

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1.Latar Belakang Penelitian**

Pada saat revolusi industri di Inggris pada tahun 1770, pemerintah Inggris melakukan revolusi industri besar-besaran, yang bertujuan menggantikan tenaga manusia dengan tenaga mesin. Akibatnya, banyak buruh yang bekerja dikenakan PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) dan banyak para buruh kehilangan pekerjaan. Oleh karena itu para buruh yang terkena PHK pun kesulitan untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Guna terpenuhinya kebutuhan kehidupan sehari-hari, 28 orang yang merupakan buruh di kota Rochdale berinisiatif dan akhirnya melakukan kerjasama membentuk Koperasi, setelah memutuskan untuk membentuk suatu Koperasi maka pada tahun 1844 terbentuklah sebuah Koperasi yang diberi nama Koperasi Rochdale. Tak disangka, Koperasi tersebut mampu bertahan dan berkembang secara bertahap. Tak hanya di Inggris Koperasi juga mulai berkembang dan di bentuk di berbagai negara diantaranya adalah negara Prancis, Jerman, dan juga Indonesia.

Setelah Indonesia merdeka, salah satu yang dilakukan adalah memperbaiki taraf hidup rakyat dengan pelaksanaan pembangunan perekonomian sebagai usaha bersama. Perusahaan koperasi adalah alat bagi anggota untuk mempertinggi efisiensi dan efektivitas di dalam mencapai tujuan-tujuan ekonomi mereka (Ramudi Arifin, 2013: 2). Demikian pula halnya dengan efektivitas ekonomi yang merupakan interaksi antar manusia dalam melaksanakan pertukaran barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Koperasi yang dibentuk

tersebut merupakan alat untuk mencapai tujuan individualnya secara lebih efektif dan efisien (Ramudi Arifin,2003 : 1).

Seperti yang telah didefinisikan dalam UU Perkoperasian No.25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian dalam Bab 1 Pasal 1 Ayat 1 Menyatakan bahwa:

**“Koperasi 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”.**

sama halnya seperti yang dipaparkan oleh Mohammad Hatta (1999) dalam kutipan Ign Sukamdyo (1996 : 4) yang menyebutkan bahwa koperasi adalah usaha bersama untuk memperbaiki nasib penghidupan ekonomi berdasarkan tolong menolong.

Dalam upaya memperbaiki taraf hidup masyarakat dan untuk memenuhi kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya Dinas Koperasi Jawa Barat membentuk Koperasi yaitu Koperasi Pegawai Dinas Koperasi 12 Juli. KPDK 12 Juli terbentuk pada tahun 1969. Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli merupakan Koperasi yang beranggotakan Pegawai Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat. Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli melayani anggotanya setiap hari senin sampai jumat pada pukul 08.00-16.00 WIB. Selain itu Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli mendirikan unit usaha yaitu sebagai berikut:

1. Unit Warung Serba Ada (WASERDA)
2. Unit Simpan Pinjam
3. Unit Fotocopy
4. Unit Jasa Rental Kendaraan

Dalam rangka menumbuh kembangkan Koperasi atau usaha anggota, pengurus telah berusaha sesuai kemampuan dan kesempatan yang dimiliki, dan hasilnya sebagaimana yang dapat dilihat dan dirasakan anggota sampai saat ini. Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPKD) 12 Juli telah memiliki anggota sebanyak 278 orang anggota yang bergabung yang mana seluruh anggotanya merupakan Pegawai Dinas Koperasi. Tidak hanya itu, dalam upaya mengembangkan unit usahanya Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPKD) 12 Juli tidak hanya melakukan komunikasi secara konvensional saja tetapi juga memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang salah satunya dengan menggunakan *media sosial* sebagai media promosinya sehingga pengurus dapat berkomunikasi dan melakukan kegiatan promosi yang dapat tersampaikan dengan cepat dan sesuai dengan yang diharapkan. Untuk melihat sejauh mana ketercapaian unit usaha yang dimiliki Koperasi berikut terdapat tabel Anggaran Realisasi Pendapatan yang diperoleh oleh Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPKD) 12 Juli selama 5 tahun sebagai berikut:

