

# Pendampingan Kualitas Layanan kepada Minimarket Credit Union Lestari Dharma Yogyakarta

Elisabet Septiari<sup>1</sup>, Jeanne Pujianto<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Indonesia; dita.septiari@uajy.ac.id

<sup>2</sup> Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Indonesia; jeannefrancoisecnp@gmail.com

## ARTICLE INFO

### Keywords:

Score;  
Service Quality  
Cooperative;  
Minimart

### Article history:

Received 2024-09-18

Revised 2024-10-20

Accepted 2024-11-18

## ABSTRACT

Credit Union Lestari Dharma is one of the cooperatives in Sleman, which has expanded its business from saving and loans into a minimarket business. As a new business, the management of minimarkets needs assistance with how to manage minimarkets so that many consumers come and buy, make profits and survive. The service activity toward minimarket is carried out by providing assistance to the manager and employee of minimarket CU Lestari Dharma in order to improve the quality of service. The material of assistance is SCORE (Sustaining, Competitive, and Responsible Enterprises) and marketing. The method of assistance is training, coaching, and evaluating, which lasts for three months from September to November 2024. The results of training and assistance for minimarket Lestari Dharma are increasing in efficiency of product finding and servicing, increasing in number of product sales, and smoother communication between managers. Overall, this activity have a positive impact on minimarket in increasing productivity and profitability. The continuous implementation of this initiative will help maintain and improve the performance of cooperatives.

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



## Corresponding Author:

Elisabet Septiari

Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Indonesia; dita.septiari@uajy.ac.id

## 1. PENDAHULUAN

Koperasi merupakan sebuah badan usaha yang didirikan oleh para anggotanya untuk mensejahterakan mereka dan juga masyarakat. Definisi koperasi menurut UU RI No. 25 Tahun 1992 adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan (Presiden Republik Indonesia, 1992). Koperasi menjadi salah satu penggerak ekonomi rakyat Indonesia di berbagai sektor seperti pertanian, peternakan, perkebunan, dan yang lain, baik pada level mikro maupun makro (Yusuf et al., 2021).

Pelayanan yang baik sangat penting bagi koperasi untuk melayani nasabahnya, maupun pelanggannya (Wiseka et al., 2023). Pelayanan yang baik tersebut akhirnya berdampak pada

peningkatan penjualan di koperasi. Namun, banyak koperasi masih menghadapi berbagai tantangan dalam hal pengelolaan, serta masih kurangnya dukungan pendampingan dan pemberdayaan yang berorientasi pada hasil dan kinerja (Simangunsong, 2022). Selain itu, pandemi COVID-19 memperparah kondisi karena mengurangi interaksi sesama anggota koperasi, sehingga menghambat anggota untuk memberikan kontribusi maksimal terhadap koperasi.

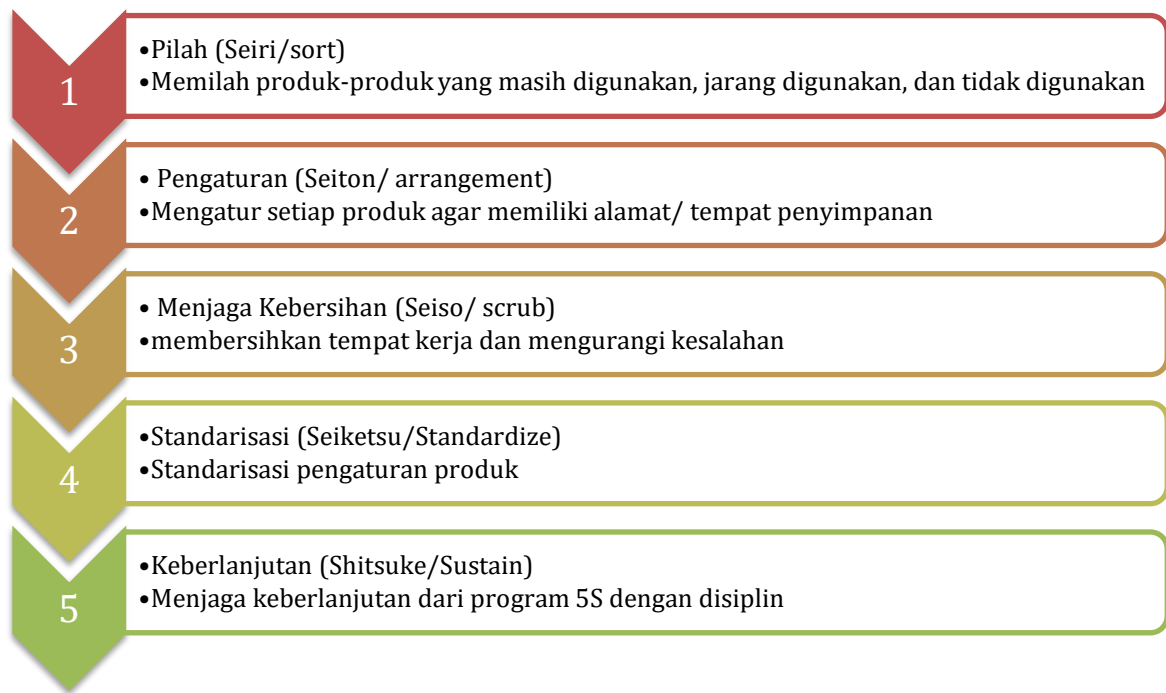
Pendampingan ini dilakukan di salah satu koperasi yang terletak di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, yaitu Credit Union Lestari Dharma. Credit Union Lestari Dharma merupakan koperasi yang terletak di Jl. Kebon Agung, Karang Geneng, Sendangadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55285. CU Lestari Dharma membuka sebuah minimarket dengan nama Lestarmart sebagai salah satu bentuk usahanya sejak bulan Mei 2024. Sebagai toko yang masih tergolong baru dalam menjalankan usaha retail, pengelola memerlukan pengetahuan dan kompetensi dalam membangun kualitas pelayanan. Kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen dan mempengaruhi loyalitas konsumen.

