

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Manajemen adalah suatu kegiatan *managing* yang artinya mengelola atau mengatur suatu kegiatan untuk mencapai tujuan. Pada dasarnya manusia tidak lepas dari kegiatan manajemen dari kesehariannya sehingga dalam kehidupannya selalu melakukan pengelolaan waktu pada dirinya untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan yang diinginkan.

Manajemen dibutuhkan oleh sebuah organisasi, karena manajemen akan memberikan kemudahan dalam mencapai tujuan, dapat menjaga keseimbangan dalam mencapai tujuan. Namun apabila tanpa manajemen semua usaha akan sia sia dan pencapaian akan lebih sulit. Manajemen mempunyai beberapa fungsi penting yaitu : perencanaan (*planing*) , pengorganisasian (*organising*) , penggerakan (*actuiting*), dan pengawasan (*controlling*).

Dalam menjalankan fungsi tersebut kita perlu berkomunikasi . Untuk dapat mempertahankan keberlangsungan organisasi harus berkomunikasi, yang artinya membutuhkan orang lain dan membutuhkan kelompok dan masyarakat untuk dapat saling berinteraksi satu sama lainnya.

Menurut Nurjaman & Umam, (2012:36-38) Agar sebuah proses komunikasi menjadi efektif, diperlukannya unsur-unsur yang paling mendasar sebagai persyaratan terjadinya komunikasi. Terdapat tiga unsur yang paling mutlak yang harus dipenuhi dalam proses komunikasi, yaitu Komunikator: orang yang

menyatakan pesan kepada komunikan (orang yang menerima pesan) yang dapat berupa perseorangan atau kelompok .

Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri begitu juga halnya bagi suatu perusahaan/organisasi. Dalam organisasi komunikasi memiliki kompleksitas yang tinggi, artinya menyampaikan informasi dan menerima informasi merupakan hal yang tidak mudah, dan menjadi tantangan dalam proses komunikasinya. Untuk membentuk kerjasama yang baik antara pengurus dengan anggota di dalam organisasi maka dibutuhkan bentuk hubungan serta komunikasi yang baik antara para anggota organisasi. Organisasi tidak mungkin dapat menjalankan usahanya tanpa komunikasi. Apabila tidak ada komunikasi, koordinasi kerja tidaklah mungkin dilakukan dengan baik.

Menurut Devito komunikasi organisasi merupakan sebuah usaha mengirim serta menerima pesan baik dalam kelompok formal maupun informal dalam suatu organisasi. Maka diperlukan media sosial sebagai salah satu bentuk yang digunakan pengurus untuk menjalankan komunikasi dalam organisasi.

Dengan adanya komunikasi organisasi yang efektif akan meningkatkan kepercayaan anggota terhadap pengurus, meningkatkan kinerja karyawan, membangun partisipasi anggota, meningkatkan produktifitas koperasi yang mana semuanya itu akan memudahkan koperasi dalam mencapai tujuan organisasi. Dalam memanfaatkan layanan adalah sebuah kewajiban anggota sehingga koperasi juga perlu menginformasikan walaupun anggota wajib memajukan koperasi itu sendiri.

Dalam menjalankan usaha koperasi efektivitas komunikasi antara seluruh pengurus, karyawan dan anggota di dalam organisasi sangatlah diperlukan. Fungsi komunikasi ini sangat berguna bagi kelangsungan dan kestabilan usaha koperasi baik itu dalam lingkup koperasi itu sendiri ataupun lingkup di luar koperasi. Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan (Deddy Mulyana 2005:117).

Agar dapat melaksanakan kegiatan operasional koperasi karyawan dituntut untuk bisa berkomunikasi dengan baik agar dapat melaksanakan dan mengimplementasikan program kerja koperasi yang telah ditetapkan. Begitu juga yang terjadi pada Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli, menjadi sangat penting membangun komunikasi antar pengurus, pengawas, karyawan dan anggota agar terciptanya hubungan kerja yang efektif.

Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli merupakan koperasi yang beranggotakan Pegawai Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat, ditambah dengan Mantan Pegawai Kantor Departemen Koperasi (pensiunan), Pegawai Honorer Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat, serta para pelaku usaha kecil yang berada di bawah naungan Dinas Koperasi Jawa Barat dengan jumlah anggota 268 orang per tahun buku 2020. Dalam melayani kebutuhan anggotanya, Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli mendirikan unit usaha yaitu sebagai berikut:

1. Unit Simpan Pinjam
2. Unit Waserda
3. Unit *Fotocopy*

4. Unit Rental Mobil

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 268 orang anggota per tahun buku 2020. 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 yaitu 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.

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.

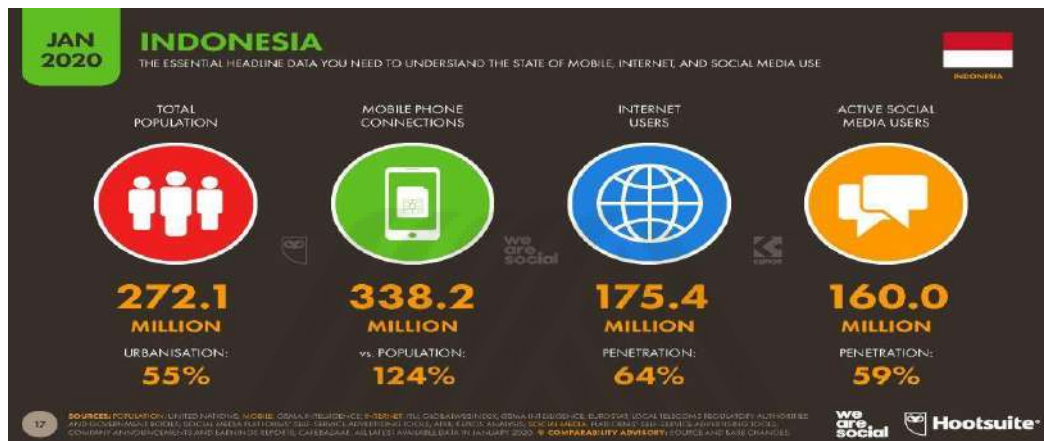
Dengan adanya promosi koperasi dapat mengkomunikasikan produknya kepada anggota. Jadi dalam hal ini promosi merupakan salah satu aspek yang penting bagi koperasi karena dengan adanya promosi dapat membuat anggota yang semula tidak tertarik terhadap barang atau jasa yang ditawarkan koperasi menjadi tertarik. Selain untuk memberikan pengaruh, membujuk, dan memberikan

informasi tentang produk baik itu barang atau jasa yang ditawarkan koperasi, kegiatan promosi juga mampu merangsang permintaan akan suatu produk sehingga transaksi juga dapat meningkat yang artinya akan berpengaruh kepada partisipasi yang meningkat.

Menurut Uma (2014:2) Produk teknologi informasi dan komunikasi yang terjadi telah memicu terciptanya jenis-jenis media baru dalam perkembangannya. Salah satu jenis media baru yang kehadirannya menjadi sangat fenomenal di belahan dunia saat ini adalah media sosial. 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 (KPKD) 12 Juli menggunakan media sosial sebagai media promosi pada unit usaha yang ada di koperasi.

Penggunaan media sosial di Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPKD) 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*.

Adapun data trend penggunaan internet dan media sosial pada tahun 2020 di Indonesia dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1.1 :data trend internet dan media sosial tahun 2020

Sumber: Hootsuite (we are social): Indonesian Digital Report 2020

Gambar 1.1 menjelaskan bahwa total populasi (jumlah penduduk) di Indonesia adalah 272,1 juta, pemakaian mobile phone sebanyak 338,2 juta, pengguna internet 175,4 juta, dan pengguna media sosial aktif 160 juta. Hal ini harus disadari koperasi betapa pentingnya penggunaan media teknologi informasi sebagai salah satu penunjang sarana dan prasarana dalam bentuk pelayanan koperasi karena internet sangat dibutuhkan pada masa sekarang. Kemajuan teknologi informasi yang semakin canggih, berakibat pada ketersediaan informasi yang berlimpah dan tidak memiliki batas. Sehingga masyarakat tidak dapat menghindari terjangannya arus informasi yang sangat pesat, baik informasi positif maupun negatif.

