

Strategi Koperasi Karya Mandiri Dalam Memperkenalkan *Product Knowledge* Melalui *Event* Gowes Pesona Nusantara

Erik Maudi¹, Susilowati²

^{1,2}Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika Jakarta,

¹email: erikmaudi21@gmail.com

²email: susilowati.ssi@bsi.ac.id

Cara Sitasi: Maudi, E., & Susilowati. (2018). Strategi Koperasi Karya Mandiri Dalam Memperkenalkan Product Knowledge Melalui Event Gowes Pesona Nusantara. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 31–38. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/3592>

Abstract - Cooperative function amid the current society it is necessary as a support to the economy of certain community groups in order to build and develop the economic potential of the community. Koperasi Karya Mandiri following the participation of the event "Cycling the Charm of Archipelago" organized by the Government of the city of South Tangerang and the Ministry of Youth and Sports in order to introduce the products to their advantage. The author uses descriptive-qualitative research methods, conducted by means of observation and in-depth interviews in person, as well as the data collected are then analyzed in the report form through the descriptive research. The conclusions of the research implemented by the author show that the Koperasi Karya Mandiri through participation at Cycling the Charm of Archipelago event, Cooperatives in Indonesia now can not be considered one eye because it was now more developing services and products that are already adapting with the times now namely convenience, Koperasi Karya Mandiri implements the event participation program in order to expand its wings and inspire the general public, especially the people of Tangerang Selatan and people with disabilities through Knowledge Koperasi Karya Mandiri products that fill the exhibition of SME (Small and Medium Enterprises) at the event.

Keywords: Strategy, Product Knowledge, Participation

PENDAHULUAN

Saat ini keberadaan koperasi di Indonesia telah memiliki banyak perkembangan. Koperasi yang merupakan badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi yang berlandaskan kegiatannya berdasarkan atas azas kekeluargaan. Pengoprasian dari koperasi telah diatur langsung oleh kementerian koperasi dan UKM (Usaha Kecil Menengah). Fungsi koperasi ditengah masyarakat saat ini sangatlah penting sebagai penunjang perekonomian kelompok masyarakat tertentu demi membangun dan mengembangkan potensi serta kemampuan ekonomi masyarakat. Koperasi yang diketahui oleh masyarakat umum yaitu simpan pinjamnya saat ini sudah lebih berkembang. (Koperasi, 2008). Salah satunya adalah melalui dibuatnya program UKM (Usaha Kecil Menengah). UKM (Usaha Kecil Menengah) adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih sebanyak Rp.200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan usaha yang berdiri sendiri. Menurut keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil ialah "Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak

sehat." Saat ini KKM (Koperasi Karya Mandiri) yang berlokasi di wilayah Tangerang Selatan telah memiliki beberapa produk seperti ruko dan lapak, LisPon (ListrikPonsel) dan Bisnis Online, simpanan, pinjaman, dan beberapa dari produk tersebut kini telah mendapatkan beberapa pengakuan dan penghargaan dari berbagai pihak. Hal tersebut yang menjadikan KKM (Koperasi Karya Mandiri) terpilih untuk berpartisipasi dalam *event* "Gowes Pesona Nusantara" yang diselenggarakan oleh Pemkot (Pemerintah Kota) Tangerang Selatan. Pada *event* tersebut Pemerintah Kota Tangerang Selatan mengundang beberapa Koperasi di sekitarnya.

Hal tersebut dimanfaatkan oleh KKM (Koperasi Karya Mandiri) Tangerang Selatan guna memperkenalkan salah satu produknya, yaitu Ruko dan Lapak kepada masyarakat luas khususnya penduduk Tangerang Selatan yaitu saat berpartisipasi pada *event* yang di selenggarakan oleh Pemkot Tangerang Selatan dan Kemenpora (Kementerian Pemuda dan Olahraga) yang bertajuk "Gowes Pesona Nusantara".

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis akan mengungkapkan permasalahan pada penelitian ini adalah "Bagaimana Strategi Koperasi

Karya Mandiri dalam memperkenalkan *produk knowledge* melalui *event* Gowes Pesona Nusantara?”

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Koperasi Karya Mandiri dalam memperkenalkan produk *knowledge* melalui *event* Gowes Pesona Nusantara.

