstrak***

Penelitian ini dilaksanakan di Koperasi MDM dengan para produsen biasanya lebih diutamakan dengan mereka yang sudah membentuk koperasi, jadi kerja sama itu bersifat antar koperasi atau cooperative to cooperative. Namun tidak menutup kesempatan kepada para produsen perorangan yang melakukan usaha ekonomi mandiri dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah untuk bekerja sama juga dengan Koperasi MDM. Selain itu, Pasar Rabu Tani secara teknis selama ini juga diselenggarakan dengan mengumpulkan data produk yang ada dari para produsen di sekitar kampus Unand secara langsung oleh Koperasi MDM. Kemudian semua data pemesanan produk oleh para konsumen yang ditawarkan tersebut akan dikelola oleh admin dan ditindaklanjuti dengan mempersiapkannya untuk disampaikan kepada para konsumen. tujuan dari penelitian ini mempelajari manajemen pemasaran yang dilakukan oleh koperasi mandiri dan merdeka (KMDM). Menambah pengalaman dan pengetahuan mengenai dunia kerja di koperasi mandiri dan merdeka yang bergerak di bidang agribisnis. Meningkatkan wawasan pengetahuan, pengalaman, kemampuan dan keterampilan mahasiswa. Mengarahkan mahasiswa untuk menemukan permasalahan maupun data yang berguna dalam penulisan laporan magang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Koperasi Mandiri Dan Merdeka (KMDM). Kegiatan yang dilakukan dalam magang yaitu kegiatan penginputan data, melayani pesanan konsumen, pengemasan produk, mengikuti demo Eco Enzim, dan membuat Eco Enzim.

***Kata kunci:*** Produk, Koperasi

***Abstract***

*This research was carried out at the MDM Cooperative with producers usually giving preference to those who have formed cooperatives, so the cooperation is between cooperatives or cooperative to cooperative. However, this does not close the opportunity for individual producers who run independent economic businesses and Micro, Small and Medium Enterprises to also collaborate with the MDM Cooperative. Apart from that, the Rabu Tani Market has technically been held by collecting existing product data from producers around the Unand campus directly by the MDM Cooperative. Then all the product order data offered by consumers will be managed by*

*the admin and followed up by preparing it to be delivered to consumers. The aim of this research is to study the marketing management carried out by the Mandiri and Merdeka KMDM cooperatives. Increase experience and knowledge about the world, working in independent and independent cooperatives operating in the agribusiness sector. Increasing students' knowledge, experience, abilities and skills. Directing students to find problems and useful data in writing internship reports. The method used in this research is a qualitative research method. This research was carried out at the Mandiri Dan Merdeka Cooperative (KMDM). Activities carried out in the internship include data inputting activities, serving consumer orders, product packaging, taking part in Eco Enzyme demos, and making Eco Enzymes.*

*Keywords: Products, Cooperatives*

## **1. Pendahuluan**

Pengertian koperasi tercatat dalam Undang-undang Republik Indonesia nomor 25 tahun 1992 tentang perkoperasian bahwa koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatan berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah suatu rencana yang menyeluruh serta terpadu dan menyatu dibidang pemasaran barang dan jasa. Dengan perkataan lainnya strategi pemasaran itu adalah serangkaian tujuan dan sasaran kebijakan, serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran barang dan jasa. Strategi pemasaran adalah wujud yang terarah dibidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil optimal.

Koperasi mandiri dan merdeka ( KMDM) adalah sebuah koperasi yang bergerak di bidang pemasaran produk pertanian dan produk UMKM. Berdiri pada tahun 2020. Pemilihan tempat magang kerja di koperasi mandiri dan merdeka (KMDM) dengan alasan karena KMDM merupakan koperasi pemasaran. Penelitian ini dilakukan di koperasi mandiri dan merdeka (KMDM) yang merupakan instansi yang bergerak di bidang koperasi pemasaran yang dianggap dapat membantu para petani dalam memasarkan produknya. Pada penelitian penulis memilih koperasi mandiri dan merdeka (KMDM) karena untuk dapat melihat atau mengidentifikasi manajemen yang terjadi di dalam koperasi mandiri dan merdeka tersebut, terutama manajemen strategi pemasaran yang dilakukan koperasi mandiri dan merdeka. Dengan melakukan penelitian di koperasi mandiri dan merdeka, diharapkan penulis mendapatkan pengetahuan yang terkait dengan topic, yaitu strategi pemasaran produk.