**Tabel 1.1. Anggaran dan Realisasi pada unit Simpan Pinjam**

<b>Tahun</b>	<b>Anggaran (Rp)</b>	<b>Realisasi (Rp)</b>	<b>Persentase (%)</b>	<b>Keterangan</b>
2014	330.000.000	372.680.203	113%	Tercapai
2015	509.000.000	475.386.026	93%	Tidak tercapai
2016	485.000.000	534.371.853	110%	Tercapai
2017	608.000.000	629.800.286	104%	Tercapai
2018	818.525.000	765.699.180	93,55%	Tidak tercapai

*Sumber : Laporan Rapat Anggota Tahunan KPKD 12 Juli Tahun Buku 2014-2018*

Dari Tabel 1.1 dapat terlihat bahwa pada tahun 2014 dengan Realisasi pendapatan sebesar Rp.372.680.203 dengan presentase sebesar 113%. Selain itu, terjadi penurunan pada tahun 2015 dengan realisasi pendapatan sebesar Rp.475.386.026 dengan presentase 93%. Pada tahun 2016 anggaran realisasi unit simpan pinjam mengalami kenaikan dengan jumlah realisasi Rp.534.371.853 dan presentase sebesar 110% begitu juga pada tahun 2017 dengan realisasi pendapatan sebesar Rp.629.800.286 dan presentase sebesar 104%. Namun, pada tahun 2018 mengalami penurunan dengan jumlah realisasi pendapatan sebesar Rp.765.699.180 dan presentase sebesar 93,55%

Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPKD) 12 Juli juga memiliki unit usaha lain yaitu unit Warung Serba Ada (WASERDA) yang mana pada unit ini Koperasi berupaya menyediakan apa yang menjadi kebutuhan anggotanya seperti kebutuhan makanan, minuman, sembako dan lain lain. Berikut ini terdapat anggaran dan realisasi yang dibuat oleh Koperasi pada unit Warung Serba Ada (WASERDA).

**Tabel 1.2 Anggaran dan Realisasi pada unit Warung Serba Ada (WASERDA)**

<b>Tahun</b>	<b>Anggaran (Rp)</b>	<b>Realisasi (Rp)</b>	<b>Persentase (%)</b>	<b>Keterangan</b>
2014	310.000.000	277.007.154	89%	Tidak tercapai
2015	330.000.000	292.288.600	86%	Tidak tercapai
2016	305.000.000	206.473.288	68%	Tidak tercapai
2017	346.000.000	281.156.150	81%	Tidak tercapai
2018	49.110.000	45.119.058	91,87%	Tidak tercapai

*Sumber : Laporan Rapat Anggota Tahunan KPKD 12 Juli Tahun Buku 2014-2018*

Dari data tabel 1.2 dapat terlihat bahwa Anggaran dan Realisasi pendapatan pada unit Warung Serba Ada (WASERDA) mengalami penurunan dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2018 yang mana pada tahun 2014 dengan realisasi pendapatan sebesar Rp.277.007.154 dan presentase sebesar 89%, pada tahun 2015 dengan realisasi pendapatan sebesar Rp.292.288.600 dan presentase sebesar 86%, pada tahun 2016 dengan realisasi pendapatan Rp.206.473.288 dan presentase sebesar 68%, tahun 2017 dengan realisasi pendapatan sebesar Rp.281.156.150 dan presentase sebesar 81% dan pada tahun 2018 dengan realisasi pendapatan sebesar Rp.45.119.058 dan presentase sebesar 91,87%.

Koperasi juga memiliki unit lain yang ada pada Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPKD) 12 Juli yaitu Unit Fotocopy. Yang mana pada unit ini Koperasi telah menyediakan apa yang menjadi kebutuhan Anggota sehingga Anggota Koperasi yang hendak memfotocopy tidak perlu jauh untuk memfotocopy melainkan hanya berjalan beberapa meter saja tentunya itu juga akan mempermudah Anggota yang memiliki kebutuhan fotocopy. Berikut ini merupakan tabel Anggaran Realisasi Pendapatan Unit Fotocopy Koperasi pegawai Dinas Koperasi (KPKD) 12 Juli:

