

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Di Indonesia Perekonomian merupakan salah satu system yang sangat penting, karena kondisi perekonomian dapat mencerminkan kesejahteraan masyarakat pada suatu Negara. Pelaku ekonomi di Indonesia memiliki beberapa pelaku ekonomi yaitu BUMN, BUMS, dan Koperasi.

Koperasi merupakan salah satu badan usaha yang berazas kekeluargaan dan yang bertujuan untuk mensejahterakan anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya tertuang dalam UU Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian BAB 1 Ayat 1 yang menyatakan:

“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip Koperasi, sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat atas asas kekeluargaan.”

Penjelasan UUD pasal 33 Ayat 1 “perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan. Pasal tersebut melandaskan mental Koperasi Indonesia ialah setia kawan dan kesadaran berpribadi.

Tujuan Koperasi ditemukan dalam UU Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 Pasal 3 yang berbunyi:

“Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.”

Di Indonesia banyak terdapat jenis koperasi yang tersebar di seluruh wilayah, salah satunya adalah Koperasi Peternak Susu Bandung Utara yang didirikan pada tanggal 8 Agustus 1971 merupakan koperasi produsen susu sapi terbesar di Indonesia bergerak dalam bidang usaha utamanya adalah memproduksi susu sapi, yang beralamat di Jl. Kayu Ambon No. 38, Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat.

Koperasi Bandung Utara. Koperasi ini adalah wadah bagi para peternak sapi perah, dimana dalam perkembangan usahanya berusaha untuk tanggap dengan banyaknya kebutuhan bagi pelanggannya, dan berusaha untuk selalu meningkatkan serta mempertahankan kesetiaan dan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu penulis ingin mengetahui secara mendalam upaya-upaya KPSBU untuk menghadapi dan menjaga kualitas produksi susu agar tidak menurun dan menghadapi perusahaan pesaingnya agar pelanggan merasa puas.

Dalam upaya memenuhi kebutuhan anggotanya, KPSBU Lembang memiliki bidang usaha dan pelayanan anggota dibidang pemasaran yaitu sebagai berikut: (Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus KPSBU Lembang tahun buku 2017):

1. Produksi Susu, Pemasaran dan Kualitas Susu
2. Pengelolaan Susu
3. Waserda

Tabel 1.1 Penjualan Unit- unit Usaha Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara Lembang

Tahun	Produksi Susu, Pemasaran dan Kualitas Susu	Pengolahan Susu	Waserda	Total Penjualan
2017	Rp. 290.851.386.503	Rp. 5.236.898.750	Rp. 36.522.302.295	Rp. 332.610.587.548
2018	Rp. 296.082.152.669	Rp. 6.194.614.950	Rp. 40.395.460.508	Rp. 342.672.228.127
2019	Rp. 392.655.998.111	Rp. 6.404.189.300	Rp. 39.008.501.480	Rp. 438.068.688.891

Sumber: LaporanPertanggungJawabanPengurus KPSBU Lembangtahunbuku 2019

Berdasarkan tabel penjualan diatas dapat diketahui bahwa pada tahun 2017 total penjualan susu sebesar Rp. 332.610.587.548, pada tahun 2018 total penjualan susu sebesar Rp. 342.672.228.127, dan pada tahun 2019 total penjualan mengalami peningkatan yaitu sebesar Rp. 438.068.688.891.

Tingginya tingkat penjualan susu sapi dikarenakan terdapat bebarapa faktor yang menyebabkan masyarakat menyukai produk ini. Maka dalam hal ini faktor kemasan sangat berpengaruh dalam segi pemasaran produk. Kemasan yang menarik merupakan mutu dalam menumbuhkembangkan kepercayaan dan pelengkap citradiri dan mempengaruhi calon pembeli untuk menjatuhkan pilihan terhadap barang yang dikemasnya. Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara menyediakan susu murni dan yoghurt tanpa bahan pengawet produk susu segar dihasilkan dari sapi perah dengan kualitas yang terjamin. Berikut ditampilkan harga kemasan Susu Murni dan Yoghurt dari Koperasi KPSBU dengan harga kemasan Serba Susu.

Menurut Philip Kotler (2000) menyatakan bahwa mutu atau kualitas adalah keseluruhan cirri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan

memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Sedangkan definisi produk adalah sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan.