Berangkat dari hal tersebut, pendampingan kepada Lestarmart dilakukan untuk mengembangkan kemampuan pengelola minimarket dalam meningkatkan kualitas layanannya. Pendampingan yang digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan minimarket menggunakan modul dari SCORE (Sustaining Competitive and Responsible Enterprises). Program ini diciptakan oleh ILO dengan tujuan meningkatkan produktivitas dan kualitas lingkungan kerja bagi suatu organisasi (International Labour Organization, 2015).

## 2. METODE

Metode yang tepat dalam pengabdian masyarakat diperlukan agar dapat mencapai tujuan sesuai yang diharapkan. Metode pendampingan yang diberikan kepada CU Lestari Dharma, lebih spesifik pada unit bisnis Lestarmart berupa:

- 1) Pelatihan materi SCORE kepada koperasi Credit Union Lestari Dharma.  
Pemberian materi dalam bentuk pelatihan secara tatap muka kepada pengurus CU Lestari Dharma yang akan menjadi tim EIT (Enterprise Improvement Team).
- 2) *Baseline Assessment I*  
*Baseline Assessment I* digunakan untuk memetakan permasalahan yang dialami oleh unit bisnis yang dimiliki CU Lestari Dharma yaitu Lestarmart. Di dalam *baseline assessment* juga diharapkan telah dibentuk tim kerja yang akan bertanggungjawab terhadap pengembangan Lestarmart (EIT). Pembentukan tim kerja diperlukan agar ada yang bertanggungjawab terhadap pelaksanaan program SCORE serta kesinambungan dari program SCORE. Jumlah tim EIT disesuaikan dengan kebutuhan, minimal 5 orang maksimal 10 orang.
- 3) Pendampingan pelaksanaan SCORE kepada pengelola Lestarmart (*progress assessment*).  
Pendampingan pelaksanaan SCORE meliputi kegiatan 5S untuk meningkatkan kualitas lingkungan fisik dari LestariMart. 5S bermanfaat untuk mengurangi sampah di dalam proses internal. Gambar 1 menunjukkan langkah dalam 5S.



Gambar 1. Langkah dalam 5S  
Sumber: (International Labour Organization, 2015)

Berdasarkan metode yang disampaikan, jadwal kegiatan pengabdian di Lestarmart adalah seperti pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Jadwal Kegiatan Program Pendampingan SCORE kepada Koperasi CU Lestari Dharma

