

Sosialisasi UKM Kopma PB (Padang Bulan) sebagai media komunikasi terhadap minat calon anggota baru pada mahasiswa UIN Malang

Lina Kurniawati

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: 210503110115@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

UKM; Kopma Padang Bulan; komunikasi; dan minat mahasiswa

Keywords:

UKM; Kopma Padang Bulan; Communication; and Student Interests

ABSTRAK

Dalam Kehidupan sehari-hari, kita tidak akan pernah luput dari istilah komunikasi. Komunikasi merupakan suatu proses pertukaran pesan atau informasi yang dilakukan antara dua orang atau lebih untuk membentuk suatu tujuan dan maksud dari keperluan masing-masing tersebut. Dalam suatu organisasi sangat penting diperlukan komunikasi agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan dalam suatu organisasi tersebut. Termasuk minat seseorang dalam organisasi maka perlu adanya komunikasi sebagai media untuk menyalurkan suatu keperluan atau maksud dalam keminatannya tersebut. Salah satu contoh dalam hal tersebut yakni memberikan suatu layanan publik berupa sosialisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mensosialisasikan ukm kopma Padang Bulan sebagai media komunikasi terhadap minat calon anggota baru pada mahasiswa UIN Malang. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode pengumpulan data secara langsung dimana penulis melakukan observasi secara langsung kepada subjek yang telah penulis teliti. Dengan menggunakan sistem tersebut, maka penulis dapat dengan lebih mudah melakukan observasi tersebut dikarenakan subjek yang yang diteliti oleh peneliti mudah untuk ditemui. Hasil dari observasi penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam organisasi atau ukm. Dalam sosialisasi ukm tersebut, komunikasi menjadi media untuk keminatan mahasiswa dimana jenis komunikasi yang digunakan salah satunya yaitu interpersonal communication. Komunikasi sebagai media dalam mensosialisasikan ukm yaitu Kopma Padang Bulan terhadap minat dan ketertarikan dari mahasiswa UIN Malang untuk menjadi anggota baru kopma. Observasi ini dilakukan dengan cara menjaga stand ukm kopma tersebut dengan tujuan untuk menjadi perantara kemudahan dan memberikan arahan serta bantuan kepada mahasiswa yang tertarik dalam ukm kopma.

ABSTRACT

In everyday life, we will never escape the term communication. Communication is a process of exchanging messages or information between two or more people to form a goal and purpose for their respective needs. In an organization, communication is very important in order to achieve the desired goals in an organization. Including a person's interest in an organization, there is a need for communication as a medium to channel a need or intention in that interest. One example of this is providing a public service in the form of socialization. This research aims to socialize the Kopma Padang Bulan student activity unit as a communication medium for the interest of prospective new members among Uin Malang students. This research was conducted using a direct data collection method where the author made direct observations on the subjects that the author had researched. By using this system, the author can more easily make these observations because the subjects studied by the researcher are easy to find. The results of this research observation show that communication has a very important role in organizations or student activity unit. In the socialization of UKM, communication becomes a medium for student interests, where one type of communication used is interpersonal communication. Communication as a



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

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

medium for socializing student activity unit, namely Kopma Padang Bulan, towards the interests and interests of Uin Malang students to become new members of Kopma. This observation was carried out by maintaining the UKM Kopma stand with the aim of being an intermediary for convenience and providing direction and assistance to students who were interested in UKM Kopma.

Pendahuluan

Organisasi merupakan suatu wadah untuk mengembangkan minat dan bakat seseorang. Organisasi yang dapat digunakan dalam kewirausahaan salah satunya yaitu koperasi. Dalam perkoperasian dan kewirausahaan terdapat hubungan yang saling menguntungkan, karena adanya koperasi perlu terdapat wirausaha didalamnya sebagai penunjang untuk memaksimalkan penjualannya. Dalam koperasi itu merupakan suatu organisasi yang berprinsip atau berasas kekeluargaan yang mengutamakan rasa persaudaraan, persatuan dan solidaritas antara para anggota. Dalam UU No. 25 Tahun 1992, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Di Indonesia, koperasi terus berkembang hingga saat ini dan makin marak pada pendidikan juga mulai dari tingkat sekolah terdapatkoperasi siswa (kopsis) hingga tingkat universitas terdapat koperasi mahasiswa (kopma). Dengan adanya ukm koperasi ini dapat digunakan sebagai sarana belajar dalam perkoperasian dan mengajarkan tentang kewirausahaan sejak dini. Hal ini penting untuk berwirausaha karena diharapkan dapat menarik minat mahasiswa untuk memulai berbisnis.

