

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Untuk mencapai kesejahteraan serta memecahkan berbagai permasalahan ekonomi suatu negara, maka diperlukan system ekonomi yang dapat memecahkan permasalahan ekonomi yang terjadi di negara tersebut. Sistem ekonomi merupakan sistem yang mengatur hubungan antara sesama manusia di suatu negara. Menurut T. Gilarso (1992:486), sistem ekonomi dapat diartikan sebagai:

Melihat tuntutan perekonomian seperti di atas, koperasilah sebagai bangun usaha yang sesuai untuk dijadikan wahana pencapaian tujuan perekonomian Indonesia di mana secara yudikatif tercantum pada pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian:

“Sistem ekonomi adalah keseluruhan tata cara untuk mengkoordinasikan perilaku masyarakat (para konsumen, produsen, pemerintah, bank, dan sebagainya) dalam menjalankan kegiatan ekonomi (produksi, distribusi, konsumsi, investasi dan sebagainya) sehingga menjadi suatu kesatuan yagn teratur dan dinamis, dan kekacauan dapat dihindari”.

Ada tiga sistem ekonomi di dunia yaitu sistem ekonomi komunisme atau kolektivisme, sosialisme atau sosio-demokrasi, serta liberalism atau kapitalisme. Pada sistem ekonomi komunisme, seluruh kegiatan ekonomi dikuasai langsung oleh pemerintah dan hak pemerintah pribadi dihapuskan. Dalam sistem ekonomi sosialisme

hak milik atas barang yang diserahkan kepada individu tetapi saran-saran produksi yang penting cenderung diserahkan kepada negara.

Pada sistem ekonomi kapitalis beberapa kegiatan produksinya serta perdagangannya lebih dominan dilakukan secara pribadi atau perseorangan. Tetapi dalam memodali suatu kegiatan usaha banyak menggunakan pinjaman berbunga untuk memupuk kekayaan pribadi sebanyak mungkin untuk mengesampingkan kepentingan umum. Hal ini terjadi karena pemerintah telah memberikan kebebasan kepada setiap individu untuk melakukan kegiatan ekonomi seluas-luasnya tanpa ada campur tangan pemerintah. Namun hal ini tidak menguntungkan semua pihak, golongan ekonomi lemah kaum buruh banyak yang menderita (T.Gilarso 1992:148).

Menghadapi persaingan di dunia bisnis baik itu persaingan dari bisnis skala kecil, menengah, maupun besar. Pembisnis dituntut untuk melakukan perubahan terhadap cara mereka melayani konsumen, menanggapi persaingan dan mengeluarkan produk. Untuk memenangkan persaingan pembisnis membutuhkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah, untuk itu pelaku bisnis harus mampu membuat strategi pemasaran yang tepat.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting, dimana strategi pemasaran adalah salah satu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Sehingga pelaku bisnis harus menentukan pasar yang dituju/dilayani, merencanakan produk yang dipasarkan, menentukan harga yang kompetitif, melakukan pendistribusian produk,

melakukan promosi dan komunikasi dengan cara menambah relasi, penjualan langsung, iklan, dan sebagainya.

Sistem perekonomian di Indonesia secara makro (sesuai UUD 1945 pasal 33 ayat 1, 2 dan 3) terdiri dari tiga pelaku ekonomi diantaranya Koperasi, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) diharapkan dapat saling bekerjasama membangun perekonomian bangsa walaupun dalam pelaksanaan terdapat berbagai tantangan dan persaingan. Salah satu usaha yang tergolong pada usaha kecil adalah Koperasi.

Koperasi sebagai salah satu pendukung perekonomian Indonesia pada kenyataannya perlu mendapatkan dukungan dari berbagai pihak, terbukti dari munculnya organisasi-organisasi yang mewadahi koperasi baik lembaga pemerintah maupun organisasi yang lebih bersifat gerakan.

