

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kondisi perekonomian di Indonesia dari tahun ketahun selalu mengalami perubahan, karena disebabkan oleh berbagai faktor yang mempengaruhi salah satunya adalah covid 19. Perekonomian merupakan pondasi yang sangat dibutuhkan karena perekonomian mencerminkan kesejahteraan masyarakat di suatu negara. Pelaku ekonomi di Indonesia memiliki beberapa pelaku ekonomi yaitu, BUMN, BUMS, dan Koperasi. Ketiga pelaku ekonomi tersebut memiliki fungsi dan peranan yang sangat penting bagi kemajuan perekonomian bangsa Indonesia.

Koperasi merupakan salah satu badan usaha yang langsung melibatkan orang-orang dalam mewujudkan perekonomian masyarakat yang lebih baik. Pada awalnya keberadaannya koperasi itu hanya untuk memenuhi kebutuhan pokok para anggotanya, sehingga hanya ada koperasi konsumsi atau *single purpose*. Namun di dalam perkembangannya fungsi koperasi menjadi bermacam-macam antara lain sebagai tolak ukur kegiatan usaha, sebagai bentuk usaha baru, dan sebagai alternatif kegiatan usaha.

Berkaitan dengan usaha meningkatkan kesejahteraan masyarakat koperasi mempunyai fungsi dalam bidang ekonomi dan sosial. Dengan demikian maka pembangunan ekonomi yang berbasis ekonomin kerakyatan dengan bentuk badan usaha koperasi perlu terus ditumbuhkembangkan. Karena dengan makin banyak

kegiatan usaha masyarakat yang bergabung dalam wadah koperasi maka ekonomi kerakyatan makin kuat, dan pertumbuhan ekonomi nasional makin stabil.

Koperasi sebagai badan usaha harus mempunyai keunggulan bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Di dalam bisnis keunggulan bersaing sangat penting dalam meningkatkan eksistensi koperasi. Perlu ditegaskan, keunggulan bersaing ini bukan karena peranan pemerintah dalam mengembangkan koperasi tetapi harus diperoleh melalui peningkatan efisiensi koperasi. Dalam lingkungan pasar yang bersaing, koperasi adalah salah satu organisasi yang ikut serta bersaing memperebutkan pelanggan, baik pelanggan internal (anggota) maupun pelanggan eksternal (nonanggota). Keberlangsungan Koperasi hanya akan terus dirasakan jika koperasi memiliki keunggulan bersaing dan para anggota mampu mempertahankan keunggulan bersaing itu dengan jalan berpartisipasi aktif pada koperasinya.

Kesuksesan koperasi diarahkan agar koperasi memiliki kemampuan untuk menjadi badan usaha yang efisien dan menjadi gerakan ekonomi rakyat dan mensejahterakan anggotanya. Sesuai dengan Undang-undang Dasar 1945 pasal 33 ayat 1 yang berbunyi:

“Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan.”

Hal tersebut diatas menjelaskan bahwa untuk mengembangkan perekonomian atas asas kekeluargaan yang dimana sangat dekat dengan mendirikan koperasi. Pengertian koperasi memang tidak di sebutkan dalam

Undang-undang Dasar 1945 pasal 33 ayat 1, tetapi karena adanya “asas kekeluargaan “yang dimaksud ialah koperasi. Hubungan antara anggota koperasi satu dengan yang lainnya harus mempunyai sikap kekeluargaan karena asas kekeluargaan bermakna bahwa kegiatan koperasi diharapkan mampu mencakup semua anggota koperasi, tidak hanya sebagian anggota melainkan seluruh anggota koperasi, karena asas kekeluargaan mencerminkan adanya kesadaran dari budi hati nurani manusia untuk mengarjakan segala sesuatu dalam koperasi: oleh semua, untuk semua dibawah pimpinan pengurus yang dipilih anggota atas dasar keadilan, kebenaran dan keberanian berkorban bagi kepentingan bersama.

Adapun pengertian dan tujuan koperasi menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomer 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian Bab 1 pasal (1) yang 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 berdasarkan atas asas kekeluargaan”.

Serta Bab II Pasal (3), yang menyatakan bahwa:

“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 berlandaskan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945.”

Berhasil tidaknya suatu koperasi dalam mencapai tujuannya tergantung pada faktor yang mempengaruhinya, salah satunya adalah menerapkan bauran pemasaran yang efektif yaitu bauran promosi dan dapat dibuktikan dengan tingkat volume penjualan yang signifikan dalam suatu periode tertentu.

Di Indonesia banyak terdapat jenis koperasi yang tersebar di seluruh wilayah salah satunya adalah Koperasi Unit Daerah (KUD) Mandiri Bayongbong didirikan pada tanggal 4 Desember 1973 dengan modal sendiri sebesar Rp.38.000,- dimana pada awal pendiriannya terdiri dari 38 orang anggota. Pada tanggal 14 April 1974 KUD Mandiri Bayongbong memperoleh Badan Hukum Nomor : 5948/BH/PAD/PWK-10/IV/1996. Bidang usaha yang dikelola pada saat itu hanya bergerak pada sektor pangan. KUD Mandiri Bayongbong adalah koperasi yang berada di Kecamatan Bayongbong, Kabupaten Garut, Jawa Barat. KUD Mandiri bayongbong adalah koperasi serba usaha yang memberikan kontribusi yang sangat besar dalam meningkatkan manfaat untuk masyarakat sekitar.

