

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Kedelai merupakan salah satu komoditas pangan strategis bangsa Indonesia yang telah menjadi bahan makanan sehari-hari masyarakat sejak dulu dan kini sebagian besar kedelai dikonsumsi dengan melalui proses pengolahan (Nuhung, 2013: 124). Pengolahan kedelai merubah kedelai menjadi berbagai macam produk olahan pangan seperti di antaranya kecap, oncom, susu kedelai, tauco, tempe, tahu dan lain-lain (Kasryno, 1985: 41). Sebagian besar penduduk Indonesia, banyak mengolah kedelai menjadi tempe dan tahu dibandingkan olahan lainnya, perbandingan persentasenya dapat mencapai 50% (lima puluh persen) diolah menjadi tempe, 40% (empat puluh persen) diolah menjadi tahu dan 10% (sepuluh persen) diolah menjadi bentuk olahan lain (Nuhung, 2013: 124). Beberapa faktor yang menyebabkan produk olahan tempe dan tahu populer di Indonesia yaitu karena kandungan gizinya yang memiliki kandungan protein yang cukup tinggi, dan harga olahan tempe dan tahu cenderung relatif terjangkau bagi masyarakat dibandingkan dengan olahan lainnya.

Di Indonesia, sebagian besar konsumen utama kedelai ialah para pengrajin tempe dan tahu. Jumlah pengrajin tempe dan tahu yang tersebar di Indonesia dapat mencapai ratusan ribu orang, baik yang konsentrasi usahanya berskala kecil dan besar. Para pengrajin tempe dan tahu yang menjalankan usaha berskala besar diwadahi oleh badan hukum, seperti Koperasi Produsen Tempe dan Tahu Indonesia (KOPTI) yang menjadi naungan dari harapan dan cita-cita dari seluruh pengrajin tempe dan tahu

untuk mewujudkan kesejahteraan para pengrajin tempe dan tahu di Indonesia. KOPTI telah tersebar di berbagai daerah di Indonesia, salah satunya yaitu di Kota Bandung yang dikenal dengan KOPTI Kota Bandung.

Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI) Kota Bandung merupakan wadah untuk para pengusaha dan pengrajin tempe tahu yang berdomisili di wilayah Kota Bandung. Salah satu koperasi produsen yang berada di Jawa Barat ini telah berbadan hukum dengan nomor registrasi 6935/BA/DK-10/1 pada tanggal 27 Mei 1979. Badan usaha ini bergerak di bidang ekonomi yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan kesejahteraan ekonomi usaha para anggota melalui usaha penyaluran kedelai hingga penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan anggota koperasi yang merupakan pengrajin tempe dan tahu. KOPTI Kota Bandung memiliki tiga unit usaha yaitu unit perdagangan kedelai, unit perdagangan non kedelai, dan unit simpan pinjam. Dari ketiga unit tersebut, usaha perdagangan kedelai menjadi usaha pokok yang memberikan kontribusi pendapatan terbesar. Sumber pendapatan koperasi unit perdagangan kedelai ini adalah dari penjualan kedelai kepada anggota, sehingga untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan partisipasi aktif dari para anggota. Adapun perkembangan anggota KOPTI Kota Bandung periode tahun 2016-2020 dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 1. 1 Jumlah Anggota Koperasi KOPTI Kota Bandung berdasarkan Unit Organisasi selama 5 tahun (2016-2020)**

<b>Bidang Organisasi</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Anggota					
1. Pengrajin Tempe	327	330	327	330	330
2. Pengrajin Tahu	247	250	249	238	260
<b>Total Anggota pengrajin</b>	<b>574</b>	<b>580</b>	<b>576</b>	<b>568</b>	<b>590</b>
Pegawai					
1. Pengurus	3	3	3	3	3
2. Badan Pengawas	1	1	1	2	2
3. Karyawan	8	8	8	9	9
<b>Total Anggota Pegawai</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	<b>14</b>
<b>Total seluruh Anggota</b>	<b>586</b>	<b>592</b>	<b>588</b>	<b>582</b>	<b>604</b>

*(sumber: Laporan Keuangan KOPTI Kota Bandung Tahun Buku 2016-2020)*

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas diketahui bahwa jumlah anggota koperasi pada periode lima tahun terakhir mengalami peningkatan walaupun sempat mengalami penurunan. Kendati jumlah anggota yang mengalami peningkatan, unit perdagangan kedelai KOPTI Bandung masih belum dapat mencapai target yang diharapkan. Berikut informasi penjualan kedelai dari tahun 2016-2020 yang disajikan dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 1. 2 Perkembangan struktur perdagangan kedelai KOPTI Kota Bandung 2016-2020**

Tahun	Target Penjualan (kg)	Pencapaian Penjualan (Kg)	Persentase Penjualan (%)
2016	4.000.000	3.608.858	90,22
2017	4.200.000	3.803.306	90,55
2018	4.200.000	3.992.518	95,06
2019	4.200.000	3.970.117	94,53
2020	4.200.000	3.788.080	90,2

**ber: Laporan Pertanggungjawaban Pengurus dan Pengawas KOPTI Kota Bandung Tahun Buku 2016-2020)**

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas, dijelaskan bahwa perdagangan kedelai pada periode 2016-2020 mengalami kenaikan yang tidak terlalu signifikan, dan pada tahun 2020 mengalami penurunan yang disebabkan pandemi Covid 19 yang melanda dunia.