Penelitian ini didukung beberapa teori, yaitu: Hooftman menyatakan bahwa “Untuk membangkitkan opini publik yang positif terhadap sesuatu badan publik, harus diberi penerangan-penerangan yang lengkap dan objektif mengenai kegiatan-kegiatan yang menyangkut kepentingan mereka, sehingga dengan demikian akan timbul pengertian daripadanya. Selain daripada itu pendapat-pendapat dan saran-saran dari publik mengenai kebijaksanaan badan itu harus diperhatikan dan dihargai”. (Saputra, 2011)

Ruang lingkup pekerjaan humas yang dapat dibagi menjadi 6 bidang pekerjaan menurut Cutlip dan rekan, yaitu:

1. Publisitas,
Kegiatan menempatkan berita mengenai seseorang, organisasi atau perusahaan di media massa.
2. Pemasaran,
Menarik dan memuaskan klien atau pelanggan dalam jangka panjang dalam upaya mencapai tujuan ekonomi perusahaan.
3. *Public affairs*
Bidang khusus *Public Relations* yang membangun dan mempertahankan hubungan dengan pemerintah dan komunitas lokal agar dapat mempengaruhi kebijakan publik.
4. Manajemen isu
Upaya organisasi atau perusahaan untuk melihat kecenderungan isu atau opini publik yang muncul ditengah masyarakat dalam upaya organisasi atau perusahaan untuk memberikan tanggapan atau respon yang sebaikbaiknya.
5. Lobi
Bidang khusus *Public Relations* yang membangun dan memelihara hubungan dengan pemerintah utamanya untuk memengaruhi peraturan dan perundang-undangan.
6. Hubungan investor
Bidang khusus dari *Public Relations* korporat yang membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan pemegang saham dan pihak lainnya dalam masyarakat keuangan untuk memaksimalkan nilai pasar. (Morisan, 2010)

Selanjutnya, empat peran utama Humas menurut Ruslan, adalah sebagai berikut:

1. Sebagai *Communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publik.
2. Membina *Relationship*, yaitu berupaya membina hubungan positif dan saling menguntungkan dengan pihak publik.
3. Perananan *back up* pariwisata, yaitu sebagai pendukung dalam fungsi pariwisata organisasi atau perusahaan.
4. Membentuk *corporate image*, artinya peranan humas berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya. (Mukarom, Zainal, 2015)

Tugas dari seorang *Public Relations* dibagi menjadi 4 tugas khusus yang lazim dijalankan oleh *manager Public Relations*, seperti sebagai berikut:

1. Menciptakan dan memelihara suatu citra yang baik dan tepat atas perusahaan atau organisasinya, baik yang berkenaan dengan kebijakankebijakan, produk, jasa, maupun dengan para personelnya.
2. Memantau pendapat eksternal mengenai segala suatu yang berkaitan dengan citra, kegiatan, reputasi maupun kepentingan-kepentingan organisasi/perusahaan, dan menyampaikan setiap informasi yang penting langsung kepada pihak manajemen atau pemimpin puncak untuk segera ditanggapi atau di tindak lanjuti.
3. Memberi nasihat atau masukan kepada pihak manajemen mengenai berbagai masalah komunikasi yang penting, berikut teknik-teknik untuk mengatasinya.
4. Menyediakan berbagai informasi kepada khalayak perihal kebijakan organisasi, kegiatan, produk, jasa, dan personalia, selengkap mungkin demi menciptakan suatu pengetahuan yang maksimal dalam rangka menjangkau pengertian khalayak. (Saputra, 2011)

Sedangkan menurut Greener mengemukakan bahwa “*Public Relations* tidak satu arah arus informasi, tetapi memiliki dua fungsi peran juga. Sebagai contoh, *Public Relations* membantu membentuk organisasi anda dengan informasi manajemen yang diharapkan, pendapat dan hal-hal yang berkaitan dengan masyarakat ini, dan menerangkan serta memberi nasihat tentang suatu tindakan yang konsekuen”. (Nurjaman, Kadar, 2012)

Tujuan *Public Relations* menurut Ruslan adalah sebagai berikut:

1. Menumbuh kembangkan citra perusahaan yang positif untuk publik eksternal atau masyarakat dan konsumen.
2. Mendorong tercapainya saling pengertian antara publik perusahaan dengan perusahaan.

3. Mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan Public Relations.
4. Efektif dalam membangun pengenalan merek dan pengetahuan merek.
5. Mendukung bauran pemasaran. (Nurjaman, Kadar, 2012)

Strategi Public Relations atau yang lebih dikenal dengan bauran Public Relations adalah sebagai berikut:

1. *Publications* (publikasi) adalah cara Public Relations dalam menyebarkan informasi, gagasan, atau ide kepada khalayaknya.
2. *Event* (acara) adalah setiap bentuk kegiatan yang dilakukan Public Relations dalam proses penyebaran informasi kepada khalayak.
3. *News* (berita) adalah informasi yang dikomunikasikan kepada khalayak yang dapat disampaikan secara langsung maupun tidak langsung.
4. *Corporate Identity* (citra perusahaan) adalah cara pandang khalayak kepada suatu perusahaan terhadap segala aktifitas yang dilakukannya.
5. *Community Involvement* (hubungan dengan khalayak) adalah sebuah relasi yang dibangun dengan khalayak (stakeholder, shareholder, media, masyarakat di sekitar perusahaan, dll).
6. *Lobbying and Negotiation* (teknik lobi dan negosiasi) adalah sebuah rencana baik jangka panjang maupun jangka pendek yang dibuat Public Relations dalam rangka penyusunan budget yang dibutuhkan.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah wacana yang sedang mengemuka di dunia bisnis dan perusahaan. (Barmawi, 2011)

Sedangkan pengertian tentang partisipasi adalah “partisipasi merupakan peran serta seseorang atau kelompok masyarakat dalam proses pembangunan baik dalam bentuk pernyataan maupun dalam bentuk kegiatan dengan memberi masukan pikiran, tenaga, waktu, keahlian, modal dan atau materi, serta ikut memanfaatkan dan menikmati hasil-hasil pembangunan.” (Sumaryadi, 2010)

Selain itu terdapat definisi lain dari Partisipasi, yaitu “sebagai wujud dari keinginan untuk mengembangkan demokrasi melalui proses desentralisasi dimana diupayakan antara lain perlunya perencanaan dari bawah (bottom-up) dengan mengikutsertakan masyarakat dalam proses perencanaan dan pembangunan masyarakatnya”. (Tilaar, 2009)

Sedangkan definisi dari Event adalah “suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperhatikan hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat”. (Noer, 2009)

Sedangkan Special Event Menurut Allen adalah “suatu ritual istimewa, pertunjukan, penampilan atau perayaan yang direncanakan dan dibuat untuk menandai acara – acara khusus atau mencapai tujuan sosial, budaya atau tujuan – tujuan khusus dari sebuah organisasi”. (Sitepu, 2011)

Pengetahuan suatu produk dikemukakan oleh Beatty dan Smit, yaitu: “*Product knowledge is a perception consumers have towards certain product, including previous experience of using the product*”, artinya: pengetahuan produk adalah konsumen memiliki persepsi terhadap produk tertentu, termasuk pengalaman sebelumnya menggunakan produk.” (Satria & Oetomo, 2016)

Sedangkan Mothersbaugh membagi dua jenis produk yaitu: “Yang pertama adalah pengetahuan obyektif informasi kategori produk dikenang jangka Panjang konsumen dan yang kedua adalah pengetahuan subjektif: persepsi diri konsumen tentang bagaimana banyak mereka tahu tentang produk.” (Satria & Oetomo, 2016)

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah “serangkaian hukum, aturan dan tatacara tertentu yang diatur dan ditentukan berdasarkan kaidah ilmiah dalam menyelenggarakan suatu penelitian dalam koridor keilmuan tertentu yang hasilnya dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.” (Herdiansyah, 2010)

Sedangkan metode pengumpulan data adalah “cara atau teknik bagaimana data itu ditemukan, digali, dikumpulkan, dikategorikan dan dianalisis”. (Ardianto, 2011)

Metode-metode yang penulis gunakan dalam penyelesaian laporan tugas akhir ini yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Gibson dan Mitchaell, mengemukakan bahwa Observasi merupakan teknik yang bisa dimanfaatkan untuk memilah-milah derajat dalam membuat konklusi tentang orang lain, meskipun diakui bahwa penggunaan observasi juga perlu dilengkapi dalam penilaian manusia, dengan demikian observasi dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

a. Observasi langsung (*Direct Observations*)

Pada kegiatan observasi langsung. Peneliti langsung terjun ke lapangan sebagai sasaran penelitian untuk melihat keadaan atau fenomena yang terjadi disana. Dengan begitu, peneliti dapat lebih mengenal karakteristik lokasi, fenomena, dan juga subjek penelitian, dalam hal ini adalah masyarakat yang hendak diteliti.

b. Observasi tidak langsung (*Indirect Observations*)

Observasi tidak langsung merupakan kegiatan pengamatan yang tidak dilakukan pada tempat atau lokasi yang telah ditentukan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan media, seperti

internet, media cetak, rekaman audio visual, dan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang memiliki latar permasalahan yang sama dengan yang akan diteliti. (Ardianto, 2011)

Pada tahap ini penulis menggunakan metode observasi langsung dikarenakan penulis terjun langsung ke lapangan sebagai sasaran penelitian untuk melihat keadaan yang terjadi pada *Event* Gowes Pesona Nusantara.

