

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Koperasi adalah sebuah badan usaha yang berorientasi untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran anggota koperasi pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Dilihat dari asal katanya koperasi berasal dari kata *Co* yang berarti bersama dan *Operation* yang berarti bekerja. Dengan demikian arti koperasi adalah bekerja sama. Dari kata ini, pada umumnya koperasi dapat didefinisikan sebagai perkumpulan atau organisasi yang beranggotakan orang-orang atau badan-badan yang secara sukarela bekerjasama untuk mencapai sesuatu tujuan berdasarkan atas asas kekeluargaan.

Seperti yang telah dicantumkan dalam Pasal 1 UU no. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian dijelaskan 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 berdasar atas asas kekeluargaan”.**

Pengertian di atas menegaskan bahwa koperasi sebagai badan usaha harus melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi. Prinsip koperasi Indonesia merupakan unsur yang penting dari dasar kerja koperasi sebagai badan usaha dan merupakan ciri khas dan jati diri koperasi yang membedakannya dari badan usaha lainya. Adapun prinsip-prinsip koperasi di Indonesia secara lengkap terdapat dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 Bab II Pasal 5, yaitu:

- a. **Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka**
- b. **Pengelolaan dilakukan secara demokratis**
- c. **Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota**
- d. **Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal**
- e. **Kemandirian**
- f. **Pendidikan perkoperasian**
- g. **Kerjasama antar koperasi**

Koperasi harus dikelola secara terencana melalui penerapan fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian yang efektif dan efisien. Koperasi sebagai organisasi ekonomi harus bisa menciptakan komunikasi yang efektif antara pengurus, karyawan, pengawas serta anggota agar dapat mencapai tujuan koperasi yang diinginkan, salah satunya dengan menggunakan media komunikasi tertentu dan bahasa yang mudah dipahami untuk mencapai tujuan tertentu. Seperti yang telah diungkapkan oleh Lydia Harlina Martono & Satya Joewana ( Menangkal Narkoba & Kekerasan : 2008) :

**“Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dari seorang kepada orang lain yang bertujuan untuk memberitahu, mengemukakan pendapat, dan mengubah perilaku baik secara langsung ataupun tidak langsung”.**

Dengan adanya suatu proses komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan lancar dan berhasil dan begitu pula sebaliknya. Apabila dalam suatu organisasi komunikasi yang terjalin kurang baik atau tidak adanya komunikasi

maka organisasi tersebut akan berantakan atau gagal dalam mewujudkan tujuan. Oleh karena itu, para pimpinan organisasi dan para komunikator dalam organisasi perlu memahami dan menyempurnakan kemampuan komunikasi mereka (Kothler, 1981).

KOPEL BULOG DIVRE JABAR yang beralamatkan di Jl. Soekarno-Hatta No. 711-A Kota Bandung dengan BADAN HUKUM No. 6960/BH/DK-10/1 tanggal 3 Oktober 1979, Instansi KOPEL BULOG DIVRE JABAR ini adalah yang bekerja pada Pemerintah Daerah Kota Bandung. KOPEL BULOG DIVRE JABAR berdiri sejak tanggal 3 oktober 1979 dengan nama Koperasi Karyawan Depot Logistik atau disebut “KARLOG” dengan nomor Badan Hukum 6960/BH/DK-10/1 yang kemudian pada Tahun 1987 berganti nama menjadi Koperasi Karyawan atau disebut “KOPKAR” Bina Sejahtera dan sejak Tahun 2005 hingga saat ini berganti menjadi KOPEL BULOG DIVRE JABAR melalui pengesahan Kantor Dinas Koperasi Kota Bandung No: PAD 518//PAD.14-DISKOP/2005 Tanggal 27 April 2005.

Terdapat beberapa unit usaha yang dijalankan oleh KOPEL BULOG DIVRE JABAR diantaranya:

1. Toko Kopel Mart
2. Unit Simpan Pinjam Kopel Bulog Divre Jabar
3. Jasa USP. Swamitra – I Kiaracandong
4. Jasa USP. Swamitra – II Cimindi
5. Jasa Apotek K-24 Kiaracandong
6. Jasa Cleaning Service

7. Jasa angkutan beras karyawan
8. Jasa pengadaan alat tulis kantor
9. Jasa foto copy
10. Jasa angkutan Move-Reg
11. Jasa sewa mobil

Berdasarkan laporan pertanggung jawaban pengurus tahun 2015 diperoleh informasi bahwa jumlah keanggotaan KOPEL BULOG DIVRE JABAR pada tahun 2016 tercatat sebanyak 1.156 orang, dengan rincian :

