

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di Indonesia ada 3 sektor usaha formal dalam perekonomian, yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), dan Koperasi. Sebagai badan usaha pelaku ekonomi harus mampu untuk terus mengembangkan dirinya dan mampu untuk bersaing dengan pelaku ekonomi lainnya. Koperasi sebagai salah satu gerakan ekonomi rakyat diharapkan mampu memperkokoh sistem perekonomian dimulai dari lapisan masyarakat terbawah. Sebagai pelaku usaha, Koperasi diharapkan dapat terus berkembang, mempunyai daya saing kuat dan bergerak aktif sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Koperasi merupakan organisasi ekonomi yang didirikan oleh orang-seorang yang bergabung karena memiliki tujuan yang sama berdasarkan asas kekeluargaan dan melakukan pekerjaannya secara gotong-royong. Koperasi beranggotakan orang-orang yang bergabung secara sukarela untuk mencapai tujuan tertentu yang bersifat sosial ekonomi. Menurut Ramudi Arifin (2003), Koperasi adalah organisasi ekonomi modern yang menuntut pemikiran kosensial dan rasional karena koperasi hidup dilingkungan ekonomi yang dinamis dan terus bergerak maju yang semakin lama semakin terbuka mengglobal dan menciptakan persaingan yang semakin tajam. Menurut Undang-Undang No.25 tahun 1992 tentang perkoperasian, Koperasi mempunyai fungsi dan berperan penting dalam perekonomian Indonesia, yaitu berperan dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial, berperan aktif untuk memperkokoh perekonomian rakyat

dengan mempertinggi kualitas kehidupan masyarakat, mewujudkan dan menjadi ketahanan perekonomian nasional yang berasaskan kekeluargaan dan demokrasi, juga mengembangkan kreativitas dan membangun jiwa organisasi.

Koperasi sebagai organisasi bisnis berupa badan usaha yang didirikan oleh orang-seorang atau badan hukum koperasi yang mempunyai kebutuhan atau kepentingan ekonomi yang sama. Sekelompok orang tersebut memiliki identitas ganda sebagai anggota koperasi, yaitu sebagai pelanggan dan juga sebagai pemilik koperasi. Koperasi berperan membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggotanya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial anggotanya dengan menyediakan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan anggotanya. Dengan harapan koperasi mampu memajukan kesejahteraan anggotanya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional berdasarkan asas kekeluargaan dan gotong royong.

Demikian pula dengan Koperasi Karyawan Bank BJB Ziebar merupakan koperasi yang didirikan sebagai wadah karyawan-karyawati Bank BJB yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota yaitu para karyawan Bank BJB. Koperasi yang anggotanya terdiri dari karyawan Bank BJB, pensiunan Bank BJB dan karyawan perusahaan terafiliasi Bank BJB. Koperasi Karyawan Bank BJB didirikan sesuai Surat Keputusan Kantor Dinas Koperasi, Pengusaha Kecil dan Menengah Kota Bandung dengan Badan Hukum Nomor:518/PAD.24-DISKOP/204 19 Juli 2014. Koperasi ini tidak terlepas dari lembaga Bank BJB. koperasi Ziebar memiliki anggota sebanyak 3.252 anggota biasa dan 450 anggota luar biasa, dimana anggota biasa adalah anggota yang bekerja di Bank BJB

sedangkan anggota luar biasa terdiri dari pensiunan, PT. YKP, dan PT. Zeibar. Adapun unit-unit usaha yang terdapat di Koperasi Karyawan Bank BJB Ziebar adalah:

1. Unit Simpan Pinjam
2. Unit Barang Promosi dan Alat Tulis Kantor (BPATK)

Unit Simpan Pinjam yang terletak di Jl. Soekarno Hatta No. 689 B Bandung, Komplek The Suite @Metro Apartemen merupakan pengembangan usaha sebagai bentuk upaya koperasi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Unit Usaha Simpan Pinjam, dalam kurun waktu 2019 telah memberikan pinjaman kepada anggota baik berupa permodalan, ataupun untuk kebutuhan keluarga. Sedangkan Unit Barang Promosi dan Alat Tulis Kantor yang terletak di Jl. Naripan No.21 Bandung Kantor Pusat Bank BJB Gedung Kerawahana adalah unit yang kegiatannya adalah menyediakan kebutuhan untuk Bank BJB yaitu Sovenin dan Alat tulis Kantor.