Tanggal	Tahapan / Kegiatan	Luaran
17 dan 18 September 2024	Pelatihan SCORE (2 hari)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemahaman mengenai program SCORE.</li> </ul>
27 September 2024	<i>Baseline assessment I</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemetaan masalah dan kebutuhan pendampingan</li> <li>• Pembentukan tim EIT</li> </ul>
16 Oktober 2024	<i>Progress Assessment I</i>	Pendampingan untuk melihat kemajuan yang sudah dilakukan
30 Oktober 2024	<i>Progress Assessment II</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendampingan untuk melihat kemajuan yang sudah dilakukan</li> <li>• Memastikan bahwa program akan berkelanjutan</li> </ul>
12 November 2024	Presentasi hasil	Tim EIT melaporkan perbaikan dalam kualitas layanan sebagai hasil dari pendampingan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini mendapatkan sambutan positif dari CU Lestari Dharma karena pendampingan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan Lestarmart. Menurut wakil dari CU Lestari Dharma, materi pelatihan mudah dipahami dan dapat diterapkan di dalam organisasinya. Adapun materi pelatihan meliputi: kerjasama di tempat kerja, memahami kebutuhan konsumen, memahami aktivitas *value added* dan *non value added*, dan memahami 5S. Gambar 2 menunjukkan kegiatan pelatihan SCORE.



Gambar 2. Pelatihan SCORE

Setelah kegiatan pelatihan, pengurus Lestarmart diminta untuk memetakan permasalahan yang mereka alami pada kegiatan *baseline assessment* 1. Kegiatan *baseline assessment* tersebut didampingi oleh tim dibantu Berdasarkan hasil pemetaan permasalahan dan kebutuhan yang diperlukan dari Lestarmart seperti tertera pada Tabel 2, terdapat dua masalah utama yang menjadi prioritas utama. Permasalahan tersebut adalah promosi, dan cara display produk. Pengelola Lestarmart memiliki keyakinan apabila kedua hal tersebut dapat terpecahkan, mereka dapat meningkatkan jumlah pembeli di Lestarmart.



Gambar 3. Kegiatan *Baseline Assessment* 1

Dalam *baseline assessment* I, Lestarmart juga membentuk Tim EIT yang akan bertanggungjawab untuk bertanggungjawab terhadap perbaikan di organisasinya. Tim EIT yang terbentuk beranggotakan lima orang, terdiri dari satu ketua, satu sekretaris, dan tiga anggota.

**Tabel 2. Permasalahan dan kebutuhan pendampingan Lestarmart**

Permasalahan	Kebutuhan
Promosi produk Lestarmart kurang mendapat tanggapan dari anggota koperasi	Pendampingan mengenai cara mengkomunikasikan informasi mengenai Lestarmart
Display produk di Lestarmart masih belum tertata	Pendampingan mengenai cara display produk yang dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli

Setelah berhasil memetakan permasalahan prioritas yang ingin diselesaikan, pendamping meminta Tim EIT untuk memikirkan alternatif solusi yang dapat dilakukan. Gambaran perbaikan yang akan dilakukan selama satu minggu sampai dengan *progress assessment 1* terdapat pada Tabel 3. Berdasarkan tabel 3 tersebut, tim EIT akan mengaktifkan instagram sebagai media promosi.

**Tabel 3. Ide Perbaikan yang akan dilakukan oleh tim EIT selama 1 minggu**

No	Ide Peningkatan
1	Pemberian informasi dan promosi kepada konsumen melalui Instagram.
2	Menata kembali produk-produk di toko dengan memilah produk-produk yang <i>expired</i> agar tidak terlihat berantakan.
3	Menambah produk untuk dipajang di etalase produk yang masih kosong
4	Merapikan kasir agar lebih terlihat rapi

Selanjutnya pada tanggal 16 Oktober 2024, tim pendamping kembali mengunjungi Lestarmart untuk melakukan penilaian kemajuan 1 (*progress assessment 1*). Banyak perubahan yang sudah dilakukan oleh tim EIT Lestarmart, sesuai dengan perencanaan yang sudah dilakukan. Perubahan tersebut meliputi promosi penjualan yang dilakukan melalui instagram @lestaridpkmart, penerapan 5S dengan menata produk-produk, mengisi etalase yang kosong, membuat label nama produk, membuang dan merapikan produk yang kadaluarsa, merapikan kasir, dan memasang cctv. Tabel 4 menunjukkan aktivitas perubahan yang sudah dilakukan.