**Tabel 1.3. Anggaran dan Realisasi pada unit Photocopy**

<b>Tahun</b>	<b>Anggaran (Rp)</b>	<b>Realisasi (Rp)</b>	<b>Persentase (%)</b>	<b>Keterangan</b>
2014	50.000.000	36.719.400	89%	Tidak tercapai
2015	40.000.000	43.647.950	109%	Tercapai
2016	45.000.000	75.527.125	168%	Tercapai
2017	51.750.000	40.254.500	78%	Tidak tercapai
2018	32.050.625	15.333.575	47,64%	Tidak tercapai

*Sumber : Laporan Rapat Anggota Tahunan KPDK 12 Juli Tahun Buku 2014-2018*

Berdasarkan data tabel diatas dapat diartikan bahwa Anggaran dan Realisasi pada unit Fotocopy pada tahun 2014 dengan realisasi pendapatan Rp.36.719.400 dan presentase sebesar 89%. Pada tahun 2015 dengan realisasi pendapatan sebesar Rp.36.719.400 dan presentase 89. Pada tahun 2016 dengan realisasi anggaran pendapatan Rp.75.527.125 dan presentase sebesar 168%. Sedangkan, pada tahun 2017 dan 2018 mengalami penurunan yang mana pada tahun 2017 dengan realisasi pendapatan sebesar Rp.40.254.500 dan presentase 78% tahun 2018 dengan realisasi pendapatan Rp.15.333.575 dan presentasi 47,64%.

Koperasi memiliki jumlah anggota yang banyak dengan banyaknya anggota yang berada di Koperasi maka akan ada banyak pula kebutuhan yang dimiliki oleh setiap anggotanya. Yang mana kebutuannya juga beragam salah satu diantaranya kebutuhan akan kendaraan. Maka dari itu, Koperasi berupaya memenuhi kebutuhan anggotanya dengan cara menyediakan unit usaha di bidang Rental Kendaraan. Berikut merupakan tabel Anggaran Realisasi Pendapatan pada Unit Rental Kendaraan Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 2 JULI Periode 2014-2018.

IKOPIN

**Tabel 1.4. Anggaran dan Realisasi pada unit rental kendaraan**

<b>Tahun</b>	<b>Anggaran (Rp)</b>	<b>Realisasi (Rp)</b>	<b>Persentase (%)</b>	<b>Keterangan</b>
2014	57.500.000	71.314.000	124%	Tercapai
2015	30.000.000	24.050.000	80%	Tidak tercapai
2016	35.000.000	23.225.000	93%	Tidak tercapai
2017	15.000.000	9.200.000	61%	Tidak tercapai
2018	7.062.500	6.060.000	85,81%	Tidak tercapai

*Sumber : Laporan Rapat Anggota Tahunan KPDK 12 Juli Tahun Buku 2014-2018*

Pada tabel 1.4 dapat terlihat bahwa Anggaran dan Realisasi pendapatan hanya mengalami kenaikan pada tahun 2014 dengan realisasi pendapatan sebesar Rp.71.314.000 dan presentase sebesar 124% dan mengalami penurunan pada tahun 2015, 2016, 2017, 2018 dengan realisasi pendapatan sebesar Rp.24.050.000, Rp.23.225.000, Rp.9.200.000, Rp.6.060.000 dan presentase sebesar 80%, 93%, 61%, 85,81%.

Berdasarkan data-data tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat pencapaian yang baik dan terdapat pula jumlah realisasi yang tidak tercapai dan tidak sesuai dengan yang ditentukan hal ini disebabkan oleh beberapa faktor. Dalam hal ini Koperasi harus melakukan beberapa strategi yang lebih guna untuk meningkatkan eksistensi usahanya dalam upaya meningkatkan penjualan dan usahanya sehingga partisipasi anggotanya pun meningkat.

Di zaman yang serba modern ini perkembangan teknologi dan perkembangan informasi sangatlah cepat, terutama di Indonesia, manusia mampu melakukan berbagai aktifitas ataupun pekerjaan yang tanpa harus keluar rumah ataupun