Tabel 1. 1
Perkembangan Volume Usaha Koperasi Karyawan Bank BJB “ZIEBAR”
2015-2019

No	Tahun	Unit Simpan Pinjam (Rp)	Unit Barang Promosi dan Alat Tulis Kantor (BPATK) (Rp)	Pendapatan (Rp)
1	2015	3.032.601.136	15.939.293.782	18.971.894.918
2	2016	4.430.125.612	8.593.175.584	13.023.301.196
3	2017	5.761.922.160	10.026.961.408	15.788.883.568
4	2018	5.012.776.315	8.977.013.074	13.989.789.389
5	2019	10.107.209.104	7.004.859.067	17.112.068.171

Sumber: Laporan RAT Tahun 2015-2019

Table 1.1 Menunjukkan bahwa pendapatan BPATK pada tahun 2015-2017 mengalami fluktuatif, sedangkan pada tahun 2018-2019 mengalami penurunan. Namun untuk pendapatan unit simpan pinjam selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya sehingga menyebabkan pendapatan koperasi mengalami peningkatan karena adanya kenaikan pendapatan pada unit simpan pinjam. Berdasarkan data atas maka penelitian ini akan lebih difokuskan pada unit BPATK untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan pada unit tersebut:

Tabel 1. 2
Perkembangan Volume Penjualan Unit Usaha Barang Promosi dan Alat Tulis Kantor (BPATK) Koperasi Karyawan Bank BJB “ZIEBAR” Tahun 2015-2019

No	Tahun	Penjualan (Rp)	Perkembangan (%)
1	2015	15.939.293.782	-
2	2016	8.593.175.584	-73%
3	2017	10.026.961.408	14%
4	2018	8.977.013.074	-10%
5	2019	7.004.859.067	-20%

Sumber: Laporan RAT Tahun 2015-2019

Berdasarkan table 1.2 dapat diketahui bahwa pendapatan unit BPATK pada koperasi Ziebar dari tahun ke-tahun mengalami penurunan yang cukup signifikan, hanya saja ditahun 2017 koperasi mengalami kenaikan sebesar 14% dari tahun sebelumnya, namun koperasi tetap mengalami penurunan yang relatif cukup besar ditahun lainnya.

Dengan menentukan alternatif strategi unit BPATK koperasi Ziebar dengan menggunakan metode SWOT yaitu dengan menganalisis faktor – faktor internal dan eksternal guna mengetahui masalah – masalah yang terjadi

dilapangan, dimana faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan sedangkan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman.

Faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) Usaha pengolahan BPATK pada koperasi ZIEBAR adalah sebagai berikut :

- a. Kekuatan: usaha sudah relatif cukup lama, teknologi yang dimiliki dapat digunakan untuk pemasaran, kemampuan SDM dalam menjalin komunikasi terhadap relasi, sudah diberlakukannya komputerisasi dalam segi pengelolaan administrasi, sumberdaya keuangan yang memadai permodalan BPATK.
- b. Kelemahan: Kurangnya pilihan dan inovasi Produk, dari segi bisnis hanya menunggu pesanan, tempat penyimpanan barang terbatas, target pasar saat ini hanya Bank BJB.
- c. Peluang: permintaan barang dari bank BJB relatif banyak, dengan banyaknya cabang bank BJB koperasi dapat menyebarkan secara luas produk yang dimilikinya, adanya pendanaan dari bank BJB, kebijakan pusat Bank BJB kepada setiap cabang untuk mengambil barang promosi kepada unit BPATK.
- d. Ancaman: penjualan barang promosi ATK saat ini masih bergantung pada Bank BJB, tingkat persaingan cukup tinggi, kenaikan bahan baku barang promosi.

