

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Pada era globalisasi semua jenis usaha baik itu usaha besar, usaha kecil menengah (UKM) maupun koperasi dihadapkan pada kondisi persaingan yang lebih kompetitif. Kondisi ini menuntut para pelaku usaha untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menentukan dan mengembangkan kebijakan usaha guna menjaga kelangsungan hidup perusahaannya.

Dalam sejarah perkembangan perekonomian di Indonesia, koperasi memiliki peranan yang cukup berarti. Dari beberapa contoh kasus tentang koperasi memperlihatkan bahwa keberadaan koperasi tidak saja menguntungkan pada anggota koperasi tetapi juga berperan dalam penyerapan tenaga kerja dalam memberikan tingkat kesejahteraan yang lebih baik.

Tujuan pembangunan nasional dalam UUD 1945 Pasal 33 ayat 1 yang menyatakan bahwa :

“Perkonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas Kekeluargaan”

Keberadaan koperasi diperjelas dalam UU RI Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian yang menyatakan bahwa :

“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan”.

Oleh karena itu maka menjalankan perekonomian perlu adanya bangun usaha bersama yang demokratis, gotong royong dan bersifat kekeluargaan. Tetapi koperasi sebagai lembaga perekonomian pendukung pembangunan, kontribusinya masih jauh tertinggal di banding BUMN, atau perusahaan swasta. Koperasi adalah bagian integral dari perekonomian baik sebagai gerakan ekonomi rakyat maupun untuk menyokong perekonomian daerah melalui program-program pemerintah dengan membentuk koperasi unit desa sebagai sarana. Menurut UU RI No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, koperasi memiliki peran dan fungsi antara lain sebagai berikut :

1. Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya.
2. Berperan serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat.
3. Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai soko gurunya.
4. Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

Lebih lanjut dalam menjalankan perannya, koperasi sebagai organisasi masyarakat yang mandiri, harus dapat berdiri sendiri tanpa bergantung pada pihak lain dengan dilandasi oleh kepercayaan kepada pertimbangan, keputusan kemampuan dan usaha sendiri serta kebebasan yang bertanggung jawab, otonomi, swadaya, berani mempertanggung jawabkan perbuatan sendiri dan kehendak untuk mengelola diri sendiri. Pengembangan usaha koperasi tidak bisa lepas dari partisipasi anggota sebagai masyarakat internal koperasi maupun masyarakat sekitar pada umumnya dalam memanfaatkan pelayanan yang ada pada unit-unit usaha koperasi demi kemajuan dan perkembangan usaha koperasi itu sendiri.

Terdapat penelitian sebelumnya yang meneliti mengenai fungsi pemasaran yang telah dilakukan penelitian lain yang membahas adalah :

Rika Destriany (2015) dengan judul analisis hubungan fungsi pemasaran dengan volume penjualan pedagang pengecer susu segar di koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU) Lembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fungsi pemasaran yang dilakukan pedagang pengecer susu segar termasuk dalam kategori sedang, begitu juga dengan volume penjualan termasuk kategori sedang. Sementara, hasil uji korelasi *Rank Spearman* yaitu menunjukkan hasil yang signifikan antara fungsi pemasaran dengan volume penjualan. Adapun kekuatan hubungan kedua variabel tersebut adalah sedang (0,436).

Di Indonesia, KUD didirikan oleh pemerintah dengan berbagai macam fasilitas, dana atau modal koperasi yang diperoleh Koperasi Unit Desa sama dengan koperasi lain yaitu berasal dari simpanan pokok, simpanan wajib, dan simpanan sukarela para anggota koperasi tersebut. Peranan KUD dapat menjadi wadah bagi kelompok yang ada dan kelompok lainnya sehingga kelompok-kelompok tersebut akan bersifat permanen dapat terkordinir dengan baik.

Salah satu koperasi yang memiliki tujuan seperti di atas adalah Koperasi Unit Desa Sarwa Mukti Cisarua. KUD Sarwa Mukti Cisarua merupakan sebuah koperasi yang memberikan bentuk nyata dalam kegiatan-kegiatan usahanya dengan basis perekonomian kerakyatan yang senantiasa memperhatikan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat khususnya anggota yang berada di Kecamatan Cisarua dan Kecamatan Parongpong.

