

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Setiap negara memiliki sistem ekonominya tersendiri yang dilatar belakangi oleh budaya, geografis, dan sistem sosial ekonomi mereka. Tentu saja Indonesia memiliki sistem tersendiri yang lahir dari para pendiri bangsa ini. Tercantum pada Undang-Undang Dasar Indonesia pasal 33 ayat 1-5 bahwa sistem ekonomi Indonesia bertujuan untuk mensejahterakan rakyatnya dengan menggabungkan sistem ekonomi kekeluargaan dan ketuhanan. Pada pasal tersebut juga, secara makro sistem ekonomi Pancasila dalam mendefinisikan kesejahteraan terdiri atas dua unsur yaitu unsur materi (lahir) dan batin (rohani) yang diraih melalui gotong royong secara merata (Bawazier: 2017).

Jika mengacu kepada Undang-Undang Dasar 1945 pada Pasal 33 ayat 1, di sana dijelaskan bahwa perekonomian perlu disusun sebagai usaha bersama dengan berasaskan kekeluargaan. Ayat ini berisikan makna bahwa perekonomian tidak seharusnya dijalankan dengan dasar persaingan yang hanya mementingkan kepentingan pribadi saja (Ruslina, E: 2012). Berdasarkan pada ayat tersebut pula koperasi merupakan badan usaha yang dapat dikatakan yang paling sesuai dengan jati diri bangsa Indonesia yaitu gotong royong, koperasi yang diharapkan menjadi sokoguru perekonomian Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam

mewujudkan kestabilan ekonomi dengan menumbuhkan dan mengembangkan potensi perekonomian rakyat.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian Pasal 1 ayat 1 yang berisi : ”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”. Berdasarkan undang-undang tersebut koperasi merupakan badan usaha yang didirikan dengan tujuan agar kepentingan bersama yang telah dirumuskan tercapai. Dengan tercapainya tujuan tersebut akan berdampak kepada kemakmuran dan kesejahteraan ekonomi anggota dan pada akhirnya besar kecilnya berdampak kepada peningkatan perekonomian Indonesia. Selain koperasi, badan usaha yang berperan dalam mengembangkan perekonomian Indonesia adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM dan Koperasi berpotensi besar untuk memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat dengan menciptakan lapangan pekerjaan, mengurangi ketimpangan ekonomi, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan peningkatan pendapatan dapat meningkatkan daya beli, meningkatkan konsumsi domestik, dan menciptakan lingkaran roda ekonomi yang berkelanjutan (Vinatra et al: 2023).

Jika dilihat secara ekonomi, tujuan dari didirikannya koperasi adalah untuk meningkatkan promosi ekonomi (Kesejahteraan) anggotanya melalui pelayanan yang diberikan oleh koperasi. Peningkatan promosi ekonomi anggota dapat diwujudkan

melalui proses transaksi bisnis antara anggota dan koperasi (Indra 2022). Perbedaan peningkatan promosi anggota dapat dilihat dari sebelum atau sesudah menjadi anggota koperasi, baik berupa pendapatan nominal (*nominal income*) ataupun pendapatan riil (*real income*). Peningkatan kesejahteraan anggota koperasi dapat terwujud melalui berbagai layanan yang diberikan oleh koperasi, seperti menyediakan akses ke pasar, sumber daya, atau pelatihan yang diperlukan untuk meningkatkan produktivitas atau pendapatan anggota.

Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI) Kota Bandung merupakan salah satu koperasi produsen yang beralamat di Jalan Ciparay No. 305 Kota Bandung yang didirikan pada tanggal 27 Mei 1979 dengan Surat Keterangan Badan Hukum Koperasi Nomor: 6935/BH/DK-10/1 tertanggal 12 juli 1979. Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI) memiliki beberapa jenis usaha. Salah satu jenis usahanya yaitu usaha perdagangan kedelai, yang mana Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI) menyediakan dan menyalurkan kedelai kepada para anggotanya yang berprofesi sebagai pengrajin tempe dan tahu. Anggota yang membeli kedelai dapat membeli secara langsung kepada KOPTI atau membeli kepada unit pelayanan yang berada di 5 kecamatan di Kota Bandung yaitu Kecamatan Bojongloa, Kecamatan Antapani, Kecamatan Cibolerang, Kecamatan Babakan, dan Kecamatan Sukahaji. Bagi konsumen yang berstatus sebagai anggota dapat melakukan pembelian secara kontan ataupun tempo baik yang melakukan pembelian secara langsung melalui KOPTI atau unit pelayanan. Sistem tempo yang diberikan

kepada anggota koperasi adalah satu hari setelah pembelian dilakukan. Sedangkan konsumen non-anggota yang melakukan pembelian di KOPTI atau unit pelayanan wajib melakukan pembayaran secara kontan.

Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI) Kota Bandung merupakan koperasi produsen yang berperan dalam penyediaan kedelai sebagai bahan baku yang dibutuhkan oleh para anggotanya berupa kedelai untuk pembuatan tempe dan tahu. Pihak yang terlibat dalam pengadaan kedelai untuk anggota untuk KOPTI Kota Bandung antara lain PUSKOPTI yang menjadi pemasok kedelai bagi KOPTI Kota Bandung dan PT Mitra Agri sebagai pemasok dan importir PUSKOPTI. Kedelai yang didistribusikan merupakan kedelai impor dari Amerika Serikat. Pengadaan kedelai melalui aktivitas impor yang berasal hanya dari satu negara saja menyebabkan KOPTI Kota Bandung tidak memiliki opsi lain dan kekuatan daya tawar harga. Aktivitas impor ini juga mempengaruhi terhadap harga kedelai dalam negeri yang disebabkan oleh nilai tukar Rupiah (Rp) terhadap Dollar Amerika (USD).

Anggota koperasi memiliki identitas ganda, yaitu anggota sebagai pemilik sekaligus sebagai pelanggan. Sebagai pemilik anggota berharap akan mendapatkan SHU yang besar dan sebagai pelanggan berharap mendapatkan harga yang lebih murah dibanding pesaing (Sukmahadi. 2023). Dengan anggota mendapatkan harga kedelai lebih murah dibanding pesaing akan meningkatkan partisipasi anggota dan meningkatkan volume penjualan. Hal ini dikarenakan harga mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Gunarsih, Kalangi, dan Tamengkel: 2021).

Berikut adalah tabel penjualan kedelai dan keuntungan kotor pada tahun 2019-2023 di Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI):

Tabel 1. 1 Volume Penjualan dan Pendapatan Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI) Kota Bandung Tahun 2019-2023

No	Tahun	Target (Kg)	Realisasi (Kg)	Persentase (%)	Pendapatan (Rp)
1	2019	4.200.000	3.970.177	94,53%	1.304.070.178
2	2020	4.200.000	3.788.080	90,2%	1.304.901.490
3	2021	4.200.000	2.924.382	69,62%	1.039.896.139
4	2022	4.200.000	1.827.314	43%	1.466.131.014
5	2023	4.200.000	3.876.104	92%	1.440.966.587

Sumber : Laporan Tahunan RAT Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI) Kota Bandung 2019-2023

Pada Tabel 1.1 diperlihatkan bahwa Volume penjualan dan pendapatan dari penjualan di Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI) selama 5 tahun, dimana dari tahun 2019-2022 mengalami penurunan terus menerus secara drastis. Penurunan penjualan yang drastis ini disebabkan oleh faktor *uncontrollable* yaitu pandemi Covid sehingga para pengrajin tahu tempe menurunkan jumlah produksi mereka dan berakibat kepada pembelian kedelai. Tetapi pada tahun 2023 terjadi peningkatan yang signifikan pada penjualan kedelai yang pada tahun sebelumnya penjualan kedelai hanya 1.827.314 kg saja menjadi 3.876.104 kg kedelai, walaupun

begitu selama 5 (lima) tahun penjualan kedelai masih tidak sesuai dengan target yang telah tentukan.

