

LAPORAN PENGABDIAN



JUDUL PROGRAM

**PROGRAM PENDAMPINGAN PENINGKATAN KESADARAN
PENGURUS PIMPINAN CABANG AISYIYAH DANUREJAN
DALAM PENGGUNAAN PRODUK AISYIYAH ,
“DARI AISYIYAH OLEH AISYIYAH DAN UNTUK AISYIYAH”**

Oleh :

Isthofaina Astuty,SE, M.Si NIDN 0528047003

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2017

HALAMAN PENGESAHAN

Judul I_bM: PROGRAM PENDAMPINGAN PENINGKATAN KESADARAN PENGURUS PIMPINAN CABANG AISYIYAH DANUREJAN DALAM PENGGUNAAN PRODUK AISYIYAH , “DARI AISYIYAH OLEH AISYIYAH DAN UNTUK AISYIYAH”

1. Mitra Program I_bM : Pimpinan Cabang Aisyiyah Danurejan
2. Ketua Tim Pengusul
 - a. Nama : Isthofaina Astuty, SE,M,Si
 - b. NIDN : 0528047003
 - c. Jabatan/Golongan : Lektor/IIIb
 - d. Jurusan/Fakultas : Manajemen/Ekonomi
 - e. Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
 - f. Bidang Keahlian : Manajemen SDM dan Kewirausahaan
 - g. Alamat Kantor/Telp/Faks/E-mail : Jl Ring Roud Selatan, Tamantirto, Bantul
 - h. Alamat Rumah/Telp/Faks/E-mail : Bausasran Dn III/560 Yogyakarta
3. Lokasi Kegiatan/Mitra
 - a. Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan) : Kecamatan Danurejan
 - b. Kabupaten/Kota : Yogyakarta
 - c. Propinsi : DIY
 - d. Jarak PT ke lokasi mitra (km) : 10 Km
5. Luaran yang dihasilkan : Peningkatan Kualitas dan Kuantitas Pemasaran
5. Jangka waktu Pelaksanaan : 3 Bulan
7. Biaya Total : Rp 1.000.000
8. - UMY (Prodi Manajemen) : Rp. 1.000.000
- Sumber lain (*sebutkan*) : tidak ada

Mengetahui
Kaprosdi Manajemen



Retno Widowati PA, M.Si., Ph.D
NIDN 007046303

Yogyakarta, 05 Mei 2017
Pengusul

Isthofaina Astuty,SE,M.Si
NIDN 0528047001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul U.M: PROGRAM PENDAMPINGAN PENINGKATAN KESADARAN PENGURUS PIMPINAN CABANG AISYIYAH DANUREJAN DALAM PENGGUNAAN PRODUK AISYIYAH , “DARI AISYIYAH OLEH AISYIYAH UNTUK AISYIYAH”

1. Mitra Program U.M	: Pimpinan Cabang Aisyiyah Danurejan
2. Ketua Tim Pengusul	: Isthofana Astuty, SE,M.Si
a. Nama	: 0575047003
b. NIDN	: Lektor/IIIB
c. Jabatan/Golongan	: Manajemen/Ekonomi
d. Jurusan/Fakultas	: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
e. Perguruan Tinggi	: Manajemen SDM dan Kewirausahaan
f. Bidang Keahlian	: Jl Ring Road Selatan, Tarmatirto, Bantul
g. Alamat Kantor/Telep/Faks/E-mail	: Bausaran Km III/560 Yogyakarta
h. Alamat Rumah/Telep/Faks/E-mail	
3. Lokasi Kegiatan/Mitra	: Kecamatan Danurejan
a. Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan)	: Yogyakarta
b. Kabupaten/Kota	: DIY
c. Propinsi	: 10 km
d. Jarak PT ke lokasi mitra (km)	: Peningkatan minat beli
5. Luaran yang dihasilkan	: 3 Bulan
6. Jangka waktu Pelaksanaan	: Rp. 1.000.000
7. Biaya Total	: Rp. 1.000.000
8. - UMFY (Prodi Manajemen)	: tidak ada
- Sumber lain (sebutkan ...)	