Tabel 1.2 Merek Kemasan Susu Dan Yoghurt KPSBU Dengan Merek Industri Lokal

KPSBU	Jenis Kemasan	Industri Lokal	Jenis Kemasan
Susu	1. Pasteurisasi Cup	Ultramilk	1. Tetra Pak
	2. Pasteurisasi Botol	Susu Bendera	1. Kaleng 2. Kotak
Yoghurt	1. Botol 2. Cup	Cimory	1. Pouch 2. Botol

Sumber: RAT Koperasi Dan Internet

Berdasarkan tabel 1.2 varian kemasan Susu dan Yoghurt dari Koperasi Peternak Susu Bandung Utara Lembang dan Merek Kemasan Di Pasaran merupakan bagian dari pelindung suatu barang dan daya tarik tersendiri dalam penjualan. Selain dari itu kemasan juga akan tetap ada selama kemasan tetap dipergunakan sebagai pembungkus produk.

Persaingan bisnis yang terjadi antara Koperasi KPSBU dengan Industri usaha-usaha diatas dalam menghasilkan susu dan Yoghurt, KPSBU melakukan segala strategi untuk mencapai hasil penjualan yang tinggi menempuh dengan cara mempertahankan kualitas produk. KPSBU menentukan dan menetapkan strategi bersaing agar

produknya memiliki pangsa pasar yang luas. Bukan hal yang mudah bagi KPSBU dalam menghadapi pesaing, Koperasi harus mengetahui kondisi eksternal dan internal agar Koperasi dapat membuat strategi yang tepat dalam menghadapi pesaing tersebut. Karena Industri lokal seperti Ultramilk, Susu Bendera, dan Cimory sudah memiliki Pangsa Pasar yang besar sendiri dipasaran dan sangat memiliki potensi yang cukup besar seperti Sumber Daya Manusia yang lebih terampil dengan disertai teknologi yang canggih pula dalam segi kemasan dan produk. Maka dengan hal ini diharapkan KPSBU dapat terus bersaing dalam menghasilkan Susu dan Yoghurt dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU) Lembang Jawa Barat adalah koperasi yang berdiri sejak tahun 1971 dengan tujuan utama menghasilkan *Core Commodity* yang unggul, yakni susu segar yang dihasilkan peternak sebagai produk bermutu tinggi di pasaran. 20% susu yang dikumpulkan dari para peternak diolah oleh koperasi secara mandiri menjadi yoghurt dan berbagai produk lainnya, “Fresh Time” adalah *brand* untuk produk yoghurt, susu murni, dan susu sterilisasi yang diolah sendiri oleh KPSBU dan dipasarkan secara langsung kepada pelanggan. Sementara itu, 80% hasil produksinya diantarkan ke berbagai industri pengolahan susu kemasan, diolah menjadi es krim, atau produk lainnya.

Kemasan merupakan sebuah wadah yang digunakan oleh perusahaan untuk membungkus produknya yang akan dipasarkan. Kemasan sendiri memiliki arti secara umum bagian terluar yang membungkus suatu produk dengan tujuan untuk melindungi produk dari cuaca, guncangan, benturan. Selain itu fungsi kemasan yaitu untuk

menampilkan image serta pandangan terhadap suatu isi produk sehingga menampilkan cirri khas dan keunggulan yang perbedaan dengan produk yang lainnya, maka kemasan didesain sedemikian rupa disesuaikan dengan produknya agar pesan yang disampaikan dpat ditangkap oleh konsumen.

Sering kali para pelaku bisnis yang sedang bersaing kurang focus akan tampilan dan fungsi dari sebuah kemasan dari produk yang mereka miliki, sehingga kemasannya kurang tepat guna disajikan. Saat ini persaingan semakin ketat maka dari itu perancangan desain sebuah kemasan harus menarik agar dapat menunjukkan perbedaan keunggulan dari produknya selain itu juga untuk dapat menyampaikan tujuan dari produknya, beda dengan jaman dahulu banyak masyarakat tidak memperdulikan penampilan dari kemasan karena dahulu masih sedikit produk yang dijual sehingga tidak ada persaingan.

Daya saing adalah konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan, sub-sektor atau negara untuk menjual dan memasok barang dan jasa yang diberikan dalam pasar.

Menteri Pendidikan Nasional mendefinisikan daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud adalah (1) kemampuan memperkokoh pangsa pasarnya, (2) kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, (3) kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti, (4) kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan.