Pada Tabel 1.1 tertera bahwa selama 5 tahun terakhir KOPTI Kota Bandung menargetkan penjualan kedelai sebesar 4.200.000 Kg. Target tersebut ditentukan berdasarkan pada rencana dan anggaran biaya yang diperlukan KOPTI Kota Bandung yang dirumuskan pada Rapat Anggota Tahunan (RAT). Pada tahun 2022 KOPTI Kota Bandung melakukan program Cadangan Stabil Harga Pangan (CSHP) yang diberikan oleh pemerintah. Pada program tersebut kedelai yang dijual diberikan potongan harga sebesar Rp 1000,/kg bagi pengrajin tempe atau tahu yang terdaftar sebagai anggota KOPTI Kota Bandung. Para program CSHP selain memberikan potongan harga, KOPTI Kota Bandung tidak mengambil keuntungan dari penjualan kedelai karena harga sudah ditetapkan oleh pemerintah. Hal ini menjadikan pendapatan tahun 2022 dengan tahun 2023 memiliki selisih yang kecil tetapi realisasinya memiliki selisih yang besar. Walaupun begitu dengan adanya program ini koperasi dapat memberikan pelayanannya yaitu menyalurkan kedelai dengan harga yang murah kepada para anggota yang terdampak pandemi sehingga para anggota tetap dapat menjalankan produksi tempe tahu mereka.

Fenomena yang terjadi di Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI) kota Bandung adalah adanya anggota yang membeli kedelai kepada pesaing, hal ini menjadi salah satu penyebab kenapa volume penjualan penjualan kedelai selama lima tahun terakhir tidak memenuhi target. Dalam penetapan harga jual kedelai cenderung

sama dengan para pesaingnya. Hal ini menyebabkan kemungkinan anggota yang sebagai konsumen memutuskan beralih kepada para pesaing karena tidak ada perbedaan harga kedelai, bahkan untuk saat ini harga jual kedelai KOPTI yaitu kisaran Rp 9.900/kg, sedikit lebih mahal dibandingkan pesaing yaitu Rp 9.700/kg. Harga yang lebih mahal ini disebabkan oleh adanya biaya organisasi, yaitu biaya rapat anggota, biaya rapat khusus, biaya perjalanan, biaya perbaikan gedung, dan biaya pemeliharaan kendaraan.

Manajemen adalah proses khas yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian untuk mencapai sasaran yang ditetapkan dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya (Moorhead and Griffin 2016). Hal ini dilakukan agar semua yang dilakukan sesuai dengan apa yang ingin dituju dan mempertahankan bisnisnya dari persaingan bisnis yang ada. Tetapi saat ini persaingan bisnis tidak hanya didasarkan pada harga dan produk saja. Perusahaan yang mengelola rantai pasok secara efisien akan bertahan dan menang dalam persaingan pasar. Pemahaman yang mendalam dan kemampuan mendengarkan dengan baik keinginan konsumen akan mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan. Tuntutan konsumen yang semakin kritis akan menuntut persediaan produk yang tepat waktu, tepat tempat, serta tepat kualitas dan kuantitas (Sherlywati 2018). Koordinasi dalam rantai pasok tidak hanya mengenai persediaan, tetapi juga mencakup informasi pasar dan perencanaan perusahaan yang diintegrasikan dengan

seluruh mata rantai, baik yang terlibat langsung maupun tidak langsung. Proses ini dikelola dalam manajemen rantai pasokan.

