



Implementasi : Jurnal Pengabdian Masyarakat

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/IMPMS/index>

Volume 1 (1) 2020, 68-73

Upaya Meningkatkan *Total Asset Turnover* Dengan Implementasi Strategi Pemasaran yang Efektif

Rahman Faisal¹, Ganefo Sudirman², Darul Fahmi³, Eti Muhamad⁴

¹²³⁴Universitas Pamulang, Indonesia

Article Info

Article history:

Received: 5 Juli 2020 ;

Accepted: 5 Agustus 2020;

Published: 15 Sept 2020.

Kata Kunci:

Pemasaran, Strategi, Total Asset Turnover

Abstract

The service was carried out at BMT Al-Fath, which is located in Ciputat, South Tangerang. The target of this service is all staff employees of BMT Al-Fath. The problems that occur in partners are resolved in several stages of activities: preparation, implementation, and evaluation. Preparation is carried out by conducting a preliminary survey related to the problems faced by partners. Implementation is carried out through training and mentoring using the material presentation method, followed by discussion and question and answer. The evaluation of this stage is carried out by collecting and concluding data from each activity stage. The results of community service activities show the level of success with the suitability of material topics with the company's information in dealing with problems that have occurred so far. This dedication makes the company able to determine sales targets based on numbers and paying attention to the number of assets owned by the company.

Abstrak

Pengabdian dilaksanakan di BMT Al-Fath yang berlokasi di Ciputat, Tangerang Selatan. Sasaran pengabdian ini adalah seluruh staff karyawan BMT Al-Fath. Permasalahan yang terjadi di mitra diselesaikan dalam beberapa tahapan kegiatan yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Persiapan dilakukan dengan melakukan survey pendahuluan terkait dengan permasalahan yang dihadapi mitra. Pelaksanaan dilakukan dengan pelatihan dan pendampingan dengan menggunakan metode presentasi materi dan dilanjutkan dengan diskusi serta tanya jawab. Evaluasi dari tahapan ini dilakukan dengan mengumpulkan dan menyimpulkan data-data dari masing-masing tahapan kegiatan. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat menunjukkan tingkat keberhasilan dengan adanya kesesuaian topik materi dengan informasi yang diperlukan oleh perusahaan dalam menghadapi permasalahan yang selama ini terjadi. Adanya pengabdian ini membuat perusahaan mampu menentukan target penjualan tidak hanya berdasarkan angka saja, tetapi juga memperhatikan jumlah aset yang dimiliki perusahaan.

Cara mengutip:

Faisal, R., Sudirman, G., Fahmi, D., Muhamad, E. (2020). Upaya Meningkatkan Total Aset Turn Over Dengan Implementasi Strategi Pemasaran yang Efektif. *Implementasi : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1 (1), 68-73

PENDAHULUAN

Di era internet ini, kanal pinjaman semakin banyak tersedia. Bila dahulu, kita hanya mengenal bank, lembaga pembiayaan (multifinance), koperasi, maka di era internet ini kita mengenal *peer to peer lending*, *fintech lender*, dan *fintech aggregator*. Mengakses pinjaman zaman sekarang menjadi semakin mudah. Namun, kemudahan memperoleh pinjaman ini bak pisau bermata dua. Di satu sisi, kemudahan mengakses pinjaman akan menguntungkan bagi mereka yang memang sangat membutuhkan proses cepat. Namun di sisi lain, kemudahan ini membuat seseorang bisa lebih mudah terbelit utang tak berujung apabila dalam prosesnya kurang berhati-hati mencari pinjaman yang baik. Kemajuan teknologi tentu memberikan pengaruh pada perekonomian Indonesia. Apalagi dengan munculnya uang elektronik sebagai pengganti uang tunai, yaitu sebagai alat pembayaran yang sah. Hanafi (2009:78), menyebutkan bahwa : “Rasio total asset turnover mengukur sejauh manakemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan penjualan berdasarkan total aktiva yangdimiliki dari perusahaan tersebut.”