## **2. Metode Penelitian**

Penelitian ini di laksanakan di koperasi mandiri dan merdeka ( KMDM). Penentuan lokasi tersebut mempertimbangkan bahwa Kmdm salah satu koperasi yang bergerak di bidang koperasi pemasaran. Koperasi mandiri dan merdeka (KMDM) terletak di Jl. Cupak Tengah No. 29, Kel. Cupak Tengah, Kec. Pauh Kota Padang, Sumatera Barat.

Adapun jenis data yang doigunakan dalam pnelitian ini menggunakan metode kualitatif,dengan mengumpulkan berbagai sumber mulai dari observasi ,prakterk,wawancara,dan dukumentasi.

### **a. Aspek Teknis**

Pada aspek tekinis mahasiswa bekerja langsung dilapangan sebagai karyawan harian meliputi penerimaan produk dari produsen, pelabelan produk, packaging produk

pesanan konsumen, pelayanan konsumen, mendampingi konsumen ke lokasi produsen, pendataan produk dan pedistribusian produk.

b. Aspek Khusus

Aspek Khusus, yaitu mahasiswa mempelajari berbagai kategori produk. Adapun data yang digunakan adalah data primer diperoleh dengan cara mengikuti kegiatan, melakukan pengamatan dan wawancara langsung dengan pihak koperasi mandiri dan merdeka. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumbernya langsung, data primer ini bisa disebut juga sebagai data langsung (Subagio,2017).

- c. Metode tidak langsung dilaksanakan dengan pengumpulan data sekunder yang meliputi sejarah dan perkembangan perusahaan. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui studi kepustakaan yaitu dengan membaca kepustakaan seperti buku-buku literatur, diktat-diktat kuliah, majalah-majalah, jurnal-jurnal, buku-buku yang berhubungan dengan pokok penelitian, surat kabar, dan membaca dan mempelajari arsip-arsip atau dokumen-dokumen yang terdapat di instansi terkait.
- d. Kegiatan yang dilakukan selama penelitian ini yaitu mulai dari penerimaan produk dari produsen sampai dengan memasarkan produk ke konsumen. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan selama penelitian ini meliputi
- e. Mengunjungi lokasi budidaya tanaman hidroponik produsen koperasi mandiri dan merdeka
- f. Mengimput data konsumen koperasi mandiri dan merdeka
- g. Pengemasan produk jamur tiram
- h. Pemesanan produk permintaan konsumen ke produsen hidroponik koperasi mandiri dan merdeka
- i. Penjemputan produk pesanan konsumen ke lokasi budidaya produsen
- j. Packaging produk pesanan konsumen
- k. Belajar cara membuat eco enzyme dan mempraktekan bagaimana cara membuat eco enzyme
- l. Mendampingi konsumen ke lahan budidaya produsen
- m. Pendataan produk yang ada di pasat rabu tani
- n. Memberi label

## 2. Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Deskripsi penelitian

Penelitian bisa dikatakan sebagai pekerjaan kreatif dan sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, termasuk pengetahuan tentang manusia, budaya, ilmu alam, dan juga masyarakat. Pemanfaatan pengetahuan tersebut untuk merancang suatu hal yang baru. Terdapat beragam jenis metode penelitian yang dapat kita lakukan sesuai maksud dan tujuan penelitian yang telah di rencanakan, diantaranya yaitu penelitian kualitatif, penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Koperasi Mandiri Dan Merdeka (KMDM). Kegiatan yang dilakukan dalam magang yaitu kegiatan penginputan data ,melayani pesanan konsumen ,pengemasan produk, mengikuti demo Eco Enzim,dan membuat Eco Enzim.