Koperasi merupakan salah satu badan usaha yang paling dekat dengan masyarakat, sehingga diharapkan koperasi menjadi salah satu wadah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Koperasi sebagai salah satu Lembaga ekonomi rakyat harus terus dikembangkan dan diperkuat dalam rangka menumbuhkan demokrasi dalam satu landasan sebagai terciptanya masyarakat yang Makmur dan berkeadilan.

Nilai dasar koperasi, keadilan (*equity*) merupakan cita-cita yang diilhami oleh timbulnya ketidakadilan dalam kehidupan masyarakat akibat berlakunya sistem

liberalis kapitalisme yang tidak berwatak sosial (Hendar, 2011:12). Koperasi didirikan oleh orang-orang yang memiliki tujuan dan kepentingan Bersama guna menolong dirinya sendiri dan memenuhi kebutuhan ekonominya.

Di negara yang menganut paham demokrasi seperti Indonesia, masyarakat diberi kebebasan untuk menentukan tujuan hidupnya sendiri. Indonesia memiliki rasa kekerabatan yang cukup kental, suka tolong-menolong, gotong-royong, serta bekerja sama dalam hal tersebut sangat cocok dengan koperasi yang memiliki asas kekeluargaan (Burhanuddin Abdullah dalam Ramudi Arifin, 2013:5).

Seperti yang telah disebutkan dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Pasal 33, Ayat 1 bahwa **“Perekonomian disusun sebagai usaha Bersama berdasarkan atas kekeluargaan”**. Maka berdasarkan amanat konsitusi tersebut badan usaha yang paling mencerminkan pasal tersebut adalah badan usaha koperasi.

Menurut Undang-Undang Perekonomian Republik Indonesia Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian:

“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”.

Maka dari itu para pengurus koperasi harus bisa berperan aktif dalam memajukan dan mengembangkan koperasi secara aktif untuk meningkatkan

keuntungan-keuntungan produksi. Salah satu koperasi yang melakukan kegiatan terkait usaha anggota adalah Koperasi Sarwa Mukti.

Koperasi Unit Desa (KUD) Sarwa Mukti didirikan untuk menunjang usaha anggotanya yang merupakan para produsen susu sapi. KUD Sarwa Mukti telah memiliki status badan hukum tepatnya pada tanggal 23 Mei 1980 dengan nomor : 7062.B/BH/DK-10/12. Wilayah kerja KUD Sarwa Mukti memiliki dua kecamatan yaitu kecamatan Cisarua dan kecamatan porongpong yang mencakup 15 desa. KUD Sarwa Mukti memiliki empat usaha yaotu: Unit Sapi Perah, Unit Produksi Makan Ternak (Mako), Unut Waserda, dan Unit Perkreditan (USP).

1. Unit Susu Sapi Perah/Produksi Susu

Unit usaha ini merupakan unit usaha utama pada KUD Sarwa Mukti. Unit usaha ini didirikan pada tahun 1980 yang bertepatan dengan disalurkan kredit sapi dari pemerintah. Produksi susu sapi yang dihasilkan dari anggota mulai ditampung dari tahun 1981 dengan kapasitas pertama yaitu 835.610,5 liter. Produksi air susu sapi yang diterima dari anggota peternak harus memenuhi standar yang telah ditetapkan Surat Keputusan Diterjen Peternakan yang antara lain: Berat Jenis (BJ) air susu 1.208 Kg, kadar lemak (fat) 3% dan temperatur susu $27,5^{\circ}\text{C}$. Untuk kelancaran pengangkutan air susu sapi dari anggota, maka pada setiap desa terdapat petugas yang bertugas menampung produksi susu.

2. Unit Usaha Waserda

Unit usaha ini dimuali pada tahun 1987 dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan sehari hari anggota KUD Sarwa Mukti dan masyarakat di sekitarnya.

3. Unit Usaha MAKO

Unit usaha ini mulai diadakan leh KUD Sarwa Mukti pada tahun 1986. Pada unit ini kegiatan meliputi produksi air susu sapi, sayuran dan mako (makanan konsentrat), yang lebih difokuskan dalam kegiatan ini oleh KUD Sarwa Mukti dalam hal ini kegiatan unit mako yang tujuannya untuk memenuhi kebutuhan makanan ternak sapi perah memiliki petani anggota ternak.