Mengetahui
Keprosid Manajemen

Yogyakarta, 05 Mei 2017
Pengusul

 Isthofana Astuty, SE, M.Si, Ph.D
NIDN 0575047003


Isthofana Astuty, SE, M.Si
NIDN 0528047001

BAB I

PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Pimpinan Cabang Aisyiyah Danurejan adalah salah satu PCA dari 14 PCA yang ada di lingkungan Pimpinan Wilayah Aisyiyah Kota Yogyakarta. PCA Danurejan yang berlokasi di Kecamatan Danurejan melingkupi 6 ranting yang aktif dan 2 ranting Aisyiyah yang belum berkembang. Meskipun Kecamatan Danurejan hanya terdiri dari 3 kelurahan, yakni Kelurahan Bausasran, Kelurahan Tegal Panggung dan Kelurahan Suryatmajan, namun perkembangan ranting Aisyiyah cukup menggembirakan. Ini menunjukkan antusiasme warga masyarakat di Kecamatan Danurejan cukup tinggi untuk berpartisipasi dalam organisasi Aisyiyah. Kedelapan ranting yang dimaksud adalah Ranting Baususran, Ranting Lempuyangan, Ranting Tukangan, Ranting Cokrodirjan, Ranting Macanan, Ranting Suryatmajan dan Ranting Tegal Panggung.

Di bawah naungan PCA Danurejan terdapat beberapa amal usaha yang menjadi tanggungjawabnya, khususnya yang bergerak di bidang kependidikan yakni 2 Taman Kanan-Kanak (yakni TK ABA yang masuk dalam kategori B yakni “Berkembang” dan juga TK ABA Lempuyangan) dan 1 Kelompok Bermain Masjid Al Amna yang masuk dalam kategori A atau “Stabil. Amal usaha bidang pendidikan ini juga memberikan peluang ibu-ibu Aisyiyah untuk melibatkan orangtua murid dari sekolah TK dan Kelompok Bermain yang mayoritas ibu-ibu sebagai target pasar program pemasaran dari produk-produk Aisyiyah.

Selain itu ibu-ibu di ranting-ranting Aisyiyah lingkup kecamatan Danurejan pada umumnya bertanggungjawab untuk mengelola pengajian-pengajian ibu-ibu di musholla atau masjid yang tersebar di wilayah Kecamatan Danurejan. Jika diidentifikasi hampir setiap hari , dari hari Senin sampai dengan Ahad paling tidak terdapat satu pengajian di salah satu wilayah ranting Aisyiyah, karena pada umumnya tidak hanya satu jenis pengajian yang diselenggarakan (pengajian dengan materi pengetahuan agama atau pengetahuan umum) , tetapi juga pengajian yang khusus membahas atau mengkaji masalah Al-Quran. Oleh karena itu menjadi hal yang wajar jika di Kecamatan Danurejan muncul istilah “ Pengajian Malam Senin, Pengajian Tafsir Hadist, Pengajian Malam Selasa”, Pengajian Rabe Sore, Pengajian Malam Jumat, Pengajian Ahad Pagi” dan sebagainya. Belum lagi

juga diselenggarakan pengajian-pengajian yang merupakan gabungan pengajian dari masjid –masjid atau gabungan dari ranting-ranting seperti Pengajian Tiap Tanggal 21 (setiap bulan sekali), Pengajian Lintas Ranting, Pengajian IPHI (Ikatan Persaudaran Haji Indonesia) dan lain-lain. Pengajian yang diselenggarakan ibu-ibu ranting Aisyiyah biasanya bersifat umum, artinya tidak terbatas untuk kalangan Aisyiyah sehingga peserta pengajian relatif banyak.