berpergian, semua sudah dapat di akses dalam sekali duduk bahkan dalam satu genggamannya yaitu dengan menggunakan *gadget/smart phone*, di dalam penggunaan *gadget/smart phone* salah satu kegiatannya adalah dengan penggunaan internet. Oleh karena itu, ini akan sangat berdampak terhadap dunia pemasaran yang akan menghasilkan cara baru untuk memasarkan suatu produk barang/jasa dari yang semula hanya menggunakan cara promosi melalui iklan secara fisik seperti poster, papan iklan, dan iklan televisi/radio, kini menjadi lebih modern yaitu dengan menggunakan metode promosi digital (*digital promotion*) yang mana salah satu metode promosi digital adalah dengan menggunakan media internet sebagai media promosinya, di antaranya dengan menggunakan *media sosial*. Program promosi yang dilakukan Koperasi melalui *media sosial* ini merupakan suatu inovasi baru yang di aplikasikan dan di jalankan di Koperasi yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi anggota dengan cara memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin berkembang. Dalam hal ini promosi merupakan kegiatan yang sangat penting bagi Koperasi maupun perusahaan dalam upaya mempertahankan kontinuitas serta meningkatkan kualitas penjualan. Selain itu, kegiatan promosi juga berguna untuk meningkatkan kegiatan pemasaran khususnya pada kegiatan memasarkan barang dan jasa.

Dengan adanya promosi perusahaan dapat mengkomunikasikan produknya kepada konsumen sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi konsumen dan melakukan keputusan bertransaksi jadi dalam hal ini promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran karena dengan adanya promosi dapat membuat konsumen yang semula tidak tertarik terhadap barang



atau jasa yang ditawarkan menjadi tertarik. Selain untuk memberikan pengaruh, membujuk, dan memberikan informasi tentang produk baik itu barang atau jasa kegiatan promosi juga mampu merangsang permintaan akan suatu produk sehingga transaksi juga dapat meningkat yang artinya akan berpengaruh kepada partisipasi yang meningkat.

Saat ini *media sosial* menjadi *trend* dalam dunia bisnis juga pemasaran. *Media sosial* juga sering digunakan dalam komunikasi pemasaran, dalam dunia pemasaran untuk berkomunikasi lebih lanjut para konsumen saat ini lebih banyak menggunakan metode belanja secara online yang mana salah satunya dengan mengakses internet dan *media sosial*. Selain itu, salah satu cara yang dilakukan untuk menjalin komunikasi dengan para konsumen dan calon konsumen yaitu dengan cara menggunakan *media sosial*.

Dengan *media sosial*, kita bisa melakukan berbagai aktivitas dua arah dalam berbagai hal diantaranya dalam bentuk pertukaran kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual, maupun audio visual. Dengan adanya *media sosial* dapat mempermudah berkomunikasi sebagai lawan dari media tradisional. Beberapa contoh *media sosial* yang sedang berkembang di dunia bahkan di Indonesia saat ini yaitu Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, Blog, Whatsapp, dan lain - lain.

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin berkembang Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPKD) 12 Juli mulai mengikuti perkembangan - perkembangan teknologi yang ada salah satunya

dengan menggunakan *media sosial* sebagai media untuk melakukan promosi. Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli menggunakan *media sosial* sebagai media promosi pada unit usaha yang ada di Koperasi. Penggunaan *media sosial* di Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli dimulai pada tahun 2015 dengan 1 (satu) orang admin khusus. Selain itu, *media sosial* yang digunakan juga bukan hanya sebagai media untuk melakukan promosi saja melainkan juga untuk memberikan informasi yang ada seputar Koperasi, rekrutmen, dan juga kegiatan-kegiatan yang sedang dilakukan dan atau yang sedang berlangsung di Koperasi. *Media sosial* yang digunakan diantaranya *Facebook, Instagram, Blog, dan WhatsApp*. *Media sosial* yang digunakan oleh Koperasi ini memiliki kesamaan dan perbedaan fungsi peran masing - masing dan bukan hanya Koperasi saja yang memiliki dan menggunakan *media sosial* tetapi anggota Koperasi juga sudah mengikuti perkembangan teknologi yang ada yaitu dengan menggunakan *media sosial*.