- |  |                    |
|--|--------------------|
| 1. Pegawai organik kantor divre jabar dan sub divre se-jabar | = 311 orang        |
| 2. Pensiunan Pegawai Perum Bulog (PPBL)                      |                    |
| daerah jabar dan perwakilan sub divre se-jabar               | = 575 orang        |
| 3. Karyawan & tenaga peaksana kopel bulog divre jabar        | = 54 orang         |
| 4. Lain-lain (anggota tidak aktif)                           | = 42 orang         |
| 5. Karyawan PT.KORP, UJASANG, dan UJASTAMA                   | <u>= 174 orang</u> |

Jumlah =1.156 orang

Menurut informasi yang didapat dari pengurus Kopel Bulog Divre Jabar Jumlah anggota Kopel Bulog Divre Jabar sejak tahun 2012-2016 selalu mengalami kenaikan, tahun 2016 adalah tahun dimana jumlah anggota Kopel Bulog Divre Jabar paling banyak terhitung sejak tahun 2012 atau 5 tahun terakhir. dari perkembangan jumlah anggota yang semakin meningkat setiap tahun, koperasi berusaha untuk meningkatkan pelayanannya agar anggota merasa nyaman dan puas dalam bertransaksi di Kopel Bulog Divre Jabar sehingga

anggota dapat dengan senang hati dan aktif ketika bertransaksi di Kopel Bulog Divre Jabar.

Salah satu unit usaha yang menjadi bahan penelitian dalam penelitian ini adalah unit usaha Toko Kopel Mart, unit usaha ini merupakan usaha yang menjual barang-barang kebutuhan pokok yang dikelola secara sistem mini market, kegiatan usaha ini selain dimanfaatkan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga anggota Kopel Bulog, termasuk pelayanan paket bulanan karyawan Perum Bulog Kantor Divre Jabar dan kantor Sub Divre Bandung, tidak tertutup pula pelayanan terhadap masyarakat umum sekitarnya.

Proses pembayaran pada Toko Kopel Mart dilakukan dengan tiga metode, yaitu:

1. Pembayaran dengan paket, yaitu program pembayaran dari kebijakan Perum Bulog yang mana semua pegawai organik Bulog setiap bulanya diberi voucher belanja sebesar Rp. 300.000. Voucher dapat digunakan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan anggota, tetapi voucher tersebut tidak dapat ditukar dalam bentuk uang dan harus digunakan untuk bertransaksi pada Toko Kopel Mart. Transaksi dengan menggunakan voucher ini juga dicatat dalam perhitungan pembagian Sisa Hasil Usaha (SHU) kepada anggota. Transaksi dengan menggunakan voucher ini adalah transaksi yang mencapai hasil penjualan tertinggi di tahun 2016 yaitu sebesar Rp. 258.134.286,40
2. Pembayaran secara tunai (cash), yaitu program pembayaran yang mana setiap anggota yang melakukan transaksi pada Toko Kopel Mart harus

membayar total pembelianya secara tunai. Berdasarkan informasi yang di dapat dari pengurus Kopel Bulog divre Jabar bahwa transaksi hasil penjualan Toko Kopel Mart adalah 70% berasal dari anggota yaitu sebesar Rp. 141.881.452,30 dari total penjualan secara tunai sebesar Rp. 202.687.789,00 di tahun 2016, dan yang 30% berasal dari masyarakat umum yaitu sebesar Rp.60.806.336,70. Dalam metode pembayaran secara tunai ini koperasi tidak mencatat transaksi yang dilakukan oleh anggota, artinya anggota tidak mendapat manfaat ekonomi tidak langsung yaitu berupa Sisa Hasil Usaha (SHU) dari transaksi secara tunai ini.

3. Pembayaran secara kredit, yaitu cara pembayaran bagi anggota yang melakukan transaksi pada Toko Kopel Mart tidak harus membayar total secara langsung pembelianya pada saat itu. Akan tetapi, pembayaran akan langsung dipotong dari gaji karyawan (anggota) setiap bulanya. Pembayaran secara kredit ini dicatat dan masuk dalam perhitungan pembagian Sisa Hasil Usaha (SHU) koperasi kepada anggota.

Karyawan yang bekerja melayani anggota atau konsumen pada Toko Kopel ada 3 orang karyawan, tugas karyawan adalah melayani anggota atau konsumen agar dapat bertransaksi dengan nyaman dan puas di Toko Kopel Mart dan juga mengecek persediaan barang-barang yang tersedia, dan mencatat transaksi anggota.