Di sisi lain, dalam rangka pemberdayaan ekonomi di kalangan ibu-ibu Aisyiyah dan ibu-ibu usia produktif, PP Aisyiyah sudah mengeluarkan beberapa produk unggulan, salah satunya adalah deterjen Melin yang dikeluarkan sejak tahun 2010. Deterjen Melin ini adalah deterjen yang dipromosikan sebagai deterjen yang ramah lingkungan, artinya limbah air dari sisa proses pencucian sangat aman bagi lingkungan sekitarnya bahkan jika dipakai untuk menyiram lahan pekarangan tidak akan menimbulkan polusi tanah. Hal ini dimungkinkan karena bahan-bahan yang dipakai untuk mengolah deterjen Melin dipilih bahan-bahan yang paling aman dengan komposisi yang sudah ditetapkan.

Sebagai salah satu produk unggulan PP Aisyiyah, maka melalui Majelis Ekonomi Dan Ketenagakerjaan PP Aisyiyah mencanangkan program pemakaian deterjen Melin di kalangan Aisyiyah di seluruh pelosok nusantara. Sistem produksi diserahkan kepada cabang-cabang Aisyiyah yang terlebih dulu mendapatkan pelatihan proses produksi deterjen Melin dari PWA atau PDA. Untuk penyediaan semua bahan menjadi tanggungjawab PP Aisyiyah. Harga dari rumah produksi (cabang) tidak ditentukan, namun PP Aisyiyah menetapkan Harga Eceran Tertinggi. Sistem pemasaran menggunakan sistem jaringan Aisyiyah, yakni bisa dari PDA ke cabang dan dari cabang ke ranting, atau langsung dari Cabang ke ranting dan ke konsumen akhir yakni ibu-ibu Aisyiyah. Sistem jaringan dipilih sebagai sistem pemasaran karena sejak dikeluarkan produk deterjen Melin ini masih ditetapkan sebagai produk untuk kalangan sendiri.

Namun demikian meskipun sistem jaringan yang dipilih, dari mulai PP Aisyiyah sampai dengan PDA selalu melakukan sosialisasi dan promosi deterjen Melin ini melalui pertemuan-pertemuan yang diselenggarakan oleh PP, PWA, PDA, PCA maupun ranting. Oleh karena itu besar kemungkinan setiap ranting atau cabang akan mampu melakukan penjualan produk deterjen Melin ini dengan maksimal. Tetapi kenyataan menunjukkan hal yang sebaliknya, data dari PDW Aisyiyah menunjukkan bahwa PCA Kecamatan Danurejan hanya mampu menjual produk deterjen Melin 10 kg dalam jangka waktu 3 tahun. Perolehan ini sangat ironis dikarenakan deterjen Melin adalah produk Aisyiyah yang paling

menasional dibanding produk-produk Aisyiyah dikarenakan menjadi produk unggulan PP Aisyiyah sehingga selalu mendapatkan perhatian yang lebih dari anggota Aisyiyah.

Oleh karena itu diperlukan pendampingan dengan pendekatan yang komprehensif khususnya program pendampingan internal yang ditujukan untuk meningkatkan kesadaran pengurus PCA Danurejan untuk bangga pada produk sendiri (Aisyiyah) dan mau menggunakan produk yang bersangkutan sehingga pada perkembangannya para pengurus Aisyiyah secara aktif bisa mempromosikan produk-produk Aisyiyah ke masyarakat luas.