4. Unit Usaha Simpan Pinjam

Unit Simpan Pinjam (SUP) dilaksanakan pada tahun 1986 oleh KUD Sarwa Mukti ini telah otonom pada tahun 1997. Pada unit ini, KUD Sarwa Mukti membebani bunga kepada anggota sebesar 3% setiap bulannya jangka waktu pengembalian 10 bulan.

Unit Usaha Sapi Perah merupakan unit usaha utama pada KUD Sarwa Mukti.

Jumlah produksi pada unit usaha sapi perah beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan cukup signifikan. Kenaikan tersebut disebabkan oleh bertambahnya jumlah anggota yang menyebabkan bertambahnya jumlah produksi susu yang dihasilkan oleh sapi dari anggota. Hasil penjualan dan perkembangan anggota tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1 Perkembangan Anggota KUD Sarwa Mukti Tahun 2015 s.d. Tahun 2019

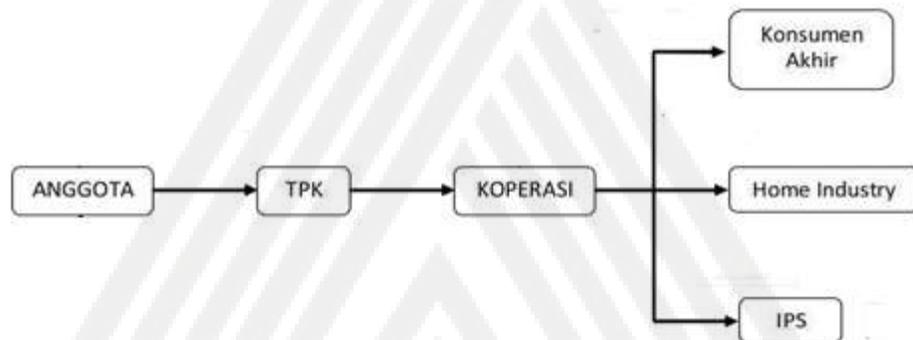
TAHUN	JUMLAH ANGGOTA AKTIF (ORANG)	JUMLAH SAPI	N/T %
2015	349	1745	
2016	348	1740	0.29%
2017	369	1845	6.03%
2018	597	2985	61.79%
2019	669	3345	12.06%

Sumber: Pengolahan Laporan RAT KUD Sarwa Mukti

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah anggota KUD Sarwa Mukti untuk tahun 2015 sampai dengan tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 0,29%. Sementara untuk tahun 2017 sampai dengan tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 12,06%. Menurut hasil wawancara yang dilakukan peningkatan jumlah anggota pada KUD Sarwa Mukti terjadi karena koperasi memberikan bantuan kepada para anggota berupa *Milkcan*, sementara penurunan yang terjadi disebabkan turunnya harga susu yang diproduksi pada KUD Sarwa Mukti, sehingga beberapa anggota memilih untuk menjadi anggota pasif dan berkontribusi pada nonkoperasi.

Unit susu sapi perah saat ini memproduksi susu 2 kali sehari sebanyak 8 ton susu sapi. Mendistribusikannya kepada perusahaan PT Ultra 80% dan sisanya diolah dilokasi KUD sebesar 20%. Dapat dilihat dari gambar tersebut :

Gambar 1.1 Saluran Distribusi KUD Sarwa Mukti Unit Susu Sapi Perah



Sumber : Wawancara Pengurus KUD Sarwa Mukti

Seperti uraian diatas, Susu sapi perah berasal dari Anggota lalu ke TPK yang bertugas menghitung volume susu yang akan di setor ke koperasi, lewat kendaraan pengangkut susu. TPK merupakan tempat pertama atau pos pertama untuk menentukan baik buruknya kualitas susu yang akan disetorkan oleh peternak. Setelah itu susu akan di storkan ke koperasi yang nantinya akan dimasukan kedalam pendingin (*mesin PHE*) lalu disetorkan kepada ips-ips sesuai grade perusahaan. Selanjutnya, sisa susu yang tidak sesuai grade koperasi akan menjualnya ke konsumen akhir dan membuat beberapa olahan seperti susu, youghrt, permen susu, escream susu dan lain-lainnya.