Koperasi Unit Desa (KUD) Mandiri Bayongbong memiliki 7 unit usaha yang terdiri dari:

- 1 Unit Usaha Sapi Perah/Susu
- 2 Unit Pakan Ternak
- 3 Unit Pelayanan Rekening Listrik
- 4 Unit Waserda
- 5 Unit Simpan Pinjam
- 6 Kredit Candak Kulak
- 7 SP PUK

Dari 7 unit usaha tersebut salah satu yang akan diteliti yaitu unit usaha pakan ternak. Unit ini pada awalnya makanan yang diberikan pada ternak sapi hanya berupa dedak dan rumput saja. Kemudian pada tahun 1989 keluar intruksi

dari Dinas peternakan bahwa makanan ternak tersebut harus di ganti. Untuk itu KUD Mandiri Bayongbong memproduksi makanan ternak berupa superpit yang bekerjasama dengan PT Radina. Makanan ternak berupa superfit ini berfungsi sebagai penguat daya tahan tubuh sapi, menambah tingkat reproduksi, dan menjaga kualitas susu, tujuan diadakannya unit ini untuk memberikan keringanan pada para anggota yang memelihara sapi perah dalam memenuhi kebutuhan makanan ternak yang baik dan bermutu. Namun saat unit usaha makanan ternak mengalami kendala yaitu kenaikan harga, penurunan kualitas dan kesulitan mendapatkan bahan baku serta daya beli anggota yang rendah sehingga KUD Mandiri Bayongbong harus memberikan subsidi.

Makanan ternak ini adalah terbuat dari bahan mentah yaitu dedak, Polar dan tetes tebu, kemudian bahan tersebut diolah dan menjadi makan konsentrat. Dalam menjalankan usahanya koperasi perlu melihat dari aspek bauran pemasaran dimana aspek ini memiliki peranan penting pada keberhasilan suatu unit usaha. Kegiatan pemasaran yang dilakukan Unit Usaha Pakan Ternak diidentifikasi menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P (Product, price, place and promotion). Salah satunya koperasi menerapkan bauran promosi yang baik, Agar pemasaran dalam unit usaha berjalan sesuai target yang diharapkan koperasi maka koperasi perlu menjalankan bauran promosi yang efektif.

Bauran promosi merupakan suatu konsep yang baik digunakan untuk menyampaikan pesan. Disebut bauran promosi karena pemasaran sering menggunakan berbagai aspek promosi dalam suatu strategi promosinya. Menurut Lamb, Hair, McDaniel (2001:146) Promosi merupakan bagian penting dari bauran

pemasaran, menginformasikan para konsumen atas manfaat produk dan kemudian memposisikan produk dalam pasar. Pada umumnya perusahaan akan selalu berkembang dan berusaha mampu bersaing untuk mencapai tujuan dengan melakukan promosi yang efektif.

Bauran promosi yang efektif merupakan keinginan suatu instansi agar mencapai target pasar dan memenuhi tujuan koperasi secara keseluruhan. Dan bauran promosi itu sendiri merupakan perpaduan dari alat promosi yaitu periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan publitas alat ini digunakan untuk mencapai pasar sasaran dan untuk memenuhi tujuan organisasi secara keseluruhan. Tidak hanya dari promosi yang dapat meningkatkan penjualan tetapi perlu adanya pelanggan yang selalu membeli produk agar terjadi suatu transaksi.

Sukses atau tidaknya sebuah koperasi sangat ditentukan oleh anggota yang berpartisipasi aktif. Baik dari berkontribusi modal, bertransaksi, memberikan ide, anggota adalah pemilik sekaligus sebagai pengguna jasa koperasi. Berikut data anggota KUD Mandiri Byongbong dari tahun 2015-2019.

Tabel 1.1
Jumlah Anggota KUD Mandiri Bayongbong 2015-2019

Tahun	Jumlah anggota	N/T (%)
2015	1.761	-
2016	1.837	4,32
2017	1.897	3,27
2018	1.767	(6,85)
2019	1.408	(20,32)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah anggota di KUD Mandiri Bayongbong dari tahun 2016-2019 mengalami penurunan setiap tahunnya. Dalam mensejahterakan suatu koperasi, anggota sebagai pelanggan harus berpartisipasi pada koperasi, agar tujuan koperasi untuk mensejahterakan anggotanya tercapai.

Hal lain yang mempengaruhi keberhasilan koperasi adalah dari perkembangan jumlah pendapatan penjualan unit usaha pakan ternak. Berikut ini merupakan data perkembangan penjualan unit usaha pakan ternak Tahun 2015-2019.