B. Rencana Program

Dalam upaya untuk meningkatkan kesadaran pengurus Pimpinan Cabang Aisyiyah Danureja untuk bangga pada produk sendiri dan mau menggunakan produk yang bersangkutan maka beberapa langkah yang perlu dilakukan adalah:

1. Sosialisasi yang intensif terkait dengan produk Aisyiyah
2. Identifikasi minat memakai yang diwujudkan dengan minat membeli produk Aisyiyah
3. Mengadakan program “kedai Aisyiyah pribadi”

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

A. Sosialisasi Produk Aisyiyah

Melin adalah merek produk sabun yang dihasilkan oleh Majelis Ekonomi Dan Ketenagakerjaan Pimpinan Pusat Aisyiyah sejak sekitar bulan april 2011. Melin adalah singkatan dari Majelis Ekonomi Lintas Nusa . Pada awal diperkenalkan produk sabun Melin hanya berupa produk sabun cuci baju bubuk yang diperkenalkan sebagai produk unggulan MEK PP Aisyiyah. Berbagai produk Melin yang sudah dipasarkan oleh Pimpinan Wilayah Aisyiyah adalah Melin cuci baju bubuk, Melin cuci baju cair, Melin mesin cuci “Eklin”, Melin penghalus setrika dengan dua variasi pewangi, Melin Pel dengan dua variasi pewangi, Melin cuci piring, dan Melin handsoap.

Harga produk Melin di tingkat end user hanya ditentukan khusus untuk produk Melin cuci bubuk, sedang varian produk Melin yang lain diserahkan sepenuhnya pada mekanisme pasar yang terjadi. Model penetapan harga seperti itu menjadikan harga berbeda beda baik di tingkat pimpinan wilayah, cabang hingga ranting. Kisaran harga produk Melin yang dipasarkan di Pimpinan Cabang Aisyiyah Danurejan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Harga Produk Melin di wilayah PCA Danurejan

NO	NAMA PRODUK	HARGA	UKURAN
1	Melin cuci baju deterjen	Rp.12.000,00	1 kg
2	Melin cuci baju cair	Rp 10.500,00	500 ml
3	Melin mesin cuci “Eklin”	Rp. 20.000,00	1 kg
4	Melin penghalus setrika	Rp. 5.000,00	200 ml
5	Melin pel	Rp. 9.000,00	600 ml
6	Melin handsoap	Rp. 9.000,00	600,ml

Untuk wilayah Danurejan, pembelian Melin oleh ranting dan akan dijual kembali ke warga Aisyiah ranting ataupun ke masyarakat umum penetapan harga

berbeda dengan kisaran harga pada tabel 3.1 di atas. Untuk ranting harga yang ditawarkan adalah harga beli dari PWA ditambah prosentasi keuntungan, di mana keuntungan ini dibagi 2, 50 % untuk PCA dan 50% untuk PRA. Namun ketika ranting mau menetapkan harga dengan cara penambah lagi prosentasi keuntungan mereka dari harga yang diberikan PCA diperbolehkan asal tidak terlalu tinggi, sebatas harga yang standar dan tidak memberatkan konsumen. Gambaran fisik dari produk Melin adalah sebagai berikut:



MELIN CUCI PAKAIAN DETERJEN

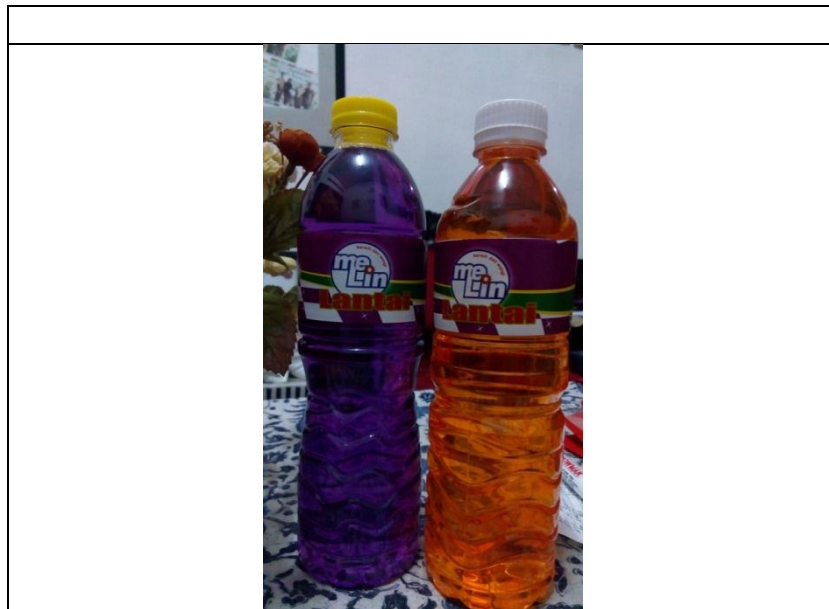
Gambar 3.1



EKLIN (MELIN BUBUK MESIN CUCI)