**Tabel 1.2 Data Penjualan Pengolahan Produk Susu KUD Sarwa Mukti
Pada tahun 2019:**

Nama Produk	Produksi Olahan Susu (Liter)	Harga Penjualan (Rp)
Susu Murni (Susu Bantal) 1Liter	72000	504,000,000
youghrt 250 ml	30000	180,000,000
Kerupuk Susu	17000	170,000,000
dodol	12000	144,000,000
permen susu	18000	270,000,000
Noga	12000	120,000,000
Es susu (es Cream)	18000	54,000,000
TOTAL	179.000	1,442,000,000

Pada KUD Sarwa Mukti saat ini diduga mengalami penurunan di produk susu sapi perah. Produk KUD Sarwa Mukti meliputi berbagai olahan dari susu sapi. Dari data yang didapat, peningkatan volume penjualan pada saat ini tidak optimal. Dapat dilihat ditabel berikut ini:

Tabel 1.3 Pendapatan Penjualan Produk Susu Sapi Perah Tahun 2015-2019

Tahun	Volume penjualan Rp	Presentasi penjualan %
2015	1.972.548.000	-
2016	2.706.580.000	37
2017	2.882.358.000	6
2018	2.971.155.000	3
2019	1.442.000.000	(51)

sumber: pengelolaan laporan RAT KUD Sarwa Mukti Tahun 2015 -2019

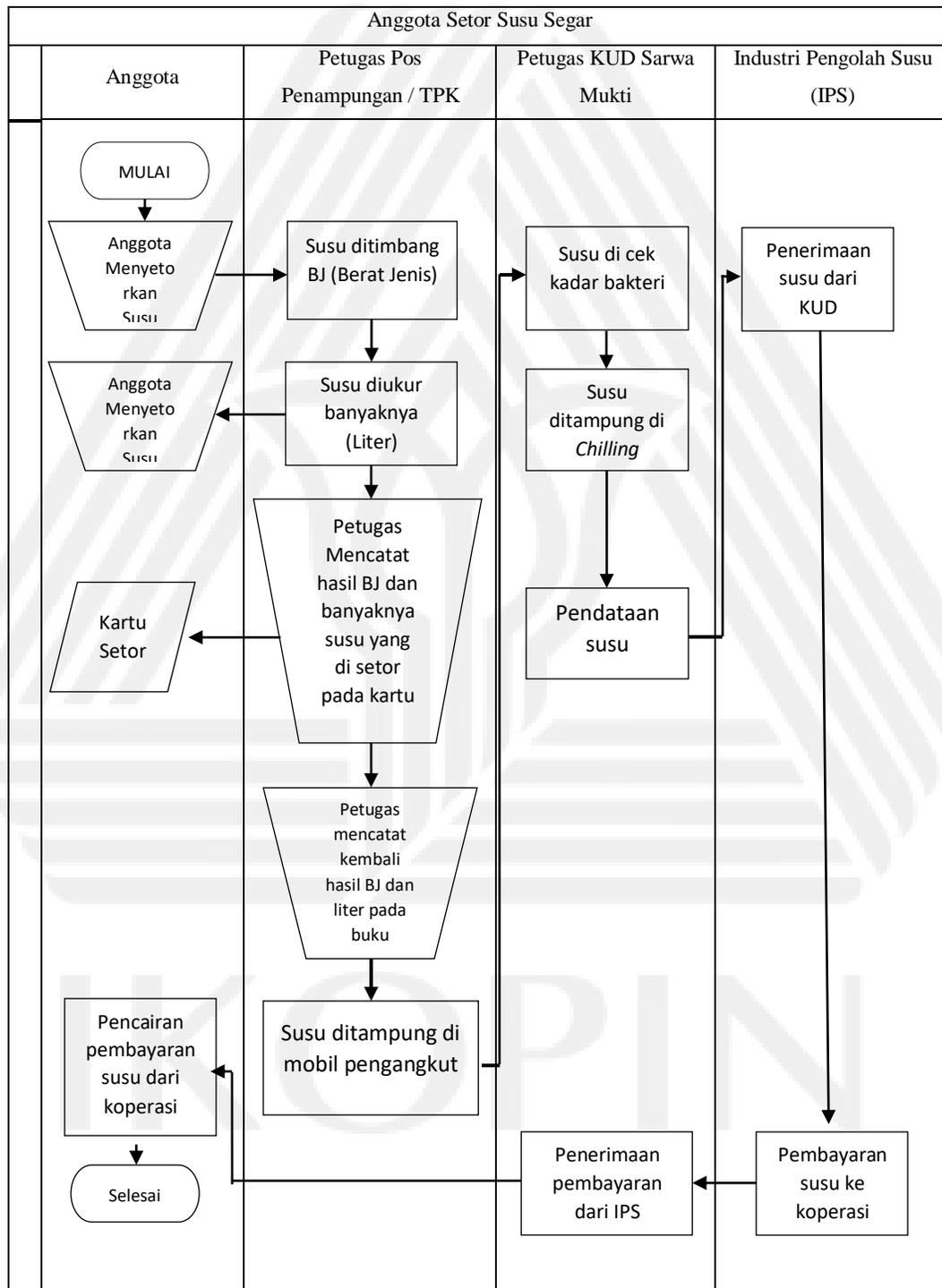
Bedasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa presentase penjualan KUD Sarwa Mukti mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Pada tahun 2016 meningkat sebesar 37%, pada tahun 2017 sebesar 6%, pada tahun 2018 sebesar 3%, dan pada tahun 2019 presentase penjualan menurun sebesar 51% itu disebabkan kurangnya minat konsumen dan susu KUD Sarwa Mukti tidak tahan lama, karena susu yang dihasilkan disini tidak menggunakan pengawet, sehingga jika didiamkan terlalu lama akan basi.