Perkembangan usaha Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPKD) 12 Juli yang dapat dilihat dari pendapatan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 :Jumlah Pendapatan KPDK 12 Juli Tahun 2016-2020

Tahun	Pendapatan	Persentase (%)
2015	970.008.311	-
2016	882.601.006	(9,01)
2017	1.003.820.362	13,73
2018	895.798.129	(10,76)
2019	861.415.668	(3,83)

Sumber: Laporan RAT KPDK 12 Juli Tahun Buku 20015 – 2019

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa pendapatan pada KPDK 12 Juli fluktuatif. Pada tahun 2016, 2018 dan 2019 jumlah pendapatan koperasi mengalami penurunan, hal ini disebabkan oleh kurangnya jumlah transaksi yang dilakukan anggota disetiap unit-unit yang ada di Koperasi Pegawai Dinas Koperasi 12 Juli. Kurangnya jumlah transaksi dikarenakan rendahnya partisipasi anggota dalam memanfaatkan layanan yang ditawarkan atau disediakan koperasi. Terbatasnya modal di dalam koperasi juga menyebabkan sulitnya mengembangkan unit-unit usaha yang diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan anggota.

KPDK 12 Juli menggunakan *blog, facebook, whatsapp, Instagram* sebagai media layanan kepada anggota serta untuk memperkenalkan koperasi kepada masyarakat dan menyediakan informasi seputar koperasi untuk anggota. Adapun data perkembangan *viewers blog, facebook dan instagram* di Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli dapat dilihat pada gambar 1.2 dan 1.3 dan 1.4 di bawah ini:



Gambar 1.2 :Data Jumlah Pengunjung Blog KPDK 12 Juli tahun 2020
 Sumber: Statshow.com

Dari Gambar 1.2 di atas dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung Blog dalam rentang waktu satu tahun yaitu 360 *viewers*, yang berarti rata-rata jumlah pengunjung (*viewers*) dalam satu hari hanya satu orang. Jumlah ini sangat kecil dan bisa dikatakan bahwa minat anggota untuk mengunjungi blog sangat kurang. Kurangnya minat anggota mengunjungi blog dikarenakan saat ini penggunaan blog dikalahkan oleh media sosial lainnya seperti *instagram*, *facebook*, *twitter*, *youtube* dan *tiktok*.

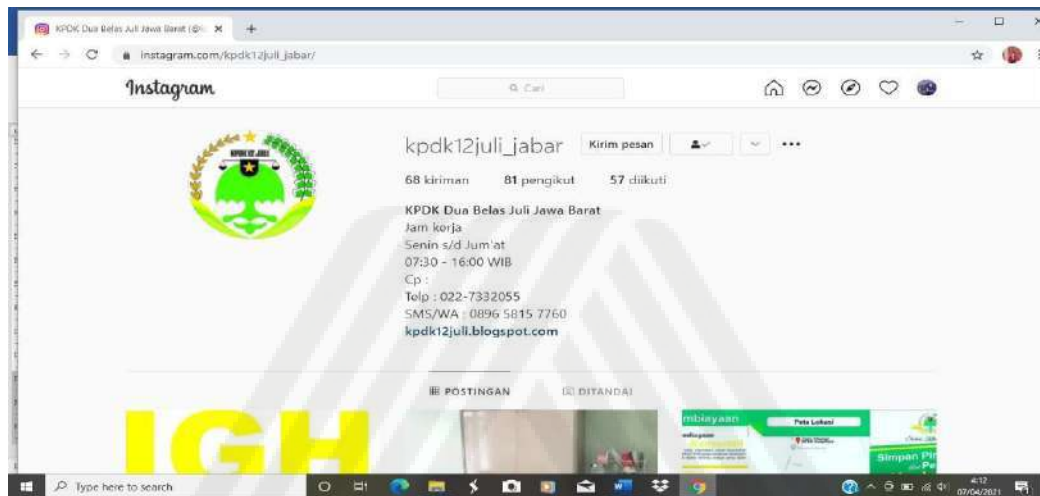
IKOPIN



Gambar 1.3 :Data Jumlah Pengunjung Facebook KPDK 12 Juli tahun 2020
 Sumber: Facebook KPDK 12 Juli