Adapun pengertian Total asset turnover menurut Kasmir (2008:185) adalah: “Rasio yang dipakai untuk menilai perputaran semua aktiva yang dimilikisebuah perusahaan dan juga menilai berapa jumlah penjualan yang didapat dari setiap rupiahyang dihasilkan”. Sedangkan defenisi yang dibuat oleh Lukman syamsuddin (2000:62)adalah: “Total asset turnover memperlihatkan tingkat efisiensi penggunaan seluruh aktivaperusahaan di dalam menghasilkan volume penjualan tertentu.” Berdasarkan garis lurus dan melihat di lapangan, beberapa hasil analisis tentang situasi situasi dilapangan khususnya pada badan usaha koperasi sangat dimungkinkan dan/atau diperlukan adanya peningkatan nilai total asset, dimana salah satu nilai total asset turn over. Dengan demikian situasitersebut dapat bekerja dengan baik. Oleh karena itu, hasil akhir yang didukung dengan penerapan

Strategi pemasaran yang efektif juga diperlukan agar target yang ditetapkan menjadi tepat guna. Melihatsituasi tersebut sungguh membuat koperasi harus dapat bersaing dengan badan usaha lain yang sejenisnya. Seperti kita ketahui bahwa kondisi lapangan mengenai peningkatan total asset salah satunya asset turn over harus dijaga dengan baik dan sudah sepatutnya ditingkatkan sehingga dapat memberikan banyak pendapatan untuk koperasi tersebut. Melihat data dan fakta bahwa badan usaha koperasi masih jauh tertinggal dengan badan usaha lainnya. Baik dari sis keuntungan dan/atau pendapatan juga dari pengelolaan dan sebagainya. Sehingga sangat diperlukan dan dibutuhkan badan usaha untuk dapat bersaing dengan badan usaha lainnya. Dari target yang telah ditetapkan, diperlukan upaya di lapangan salah satunya bagaimana penerapan strategi pemasaran yang baik, tidak banyak mengeluarkan uang untuk promosi namun dengan sedikit uang yang dikeluarkan dapat memberikan hasil yang maksimal.

Melakukan riset pasar merupakan bagian penting dari strategi pemasran. Karena dari riset tersebutanda bisa mendapatkan informasi terkait pasar anda seperti ukuran, pertumbuhan, tren dan demografi (statistik pembeli seperti usia, jenis kelamin dan tipe keluarga) sosialnya. Sehingga anda dapat mengatasi perubahan yang terjadi didalam pasar dengan strategi pemasaran yang tepat. Melalui riset pasar anda akan mengetahui profil pelanggan yang anda targetkan dan kebutuhan yang dicari oleh mereka. Selain itu dari profil tersebut anda dapat menemukan pola pembelian mereka seperti bagaimana mereka membeli, dimana dan apa saja yang yang mereka beli. Dengan strategi pemasaranyang sesuai dapat meningkatkan keberhasilan anda misalnya secara teratur mengupdate barang dan jasa yang anda tawarkan melalui Facebook atau Twitter;

membuat iklan di majalah gaul untuk target anak muda; dan menawarkan diskon untuk pelajar. Upaya peningkatan dan peran koperasi sejatinya masuk menjadi agenda Pemerintah Daerah/Kota sehingga dapat prioritas dalam Program RPJMD (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah). Sehingga kehadiran Pemda/Pemkot dapat dirasakan oleh badan usaha-usaha lain, salah satunya Koperasi. Dari Pemerintah Daerah bisa saja memberikan pembekalan dan atau bantuan dari banyak sis sehingga koperasi tersebut dapat berkembang dengan baik. Persoalan Peningkatan Aset turn over dengan didukung sistem implementasi dan strategi pemasaran yang efektif sejatinya bukan hanya tulisan yang hanya perlu dibaca namun juga diperlukan langkah konkrit agar tujuan yang telah ditetapkan berjalan dengan baik.