Organisasi maupun ukm yang ada di Uin Malang sangat banyak salah satunya yaitu ukm kopma padang bulan Uin Malang. Koperasi Mahasiswa Padang Bulan diresmikan pada tanggal 9 Maret 2000 oleh Bapak Drs. H. Irfan, SH, M.Pd. Awal mula usaha dari kopma pb Uin Malang ini bergerak dibidang ritel dengan membuka TOSERBA (Toko Serba Ada). Setelah mendapatkan badan hukum koperasi No. 428 tanggal 1 September 2001, pada bulan November 2001 kopma pb mengembangkan usahanya dibidang jasa percetakan. Dalam ukm Kopma tersebut dapat memberikan kesempatan untuk belajar dan mencari pengalaman bersama dalam mengembangkan diri dengan cara berwirausaha atau berbisnis. Calon anggota organisasi atau ukm kopma padang bulan ini yaitu seluruh mahasiswa uin malang tanpa batasan semester. Mulai dari maba hingga mahasiswa lama dapat mendaftar menjadi anggota ukm kopma tersebut. Untuk menambah anggota baru dalam ukm ini maka diperlukan sosialisasi yang efektif sehingga para mahasiswa dapat tertarik untuk bergabung dalam ukm tersebut. Dalam melakukan sosialisasi, pasti akan memerlukan cara untuk melakukan sosialisasi dengan baik salah satunya yaitu dengan berkomunikasi yang baik.

Dalam kehidupan sehari-hari kita tidak luput dari komunikasi. Istilah komunikasi digunakan sebagai aktivitas dasar manusia dimana dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain untuk tujuan keperluan masing-masing. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Ahli filsafat yunani kuno yaitu Aristoteles, yang dalam bukunya *Rhe-torica* menjelaskan bahwa terdapat tiga unsur dalam suatu proses komunikasi untuk mendukung dalam berkomunikasi yaitu siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan, dan siapa yang mendengarkan. Menurut

(Muhammad, 2005), dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Organisasi*, komunikasi merupakan pertukaran pesan verbal dan nonverbal antara si pengirim dengan si penerima untuk mengubah tingkah laku. Proses komunikasi merupakan sebuah proses timbal balik antara si pengirim dan si penerima yang sama-sama mempengaruhi satu sama lain. Pentingnya komunikasi tidaklah bisa dipungkiri bagi suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi dalam suatu organisasi yang baik maka akan dapat berjalan lancar dan berhasil. Begitupun sebaliknya, tanpa komunikasi organisasi dapat berantakan. Komunikasi yang efektif merupakan hal penting bagi semua organisasi. Dalam suatu organisasi maka akan terjadilah komunikasi organisasi (Deddy Mulyana, M.A., n.d.). Tantangan besar dalam berkomunikasi salah satunya yaitu bagaimana menyampaikan informasi ke seluruh bagian organisasi dan bagaimana menerima informasi dari seluruh bagian organisasi (Rosmawaty H.P., S.Sos., 2010).

Dilakukannya komunikasi bertujuan untuk mengetahui tujuan dari masing-masing individual. Termasuk suatu minat seseorang dalam organisasi maka perlunya komunikasi sebagai media untuk menyalurkan atau memberikan suatu keperluan dalam keminatannya tersebut. Salah satu contoh dalam hal tersebut yaitu memberikan suatu layanan kepada publik. Pelayanan ini terjadi pada mahasiswa Uin Malang yang mana mereka berminat untuk bergabung dalam suatu organisasi atau ukm di kampus. Dalam hal ini penulis melakukan observasi yaitu memberikan pelayanan berupa sosialisasi tentang ukm Kopma Padang Bulan terhadap mahasiswa Uin Malang. Secara bersamaan, dari ukm tersebut juga sedang mengadakan open recruitment untuk anggota baru. Oleh karena itu, hal ini menjadi kesempatan penulis untuk mensosialisasikan Kopma kepada mahasiswa sekaligus menjadi perantara untuk kemudahan para anggota baru yang ingin daftar menjadi anggota Kopma. Dalam melakukan sosialisasi tersebut, terdapat berbagai kendala seperti tidak semua mahasiswa berminat untuk bergabung dalam ukm Kopma ini dan kebanyakan mereka mengeluh mengenai biaya pendaftaran yang mereka anggap cukup mahal sehingga mereka maju mundur untuk mendaftar menjadi anggota baru. Dalam hal tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan observasi atau penelitian dalam memberikan sosialisasi tentang ukm Kopma terhadap minat mahasiswa Uin Malang. Dari berbagai kendala tersebut, penulis akan memberikan solusi dalam bab pembahasan. Tujuan dari sosialisasi dari organisasi tersebut agar memberikan informasi secara jelas dengan menggunakan komunikasi yang baik sehingga mahasiswa paham dan tertarik dalam organisasi tersebut.