Tabel 1.2
Perkembangan Jumlah Pendapatan Unit Usaha Pakan Ternak 2015-2019

Tahun	Target Pendapatan (Rp)	Reliasasi Pendapatan (Rp)	persentase pertumbuhan Realisasi (%)
2015	27.812.500	74.611.658	
2016	94.000.000	(111.050.033)	(248,84)
2017	72.800.000	(52.297.348)	(52,91)
2018	71.209.000	30.678.391	(158,66)
2019	246.500.000	45.180.848	47,27

(Sumber : Laporan Keuangan tahun buku 2015-2019)

Berdasarkan tabel 1.2 mengenai pertumbuhan realisasi pendapatan unit usaha pakan ternak pada tahun 2016 tidak dapat mencapai target penjualan dan mengalami penurunan yang signifikan sebesar 248,84%, dan pada tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 52,91%, dan pada tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 158,66 %, tetapi pada tahun 2019 mengalami peningkatan pertumbuhan realisasi yang sangat signifikan sebesar 47,27%.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penurunan pertumbuhan volume penjualan yaitu: Bahan baku sulit didapatkan, harga bahan baku mahal, dan penerapan promosi yang kurang efektif. Dilihat dari perbandingan rencana dan realisasi tidak sesuai rencana yang diinginkan sehingga volume penjualan menurun. Berdasarkan penelitian awal yang dilakukan oleh peneliti didapatkan informasi bahwa koperasi telah melakukan bauran promosi di unit usaha pakan menggunakan promosi *adverthising*, *Direct marketing*, *Pulitas*, *personal selling* yaitu, dari pihak KUD Mandiri Bayongbong menyampaikan langsung rincian produknya kepada ketua kelompok dan ketua kelompok menyampaikan kepada anggota tentang produk yaitu makanan konsentrat. Selain promosi *personal selling* KUD Mandiri Bayongbong juga menerapkan unsur bauran promosi *sales promotion* yaitu KUD Mandiri Bayongbong memberikan potongan harga dalam bentuk subsidi kepada anggota. Yang mana harga sebenarnya dari makanan konsentrat ini Rp.3000/kg tetapi dengan adanya subsidi Rp. 500 maka menjadi Rp. 2500/kg.

Untuk memperkuat alasan mengapa penelitian ini sangat penting untuk dilakukan maka akan disajikan penelitian terdahulu sebagai berikut

Penelitian dari Esterina Hutabarat (2017), dengan judul penelitian” Pengaruh Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Gramedia Sun Plaza Medan” Hasil dari penelitian terdapat pengaruh antara Promosi dengan Volume penjualan.

Penelitian yang dilakukan Adi Putra Hajjarullah (2017), dengan judul penelitian “ Analisis Bauran Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Pertumbuhan Volume Penjualan Produk Tempe” Hasil dari penelitian ini adalah pelaksanaan bauran promosi pada RTI telah dilaksanakan dengan cukup baik.

Penelitian yang dilakukan Agus Prasetyo, dengan judul penelitian“ Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Pabrik Mesin Industri Kecamatan Geger Kabupaten Madiun” Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara bauran Promosi terhadap volume penjualan.

Dalam uraian diatas penulis berkeinginan untuk mengkaji mengenai bauran pemasaran Koperasi Unit Desa (KUD) Mandiri Bayongbong pada Unit Usaha Pakan Ternak dalam hal promosi yang kaitannya dengan penurunan dan kenaikan volume penjualan. Maka penelitian tersebut akan dikaji lebih dalam, dengan judul **“ANALISIS BAURAN PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN ”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang diatas, maka pokok permasalahannya yang dapat didefinisikan berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan bauran promosi yang diterapkan pada Unit Usaha Pakan Ternak KUD Mandiri Bayongbong.
2. Bagaimana tanggapan dan harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran promosi pada Unit Usaha Pakan Ternak KUD Mandiri Bayongbong.

3. Upaya apa yang harus dilakukan dalam pelaksanaan bauran promosi pada Unit Usaha Pakan Ternak KUD Mandiri Bayongbong dalam meningkatkan volume penjualan

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini untuk menganalisis mengenai bauran promosi dalam upaya meningkatkan volume penjualan serta untuk memperoleh data dan informasi-informasi yang kaitannya dengan latar belakang dan identifikasi masalah penelitian di koperasi KUD Mandiri Bayongbong. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui :

1. Pelaksanaan bauran promosi pada Unit Usaha Pakan Ternak KUD Mandiri Bayongbong.
2. Tanggapan dan harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran promosi pada Unit Usaha Pakan Ternak KUD Mandiri Bayongbong.
3. Upaya apa yang harus dilakukan dalam pelaksanaan bauran promosi pada Unit Usaha Pakan Ternak KUD Mandiri Bayongbong dalam meningkatkan volume penjualan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Bagi Peneliti, diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai manajemen pemasaran khususnya tentang analisis bauran promosi dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

b. Bagi peneliti lain, diharapkan dapat menjadi salah satu referensi tambahan mengenai aspek yang diteliti.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat bagi Koperasi Unit Daerah Mandiri Bayongbong mengenai analisis bauran promosi dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