Koperasi Unit Desa Sarwa Mukti didirikan oleh 35 orang tokoh masyarakat yang mempunyai keinginan untuk meningkatkan taraf hidup ekonomi masyarakat setempat. Sehingga dengan usaha dan kerja keras, mereka dapat membentuk suatu Badan Usaha Koperasi yaitu Koperasi Unit Desa Sarwa Mukti yang beralamat di Jalan Kolonel Matsuri Desa Jambudipa Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat dengan meliputi wilayah kerja sebanyak 10 desa.

Dalam menjalankan usahanya KUD Sarwa Mukti mengelola berbagai unit usaha yang pada dasarnya disesuaikan dengan kebutuhan para anggotanya. Unit - unit usaha tersebut antara lain adalah :

1. Unit Sapi Perah/Susu.
2. Unit Produksi Makanan Ternak (Mako).
3. Unit Listrik.
4. Unit Waserda.
5. Unit Simpan Pinjam (USP)
6. Unit Pasterisasi Susu Cup.

Dalam perkembangannya, Anggota KUD Sarwa Mukti mengalami Fluktuasi namun cenderung mengalami penurunan selama empat tahun terakhir yakni dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2016. Dengan keadaan tersebut untuk lebih mengkoordinir kebutuhan anggota sehingga keberadaan anggota lebih terkontrol maka pengurus melakukan kebijakan pada tahun 2015 untuk melakukan pendataan ulang dalam mengidentifikasi anggota KUD Sarwa Mukti.

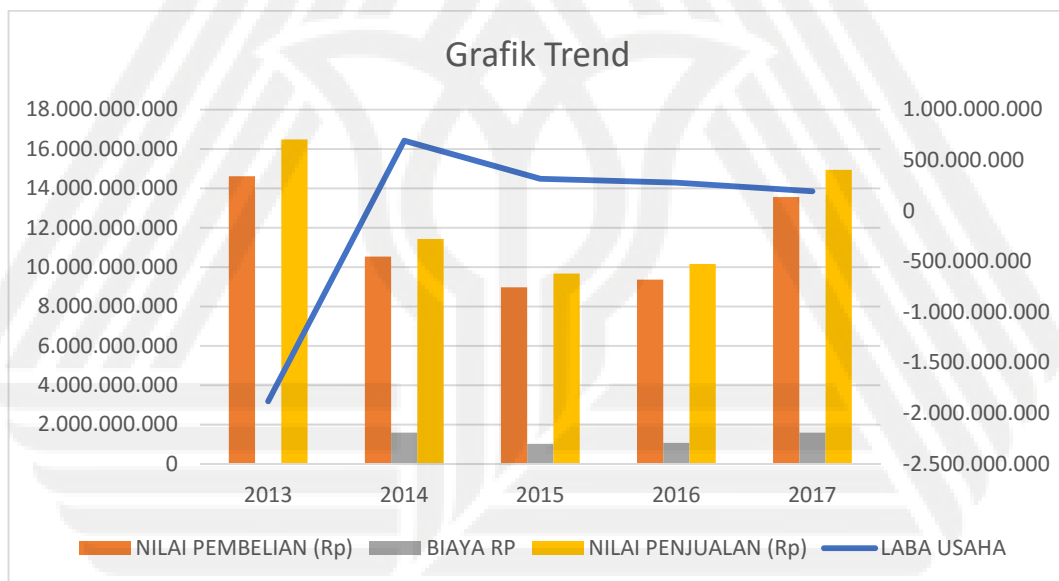
Selain itu dalam pendataan anggota agar lebih terkoordinasi dengan baik, maka anggota dibagi dalam 20 kelompok yang terhimpun dari dua Kecamatan yakni Kecamatan Cisarua dan Parongpong dan masing-masing kecamatan terdiri atas 10 kelompok peternak.