Menurut informasi yang didapat dari anggota Kopel Bulog Divre Jabar, dalam implementasi program-program kerja Kopel Mart yang dicanangkan masih terdapat kelemahan-kelemahan yang terjadi, kurangnya komunikasi yang

baik menimbulkan kesenjangan antar pengurus dan karyawan Kopel Mart. Hal ini mengindikasikan bahwa komunikasi yang kurang efektif berpengaruh besar kepada keberlangsungan program kerja. Dari hasil pengamatan peneliti, terkadang komunikasi yang berlangsung antara pengurus dan karyawan Toko Kopel Mart kurang berjalan dengan baik. Khususnya komunikasi dari karyawan ke pengurus.

Terkadang karyawan merasa dibawah tekanan dengan sikap pengurus yang cenderung berlangsung satu arah dalam berkomunikasi, karyawan tidak dapat bebas dan langsung menyampaikan aspirasi, pendapat dan masukannya yang berkaitan dengan Toko Kopel Mart. Misalnya tentang bagaimana suatu pekerjaan yang seharusnya baik dilakukan sesuai dengan yang dilapangan atau mengenai kelengkapan produk yang tersedia di Toko Kopel Mart yang masih kurang. Semua harus berdasarkan perintah pengurus, padahal kadang karyawan lebih tahu secara praktek bagaimana kondisi dan keadaan Toko Kopel Mart karena mereka lah yang bertugas mengurusnya sehari-hari. Kecuali ketika diminta pendapat saat diadakan rapat-rapat kerja, karena demikian itu menyebabkan rasa keinginan karyawan untuk menyampaikan kritik dan saran untuk Toko Kopel Mart pun agak berkurang karena kurangnya apresiasi dari pengurus ketika karyawan menyampaikan kritik dan saran. Selain itu, komunikasi yang kurang efektif yang terjadi antara pengurus dan karyawan juga disebabkan karena adanya *miss communication*. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki karyawan sehingga menyebabkan hasil dari program kerja yang dilaksanakan kurang maksimal yang menyebabkan

kurangnya kepuasan anggota ketika bertransaksi di Toko Kopel Mart, masih ada pekerjaan yang tidak sesuai dengan yang diperintahkan, karyawan yang kurang gesit dalam bekerja. Oleh karena itu masalah yang timbul dalam Toko Kopel Mart akan segera teratasi apabila komunikasi yang berlangsung dalam koperasi dapat berlangsung dengan baik. Komunikasi dalam Toko Kopel Mart akan berjalan dengan baik apabila arus informasi dalam koperasi diterapkan dengan sempurna, sehingga tidak terjadi hambatan dalam penerapan sistem komunikasi pada koperasi dan juga pola komunikasi yang digunakan pun sesuai dengan kondisi di lapangan. Seluruh kegiatan usaha koperasi harus didasarkan pada pemenuhan pelayanan atau pemenuhan kebutuhan ekonomi yang dibutuhkan anggota demi terwujudnya tujuan koperasi yaitu meningkatkan kesejahteraan anggota koperasi salah satunya dengan memperbaiki komunikasi sehingga dapat tercipta komunikasi yang efektif .

Dari hasil wawancara dengan pengurus dan karyawan partisipasi anggota pada unit usaha Toko Kopel Mart masih termasuk dalam kategori rendah. Partisipasi yang rendah tersebut disebabkan karena produk yang dijual pada Toko Kopel Mart masih belum lengkap dan juga karena fasilitas pembayaran yang disediakan kurang begitu menguntungkan bagi sebagian anggota, sehingga anggota lebih memilih untuk berbelanja di toko selain Toko Kopel Mart.

Rendahnya tingkat partisipasi anggota ini juga karena ada sebagian dari anggota koperasi yang tidak mau jika gaji mereka sebagai karyawan Bulog di potong untuk melunasi pembayaran secara kredit setiap bulannya di Toko Kopel Mart. Serta karena terjadinya perbedaan keinginan antara anggota dan pengurus



koperasi dalam pelaksanaan program yang telah disepakati maupun kemampuan yang dimiliki oleh pengurus dan karyawan yang berbeda.

Pada tabel dibawah ini dijelaskan pendapatan SHU atau keuntungan dari hasil penjualan barang pada Toko Kopel Mart dari tahun 2012-2016.