2. Wawancara

Dalam teknik wawancara terdapat dua jenis sumber informasi, yaitu:

a. Key Informan

Key Informan adalah “Orang utama yang merupakan kunci diharapkan menjadi narasumber atau informan kunci dalam suatu penelitian.”(Ruslan, 2010)

b. Informan

Fontan dan Frey menyatakan bahwa “*Informan* adalah seseorang yang bertindak sebagai pembantu peneliti, tetapi ia berasal dari atau menjadi anggota kelompok yang diteliti.”(Bungin, 2010)

Pada tahap ini, sebagai *Key Informant* adalah Bambang Sarmadi sebagai Ketua Koperasi Karya Mandiri, sedangkan sebagai *Informant* I adalah Donny Dwi Pramudyanto sebagai Sekretaris sekaligus Koordinator Koperasi Karya Mandiri.

3. Kepustakaan

Kepustakaan adalah “mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi, dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan.”(Ruslan, 2010)

Pada penelitian ini penulis mencari referensi dari buku-buku Public Relations atau Komunikasi serta penulis mendapatkan data dokumentasi berupa foto-foto kegiatan dan dokumentasi tertulis.

Dalam metode analisa data penulis menggunakan Pendekatan Penelitian Kualitatif dimana menurut Danim adalah “Penelitian kualitatif memiliki karakteristik: ilmu-ilmu lunak; fokus penelitian: kompleks dan luas; holistik dan menyeluruh; subjektif dan perspektif emik; pealaran: dialiktik-induktif; basis pengetahuan: makna dan temuan; mengambangan atau membangun teori; sumbangsih tafsiran; komunikasi dan observasi; elemen dasar analisis: kata-kata; interpretasi individu; keunikan”. (Ardianto, 2011)

Berdasarkan uraian diatas, maka Penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan teknik wawancara dan observasi, agar penulis mendapatkan informasi sedalam-dalamnya. Teknik

pengumpulan data tersebut merupakan metode analisa data Kualitatif.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dimana menurut Sevilla, yaitu “Penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Metode deskriptif dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan-keadaan nyata yang sekarang berlangsung”. (Ardianto, 2011)

Berdasarkan pengertian di atas penulis memahami, bahwa penelitian deskriptif adalah suatu cara penelitian yang mendeskripsikan sesuatu berdasarkan fakta dan kenyataan. Pada saat *event* berlangsung penulis mencari fakta-fakta yang dibutuhkan dengan mengikuti *event* Gowes Pesona Nusantara.

Metode penelitian deskriptif kualitatif menurut Whitney metode penelitian deskriptif adalah “metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menggabungkan antara variabel yang satu dengan yang lainnya.” (Sugiyono, 2013)

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif karena penulis mengungkapkan kejadian atau fakta, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Koperasi Karya Mandiri (KKM) dibentuk sejak tahun 1998, dibentuk oleh paguyuban warga Komplek PU (Perumahan Umum), namun proses terbentuknya KKM itu sendiri tidak berjalan dengan baik dikarenakan warga paguyuban tersebut hanya menuangkan ide-ide namun tidak melaksanakannya. KKM sempat vakum selama 5 tahun sampai Ketua KKM yaitu bapak Bambang Sarmadi membangkitkan kembali melalui tindakan *Go Public Obligation* yaitu berhutang kepada warga dengan menjual surat obligasi yang merupakan surat pengajuan KKM kepada warga Komplek PU untuk meminjamkan uang sebesar Rp.100.000 dan berhasil menjual 92 lembar dengan hasil sebesar Rp.9.200.000.

Pada saat ini UKM (Usaha Kecil Menengah) telah menjadi bagian dari strategi KKM (Koperasi Karya Mandiri) Tangerang Selatan untuk mensejahterakan para mitranya dan juga para konsumennya yang sebagian besar adalah penduduk Komplek PU (Perumahan Umum) dan telah memiliki beberapa produk seperti ruko dan lapak, LisPon (ListrikPonsel) dan Bisnis Online, simpanan, pinjaman. Beberapa produk yang dimiliki oleh KKM (Koperasi Karya

Mandiri) Tangerang Selatan kini telah mendapatkan beberapa pengakuan dan penghargaan dari berbagai pihak.