Secara rinci partisipasi anggota dalam bentuk kegiatan pembelian dan penjualan susu sapi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 1.1. Perkembangan Pembelian dan Penjualan Susu Sapi**

Tahun	Nilai Pembelian (Rp)	Biaya (Rp)	Nilai Penjualan (Rp)	Laba Usaha (Rp)
2013	14.606.135.617	2.022.721.164	16.488.267.367	-1.882.131.750
2014	10.527.539.093	1.587.075.178	11.421.857.582	692.756.689
2015	8.966.510.515	1.021.249.287	9.672.073.800	315.686.002
2016	9.358.921.420	1.070.985.640	10.152.461.746	277.445.314
2017	13.546.250.850	1.584.101.855	14.938.120.763	192.231.942

Sumber : Laporan RAT KUD Sarwa Mukti Tahun 2013-2017



**Gambar 1.1. Data Perkembangan Pembelian dan Penjualan Susu Sapi Dalam Bentuk Grafik Trend**

Sumber : Pengolahan Data RAT KUD Sarwa Mukti Tahun 2018

Namun demikian, melihat kepada perkembangan laba usaha susu sapi KUD Sarwa Mukti, Setiap tahunnya mengalami penurunan. Jumlah pembelian susu sapi anggota cenderung meningkat, demikian juga dalam hal pembeliannya. Seperti yang sudah dijelaskan, yang jadi masalah adalah ada anggota yang belum berpartisipasi aktif memanfaatkan unit usaha susu tersebut.

**Tabel 1.2. Peternak dan Bukan Peternak**

Tahun	Peternak	Bukan Peternak
2013	463	108
2014	389	72
2015	226	57
2016	222	63
2017	243	63

*Sumber : Laporan RAT KUD Sarwa Mukti Tahun 2013-2017*

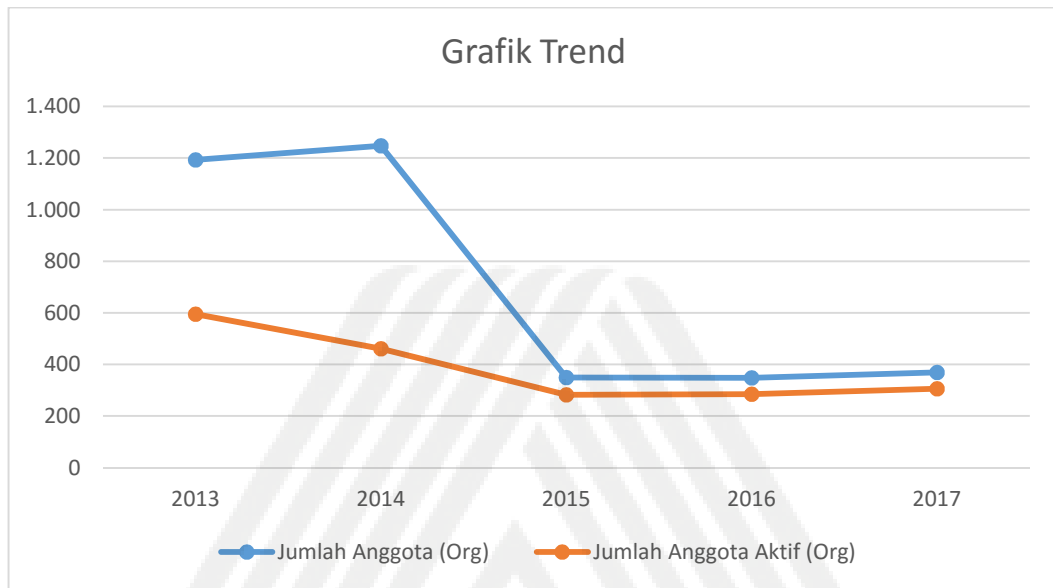
Dari jumlah anggota keseluruhan 369 orang jumlah anggota yang aktif 306 orang atau 83%. Ini berarti sisanya berarti belum aktif menyalurkan hasil produksinya ke unit usaha susu KUD sarwa mukti, mereka yang tidak aktif yang terlibat dengan para kolektor untuk menyalurkan hasil produksinya.

Berikut adalah perkembangan jumlah anggota KUD Sarwa Mukti Cisarua selama lima tahun terakhir dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 1.3. Perkembangan Jumlah Anggota KUD Sarwa Mukti Tahun 2013-2017**

No	Tahun	Jumlah Anggota (Orang)	Jumlah Anggota Aktif Yang Berpartisipasi Menyetor Susu Sapi (Orang)
1.	2013	1.193	595
2.	2014	1.247	461
3.	2015	349	283
4.	2016	348	285
5.	2017	369	306