**Tabel 1.1 Perhitungan SHU Toko Kopel Mart Tahun 2012-2016**

No	Tahun	Sisa Hasil Usaha (SHU)	Kenaikan/Penurunan	
			(Rp)	(%)
1	2012	32.283.978,89	-	-
2	2013	24.464.240,14	7.819.738,75	(24,22)
3	2014	21.387.369,73	3.076.870,41	(12,57)
4	2015	23.783.424,40	2.396.054,67	11,20
5	2016	28.312.354,00	4.528.929,6	19,04

*Sumber: Laporan RAT Kopel Bulog Divre Jabar tahun 2016*

Berdasarkan data pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa pada 2 tahun terakhir pendapatan Sisa Hasil Usaha (SHU) pada Toko Kopel Mart mengalami peningkatan yang signifikan. Diduga bahwa peningkatan pendapatan pada koperasi disebabkan karena adanya peningkatan jumlah anggota pada Kopel Bulog Divre Jabar, yang mana pada tahun 2015 jumlah anggota Kopel Bulog Divre Jabar terdapat sebanyak 1.135 dan pada tahun 2016 terdapat sebanyak 1.156. Peningkatan tersebut terjadi karena adanya rekrutment pegawai baru Perum Bulog dan adanya alih tugas pegawai dari luar wilayah kerja Perum Bulog.

Kopel Bulog juga telah melaksanakan pelatihan koperasi bagi anggota koperasi dan karyawan untuk dapat menambah pemahaman yang lebih baik

kepada anggota dan karyawan tentang koperasi sehingga dapat melayani anggota dengan baik dan benar dan juga agar anggota dapat aktif bertransaksi yang pada akhirnya dapat meningkatkan efektivitas kerja masing-masing pengurus, manajer, karyawan dan anggota, meningkatkan pendapatan koperasi dan meningkatkan kesejahteraan anggota koperasi.

Berdasarkan survey penelitian pada Kopel Bulog Divre Jabar Khususnya pada Unit Usaha Toko Kopel Mart, maka peneliti ingin mengetahui lebih mendalam mengenai pola komunikasi antara pengurus dan karyawan dalam upaya meningkatkan efektivitas komunikasi kerja pada koperasi yang dimana masih ada beberapa hal yang perlu untuk diperbaiki dan dikembangkan lagi khususnya pada unit usaha Toko Kopel Mart.

Berdasarkan uraian fenomena yang dijelaskan tersebut diatas menunjukkan bahwa pola komunikasi yang digunakan khususnya dalam hal efektivitas komunikasi kerja antara pengurus dan karyawan pada Toko Kopel Mart masih terdapat kekurangan dan hambatan sehingga menimbulkan berbagai permasalahan pada Toko Kopel Mart. Bertitik tolak dari fenomena yang terjadi maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“POLA KOMUNIKASI ANTARA PENGURUS DAN KARYAWAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN EFEKTIVITAS KOMUNIKASI KERJA”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

1. Bagaimana pelaksanaan komunikasi antara pengurus dan karyawan pada unit usaha “Toko Kopel Mart”?

2. Bagaimana efektivitas komunikasi kerja pengurus dan karyawan pada unit usaha “Toko Kopel Mart” ?
3. Bagaimana langkah-langkah yang dilakukan pengurus dan karyawan “Kopel Bulog Divre Jabar” dalam upaya meningkatkan efektivitas komunikasi kerja pada unit usaha “Toko Kopel Mart” ?

### **1.3. Maksud Dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan pola komunikasi antara pengurus dan karyawan dalam upaya meningkatkan efektivitas komunikasi kerja pada “Kopel Bulog Divre Jabar” di unit usaha “Toko Kopel Mart”.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian pada koperasi “Kopel Bulog Divre Jabar” adalah untuk mengetahui yang dikemukakan dalam identifikasi masalah, yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan komunikasi antara pengurus dan karyawan pada unit usaha “Toko Kopel Mart”.
2. Untuk mengetahui bagaimana efektivitas komunikasi kerja antara pengurus dan karyawan pada unit usaha “Toko Kopel Mart”.
3. Untuk mengetahui bagaimana langkah-langkah yang dilakukan oleh pengurus dan karyawan “Kopel Bulog Divre Jabar” dalam upaya meningkatkan efektivitas komunikasi kerja pada unit usaha “Toko Kopel Mart”.

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan di atas, kegunaan yang akan diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

Secara teoritis, kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Harapan dari penelitian ini semoga dapat memberikan sumbangan data bagi pengembangan ilmu Manajemen Komunikasi Bisnis dan Penyuluhan serta Koperasi, khususnya komunikasi bisnis pada Bagi “Kopel Bulog Divre Jabar”.
2. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar pengetahuan dan pengalaman dalam kegiatan penelitian berikutnya.

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

secara praktis, kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi “Kopel Bulog Divre Jabar” Sebagai masukan dan sumbangan pemikiran bagi pihak “Kopel Bulogn Divre Jabar” dalam usaha mengembangkan koperasi melalui strategi pola komunikasi.

2. Bagi Masyarakat

Dapat dijadikan pedoman apakah koperasi tersebut, sudah sesuai fungsi, peran dan tujuan koperasi.