Di zaman yang serba teknologi ini koperasi harus mampu bersaing dengan non Koperasi untuk bisa lebih mengembangkan bidang usahanya yang mana pencapaian terbesar Koperasi bukan semata - mata hanya terdapat pada keuntungan produktivitas saja tetapi juga harus memperhatikan dan mengikuti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sedang berkembang saat ini. Salah satunya dengan memanfaatkan media komunikasi dengan para calon konsumen atau konsumennya dengan cara yang lebih modern salah satunya dengan penggunaan *media sosial*. Jika penggunaan media sosial dimanfaatkan dengan baik maka akan berpengaruh pada

eksistensi Koperasi itu sendiri. Selain itu, *media sosial* juga dapat digunakan sebagai media promosi yang nantinya akan berguna untuk peningkatan Partisipasi Anggota pada Koperasi. Namun kenyataannya penggunaan *media sosial* yang digunakan Koperasi belum dapat memenuhi kebutuhan anggota dan tidak sesuai dengan harapan. Seperti yang pada tabel Anggaran dan Realisasi Pendapatan diatas. Walaupun Koperasi sudah menggunakan *media sosial* sebagai media promosinya masih ada beberapa yang tidak tercapai dengan baik dan tidak sesuai dengan Anggaran dan realisasi yang telah ditentukan. Selain itu, masih banyak anggota Koperasi yang bertransaksi di Non Koperasi dan menggunakan jasa-jasa lain yang berada di non Koperasi sehingga hal tersebut yang membuat berkurangnya Partisipasi Anggota pada Koperasi. Dengan adanya paparan diatas maka belum dapat diketahui secara pasti bagaimana penggunaan *media sosial* sebagai media promosi di Koperasi dan bagaimana efektivitas penggunaan *media sosial* yang digunakan terhadap Partisipasi Anggota. Maka, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA” (Study Kasus Koperasi Pegawai Dinas Koperasi 12 Juli).**

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah di uraikan diatas, maka pokok permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana program promosi itu dirancang dan dilaksanakan di Koperasi Pegawai Dinas Koperasi KPDK 12 Juli.
2. Bagaimana efektivitas penggunaan *media sosial* di Koperasi Pegawai Dinas Koperasi KPDK 12 Juli.
3. Bagaimana hubungan efektivitas penggunaan media sosial sebagai media promosi terhadap partisipasi anggota Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli
4. Faktor - faktor apa saja yang menjadi penghambat dan pendorong efektivitas penggunaan *media sosial* sebagai media promosi dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota Koperasi Pegawai Dinas Koperasi KPDK 12 JULI.
5. Upaya - Upaya apa saja yang dilakukan dalam upaya pencapaian efektivitas penggunaan *media socia* untuk meningkatkan partisipasi anggota Koperasi Pegawai Dinas Koperasi KPDK 12 Juli.

## 1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

### 1.3.1. Maksud Penelitian

Penelitian ini dilakukan bermaksud untuk memperoleh data dan informasi yang berguna untuk mengetahui bagaimana pengaruh efektivitas *media sosial* sebagai media promosi dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota pada Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli

### 1.3.2. Tujuan Penelitian

Adapun beberapa tujuan yang ingin di capai dalam melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui

1. Bagaimana program promosi itu dirancang dan dilaksanakan di Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli
2. Bagaimana efektivitas penggunaan *media sosial* di Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli
3. Bagaimana hubungan efektivitas penggunaan media sosial sebagai media promosi terhadap partisipasi anggota Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli
4. Faktor - faktor apa saja yang menjadi penghambat efektivitas penggunaan *media sosial* sebagai media promosi dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli
5. Upaya - Upaya apa saja yang dilakukan dalam upaya pencapaian efektivitas penggunaan *media sosial* untuk meningkatkan partisipasi Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli

### 1.4. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian yang telah penulis buat mengenai “**ANALISIS EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA (Study Kasus Koperasi Pegawai Dinas Koperasi 12 Juli)**” ini diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi penulis maupun pembaca baik dalam kegunaan teoritis maupun kegunaan praktis.

#### **1.4.1. Kegunaan Teoritis**

1. Bagi peneliti, pada penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan baik secara teori maupun aplikasinya dalam upaya menambah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan ilmu pemasaran yang telah penulis teliti.
2. Bagi peneliti lain, diharapkan dapat menjadi salah satu referensi yang berguna mengenai topik yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas.

#### **1.4.2. Kegunaan Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPKD) 12 Juli sebagai informasi tambahan yang berguna dalam upaya membuat kebijakan dan keputusan terhadap hal-hal yang berkaitan dengan pemasarannya. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai salah satu referensi dalam penelitian - penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti selanjutnya.

IKOPIN