Visi dari Koperasi Karya Mandiri adalah menjadi koperasi kepercayaan anggota dan masyarakat. Sedangkan misi dari Koperasi Karya Mandiri adalah;

1. Meningkatkan kesejahteraan anggota
2. Memenuhi kebutuhan pokok anggota
3. Pelayanan yang maksimal/*excellence*
4. Peduli lingkungan

Koperasi Karya Mandiri memiliki produk dan layanan untuk menunjang para anggotanya dan juga warga yang tinggal di kawasan Komplek PU dan sekitarnya, produk dan layanan tersebut diantaranya yaitu:

1. LisPon (Listrik Ponsel), yaitu layanan dimana anggota atau warga Komplek PU dapat membayarkan tagihan bulanan Listrik dan juga Ponsel melalui Koperasi Karya Mandiri (KKM). Layanan ini memberikankemudahan untuk anggota dan warga Komplek PU
2. Simpanan, adalah salah satu layanan Koperasi Karya Mandiri yang memberikan para anggotanya untuk menabung atau menyimpan uang pribadinya dengan uang pokok atau uang muka minimal Rp.150.000 dan simpanan wajib perbulan Rp.10.000.
3. Pinjaman, yaitu dengan memberikan anggota KKM yang sudah bergabung dengan KKM selama enam bulan, layanan pinjaman tersebut memberikan pinjaman berupa uang dengan biaya jasa 7,5% dan angsuran ringan tiap bulan.
4. Bisnis Online, yaitu dengan menyediakan layanan untuk membeli pulsa listrik maupun *handphone*, tiket pesawat dan tiket kereta api secara online melalui website KKM.
5. Ruko dan Lapak, adalah produk unggulan dari KKM karena Ruko dan Lapak menyediakan wadah untuk para anggota KKM atau masyarakat sekitar Komplek PU untuk berwirausaha dengan harga sewa yang ringan.

Proses Kerja Program Public Relations

1. Perencanaan

Koperasi Karya Mandiri (KKM) mendapatkan predikat Koperasi terbaik di Tangerang Selatan selama 2 tahun terakhir, maka Pemerintahan Kota (Pemkot) Tangerang Selatan mengundang KKM untuk berperan serta dalam memeriahkan *event* yang bertajuk “Gowes Pesona nusantara”.

Dengan adanya undangan ini, maka para pengurus KKM melakukan *sharing* atau diskusi untuk meninjau apakah KKM dapat memberikan kontribusi yang signifikan untuk masyarakat luas.

Tabel 1. Analisis SWOT Koperasi Karya Mandiri

<i>Strength (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (Kelemahan)</i>
Koperasi Karya Mandiri (KKM) memiliki produk unggulan yaitu Ruko dan Lapak. Koperasi Karya Mandiri (KKM) juga mendapatkan predikat sebagai Koperasi terbaik selama 2 tahun berturut-turut oleh Pemerintahan Kota Tangerang Selatan.	Kurangnya informasi kepada masyarakat Tangerang Selatan sehingga masyarakat Tangerang Selatan maupun masyarakat Komplek PU enggan menjadi anggota Koperasi Karya Mandiri.
<i>Opportunity (Peluang)</i>	<i>Threat (Ancaman)</i>
Membukakan lapangan kerja untuk para anggota Koperasi Karya Mandiri dan masyarakat sekitar Komplek PU untuk menjadi wirausahawan.	Masalah internal yang berpacu kepada SDM (Sumber Daya Manusia) dan regenerasi pengurus KKM yang mayoritas adalah orang tua menjadi ancaman yang cukup berpengaruh karena kurangnya pemuda yang dapat memberikan inovasi dan aspirasi kepada KKM.

Sumber: olah data penulis 2018

Tabel 2. Analisis SWOT Partisipasi Event Gowes Pesona Nusantara

<i>Strength (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (Kelemahan)</i>
Koperasi Karya Mandiri adalah Koperasi terbaik dan memiliki mitra UKM yang potensial di Tangerang Selatan.	Hanya sekitar 30% dari pengunjung yang mendatangi <i>booth</i> Koperasi Karya Mandiri.
<i>Opportunity (Peluang)</i>	<i>Threat (Ancaman)</i>
Koperasi Karya Mandiri (KKM) memiliki mitra UKM (Usaha Kecil Menengah) yaitu Bapak Catur Bambang sebagai penyandang disabilitas dan memiliki usaha Modifikasi Motor Roda Tiga, sehingga dapat menginspirasi para kaum disabilitas dan masyarakat meskipun memiliki kekurangan, tetapi tetap semangat layaknya manusia normal pada umumnya.	Adanya partisipan sebagai pesaing dari Koperasi Tangerang Selatan pada <i>event</i> tersebut.