*Sumber : Laporan RAT KUD Sarwa Mukti Tahun 2013-2017*



**Gambar 1.2. Data Perkembangan Jumlah Anggota Dalam Bentuk Grafik**

*Sumber : Pengolahan Data RAT KUD Sarwa Mukti*

Mengacu pada tabel tersebut, terlihat bahwa jumlah anggota dari tahun 2013-2017 mengalami fluktuasi, Dapat dilihat tahun 2013-2014 ke 2017 terjadi penurunan jumlah anggota yang signifikan, jumlah anggota yang keluar sebanyak 898 anggota, sebanyak 369 orang peternak yang ada 306 orang atau 83% yang berpartisipasi memanfaatkan unit usaha susu di KUD Sarwa Mukti, sedangkan sisanya sebanyak, 17% (63 Orang) belum memanfaatkan unit usaha tersebut. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan beberapa orang anggota 8 orang, baik yang sudah memanfaatkan maupun yang belum memanfaatkan unit usaha susu, dari jawaban-jawaban mereka, yang kemudian di analisis, diduga penyebab rendahnya partisipasi anggota dalam memanfaatkan unit usaha susu diantaranya ada hubungannya dengan fungsi-fungsi pemasaran yang dilaksanakan KUD Sarwa Mukti Sebagai Berikut :

1. Harga beli yang ditetapkan oleh koperasi terhadap anggota masih relatif rendah sehingga menyebabkan anggota ada yang menjual susunya ke pihak lain (Kolektor) yang harga belinya lebih tinggi dari yang ditetapkan koperasi. Berikut ini perbandingan harga koperasi dan kolektor.

**Tabel 1.4. Perbandingan Harga Beli Susu oleh Koperasi Kolektor dan IPS**

No	Tahun	Harga Beli Susu Sapi		
		Koperasi (Rp/L)	Kolektor (Rp/L)	IPS (Rp/L)
1.	2013	3.542	3.600	5.400
2.	2014	4.279	4.325	5.400
3.	2015	4.360	4.460	5.400
4.	2016	4.584	4.600	5.400
5.	2017	4.707	4.800	5.400

*Sumber : Data Pengurus KUD Sarwa Mukti Tahun 2013-2017*

Dari tabel tersebut, diketahui mengenai harga beli koperasi dari anggota Rp 4.707/liter masih lebih rendah dibandingkan dengan kolektor maupun harga rata-rata berkisar jual ke IPS Rp 5.400/liter. Berikut ini merupakan standar kualitas susu yang diterima oleh IPS:

BJ	FAT	SNF	TS
102,75	3,3	6,9	10,2

Naik turunnya harga dipengaruhi oleh standar kualitas susu yang disetorkan anggota kepada koperasi.

2. Tempat pelayanan koperasi dalam penampungan hasil produksi anggota masih kurang memadai, seperti lokasi, diantaranya ada lokasi yang kurang strategis. Adapun kolektor untuk menangani hal ini seperti melakukan jemput bola (datang ke tempat usaha anggota).



3. Sistem pembayaran dari koperasi ada tempo (lima belas hari sekali) sedangkan dari kolektor pembayarannya langsung.
4. Dalam hal anggota memerlukan uang (modal). Koperasi menetapkan prosedur yang dirasakan berbelit-belit (persyaratannya). Sedangkan pada kolektor tidak ada persyaratan khusus, yang penting penyetoran susu harus pada mereka (Kolektor). Para anggota sering memanfaatkan tawaran modal atau jasa keuangan kolektor, meskipun pada akhirnya akan merugikan anggota sendiri karena tingkat bunga kolektor jauh lebih tinggi dari koperasi. Selain itu terkait penjualan pakan ternak MAKO adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.5. Realisasi Penjualan Unit Mako**

No	Tahun	Realisasi (Rp)
1.	2013	289.220.000
2.	2014	159.255.000
3.	2015	18.497.000
4.	2016	8.937.795
5.	2017	6.995.367

*Sumber : Laporan RAT KUD Sarwa Mukti Tahun 2013-2017*

Dapat diketahui dengan adanya pemberhentian unit MAKO walaupun ada pilihan lain partisipasi untuk membeli MAKO turun berbeda dengan saat koperasi memproduksi sendiri MAKO partisipasi anggota tinggi terlihat dari penjualan pada unit MAKO yang besar.