Dari Gambar 1.3 di atas dapat dilihat bahwa jumlah yang mengikuti halaman *facebook* adalah sebanyak 42 orang pengikut. Dalam rentang waktu 6 tahun tidak ada peningkatan jumlah pengikut akun tersebut. Hal ini disebabkan oleh kurang adanya sosialisasi dari pengurus dan karyawan kepada anggota mengenai informasi akun *facebook* tersebut.

IKOPIN



Gambar 1.4 :Data Jumlah Pengunjung instagram KPDK 12 Juli tahun 2021
 Sumber: *instagram KPDK 12 Juli*

Dari Gambar 1.4 di atas dapat dilihat bahwa jumlah yang mengikuti halaman instagram adalah sebanyak 81 orang pengikut. Dalam akun tersebut terdapat postingan yang berisikan kegiatan yang dilakukan koperasi beserta info lowongan kerja.

Tabel 1.2 :Jumlah Pengikut Media Sosial KPDK 12 Juli

No	Media Komunikasi	Jumlah Pengikut
1	Blog	30
2	Instagram	81
3	Facebook	42

Tabel 1.2 Menunjukkan jumlah pengikut atau pengunjung pada media komunikasi bisnis yang dimiliki Koperasi KPDK 12 Juli, media yang digunakan yaitu media sosial yakni *facebook*, *instagram*, dan *blog*. Jumlah pengikut atau pengunjung pada setiap media sosial yang digunakan koperasi berbeda – beda.

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 pendapatan yang sudah ditampilkan koperasi mengalami penurunan pendapatan.

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 di atas 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

Berdasarkan uraian fenomena permasalahan yang telah dijelaskan pada latar belakang tersebut, maka peneliti merumuskan permasalahan dengan membuat pernyataan penelitian yaitu belum diketahui mengenai bagaimana Efektivitas Media Komunikasi Bisnis Dalam Mempromosikan Koperasi Pegawai, kemudian dibuat pertanyaan penelitian sejauhmana Efektivitas Media Komunikasi Bisnis Dalam Mempromosikan Koperasi Pegawai.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, perlu dipertegas tentang masalah yang akan dibahas. Adapun masalah diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana penggunaan media komunikasi bisnis oleh anggota di Koperasi Pegawai Dinas Koperasi KPDK 12 Juli
2. Bagaimana pengelolaan media komunikasi bisnis oleh pengurus koperasi KPDK 12 Juli
3. Bagaimana efektivitas media komunikasi bisnis di Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli
4. Upaya yang harus dilakukan pengurus untuk mengelola media komunikasi bisnis Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli dalam mempromosikan koperasi.

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah mengevaluasi efektivitas media komunikasi bisnis Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli dalam mempromosikan koperasi.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Penggunaan media komunikasi bisnis Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli
2. Pengelolaan media komunikasi bisnis KPDK 12 Juli
3. Efektivitas mengenai media komunikasi bisnis Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli.
4. Upaya apa saja yang harus dilakukan Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPDK) 12 Juli untuk mengelolah media komunikasi bisnis.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi bahan perbandingan mahasiswa lain yang meneliti koperasi sejenis dan sebagai aspek pengembangan ilmu pengetahuan serta aspek guna laksana, yaitu :

1.4.1 Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna serta dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk penyebaran ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen komunikasi bisnis dan penyuluhan, khususnya yang berkenaan dengan peran pengurus dalam mempromosikan koperasi kepada masyarakat pada umumnya dan anggota khususnya :

1.4.2. Aspek Guna Laksana

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengurus Koperasi Pegawai Dinas Koperasi (KPKD) 12 Juli sebagai masukan dan sebagai bahan pertimbangan dalam penggunaan media komunikasi bisnis dalam mempromosikan koperasi.