Gambar 3.2

Produk Melin, khususnya Melin cuci pakai deterjen adalah salah satu produk unggulan Pimpinan Pusat Aisyiyah yang dirancang sebagai produk ramah lingkungan dikarenakan meminimalkan penggunaan material yang berbahaya untuk lingkungan. Namun efek dari kebijakan ini deterjen Melin tidak menghasilkan busa yang banyak, bahkan bisa dibilang sedikit sekali busa yang muncul, juga tidak terlalu wangi/harum, tetapi efek bersih tetap terjamin, pakaian juga tidak berasa “ kaku/kasar sertanya”, dan ditangan tidak memberikan rasa gatal atau panas.

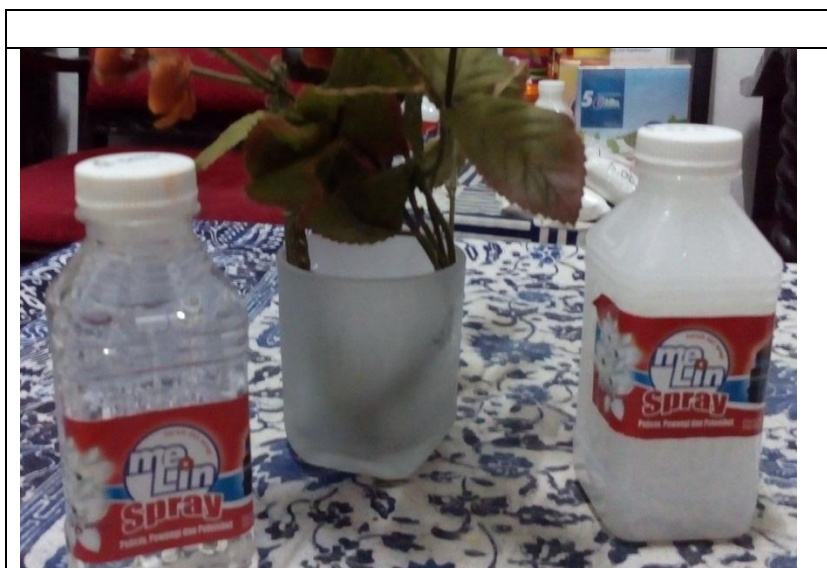


Gambar 3.3
MELIN LANTAI

Melin cuci pakaian cair adalah salah satu produk Melin yang favorit pilihan konsumen. Dibandingkan dengan produk Melin cuci pakaian deterjen, Melin cair sedikit lebih banyak menghasilkan busa dan lebih wangi. Pengalaman dari banyak konsumen menyatakan bahwa pemakaian Melin cair lebih irit dibandingkan dengan Melin deterjen.



Gambar 3.4
MELIN CUCI BAJU CAIR



Gambar 3.5
MELIN SPRAY (PELICIN SETRIKA)



Sosialisasi produk Melin di kalangan Pengurus Pimpinan Cabang Danurejan rutin dilakukan pada setiap bulan bersamaan dengan rapat rutin pimpinan. Sosialisasi dilakukan dengan cara membawa produk Melin dan menjelaskan kelebihan dari produk tersebut dan mengajak ibu-ibu untuk mencoba menggunakan produk Melin sebagai upaya bangga pada produk sendiri, “Dari Aisyiyah, oleh Aisyiyah, dan untuk Aisyiyah”. Di akhir rapat maka akan dilakukan lagi proses mengajak para pengurus untuk mencoba memakai produk Melin.