Pembahasan

Koperasi Mahasiswa Padang Bulan (Kopma PB)

Koperasi mahasiswa padang bulan merupakan salah satu ukm dengan anggota terbanyak dibawah naungan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (UIN Malang). Salah satu perguruan tinggi terkemuka dibawah Kementerian Agama Republik Indonesia yang mengedepankan tata kelola yang baik (Good University Governance) untuk mencapai atmosfer akademik antar sivitas akademika didalamnya (Amrullah & Segaf, 2020; Budiharjo et al., 2015). Anggota dari kopma ini yaitu dari mahasiswa Uin Malang itu sendiri. Dengan adanya kopma ini, mahasiswa dapat menyalurkan minat dan bakatnya dalam berkoperasi dan berwirausaha. Tujuan dari

kopma itu sendiri yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan para anggota dari kopma tersebut. Selain dari usaha kompa pb yang bergerak dalam bidang ritel dengan membuka toko di kopma yaitu copmart. Dalam kopma juga terdapat dana yang harus didapatkan untuk memenuhi kebutuhan guna melancarkan kegiatan dari kopma tersebut. Adapun dana atau simpanan yang harus didapatkan dari kopma padang bulan diperoleh dari :

1) Simpanan pokok anggota

Merupakan simpanan yang harus dibayarkan oleh anggota baru saat bergabung dalam koperasi mahasiswa tersebut dan nominalnya akan ditentukan oleh anggota koperasi melalui rapat anggota. Nominal simpanan pokok dari kopma padang bulan ini yaitu Rp 50.000.

2) Simpanan wajib anggota

Merupakan simpanan yang wajib dibayarkan oleh anggota secara rutin tiap bulannya dan nominalnya ditentukan oleh anggota melalui rapat anggota. Nominal simpanan wajib dari kopma padang bulan ini yaitu Rp 10.000

3) Simpanan sukarela

Merupakan simpanan yang dilakukan secara sukarela anggota bayarkan. Ini tidak wajib karena sifatnya sukarela

4) Sisa Hasil Usaha (SHU) yang disisihkan

Merupakan sisa hasil usaha yang tidak dibagikan kepada para anggota koperasi. Dana ini dijadikan sebagai dana cadangan bagi koperasi mahasiswa

Dalam ukm kopma ini terdapat dua macam pendidikan yaitu pendidikan formal dan pendidikan non-formal, diantaranya sebagai berikut.

1) Pendidikan formal

- a. Diklatsarkop (jenjang baru)
- b. Diklatmenkop (diklat menengah)
- c. Diklatjutkop (pendidikan lebih lanjut)

2) Pendidikan non-formal

- a. SOC (school of cooperative)
- b. LSO (lembaga semi otonom) : divisi tata boga, sport, multimedia, kepenulisan, publik speaking.

Suatu organisasi tidak akan berjalan jika tidak ada struktur dalam organisasi. Oleh karena itu, struktur dari ukm kopma padang bulan ini terdapat 8 bidang diantaranya sebagai berikut :

- 1) Pengawas
- 2) Ketua umum
- 3) Sekretaris umum

- 4) Bendahara umum
- 5) Pengembangan sumber daya anggota (PSDA)
- 6) Personalia
- 7) Usaha
- 8) Public relation

Keanggotaan dalam koperasi bersifat sukarela dan terbuka. Seluruh mahasiswa dapat menjadi anggota koperasi tanpa paksaan dan batasan baik mahasiswa baru maupun mahasiswa lama. Keanggotaan kopma berlaku selama mahasiswa tersebut berstatus sebagai mahasiswa aktif, jika mahasiswa tersebut sudah lulus maka keanggotaan dalam kopma juga berakhir. Sedangkan untuk pengurus kopma ditentukan melalui rapat anggota dan para pengurus memiliki tanggung jawa dalam melaporkan laporan pertanggungjawaban kepada anggota melalui rapat anggota (Khuluddiyah, 2023).