Sumber: olah data penulis 2018

Menurut Bapak Bambang Sarmadi sebagai *Key Informant* serta Donny Dwi Pramudyanto sebagai *Informant 1* bahwa tujuan dari partisipasi *event* Gowes Pesona Nusantara adalah sebagai berikut:

1. Memperkenalkan Koperasi Karya Mandiri kepada masyarakat luas khususnya masyarakat Tangerang Selatan.
2. Memperkenalkan produk unggulan Koperasi Karya Mandiri yaitu Ruko dan Lapak, Modifikasi Motor Roda Tiga yang dimiliki oleh Bapak Catur Bambang melalui pameran UKM yang menjadi salah satu rangkaian acara pada *event* tersebut.
3. Keinginan Koperasi Karya Mandiri untuk mencapai target mereka yaitu menjadi Koperasi terbaik di provinsi Banten

Publik eksternal merupakan target *audience* dari partisipasi *event* Gowes Pesona Nusantara yang diselenggarakan oleh Pemkot Tangerang Selatan dan Menpora, Dimana publik eksternal tersebut ialah masyarakat umum, masyarakat Kota Tangerang Selatan dan masyarakat yang menyandang disabilitas melalui Pameran UKM yang menjadi salah satu rangkaian acara pada *event* tersebut.

Melalui partisipasi *event* Gowes Pesona Nusantara, Koperasi Karya Mandiri (KKM) ingin menyampaikan pesan kepada masyarakat luas khususnya masyarakat Tangerang Selatan bahwa KKM memiliki mitra UKM (Usaha Kecil Menengah) yang sangat memberikan inspirasi dan motivasi. Hal tersebut ditunjukkan dengan salah satu pengisi Ruko dan Lapak yaitu usaha Modifikasi Motor Roda Tiga yang dimiliki oleh Bapak Catur Bambang, yang menyandang disabilitas, tetapi dapat menciptakan suatu karya Motor Roda Tiga yang ditujukan untuk para penyandang disabilitas.

Dengan berpartisipasinya Koperasi Karya Mandiri (KKM) pada *event* "Gowes Pesona Nusantara" menjadi strategi untuk memperkenalkan KKM dan juga produk unggulan mereka yaitu Ruko dan Lapak. Taktik yang digunakan oleh Koperasi Karya Mandiri dalam partisipasi *event* Gowes Pesona Nusantara adalah sebagai berikut:

1. Menampilkan karya Bapak Catur Bambang salah satu mitra UKM Ruko dan Lapak yang dinaungi oleh KKM yaitu Motor Roda Tiga sebagai pameran UKM.
2. Memberikan *flyer* Koperasi Karya Mandiri dan Modifikasi Motor Roda Tiga kepada pengunjung.
3. Memberikan kartu nama Koperasi Karya Mandiri dan Modifikasi Motor Roda Tiga

untuk pengunjung apabila ingin mengetahui informasi lebih lanjut.

4. Mendekorasi *booth* yang disediakan oleh pihak *event* menggunakan 2 banner dan 1 spanduk yang berbeda bertuliskan Koperasi Karya Mandiri dan spanduk berisikan foto kolase dari mitra UKM Ruko dan Lapak Bapak Catur Bambang agar menarik perhatian pengunjung.

Media yang digunakan untuk partisipasi *event* Gowes Pesona Nusantara ialah media publikasi *offline* seperti *banner*, spanduk, *flyer* dan kartu nama.

Berdasarkan hasil wawancara *Informant 1* Donny Dwi Pramudyanto sebagai Sekretaris sekaligus Koordinator Koperasi Karya Mandiri mengatakan bahwa anggaran dana yang dikeluarkan dalam *event* Gowes Pesona Nusantara yaitu sebesar Rp.3.000.000 untuk biaya operasional seperti konsumsi, *fee* untuk crew/personil, transportasi dan mencetak media publikasi.

Tabel 3. Kriteria Evaluasi Partisipasi *Event* Gowes Pesona Nusantara

Tujuan
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperkenalkan Koperasi Karya Mandiri kepada masyarakat luas khususnya masyarakat Tangerang Selatan. 2. Memperkenalkan produk unggulan Koperasi Karya Mandiri yaitu Ruko dan Lapak, Modifikasi 3. Motor Roda Tiga yang dimiliki oleh Bapak Catur Bambang melalui pameran UKM yang menjadi salah satu rangkaian acara pada <i>event</i> tersebut. 4. Keinginan Koperasi Karya Mandiri untuk mencapai target mereka yaitu menjadi koperasi terbaik di provinsi Banten
Indikator
<ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat Tangerang selatan menjadi terinspirasi setelah mengetahui Koperasi Karya Mandiri. 2. Para penyandang disabilitas lebih berinovasi dan tetap bersemangat. 3. Masyarakat Tangerang Selatan dapat lebih mengenal Koperasi Karya Mandiri.