B. Identifikasi minat beli

Pengamatan minat pembelian pada produk sabun Melin dilakukan secara langsung pada saat pertemuan rutin pengurus cabang Aisyiyah Danurejan yang dilakukan sebulan sekali. Dengan jumlah pengurus sekitar 35 orang, maka tabel 1 menunjukkan bahwa minat beli dari pengurus cabang Aisyiyah kecamatan Danurejan relatif rendah, yakni rata-rata hanya sekitar 10 bungkus setiap bulan. Artinya kurang dari 30 % pengurus cabang Aisyiyah Danurejan yang memiliki minat membeli sabun Melin.

Permasalahannya adalah jika minat pengurus cabang Aisyiyah Danurejan masih tergolong rendah, bagaimana para pengurus bisa menjadi agen pemasaran

dari produk Melin kepada pengurus ranting Aisyiyah di lingkungan kecamatan Danurejan , ke anggota Aisyiyah serta ke masyarakat umum. Oleh karena itu perlu dilakukan berbagai langkah-langkah segera dan riil untuk meningkatkan *product awareness* (kesadaran akan produk) yang akan berdampak pada minat beli pengurus akan produk Melin

Salah satu langkah yang dipilih menjadikan produk Melin produk yang paling dekat dengan pengurus sehingga apabila sewaktu-waktu pengurus cabang Aisyiyah butuh akan produk pembersih baju dan pembersih lainnya, produk Melinlah yang paling dekat. Oleh karena itu program yang ditawarkan untuk meningkatkan *product awareness* adalah Kedai Aisyiyah Pribadi

Tabel 1
Minat Beli Produk Melin
Periode pengamatan 2016

NO	PERIODE PENGAMATAN	JENIS PRODUK YANG DIBELI	JUMLAH PEMBELIAN
1	Maret 2016	Melin bubuk 1 kg	10 bungkus
2	April 2016	Melin bubuk 1 kg	32 bungkus
3	September 2016	Melin bubuk 1 kg	25 bungkus
4	November 2016	Melin bubuk 1 kg	20 bungkus
		Melin cair	15 botol
5	Desember 2016	Melin bubuk 1 kg	15 bungkus
Total		Melin bubuk 1 kg	102 bungkus
		Melin cair	15 botol

C. Program “Kedai Aisyiyah Pribadi”

Dari identifikasi minat beli pengurus PCA terhadap produk Melin yang dilakukan selama beberapa bulan di tahun 2016 menunjukkan bahwa minat beli pengurus PCA Danurejan masih rendah. Hal ini dibuktikan dengan tingkat pembelian setiap bulan yang belum mencapai 3 produk/ orang pengurus perbulan. Untuk itu keinginan untuk “memaksa” pengurus PCA Danurejan untuk mau mencoba memakai produk Melin yang ada dan memudahkan mereka untuk mendapatkan produk Melin, maka muncullah program Kedai Aisyiyah Pribadi.

Program “kedai Aisyiyah Pribadi adalah program yang ditujukan untuk :

- a) meningkatkan kemudahan para pengurus PCA Danurejan dalam mengakses produk Melin. Hal ini dimungkinkan karena dengan program Kedai Aisyiyah Pribadi menjadikan setiap rumah para pengurus PCA pasti tersedia produk Melin. Jadi sewaktu-waktu para pengurus butuh produk pembersih, maka mereka tinggal ambil, dibayar di tempat dan memakainya.
- b) Meningkatkan kesadaran para pengurus PCA Danurejan agar memiliki ”rasa memiliki” dan bangga dengan produk sendiri. Hal ini dimungkin terjadi dengan “memaksa” para pengurus untuk mencoba memakai dan membiasakan memakai produk Melin dalam memenuhi kebutuhan akan produk kebersihan.