Pada kondisi perkembangan koperasi saat ini perlu adanya peningkatan kualitas koperasi terkhusus pada kinerja pemasaran. KUD Sarwa Mukti layaknya sebuah organisasi lainnya yang selalu berusaha meningkatkan usahanya, termasuk pada unit usaha produk susu sapi yang akan menjadi fokus penelitian kali ini. Dalam kenyataannya dari tahun ketahun unit usaha produk susu sapi perah mengalami fluktuasi. Mengalami penurunan pada tahun 2019.

Pada Unit Susu Sapi Perah anggota menyetorkan susu ke Koperasi, yang kemudian koperasi memasarkan susu ke Industri Pengelolaan Susu (IPS) sebagai bahan baku susu olahan dan produk asal susu lainnya. Berikut prosedur setor susu sapi perah terhadap anggota di KUD Sarwa Mukti yang disajikan dalam bentuk *Flow Chart*:

Prosedur setor susu unit usaha sapi perah/susu di KUD Sarwa Mukti:

Sumber : Data Hasil Wawancara



Prosedur anggota setor susu yang dilakukan unit usaha sapi perah/susu di KUD

Sarwa Mukti. Disini Koperasi menunjuk 2-3 orang petugas di penampungan/TPK (Tempat Pelayanan Koperasi) yang bertugas mengkoordinir dan menghitung volume susu yang akan di setor ke koperasi, lewat kendaraan pengangkut susu. TPK merupakan tempat pertama atau pos pertama untuk menentukan baik buruknya kualitas susu yang akan disetorkan oleh peternak. Susu disini akan dites berat jenisnya menggunakan alat yang disebut *Laktodesimeter*, yang selanjutnya ditampung untuk prses selanjutnya. Dalam sehari dilakukan 2 kali penarikan susu dri TPK yang berasal dari anggota yaitu pagi hari pukul 06.00 WIB, dan sore hari pukul 16.00 WIB. Penentuan grade susu sapi dilakukan dengan pengambilan sampel untuk mengetahui kualitas yang terkandung dalam susu sapi tersebut. Penentuan grade ini akan berpengaruh pada harga beli oleh koperasi kepada anggota yaitu antara Rp. 5.000, - Rp. 5.500. tergantung grade, jadi semakin bagus gradenya maka semakin tinggi harga yang dibayar koperasi kepada anggota.