Tabel 4. Hasil Progress Assessment 1

No	Perbaikan	Bukti
1	Aktif menyebarkan promo minimarket ke sosial media IG dan WA	
2	Merapikan dan menggolongkan produk sesuai dengan jenisnya (misalnya produk-produk kebersihan rumah tangga tidak dicampur dengan produk-produk kebersihan pribadi)	<div><div>Sebelum</div></div> <div><div>Sesudah</div></div>
3	Menambah display produk dengan memanfaatkan tempat yang awalnya masih kosong.	<div><div>Sebelum</div></div> <div><div>Sesudah</div></div>

- 4 Membuat panduan pengelompokkan etalase

Sebelum

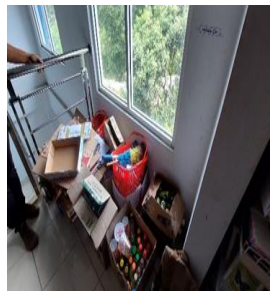


Sesudah



- 5 Memilah, membuang dan mengembalikan produk-produk yang kadaluarsa.

Sebelum



Sesudah



- 6 Merapikan kasir, dengan merapikan kabel yang awalnya berantakan menjadi lebih tertata.

Sebelum



Sesudah



- 7 Memasang CCTV




Dampak dari perbaikan yang telah dilakukan tersebut ada yang menunjukkan hasil positif dan ada yang belum menunjukkan hasil, sehingga memerlukan strategi lain. Penataan produk dan penggolongan produk sesuai dengan jenisnya membuat konsumen mudah dalam mencari produk yang akan dibeli, serta membantu karyawan dalam menata barang. Pemilahan, membuang dan mengembalikan produk yang kadaluarsa membuat ruang yang tadinya terlihat kotor menjadi lebih bersih dan lebih luas. Namun pembuatan konten melalui Instagram belum memberikan dampak terhadap keterlibatan anggota koperasi dan kenaikan penjualan. Berdasarkan hasil *progress assessment I*, maka pendamping dan tim EIT melakukan *brainstorming* mengenai cara promosi yang lebih efektif, dan semakin meningkatkan display produk agar dapat menarik konsumen yang datang ke toko.

Setelah *brainstorming*, tim EIT memberikan gambaran perbaikan yang akan dilakukan selama dua minggu sampai dengan *progress assessment 2* seperti terdapat pada Tabel 5.

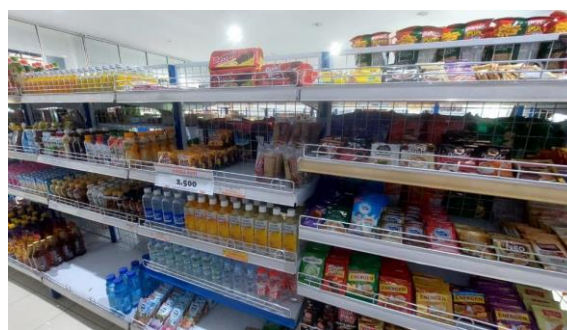
**Tabel 5. Ide Perbaikan yang akan dilakukan oleh tim EIT selama 2 minggu**

No	Ide Peningkatan
1	Membuat katalog produk dan dikirimkan melalui grup whatsapp dan Instagram.
2	Menyediakan rak di dekat kasir yang akan memudahkan konsumen untuk membeli produk
3	Mengatur display barang-barang minimarket dan memberi label

Pada tahap ke-3, *Progress Assessment II*, selain pendamping melihat progres, pendamping dan tim EIT berdiskusi tentang dampak langsung dari pelaksanaan SCORE dan bagaimana agar kegiatan ini dapat terus berjalan meskipun pendampingan sudah selesai. Hasil progres di penilaian ke-3 adalah sebagai berikut:

No	Progres	Bukti
1	Menambah rak display di dekat meja kasir dengan produk-produk yang membuat konsumen tertarik untuk membeli, seperti makanan-makanan kecil.	

2 Menerapkan 5S di etalase



3 Membuat label untuk produk-produk yang belum diinput



Pemberian informasi katalog dan promosi melalui grup-grup whatsapp kepada anggota koperasi ternyata disambut positif oleh konsumen Lestarmart. Hal tersebut ditunjukkan dengan kenaikan jumlah pengunjung Lestarmart. Menurut tim EIT, beberapa pengunjung merasa senang dengan display produk yang sekarang karena mereka merasa produknya lebih lengkap dan bervariasi terutama untuk produk makanan. Mereka juga lebih mudah dalam memilih barang, karena ada harga yang tertera untuk produk-produk yang dijual.