Tehnik pelaksanaan dari program Kedain Aisyiyah Pribadi adalah sebagai berikut:

1. Persiapan

- a. Pengadaan produk, produk yang dipilih dalam produk yang ditawarkan di Kedai Aisyiyah Pribadi adalah sabun cuci bubuk Melin sebagai produk unggulan Aisyiyah, Melin cuci baju cair, Melin cuci piring dan Melin spray (penghalus dan pengharus hasil setrika)

Melin bubuk dipilih selain karena menjadi produk unggulan Aisyiyah, produk ini memiliki kualitas yang tidak kalah dengan sabun yang sudah beredar di pasar dan memiliki kelebihan tidak menggunakan bahan berbahaya sehingga aman untuk kulit manusia, bahan pakaian dan sisa limbah aman untuk lingkungan

Melin cair dipilih sebagai produk Kedai Aisyiyah Pribadi dikarenakan produk ini produk alternatif dari produk Melin deterjen dan merupakan produk favorit atau produk yang paling banyak dibeli oleh pengurus Aisyiyah Cabang Danurejan (hasil pengamatan periode Januari 2017 sd Maret 2017). Beberapa alasan pembelian produk ini adalah lebih wangi dari Melin bubuk, lebih hemat dalam pemakaian dan lebih praktis.

Selain Melin cair, hasil pengamatan selama bulan Januari sampai dengan Maret 2017 juga menunjukkan produk Melin cuci piring adalah produk favorit kedua setelah produk Melin cair. Meskipun dengan tingkat busa yang jauh lebih rendah dari produk yang ada, tetapi hasil pencucian tidak kalah bersih.



Gambar Produk yang ditawarkan Kedai Aisyiyah Pribadi

b. Pengadaan aturan dan perlengkapan

Agar Kedai Aisyiyah Pribadi bisa terselenggara dengan baik dan tidak membebani individu pengurus Cabang Aisyah Danurejan, sehingga tujuan program bisa tercapai, maka dibuat aturan penyelenggaraan Kedai Aisyiyah Pribadi. Aturan yang dibuat adalah sebagai berikut:

- i. Semua pengurus Aisyiyah Cabang Danureja yang aktif harus ikut serta dalam program ini
- ii. Produk-produk yang disediakan hanya boleh dibayar ketika produk sudah dipakai. Jadi produk hanya bersifat titip jual, tidak harus dibayar langsung semuanya
- iii. Di bulan yang disepakati akan dilakaukan pelaporan pembelian produk oleh masing-masing pengurus dan penyerahan uang pembelian serta pengembalian produk yang tidak dipakai/dibeli

Selain dibuat aturan, agar produk tersimpan dengan baik dan diingat oleh setiap pengurus sebagai produk dari Kedai Aisyiyah Pribadi maka perlu diberi tempat khusus (dalam hal ini adalah tas) sebagai penyimpanan produk dan uang hasil pembelian produk oelh masing-masing pengurus itu sendiri.



Gambar : Tas dan list harga product

2. Pelaksanaan
 - a. Sosialisasi
 - b. Pendistribusian
 - c. Proses pemakaian
3. Evaluasi program
 - a. Laporan keuangan dan produk
 - b. Evaluasi

Untuk tahapan pelaksanaan dan evalusia program belum bisa dilaporkan dalam laporan pengabdian kali ini dikarenakan baru akan dilakukan sekitar bulan Juli 2017

BAB III

PENUTUP

Laporan pengabdian ini didasarkan atas pendampingan yang dilakukan terhadap perkembangan penjualan sabun Melin di kalangan pengurus Cabang Aisyiyah Danurejan dalam kurun waktu Maret 2016 sampai dengan Maret 2017. Masih banyak program yang harus dilakukan dalam rangka meningkatkan *product awareness* yang berakhir pada minat beli produk Melin. Oleh karena itu besar harapan penulis untuk bisa malukan pendampingan yang berkelanjutan agar program yang sudah diinisiasi bisa dilaksanakan dengan tuntas untuk mengetahui efektifitas program.