Komunikasi

Menurut (Prof. Dr. H. Hafied Cangara, 2008), dalam bukunya yang berjudul *Pengantar Ilmu Komunikasi*, dalam komunikasi sudah jelas tidak akan dapat dipisahkan dalam kehidupan makhluk sosial, baik dari individu maupun sebagai anggota masyarakat. Perlunya mengatur tata krama pergaulan antar manusia, karena dengan berkomunikasi yang baik akan memberi pengaruh secara langsung terhadap struktur keseimbangan seseorang dalam bermasyarakat. Dalam membangun kualitas dan relevansi dalam berkomunikasi memerlukan rencana yang strategis dengan tujuan untuk meningkatkan dan memperbaiki komunikasi serta pengalaman yang baik bagi audiens (Zaman et al., n.d.). Dalam komunikasi organisasi terdapat model yang menggambarkan bagaimana proses komunikasi itu pada suatu organisasi. Proses timbal balik antara komunikator atau pengirim dengan komunikan atau sebagai penerima hingga dapat menciptakan penerimaan yang sama serta menghasilkan suatu tindakan yang sama dalam mencapai tujuan itulah yang disebut dengan proses komunikasi (Pramitha, 2020).

Observasi yang dilakukan penulis menunjukkan bahwa komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam organisasi atau ukm. Dalam sosialisasi ukm ini, komunikasi menjadi media untuk keminatan mahasiswa dimana jenis komunikasi yang digunakan salah satunya yaitu interpersonal communication yang artinya proses komunikasi berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka (Muhammad, 2005), seperti yang dinyatakan R. Wayne Pace (1979) bahwa “*interpersonal communication is communication involving two or more people in a face to face setting*”. Komunikasi tersebut dilakukan sebagai upaya untuk menyampaikan informasi sebanyak mungkin kepada para mahasiswa agar mereka mengetahui informasi dengan jelas. Komunikasi sebagai media dalam mensosialisasikan unit kegiatan mahasiswa yakni kopma padang bulan terhadap minat dan ketertarikan dari mahasiswa Uin Malang untuk menjadi anggota baru kopma. Penulis sekaligus menjadi panitia dalam open recruitment salah satu pendidikan formal dari ukm tersebut yaitu diklatsarkop ke 24 membuat penulis dengan mudah untuk melakukan observasi pelayanan publik yang dilakukannya dengan

cara menjaga stand ukm kopma tersebut. Tujuan dari membuka stand kopma yaitu untuk mensosialisasikan kopma kepada mahasiswa sekaligus menjadi perantara untuk kemudahan para anggota baru yang ingin daftar menjadi anggota kopma. Hal ini merupakan sebuah layanan publik yang isinya yaitu memberikan arahan dan bantuan kepada para mahasiswa yang tertarik atau berminat di ukm kopma. Dengan melakukan sosialisasi melalui cara jaga stand tersebut maka akan memerlukan banyak komunikasi di dalamnya sehingga sosialisasi tersebut berjalan dengan baik.