Menurut Afdhal, (Chatra et al. 2023) manajemen rantai pasok merupakan pengelolaan kegiatan operasional mulai dari pengadaan, produksi, dan pengiriman produk atau jasa dari pemasok kepada konsumen. Manajemen rantai pasok ini dapat membantu organisasi dalam merencanakan strategi yang tepat sehingga langkah-langkah yang diambil dalam pengelolaan rantai pasok berjalan efektif dan efisien. Dengan pengelolaan rantai pasok yang efektif dan efisien akan memberikan keuntungan secara optimal dengan cara mengurangi biaya yang perlu dikeluarkan. Pengurangan biaya ini akan mempengaruhi kepada keputusan perusahaan dalam menentukan harga jual. Jika harga jual semakin rendah maka anggota koperasi yang membeli kedelai akan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak. Hal ini menjadi point penting koperasi dalam menjalankan kegiatan usahanya, karena koperasi berorientasi kepada pelayanan bukan terhadap laba. Jika hal ini dijalankan dengan baik oleh koperasi maka anggota sebagai pengguna akan terpromosikan ekonominya secara langsung jika harga kedelai yang dijual koperasi lebih murah dibandingkan pesaing.

Menurut Oliver, Spalancani dan ageron dalam *Innovative Supply Chain Practices: The State of Franch Companies* (2013:274) serta Lilis Maesaroh dalam Analisis Karakteristik Manajemen Rantai Pasok dan Keberlanjutan Usaha Sapi Perah (2018:135) menjelaskan bahwa manajemen rantai pasok memiliki prinsip untuk

menentukan logistik (terutama pengendalian dan pengurangan biaya), produksi tepat waktu, kolaborasi mitra dari hulu ke hilir, dan sistem informasi. Hal ini akan memberikan manfaat ekonomi kepada para anggota untuk memenuhi faktor input produksi yang diinginkan oleh anggota koperasi.

Menurut Oliver, Spalancani dan ageron dalam *Innovative Supply Chain Practices: The State of Franch Companies* (2013:7) serta Lilis Maesaroh dalam Analisis Karakteristik Manajemen Rantai Pasok dan Keberlanjutan Usaha Sapi Perah (2018:135) menjelaskan bahwa manajemen rantai pasok memiliki prinsip untuk menentukan logistik (terutama pengendalian dan pengurangan biaya), produksi tepat waktu, kolaborasi mitra dari hulu ke hilir, dan sistem informasi. Hal ini akan memberikan manfaat ekonomi kepada para anggota untuk memenuhi faktor input produksi yang diinginkan oleh anggota koperasi.

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan fenomena masalah yang telah dijelaskan di atas, peneliti menganalisis rantai pasok yang diterapkan dengan fokus terhadap upaya meningkatkan promosi ekonomi anggota. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini diberi judul **“ANALISIS RANTAI PASOK DALAM UPAYA MENINGKATKAN PROMOSI EKONOMI ANGGOTA”** Studi Kasus di Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia Kota Bandung pada jenis usaha Perdagangan kedelai.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, untuk lebih mengarahkan pembahasan serta pemecahan masalah maka diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana rantai pasok yang ada saat ini di Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI) kota Bandung.
2. Bagaimana Potensi Pembelian Anggota mempengaruhi Rantai Pasok Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI) kota Bandung.
3. Bagaimana rantai pasok dapat dioptimalkan untuk mendukung upaya peningkatan promosi ekonomi anggota Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI) kota Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis dan memahami rantai pasok yang ada dalam upaya meningkatkan promosi ekonomi anggota Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI) pada jenis usaha perdagangan kedelai.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui :

1. Mengidentifikasi elemen-elemen dalam rantai pasok yang digunakan oleh Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI).
2. Mengetahui potensi sebenarnya dari pembelian anggota Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI) Kota Bandung.
3. Mengetahui rantai pasok yang optimal dalam mendukung peningkatan promosi ekonomi anggota Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI).

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan studi ilmu koperasi dan pengembangan ilmu manajemen rantai pasok, khususnya mengenai analisis rantai pasok dalam upaya meningkatkan promosi ekonomi anggota serta menjadi bahan referensi bagi para peneliti yang ingin mengkaji masalah yang sama.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat khususnya bagi koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI) Kota Bandung dan koperasi-koperasi lain pada umumnya sebagai informasi untuk mengetahui rantai pasok yang efisien dan efektif dalam upaya meningkatkan promosi ekonomi anggotanya.