BMT AL-FATH IKMI merupakan Koperasi yang berdasarkan prinsip Syariah. Berdiri pada tanggal 13 Oktober 1996, didirikan oleh 25 orang pendiri yang sebagian besarnya adalah Anggota Pengajian Ikatan Masjid Indonesia (IKMI). Pendirian BMT AL-FATH IKMI dilatar belakangi oleh keprihatinan terhadap kondisi masyarakat, khususnya para pedagang di pasar tradisional Ciputat yang mereka memiliki potensi untuk berkembang namun tidak ada wadah yang mengakomodir sehingga banyak yang terjerat praktek riba oleh para rentenir. Sebagai lembaga keuangan aset ummat, BMT AL-FATH IKMI berupaya memberdayakan ekonomi ummat secara berjamaah melalui kegiatan penyimpanan dan pembiayaan, serta peduli terhadap masyarakat tidak mampu melalui 4 program sosial:

1. Insan Sehat
2. Insan Cerdas
3. Insan Mulya
4. Insan Mandiri

Persaingan bisnis simpan pinjam menjadi semakin marak di Indonesia dengan munculnya pinjaman online, dengan kejadian ini perusahaan harus mampu melakukan inovasi dan menerapkan strategi yang tepat untuk tetap bisa bersaing dengan kompetitor lainnya. Walaupun perusahaan memiliki keunggulan karena produknya yang berbasis syariah, akan tetapi jumlah perusahaan pesaing produk syariah di Indonesia sangatlah banyak terutama yang berasal dari lembaga pembiayaan lain seperti BPR Syariah, oleh karena itu kami tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai Peningkatan Total Aset Turn Over dengan Didukung Sistem Implementasi Strategi Pemasaran yang Efektif di BMT Al Fath. Dimana hasil akhirnya didapat agar BMT Al Fath memiliki total asset turn over dimana dalam pelaksanaan operasionalnya dapat diwujudkan dalam penerapan strategi pemasaran yang efektif guna meningkatkan penghasilannya

METODE PENGABDIAN

Dalam pelaksanaan kegiatan untuk mendukung dan menyukseskan kegiatan ini tentunya setiap program yang di jalankan berkaca pada program kerja yang sudah ditentukan oleh badan usaha itu sendiri. Sehingga materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan dan sama program kerjanya. Langkah-langkah ini tentunya tidak 100% menyelesaikan dan atau solusi dari setiap permasalahan namun dapat dijadikan pijakan untuk melangkah jauh lagi. Berikut langkah-langkah yang harus dilakukan sebagaiberikut:

1. Perumusan kembali terhadap program kerja yang tepat sasaran
2. Melakukan implementasi dari kebijakan yang mendukung keberlangsungan badan usaha
3. Membuat strategi pemasaran yang efektif dan sesuai dengan kemampuan

SDM yang ada.

4. Mengimplementasikan secara efektif dari setiap strategi yang dibuat dan dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap strategi yang telah dijalankan.
5. Melakukan bimbingan dan penyuluhan ke semua tim yang ada di dalam naungan badan usahatersebut sehingga setiap SDM dapat memainkan perannya masing-masing sehingga dengandemikian tujuan dan target yang telah ditetapkan dapat berjalan dengan baik dan benar.
6. Melakukan kajian dan penerapan strategi yang bisa digunakan oleh badan usaha dari pesaing. Dengan demikian dapat menambah hirarki kemampuan badan usaha itu sendiri.

Kegiatan PKM yang dilakukan tim dosen pada BMT Al Fath menggunakan metode awal memaparkan materi dengan menjelaskan secara teoritis mengenai teori yang berkaitan dengan turn over aset dan strategi pemasaran kepada karyawan BMT Al-Fath. Teori yang digunakan adalah SWOT dan Pareto dalam melakukan strategi pemasaran sehingga omset yang dihasilkan menjadi maksimal. Selanjutnya adalah memberi kesempatan kepada karyawan BMT Al Fath untuk menceritakan dan menjelaskan strategi pemasaran dan implemmentasi yang saat ini ada di perusahaan. Setelah mengetahui implementasi yang ada di perusahaan, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap kelemahan yang ada atas implementasi strategi pemasaran dan memberikan solusi atas kelemahan yang ada di perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil yang didapat dari pengabdian masyarakat ini adalah pertama, perusahaan dalam melakukan pemasaran dalam hal ini masih menggunakan cara tradisional yaitu hanya bergantung pada penawaran yang dilakukan oleh marketing dalam memperoleh omset dibantu dengan informasi di website perusahaan. Kedua yaitu strategi yang diterapkan oleh manajemen sudah baik dengan melihat peluang masyarakat Indonesia yang mayoritas islam untuk didorongan menggunakan pinjaman yang berbasis syariah sehingga dapat menguntungkan perusahaan. Hanya saja segmen pasar yang dituju secara spesifik belum ditentukan dan ketiga mengenai penentuan target laba belum didasarkan pada perputaran aset perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan masih menetapkan target bersasaran pendapatan tahun sebelumnya.