Dengan menentukan alternatif strategi unit BPATK koperasi Ziebar dengan menggunakan metode SWOT yaitu dengan menganalisis faktor – faktor internal

dan eksternal guna mengetahui masalah – masalah yang terjadi dilapangan, dimana faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan sedangkan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman.

Faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) Usaha pengolahan BPATK pada koperasi ZIEBAR adalah sebagai berikut:

- a. Kekuatan: usaha sudah relatif cukup lama, teknologi yang dimiliki dapat digunakan untuk pemasaran, kemampuan SDM dalam menjalin komunikasi terhadap relasi, sudah diberlakukannya komputerisasi dalam segi pengelolaan administrasi, sumberdaya keuangan yang memadai permodalan BPATK.
- b. Kelemahan: Kurangnya pilihan dan inovasi Produk, dari segi bisnis hanya menunggu pesanan, tempat penyimpanan barang terbatas, target pasar saat ini hanya Bank BJB.
- c. Peluang: permintaan barang dari bank BJB relatif banyak, dengan banyaknya cabang bank BJB koperasi dapat menyebarkan secara luas produk yang dimilikinya, adanya pendanaan dari bank BJB, kebijakan pusat Bank BJB kepada setiap cabang untuk mengambil barang promosi kepada unit BPATK.
- d. Ancaman: penjualan barang promosi ATK saat ini masih bergantung pada Bank BJB, tingkat persaingan cukup tinggi, kenaikan bahan baku barang promosi.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas, alternatif strategi seperti apa yang sesuai untuk diterapkan pada usaha BPATK dalam upaya mengembangkan usahanya dilihat dari analisis SWOT. Maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “**Penetapan Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Analisis SWOT**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan urain yang terdapat dalam latar belakang penelitian, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apa saja kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Usaha Barang Promosi dan Alat Tulis Kantor saat ini?
2. Apa peluang dan ancaman yang dimiliki dan dihadapi oleh Usaha Barang Promosi dan Alat Tulis Kantor saat ini?
3. Bagaimana strategi yang tepat diterapkan pada Usaha Barang Promosi dan Alat Tulis Kantor saat ini agar dapat bersaing dan mengembangkan usahanya?

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan ini di usulkan dalam sub-sub bab berikut ini:

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi bisnis apa yang sebaiknya dipilih dan diterapkan oleh usaha Barang Promosi dan Alat Tulis Kantor dengan menggunakan analisis SWOT yakni analisis Internal dan Eksternal

secara menyeluruh tentang analisis kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang ada pada usaha Barang Promosi dan Alata Tulis kantor.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian pada unit usaha BPATK adalah untuk mengetahui yang dikemukakan dalam identifikasi masalah, yaitu:

1. Mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Usaha Barang Promosi dan Alat Tulis Kantor saat ini.
2. Mengetahui peluang dan ancaman yang dimiliki dan dihadapi oleh Usaha Barang Promosi dan Alat Tulis Kantor saat ini.
3. Merumuskan strategi yang tepat diterapkan pada Usaha Barang Promosi dan Alat Tulis Kantor saat ini agar dapat bersaing dan berkembang.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini disebutkan dalam sub-sub bab berikut ini:

1.4.1 Aspek Pengembangan Ilmu

- a. Sebagai salah satu sarana untuk menambah dan mengembangkan wawasan serta pengetahuan yang bersifat tertulis maupun praktis, terutama untuk menambah kajian dalam bidang bisnis.
- b. Bagi peneliti lain, sebagai bahan dan informasi untuk melakukan dengan kajian yang lebih lanjut.

1.4.2 Aspek Guna Laksana

Diharapkan dapat memberikan masukan terhadap pelaksanaan usaha bisnis dan pertimbangan dalam mengambil kebijakan atau keputusan di masa mendatang demi

kemajuan koperasi dengan diketahuinya kondisi koperasi sesungguhnya. Diharapkan dijadikan sebagai referensi untuk menggambarkan usaha yang dibutuhkan.