Tahap terakhir berupa presentasi hasil yang dilakukan pada tanggal 12 November 2024, menunjukkan bahwa pengabdian yang dilakukan kepada CU Lestari Dharma melalui Lestarmart membawa dampak positif. Berikut adalah hasil SCORE Training yang dirasakan oleh karyawan dan konsumen:

1. Peningkatan Kenyamanan Pelayanan

Karyawan merasakan kenyamanan yang lebih baik dalam pekerjaan mereka. Sebelumnya, ada masalah dengan kabel yang sering tersangkut, tetapi setelah penataan dan perbaikan, masalah tersebut tidak lagi terjadi, dan komputer tidak mati-mati lagi. Ini berarti operasi menjadi lebih lancar dan lebih efisien, yang tentu berdampak pada kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen.

2. Kemudahan Pengambilan Produk dan Penataan

Produk menjadi tertata lebih rapi sehingga kasir lebih mudah mengambil produk. Pengelompokkan dan pelabelan harga pada produk yang jelas membuat konsumen tidak perlu lagi bertanya tentang harga produk, yang sebelumnya bisa memperlambat transaksi dan mengurangi kenyamanan belanja.

3. Peningkatan Penjualan

Terdapat kenaikan penjualan sekitar 30%, yang merupakan dampak langsung dari keberagaman jenis produk yang ditambah, lebih teratur, dan mudah ditemukan. Promosi melalui WhatsApp juga sangat mempengaruhi kenaikan penjualan, meskipun tidak selalu mendapat respon langsung. Misalnya, produk Garuda Puff yang langsung laris saat dipromosikan melalui WhatsApp.

#### 4. Respons Konsumen

Konsumen merasa lebih puas dengan penataan produk yang lebih rapi dan harga yang transparan. Mereka merasa lebih nyaman karena dapat dengan mudah menemukan produk yang mereka inginkan tanpa harus bertanya, dan harga yang jelas membuat mereka tidak perlu ragu atau kebingungan.

#### 4. KESIMPULAN

Tim EIT dan karyawan Lestarmart akan menjaga keberlanjutan dari program peningkatan kualitas pelayanan dengan membuat standarisasi letak-letak produk, dan menjaga kedisiplinan dalam membersihkan, merapikan, dan meletakkan produk sesuai alamatnya. Tim EIT juga akan meminta anak-anak PKL untuk membantu mengelola sosial media sebagai sarana promosi. Beberapa ide peningkatan yang akan dilakukan oleh Tim EIT adalah memanfaatkan jam sepi minimarket yaitu jam 13.00 - 16.00 untuk membuat konten sosial media Lestarmart, menyediakan layanan antar di jam kosong dengan pembelian minimal tertentu. Selain itu agar mudah dilihat oleh orang yang lalu-lalang di sekitar jalan raya Kebon Agung, Tim EIT akan membuat *neon box* di halaman depan minimarket. Setelah memetakan jenis konsumen, sebagian besar konsumen datang ke Lestarmart pada pagi hari atau di jam pulang kantor dan malam hari. Kebanyakan produk yang mereka cari adalah sarapan ataupun cemilan untuk sore dan malam. Oleh karena itu Lestarmart akan memperbanyak variasi produk makanan, serta menyediakan dispenser agar orang-orang dapat membuat minuman dan mie.



Gambar 4. Pertemuan terakhir dengan Tim EIT Lestarmart

#### REFERENSI

- International Labour Organization. (2015). *SCORE Module 1: Workplace Cooperation The Foundation for Business Success*. International Labour Organization.
- ILO. (2020). *Teleworking during the COVID-19 pandemic and beyond: A Practical Guide*. [www.ilo.org/publns](http://www.ilo.org/publns)
- KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN. (2024). *Penguatan Tata Kelola dalam Mewujudkan Koperasi Indonesia yang Kuat dan Mandiri*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5630/penguatan-tata-kelola-dalam-mewujudkan-koperasi-indonesia-yang-kuat-dan-mandiri>
- Presiden Republik Indonesia. (1992). *Undang Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992*.
- Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. (1992). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 25 TAHUN 1992 TENTANG PERKOPERASIAN*.
- Simangunsong, B. Y. P. (2022). Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 1(1).

- Wiseka, N. P. N. W., Suwendra, I. W., & Puteri, S. J. (2023). Persepsi Masyarakat Terhadap Koperasi Simpan Pinjam Danadyaksa Di Desa Dauh Peken Kecamatan Tabanan. *Transformasi Pendidikan Melalui Digital Learning Guna Mewujudkan Merdeka Belajar*. Seminar Nasional (PROSPEK II).
- Yusuf, M., Agustang, A., & Muhammad Idkhan, A. (2021). Transformasi Lembaga Koperasi Di Era Industri 4.0. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 5(4), 1632–1636. <https://doi.org/10.36312/jisip.v5i4.2584/http>