Berdasarkan uraian di atas terdapat suatu fenomena yang sangat menarik untuk dilakukan penelitian berkaitan dengan bauran promosi. Dilihat dari meningkatnya jumlah anggota tetapi volume penjualan, menurunnya penjualan karena kurangnya peminat konsumen anggota, non anggota maupun masyarakat umum sehingga membuat penelitian ingin mengetahui upaya apa saja yang dilakukan Koperasi KUD Sarwa Mukti untuk meningkatkan volume penjualan.

Serta penelitian juga memiliki solusi untuk bauran promosi yang harus dilakukan oleh Unit Susu Sapi Perah KUD Sarwa Mukti, yaitu dengan teori menurut (Fandy Tjiptono, 2008;222) Bauran Promosi terdiri dari *1. Personal Selling, 2. Mass Selling, 3. Promosi Penjualan, 4. Public Relation, 5. Direct Marketing.*

Masing-masing bauran promosi tersebut dapat diterapkan dengan manfaat alat promosi. Ada lima alat bauran promosi, dan yang sesuai dengan fenomena di Koperasi KUD Sarwa Mukti dari kelima alat bauran promosi tersebut adalah yang pertama.

Berdasarkan masalah yang telah teridentifikasi, maka dilakukan peneliti akan menganalisis bauran promosi yang dilakukan koperasi tersebut untuk meningkatkan volume penjualan. Dengan demikian peneliti mengajukan judul penelitian **“ANALISIS BAURAN PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN STUDI KASUS UNIT SUSU SAPI PERAH KOPERASI UNIT DESA (KUD) SARWA MUKTI CISARUA”**.

IKOPIN

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah penelitian khususnya tentang Analisis Bauran Promosi di KUD Sarwa Mukti Cisarua, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana Bauran Promosi yang di terapkan di KUD Sarwa Mukti terhadap susu sapi perah untuk meningkatkan volume penjualan?
2. Faktor-faktor apa saja yang dapat meningkatkan Bauran Promosi pada unit usaha sapi perah KUD Sarwa Mukti?
3. Bagaimana upaya-upaya yang dilakukan KUD Sarwa Mukti untuk meningkatkan volume penjualan pada unit susu sapi perah?

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan mengenai Analisis Bauran Promosi untuk meingkatkan volume penjualan di KUD Sarwa Mukti Cisarua.

Adapun tujuan penelitian diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Bauran Promosi yang diterapkan pada Unit Usaha Susu Sapi Perah KUD Sarwa Mukti.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat meningkatkan Bauran Promosi pada Unit Usaha Sapi Perah KUD Sarwa Mukti.
3. Untuk mengetahui bagaimana upaya-upaya yang dilakukan KUD Sarwa Mukti untuk meningkatkan volume penjualan susu sapi perah.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Bagi Aspek Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai pengembangan atau kontribusi bagi ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen bisnis khususnya mengenai bauran promosi untuk meningkatkan volume penjualan.

1.4.2 Kegunaan Bagi Aspek Guna Laksana

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik dalam aspek guna laksana maupun aspek pengembangan ilmu.

1.4.2.1 Aspek Guna Laksana

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan sumbangan informasi dan bahan pertimbangan bagi pihak KUD Sarwa Mukti Cisarua.

1.4.2.2 Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

- Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah pengembangan ilmu koperasi pada umumnya serta khususnya bidang manajemen bisnis.
- Bagi peneliti lain, diharapkan dapat menjadi salah satu tambahan referensi yang berguna mengenai topik yang berkaitan didalam KUD Sarwa Mukti Cisarua.