Sejak tahun 1998, berdasarkan Surat Keputusan Presiden No. 19/1998, BULOG (Badan Urusan Logistik) tidak lagi menangani impor kedelai, sehingga KOPTI di seluruh Indonesia termasuk KOPTI Kota Bandung mulai memasuki pasar bebas (Syaifuddin, 2011: 6). Persediaan kedelai mulai diimpor melalui asosiasi importir kedelai yang dimiliki oleh pengusaha-pengusaha besar, akibatnya harga kedelai Indonesia semakin tidak menentu karena tergantung terhadap harga impor kedelai. Dikutip dari laman Liputan6.com (03/05), ketika pandemi Covid 19 melanda dunia pada tahun 2020, harga kedelai anjlok di pasar global. Hal tersebut memberikan dampak kepada pengrajin tempe dan tahu lokal yang akhirnya menghentikan

produksi tempe dan tahu. Kendati situasi pandemi Covid 19 masih berlangsung hingga saat ini dan harga kedelai diprediksi masih fluktuatif, pemerintah mengupayakan untuk menjaga harga kedelai impor di tingkat pengrajin tempe dan tahu di kisaran harga normal Rp9.750-Rp9.900 per kg. Sementara di gudang importir, harga akan dijaga di kisaran Rp9.200-Rp9.300 per kg, sehingga diharapkan melalui upaya ini harga tempe dan tahu di dalam negeri dapat tetap stabil.

Pada masa seperti ini, KOPTI memiliki peran penting sebagai penggerak aktivitas ekonomi masyarakat khususnya dalam sektor produksi kedelai, guna mencapai target perdagangan kedelai untuk pengembangan koperasi dan untuk kesejahteraan anggota. Dengan demikian, KOPTI harus mampu menggerakkan anggota untuk berpartisipasi aktif dalam melakukan transaksi pembelian kedelai dari koperasi. Berikut informasi mengenai partisipasi anggota KOPTI Kota Bandung yang disajikan dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 1. 3 Perkembangan Anggota KOPTI Kota Bandung**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Anggota</b>	<b>Anggota Aktif</b>	<b>Anggota tidak Aktif</b>
2016	573	182	391
2017	580	191	389
2018	576	189	391
2019	568	186	382
2020	590	193	407

*Sumber: Laporan Keuangan Tahun 2016-2020*

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas, diketahui bahwa partisipasi anggota KOPTI Kota Bandung sangat rendah karena banyak anggota yang sudah tidak lagi memenuhi kriteria sebagai anggota aktif meskipun di antaranya masih ada yang melakukan produksi tempe dan tahu.

Dengan demikian, berdasarkan paparan di atas diketahui bahwa selama lima tahun terakhir partisipasi aktif anggota koperasi masih rendah. Sedangkan, setiap perusahaan maupun koperasi tentu ingin berusaha untuk meningkatkan kualitas serta kuantitas usahanya menjadi lebih baik, sehingga usaha dapat terus berkembang dan bertahan hingga di masa yang akan datang. Oleh karena itu, berdasarkan fenomena dan permasalahan yang telah dijelaskan mengenai kurangnya partisipasi anggota koperasi, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai bagaimana strategi koperasi untuk meningkatkan partisipasi anggota yang merupakan konsumen utama dari koperasi. Strategi untuk permasalahan tersebut diperlukan agar KOPTI Kota Bandung dapat menentukan langkah-langkah strategis dalam mempertahankan usaha dan mencapai kesejahteraan anggota. Maka judul yang dirumuskan untuk penelitian ini adalah **“PENERAPAN ANALISIS SWOT PADA USAHA PENGADAAN KEDELAI DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA”** (Studi Kasus pada Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI) Kota Bandung).

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki KOPTI Kota Bandung?
2. Bagaimana alternatif strategi pengembangan usaha pedagang kedelai yang dapat diterapkan KOPTI Kota Bandung?
3. Bagaimana strategi yang tepat untuk meningkatkan partisipasi anggota KOPTI Kota Bandung?

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1. Maksud Penelitian**

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui strategi alternatif yang dapat dilakukan KOPTI Kota Bandung dalam mengembangkan usaha perdagangan kedelai kepada anggota sebagai upaya meningkatkan partisipasi anggota.

### **1.3.2. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan dilakukannya penelitian ini di antaranya adalah:

1. Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki KOPTI Kota Bandung.
2. Merumuskan beberapa alternatif strategi pengembangan usaha perdagangan kedelai yang dapat diterapkan oleh KOPTI Kota Bandung.

3. Mengetahui strategi yang tepat yang dapat meningkatkan partisipasi anggota KOPTI Kota Bandung dalam meramaikan usaha perdagangan produk koperasi.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan dan manfaat untuk beberapa pihak di antaranya:

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

###### **1. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan menjadi ajang untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan di bangku kuliah dengan melihat langsung dunia usaha yang sesungguhnya, sehingga peneliti dapat memahami penerapan teori-teori yang ada dengan kondisi riil di lapangan.

###### **2. Bagi Koperasi**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kritik dan saran bagi KOPTI Kota Bandung mengenai strategi pengembangan usaha koperasi dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota.

###### **3. Bagi kampus IKOPIN**

Penelitian ini dapat menambah wawasan serta koleksi referensi jurnal dan skripsi yang berkaitan dengan strategi pengembangan usaha koperasi dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota yang berguna untuk masa yang akan datang.

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

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak terkait, khususnya para pelaku bisnis.