Namun selain sebagai pemasok, partisipasi anggota selain menyalurkan hasil produksi melalui koperasi juga memanfaatkan Pelayanan Unit (Pakan Ternak) MAKO, dapat dilihat dari penyaluran hasil produksi juga bisa dilihat dari penggunaan MAKO (Pakan Ternak)

Tingkat partisipasi belum tercapai diduga ada hubungannya dengan fungsi pemasaran. Salah satu fungsi pemasaran unit usaha susu terhadap harga pembelian oleh koperasi dibandingkan dengan harga pembelian yang diterima pihak lain seperti yang terjadi di wilayah kerja Sarwa Mukti, anggota masih ada yang menyalurkan hasil produksinya ke beberapa pemasaran saluran lain selain ke koperasi ke unit usaha susu KUD. Anggota menyalurkan hasil produksi ke koperasi dengan harga Rp4.707/liter sedangkan anggota menyalurkan hasil produksi ke kolektor dengan harga Rp5.400/liter sedangkan anggota menyalurkan ke home industri dengan harga Rp5.200/liter.

Rendahnya partisipasi anggota disebabkan oleh harga beli yang rendah oleh koperasi, Sistem pembayaran di koperasi juga ada tempo, serta dalam permodalan (modal) koperasi menetapkan prosedur atau persyaratan. Akhirnya anggota sering memanfaatkan tawaran modal atau jasa keuangan kepada kolektor. Untuk mengetahui dengan jelas persoalan rendahnya partisipasi anggota dalam penyeter susu maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut. Hal ini penting untuk mengetahui dengan pasti penyebab masalah tersebut sehingga dapat dicari solusi yang tepat untuk mengatasinya. Dengan demikian apa yang diharapkan koperasi yakni partisipasi anggota yang tinggi dalam upaya meningkatkan kesejahteraan anggota koperasi dapat tercapai.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan pada latar belakang maka dilakukan penelitian dengan judul “ANALISIS PELAKSANAAN FUNGSI PEMASARAN OLEH UNIT USAHA SUSU DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI PEMASOK”.

(Studi Kasus pada Koperasi Unit Desa Sarwa Mukti Kecamatan Cisarua - Kabupaten Bandung Barat)”).

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Masalah-masalah yang ada pada latar belakang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana fungsi pemasaran yang dilaksanakan oleh Unit Usaha Susu KUD Sarwa Mukti dalam pemasaran susu sapi hasil produksi anggota.
2. Bagaimana tanggapan anggota terhadap fungsi pemasaran yang dilaksanakan KUD Sarwa Mukti dalam memasarkan produk susu sapi hasil produksi anggota.
3. Upaya perbaikan fungsi-fungsi pemasaran yang bagaimana yang harus dilakukan oleh Unit Usaha Susu KUD Sarwa Mukti agar partisipasi anggota meningkat.

## **1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1. Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk dapat mendeskripsikan tentang fungsi pemasaran yang dilaksanakan oleh Unit Usaha Susu KUD Sarwa Mukti dan upaya meningkatkan partisipasi anggota.

### **1.3.2. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui fungsi pemasaran yang dilaksanakan oleh Unit Usaha Susu KUD Sarwa Mukti dalam pemasaran susu sapi hasil produksi anggota.
2. Untuk mengetahui tanggapan anggota terhadap fungsi pemasaran yang dilaksanakan KUD Sarwa Mukti dalam memasarkan produk susu sapi hasil produksi anggota.

3. Untuk perbaikan fungsi-fungsi pemasaran yang bagaimana yang harus dilakukan oleh Unit Usaha Susu KUD Sarwa Mukti agar partisipasi anggota meningkat.

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

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan keilmuan dalam bidang koperasi dan pemasaran dari aspek teoritis dan aspek gunalaksana.

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

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian untuk penelitian selanjutnya, serta dapat menambah referensi pembahasan seputar masalah pemasaran pada koperasi.

##### **1.4.2. Kegunaan Gunalaksana**

###### **1.4.2.1. Bagi Koperasi**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada manajemen mengenai permasalahan yang dihadapi dan diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan manajemen dalam pemecahan masalah yang dihadapi koperasi.

###### **1.4.2.2. Bagi Masyarakat Umum**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian untuk penelitian selanjutnya, serta dapat menambah referensi, acuan dan pembanding untuk melakukan penelitian yang sejenis serta pembahasan seputar masalah pemasaran pada koperasi.