Dalam melakukan pemasaran produk simpan pinjam di era berkembangnya teknologi sangatlah sulit, persaingan bisnis berbasis teknologi yang mengedepankan proses yang cepat sehingga dana dapat diterima dengan mudah adalah tantangan tersendiri bagi bisnis usaha seperti yang dilakukan BMT Al fath. Keunggulan produk berbasis syariah disatu sisi menjadi daya tarik bagi konsumen karena seperti yang kita ketahui bahwa penduduk Indonesia mayoritas adalah muslim. Sistem pemasaran yang digunakan oleh BMT Al Fath masih sangat sederhana, hal ini yang membuat perusahaan harus lebih inovasi dalam menyusun strategi. Misalnya dengan analisis SWOT, perusahaan jadi lebih tahu sebenarnya posisi pangsa pasar perusahaan ada dimana jika memperhatikan keunggulan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada didalam bisnis. Analisis pareto juga sangat berpengaruh terhadap peluang mendapatkan pendapatan. Perusahaan harus mampu mengidentifikasi konsumen mana yang memiliki pengaruh besar sehingga harus tetap dijaga loyalitasnya. Berkaitan dengan target capaian laba atau pendapatan perusahaan harusnya lebih memperhatikan aset yang dimiliki perusahaan agar capaian target sesuai dengan kemampuan perusahaan.



Gambar 1. Penyampaian Materi Terkait Implementasi Strategi Pemasaran



Gambar 2. Tim Dosen Bersama Peserta Pelatihan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan yang dilakukan tim pengabdian selaku dosen Universitas Pamulang program Studi D3 Akuntansi yaitu Kegiatan yang dilakukan tim pengabdian selaku dosen Universitas Pamulang untuk memberikan gambaran betapa pentingnya strategi perusahaan dalam memasarkan produknya. Hal ini dikarenakan persaingan bisnis yang sangat tinggi karena adanya perkembangan teknologi yang begitu pesat sehingga perusahaan harus dapat adaptasi dengan membuat strategi yang mampu banyak menarik konsumen. Dengan penjelasan menggunakan metode yang ada dalam teori pemasaran ditambah dengan implementasi di BMT Al Fath dengan diskusi diharapkan perusahaan mampu menerapkan strategi tersebut sehingga omset atau pendapatan perusahaan sesuai dengan target yang ditentukan dengan melihat aset yang dimiliki perusahaan.

Adapun saran dari manfaat pelaksanaan dari Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di BMT Al Fath ini yaitu dapat mengimplementasi strategi pemasaran adalah karyawan dapat berinovasi dengan caranya masing masing berdasarkan pengembangan dari teori yang kami jelaskan sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan dimasa yang akan

datang. Selain itu karyawan harus lebih efektif dalam menggunakan teknologi yang berkembang saat ini. Sehingga dengan demikian dari total asset turn overnya dapat dilakukan dengan baik yang didukung strategi pemasaran yang efektif sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan/atau omset di Koperasi BMT Al Fath itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, Shinta. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang : UB Press

Mukti, A.M. (2018). *Strategi Pemasaran Zaman Now*. Yogyakarta : Penerbit Andi

Rufaidah, Popy. (2015). *Manajemen Strategik: Analisis, Formulasi, Implementasi & Evaluasi*. Jakarta : Humaniora

Supriyanto. (2015). *Tata Kelola Koperasi Kredit atau Koperasi Simpan Pinjam, Implementasi Kebijakan Koperasi Simpan Pinjam terhadap Manajemen Pengelolaan, Keorganisasian dan Permodalan*. Yogyakarta : Andi Offset