Daya saing ditentukan oleh keunggulan bersaing suatu perusahaan dan sangat bergantung pada tingkat sumber daya relatif yang dimilikinya atau bisa kita sebut keunggulan kompetitif. Pentingnya daya saing karena tiga hal berikut:

1. Mendorong produktivitas dan meningkatkan kemampuan mandiri.
2. Dapat meningkatkan kapasitas ekonomi, baik dalam konteks regional ekonomi maupun kualitas pelaku ekonomi sehingga pertumbuhan ekonomi meningkat.
3. Kepercayaan bahwa mekanisme pasar lebih menciptakan efisiensi

Menurut Shahid (2007) menjelaskan bahwa, Daya Saing sebuah Perusahaan tercerminkan dari daya saing dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut di pasar. Pada dasarnya daya saing ditentukan oleh beberapa faktor yaitu: 1. Keahlian Pekerja, 2. Keahlian Pengusaha, 3. Organisasi dan manajemen yang baik, 4. Ketersediaan modal, 5. Ketersediaan Teknologi, 6. Ketersediaan informasi, serta 7. Ketersediaan input lainnya.

Menurut Swasta dalam Hartono (2012:884) Konsep Pemasaran adalah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa Pemasaran kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomis dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Keberhasilan pemasaran suatu barang, tidak hanya ditentukan oleh mutu barang serta usaha promosi yang dilakukan, tetapi juga dalam upaya yang sama oleh penampilan kemasan itu sendiri. Keberhasilan daya tarik kemasan ditentukan oleh estetika yang menjadi bahan pertimbangan sejak awal perencanaan bentuk kemasan, karena pada dasarnya nilai estetika harus terkandung dalam keserasian antara bentuk

dan penataan desain grafis tanpa melupakan kesan jenis, ciri dan sifat barang yang diproduksi. Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara melakukan konsep pemasaran dilakukan dengan beberapa cara yaitu: 1. Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan, 2. Produk, Nilai, Biaya, dan Kepuasan, 3. Pertukaran, Transaksi, dan Hubungan, 4. Pasar, Pemasaran, dan Pemasar.

Dengan dilakukannya beberapa cara diatas maka Koperasi dapat mengetahui kebutuhan apa saja yang diinginkan oleh konsumen dan mampu memberikan kepuasan. Agar mendapatkan laba bagi koperasi tersebut.

Dari uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui evaluasi kemasan produk susu dan yoghurt dalam meningkatkan daya saing. Adapun judul dalam penelitian yang ini adalah **“Evaluasi Kemasan Produk Susu Dan Yoghurt Dalam Meningkatkan Daya Saing.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana kemasan produk susu dan yoghurt KPSBU Lembang.
2. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap kemasan produk susu dan yoghurt KPSBU dan produk pesaing.
3. Langkah-langkah yang sebaiknya dilakukan oleh KPSBU untuk meningkatkan daya saing produk susu dan yoghurt ditinjau dari kemasan

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mencari, mengumpulkan, menganalisis dan mengolah data serta informasi yang diperoleh untuk digunakan dalam acara pemecahan masalah yang telah diidentifikasi.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui bagaimana kemasan produk susu dan yoghurt KPSBU Lembang.
2. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen terhadap kemasan produk KPSBU dan produk pesaing.
3. Untuk mengetahui langkah-langkah yang sebaiknya dilakukan oleh KPSBU untuk meningkatkan daya saing produk susu dan yoghurt ditinjau dari kemasan

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta masukan serta masukan bagi koperasi dalam meningkatkan daya saing melalui evaluasi kemasan produk susu dan yoghurt. KPSBU Lembang yang secara khususnya berhubungan dengan manajemen pemasaran.

Kegunaan penelitian bagi koperasi yaitu untuk meningkatkan daya saing pada Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan aspek teoritis

Diharapkan dapat memberikan informasi serta referensi untuk penelitian selanjutnya yang memiliki kaitan yang sama dalam bidang manajemen pemasaran dan dapat memberikan tambahan ilmu wawasan dan pengetahuan mengenai evaluasi kemasan produk susu dan yoghurt dan daya saing.

1.4.2 Kegunaan aspek praktis

a. Bagi KPSBU Lembang

Diharapkan dari hasil penelitian dapat dijadikan bahan masukan dalam menemukan permasalahan yang dihadapi serta dapat memberikan masukan-masukan positif yang bersifat membangun dan memberikan alternative-alternatif pemecahan masalah sebagai solusinya dalam meningkatkan daya saing.

b. Bagi pihak lain

Sebagai sarana yang dapat menambah wawasan terutama bagi yang ingin mengetahui informasi mengenai masalah yang diteliti serta sebagai bahan informasi, referensi, acuan, dan perbandingan untuk melakukan penelitian yang sejenis.