Sumber : olah data penulis 2018

2. Pelaksanaan

Gowes Turing Pesona Nusantara (GTPN) telah mengayuh sepedanya secara estafet dari Sabang sejauh 3.811 Km dan telah melintasi 49 Kota di Indonesia dan di agendakan *finish* di kota Magelang, Jawa Timur sebagai tempat puncak pelaksanaan Hari Olahraga Nasional. Tangerang Selatan merupakan kota ke 50 yang di lintasi oleh GTPN dan siap melintasi kawasan Tangsel menuju Pondok Indah Jakarta, maka Pemerintahan Kota (Pemkot)

Tangerang Selatan dan Kementerian Pemuda dan Olahraga (Kemenpora) menyelenggarakan *event* yang bertajuk “Gowes Pesona Nusantara”. *Event* yang mempunyai beberapa rangkaian acara, seperti senam dan pemberian *doorprize* oleh Ibu Airin dan Bapak Raden kepada para pengunjung, juga pameran UKM (Usaha Kecil Menengah) yang dinaungi Koperasi Tangerang Selatan. Pemkot Tangerang Selatan menyediakan 8 *booth* sebagai wadah untuk beberapa koperasi di Tangerang Selatan untuk menampilkan produknya. Sebagai predikat koperasi terbaik di Tangerang Selatan pada tahun 2015-2016 KKM diundang secara langsung oleh Pemkot Tangerang Selatan untuk mengisi salah satu *booth* yang telah disediakan.

Sebelum memutuskan untuk ikut dalam pelaksanaan partisipasi *event* tersebut beberapa pihak yang terlibat dalam KKM melakukan *briefing* untuk membicarakan cara yang tepat agar kehadiran KKM terlihat sangat menarik dimata pengunjung. Salah satu caranya yaitu dengan membuat desain media publikasi semenarik mungkin dan menampilkan hasil karya Bapak Catur Bambang sebagai mitra UKM Ruko dan Lapak, yaitu Motor Roda Tiga.

Menjelang hari pelaksanaan tanggal 06 Agustus 2017, pihak KKM mulai mempersiapkan segala kebutuhan yang harus di lengkapi untuk memeriahkan *event* ini, seperti mencetak media publikasi berupa, 1 spanduk berukuran 2,3m x 2,7m, 2 *banner* berukuran 2m x 1m, dan kartu nama serta *flyer*. Selain itu, pihak KKM juga berkoordinasi dengan Bapak Catur Bambang untuk turut serta dalam *event* ini untuk memperkenalkan hasil karyanya dan juga dapat menginspirasi banyak orang.

Pada hari pelaksanaannya, tanggal 06 Agustus 2017, KKM datang terlebih dahulu yakni pada pukul 05.00 WIB untuk mendekorasi *booth* yang diberikan pihak penyelenggara *event* tersebut, sedangkan acara resmi dimulai pada pukul 06.00 WIB bertepatan dengan *Car Free Day*. Acara berlangsung hanya 3 jam yakni dari pukul 06.00 sampai dengan 09.00 WIB dan para pengunjung tampak antusias dengan hasil karya bapak Catur Bambang yang dipamerkan tersebut.

3. Evaluasi

Menurut *key informant*, bapak Bambang Sarmadi sebagai ketua Koperasi Karya Mandiri “Sebagai koperasi terbaik di Tangerang Selatan pada tahun 2015 dan 2016, Koperasi Karya Mandiri (KKM) mendapatkan undangan untuk berpartisipasi pada *event* “Gowes Pesona Nusantara” oleh Pemerintahan Kota (Pemkot) Tangerang Selatan, maka kesempatan ini tidak akan dilewatkan, karena dapat memberikan dampak positif kepada KKM untuk memperkenalkan KKM kepada masyarakat umum dan masyarakat Tangerang Selatan. Melalui produk unggulannya yaitu Ruko dan Lapak yang menampilkan karya bapak

Catur Bambang sebagai salah satu mitra UKM yang dinaungi KKM yaitu Modifikasi Motor Roda Tiga pada rangkaian acara Pameran UKM (Usaha Kecil Menengah) di *event* tersebut.