Kendala dan Solusi dalam Sosialisasi

Dalam melakukan sosialisasi tersebut terdapat beberapa kendala seperti halnya, tidak semua mahasiswa berminat untuk bergabung dalam ukm kopma ini dan kebanyakan mereka mengeluh mengenai biaya pendaftaran yang mereka anggap cukup mahal sehingga mereka maju mundur untuk mendaftar menjadi anggota baru. Selain itu saat kopma membuka stand oprec tersebut juga terkadang masih sedikit mahasiswa yang mengunjunginya sehingga memerlukan solusi dari permasalahan tersebut. Solusi atas kendala yang telah dilakukan oleh penulis yaitu terkait kendala masalah biaya pendaftaran di mana para pendaftar merasa bahwa biaya pendaftaran cukup mahal, maka penulis memberikan informasi bahwa dengan biaya pendaftaran tersebut akan diperoleh banyak benefit jika telah mendaftar menjadi anggota baru. Benefit yang akan didapatkan diantaranya yaitu mendapatkan pelatihan softskill secara gratis, mendapatkan pendidikan organisasi koperasi dan entrepreneurship, berkesempatan untuk magang dan mengelola usaha kopma dengan omset milyaran, mendapatkan sisa hasil usaha yang nantinya dapat dicairkan, mendapatkan poin belanja jika berbelanja di toko kopma, mendapatkan poin kegiatan dan poin simpanan dimana dengan poin poin tersebut nantinya dapat ditukarkan ke SHU sehingga dapat dicairkan serta memperluas relasi dan akan mendapatkan pengalaman yang sangat banyak. Selain memberikan informasi terkait benefit, penulis juga menyebarkan brosur-brosur pendaftaran kopma kepada mahasiswa Uin Malang. Melalui brosur tersebut informasi yang didapatkan akan secara detail dan lebih jelas. Meskipun tak sedikit yang menolak saat diberikan brosur namun penulis tetap berusaha untuk menyebarkan brosur tersebut kepada mahasiswa Uin Malang hingga ada beberapa yang berminat dan tertarik mendaftar ukm tersebut. Dengan hal ini mungkin akan menjadi bahan pertimbangan bagi mereka untuk mendaftar ukm tersebut.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan observasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebuah komunikasi memiliki peran yang sangat penting. Pentingnya komunikasi tidaklah dapat dipungkiri begitu juga dengan suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik maka suatu organisasi akan dapat berjalan sesuai dan lancar, begitupun sebaliknya. Tujuan dari sosialisasi dari organisasi tersebut agar memberikan informasi secara jelas dengan menggunakan komunikasi yang baik sehingga mahasiswa tertarik dalam organisasi tersebut. Dengan melakukan sosialisasi melalui cara jaga stand tersebut maka akan memerlukan banyak komunikasi di dalamnya sehingga sosialisasi tersebut berjalan dengan baik dan lancar. Dengan menggunakan komunikasi yang baik maka tujuan dari sosialisasi ukm tersebut dapat mudah dimengerti oleh audiens. Bahkan

ada feedback yang terbaik dari para mahasiswa untuk sosialisasi ini. Dalam sosialisasi ukm ini, komunikasi menjadi media untuk keminatan mahasiswa dimana jenis komunikasi yang digunakan salah satunya yaitu interpersonal communication yang artinya proses komunikasi berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka. Meskipun terdapat kendala dalam sosialisasi ini akan tetapi penulis dapat menyelesaikan permasalahan atau kendala tersebut dengan baik.

Saran dari penulis berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh dari observasi yaitu diharapkan observasi yang akan dilakukan selanjutnya agar bisa lebih baik lagi dalam mensosialisasikan tentang suatu organisasi atau unit kegiatan mahasiswa. Dengan menggunakan komunikasi yang lebih kompleks dan fleksibel. Selain itu diharapkan dapat menambahkan teori dan kajian pustaka yang lebih luas lagi tentang sosialisasi sebagai media komunikasi sehingga penelitian selanjutnya mendapatkan hasil yang lebih baik lagi.

Daftar Pustaka

- Amrullah, A. M. K., & Segaf, S. (2020). *The Concept of Islamic education to the human quality in Islamic universities*.
- Budiharjo, A., Segaf, S., & Alim, S. (2015). Pengembangan Laboratorium Mini Bank Fakultas Ekonomi Menjadi Income-Generating Unit. *EL DINAR: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 3(2).
- Deddy Mulyana, M.A., P. D. (n.d.). Ilmu komunikasi (Muchlis (ed.)).
- Khuluddiyah, Z. (2023). Minat berkoperasi pada generasi z di era society 5.0. *Maliki Interdisciplinary Journal*. 1(2). 92–98.
- Muhammad, D. arni. (2005). Komunikasi organisasi (1st ed.).
- Pramitha, D. (2020). Revitalisasi kepemimpinan kolektif-kolegial dalam membangun efektifitas komunikasi organisasi pesantren: Studi interaksionisme simbolik di Pondok Pesantren Jombang. *Journal Evaluasi*. 4(1). 45.
<https://doi.org/10.32478/evaluasi.v4i1.355>
- Prof. Dr. H. Hafied Cangara, M. S. (2008). Pengantar ilmu komunikasi.
- Rosmawaty H.P., S.Sos., M. T. (2010). Mengenal ilmu komunikasi.
- Zaman, S., Teknik, D., Uin, I., Malik, M., & Malang, I. (n.d.). Rencana strategis komunikasi institusi : Membangun kualitas dan relevansi konten untuk masa depan. 1–11.