3.2 Kaitan penelitian dio koperasi MDM dengan mata kuliah yang di dapatkan diperkuliahan .

Penelitian yang lakukan di Koperasi Mandiri Dan Merdeka (KMDM) merupakan bentuk praktik nyata dari beberapa mata kuliah yang didapat di perkuliahan. Teori yang diberikan dalam perkuliahan dapat menjadi tambahan pengetahuan untuk menganalisa suatu system dalam perusahaan. Berdasarkan kegiatan magang yang dilakukan yang banyak ditemukan adalah aspek manajemen untuk menjalankan perusahaan. Dengan itu kaitan yang di dapatkan bisa membandingkan antara teori dengan praktik atau kegiatan nyata di lapangan apakah sejalan atau justru berjalan berlawanan.

3.3 Tantangan Dari Kegiatan Yang Dilakukan Di Tempat Magang

Selama penelitian berlangsung banyak kegaitan atau pekerjaan yang jarang atau sebelumnya tidak pernah dilakukan. Hal tersebut menjadi suatu tantangan tersendiri dalam menjalani kegiatan magang. kegiatan yang dilakukan antara lain adalah pengemasan yang meliputi penyortiran, pembersihan produk, dan penimbangan, penjualan produk di KMDM perekapan data dari faktur atau bukti penerimaan barang , serta pengiriman produk kepada konsumen secara langsung

#### 4. Kesimpulan

Kerja sama yang dilakukan Koperasi MDM dengan para produsen biasanya lebih diutamakan dengan mereka yang sudah membentuk koperasi, jadi kerja sama itu bersifat antar koperasi atau cooperative to cooperative. Namun tidak menutup kesempatan kepada para produsen perorangan yang melakukan usaha ekonomi mandiri dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah untuk bekerja sama juga dengan Koperasi MDM.

Selain itu, Pasar Rabu Tani secara teknis selama ini juga diselenggarakan dengan mengumpulkan data produk yang ada dari para produsen di sekitar kampus Unand secara langsung oleh Koperasi MDM. Kemudian semua data pemesanan produk oleh para konsumen yang ditawarkan tersebut akan dikelola oleh admin dan ditindaklanjuti dengan mempersiapkannya untuk disampaikan kepada para konsumen.

#### Daftar Pustaka

- [1] <http://pasarrabutani.com/>
- [2] Subagio,S.2017.MetodePenelitian Ekonomi Islam:Konsep dan Pemasaran.Alim`S Pubishing,Jakarta.
- [3] Kotler, Amstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. Pearson Education Limited. England.
- [4] Palmatier, Robert W. Shrihari, Sridhar. 2017. *Marketing Strategy Based on First Principles and Data Analytics*. Palgrave.
- [5] Peter dan Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan*. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- [6] Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Salemba Empat. Jakarta.
- [7] Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Kencana. Jakarta.
- [8] Tjiptono, Fandy. Anastasia, Diana. 2020. *Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

- [9] Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- [10] Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran ed. 3*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- [11] Wibisono, Dermawan. 2006. *Manajemen Kinerja*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- [12] Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta. Bandung
- [13] Alfin. 2021. "Analisis Strategi UMKM dalam Menghadapi Krisis di Era Pandemi Covid-19". *Jurnal Inovasi Penelitian*. Vol. 1. No. 8. Aziz. 2017. "Mekanisme Pasar Produk Usaha Kreatif Home Industri di Desa Bodelor dalam Teori Ibn Khaldun". *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*. Vol. 2. No. 2.
- [14] Aziz. 2017. "Mekanisme Pasar Produk Usaha Kreatif Home Industri di Desa Bodelor dalam Teori Ibn Khaldun". *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*. Vol. 2. No. 2
- [15] Rahman. 2017. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengaruh Orientasi Pasar, dan Nilai Pelanggan terhadap Kinerja Pemasaran Penjualan Tiket Maskapai Susi Air". *Jurnal Cano Ekonomos*. Vol. 5. No. 2.