Melalui *event* ini juga Bapak Bambang Sarmadi selaku ketua Koperasi Karya Mandiri ingin menyampaikan kepada masyarakat penyandang disabilitas yang ingin mengendarai motor untuk tidak perlu khawatir lagi, karena karya Bapak Catur Bambang yang di desain khusus untuk masyarakat penyandang disabilitas yakni Motor Roda Tiga memberikan kenyamanan dan keamanan saat berkendara. Menurut *Informant 1* Donny Dwi Pramudyanto sebagai Sekretaris dan Koordinator Koperasi Karya Mandiri (KKM), “dengan adanya keterlibatan pada pelaksanaan partisipasi *event* “Gowes Pesona Nusantara” berkeinginan agar KKM dapat melebarkan sayap ke ranah yang lebih luas yaitu Provinsi Banten. KKM dinilai berhasil memeriahkan *event* tersebut dan harus sering ikut berpartisipasi pada *event-event* yang dapat memberikan dampak positif seperti *event* tersebut. KKM juga harus mengembangkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berisikan pemuda-pemuda yang lebih berpotensi untuk menciptakan inovasi dan gerakan baru guna mencapai keinginannya tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penjelasan pada bab-bab sebelumnya, maka pada pelaksanaan partisipasi *event* “Gowes Pesona Nusantara” oleh Koperasi Karya Mandiri (KKM) yang diselenggarakan oleh Pemerintahan Kota (PEMKOT) Tangerang Selatan dan Menpora terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan, diantaranya adalah:

1. Koperasi di Indonesia saat ini tidak dapat dipandang sebelah mata karena sudah jauh berkembang dari segi pelayanan dan memberikan kemudahan kepada anggota maupun *customer*.
2. Koperasi Karya Mandiri mengimplementasikan program partisipasi *event* dengan tujuan melebarkan sayapnya dan memberikan inspirasi kepada masyarakat umum khususnya masyarakat Tangerang Selatan dan masyarakat penyandang disabilitas melalui produk KKM yaitu Ruko dan Lapak yang mengisi pameran UKM (Usaha Kecil Menengah) pada *event* tersebut.
3. Koperasi Karya Mandiri (KKM) ingin mempertahankan predikat Koperasi terbaik di Tangerang Selatan dan melebarkan sayapnya ke ranah yang lebih luas yakni provinsi Banten.

REFERENSI

Ardianto, E. (2011). *Metodelogi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Title. Bandng: Simbiosis Rekatama Media.

- Barmawi, N. dan. (2011). *Format Paud*. Yogyakarta: Ar-ruzzmedia.
- Bungin, B. (2010). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*No Title. Jakarta: Premadi Group.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Koperasi, U. U. (2008). Undang-Undang Koperasi. Diambil 28 Maret 2018, dari <https://www.koperasi.net/2008/10/koperasi-undang-undang-koperasi.html>
- Morisan. (2010). *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Mukarom, Zainal, dan M. W. L. (2015). *Manajemen Public Relations. Jakarta: Pusaka Setia*. Jakarta: Manajemen Public Relations. Jakarta: Pusaka Setia.
- Noer, A. (2009). *Manajemen Event*. Bandung: CV .Alfabeta.
- Nurjaman, Kadar, dan K. U. (2012). *Komunikasi dan Public Relations*. bandung: Pustaka Setia.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Saputra, W. dan R. N. (2011). *Public Relations 2.0: Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*. Jakarta: Gramata Publishing.
- Satria, A. B., & Oetomo, H. W. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Product Knowledge Dan Wom Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 5(5). Diambil dari <https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/view/1546>
- Sitepu, E. S. dan F. (2011). *Profesional Public Relations*. Medan: USU Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sumaryadi, I. N. (2010). *Sosiologi pemerintahan. Dari prespektif Pelayanan, Pemberdayaan, Interaksi dan Sistem Kepemimpinan Pemerintahan Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tilaar, H. A. R. (2009). *Pendidikan, Kebudayaan, dan masyarakat madani Indonesia*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

PROFIL PENULIS

Penulis 1;

Erik Maudi, lahir di Jakarta 21 Agustus 1996 adalah seorang Mahasiswa Program Studi D3 Kehumasan di Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika “Fatmawati” sejak tahun 2014-2017. Riwayat Pengalaman Berorganisasi / Pekerjaan Sebagai Sosial Media Planner Pradiptara Event Managemen tahun 2015-2016 dan Family Gathering Oppo Indonesia Event sebagai Guest Stopper tahun 2017.

Penulis 2:

Susilowati, S. Sos, MM lahir di Jakarta 25 Oktober 1969 adalah seorang Dosen Program Studi Kehumasan di Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika. Beliau memulai karirnya sebagai dosen di Bina Sarana Informatika sejak bulan Maret 2006. Menyelesaikan studi S1 pada tahun 1995 di jurusan Humas Fakultas Komunikasi Institut Ilmu Sosial dan Politik (IISIP) Jakarta, dan sudah menyelesaikan S2 Magister Manajemen di Universitas BSI Bandung pada tahun 2015.