

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dengan beragam usaha yang ada di Indonesia, salah satunya ialah peternak sapi perah. Sapi perah merupakan komoditas peternakan yang mempunyai potensi untuk dikembangkan di Indonesia. Wilayah Jawa Barat termasuk salah satu yang memiliki potensi besar dalam usaha sapi perah, populasi sapi perah di Jawa Barat mengalami peningkatan. Desa Tanjungsari, Sumedang- Jawa Barat yang meliputi daerah Pamulihan, Tanjungsari, Cikalong, Cimanggung dan Jatinangor merupakan salah satu wilayah penduduk yang berprofesi sebagai peternak sapi perah, dimana para peternak dikumpulkan dalam satu organisasi yaitu Koperasi. Koperasi membantu para peternak dalam memasarkan hasil produk anggota serta mewujudkan stabilitas perekonomian yang menjadi anggota koperasi. Perkembangan sapi perah di Jawa Barat dalam 5 (lima) tahun terakhir dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Data Perkembangan Populasi Sapi Perah Di Jawa Barat Tahun 2019-2023

Tahun	Populasi Sapi Perah di Jawa Barat (Ekor)	%
2019	115.827	-
2020	118.800	2,5
2021	122.505	3,1
2022	118.434	3,3
2023	119.915	1,2

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat

Dapat dilihat dari tabel 1.1 di atas, populasi sapi perah di Jawa Barat mengalami peningkatan setiap tahunnya, jumlah sapi perah akan menghasilkan produk susu. Terbukti dengan meningkatnya produktivitas sapi perah banyak bahan makanan yang berbahan dasar dari susu. Dengan meningkatnya sapi perah dapat membantu pendapatan para peternak semakin meningkat dan dapat mensejahterakan peternak.

Dengan banyaknya perusahaan yang semakin berkembang di Indonesia tidak terkecuali koperasi. Koperasi adalah salah satu badan usaha yang ada di Indonesia yang ikut bersaing dalam penyediaan barang atau jasa. Koperasi memiliki tujuan yaitu meningkatkan taraf hidup bagi anggota untuk kehidupan yang lebih baik. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 Bab 1 Pasal 1 ayat (1) menyatakan 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 berdasarkan atas asas kekeluargaan”.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Pasal 3 menjelaskan bahwa :

“Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945”.

Koperasi merupakan organisasi dimana orang-orang memiliki tujuan yang sama dalam meningkatkan perekonomiannya melalui organisasi koperasi yang dikelola oleh anggotanya sebagai pemilik dan sebagai pelanggan.

Koperasi peternak merupakan sekelompok orang yang beranggotakan dari para peternak sapi, kemudian dikumpulkan dalam satu organisasi yaitu koperasi. Diantara Koperasi peternak yang ikut mensejahterakan anggotanya yaitu Koperasi Serba Usaha Tandangsari, Kabupaten Sumedang yang sudah mempunyai badan Hukum Nomor 7251/BH/PAD/DK. 10. 13/III/2002. Untuk mengelola usaha yang ada di koperasi KSU Tandangsari dikelola oleh 5 orang pengurus, 3 orang pengawas, 61 orang karyawan, dan jumlah anggota sebanyak 1.381 orang untuk menjalankan usaha koperasi dengan baik dan memenuhi kebutuhan anggota baik barang maupun jasa.

Adapun usaha yang dijalankan oleh Koperasi Serba Usaha Tandangsari diantaranya:

1. Unit Usaha Sapi Perah

Unit usaha sapi perah merupakan salah satu usaha andalan dan bisnis utama dari KSU Tandangsari yaitu Unit Usaha Sapi perah. Pada tahun 2023 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Produksi susu murni di KSU Tandangsari sebanyak 3.495.597 liter, turun menjadi 1.400.844 liter dari tahun 2022 sebanyak 4.806.441 liter atau setara dengan 29,14%, dengan produksi /hari 17,452 liter.

2. Usaha Simpan Pinjam

Unit usaha simpan pinjam pada KSU Tandangsari mengalami penurunan pada tahun sebelumnya. Pengeluaran tahun 2022 sebanyak Rp.11.502.600.000 sedangkan pada tahun 2023 sebanyak Rp.6.005.500.000. Adapun saldo pinjaman yang di salurkan kepada anggota per 30 Desember 2023 sebesar Rp.3.799.500.000,

pada tahun 2022 sebesar Rp. 5.952.000.000 dengan bunga pinjaman sebesar 1,5% perbulan atau 18%/tahun.

3. Unit Usaha Pakan Ternak (SAPRONAK)

Unit usaha pakan ternak perkembangan pada tahun 2023 mengalami penurunan dibandingkan pada tahun 2022. Total produksi pakan ternak mengalami penurunan dari tahun 2022 sebanyak 2.826.159 kg menjadi 1.870.087 kg per tahun 2023 turun produksi sebanyak 956.072 kg atau 33,8%.

Unit usaha sapi perah KSU Tandangsari hasil produksi susu murni akan ditampung oleh koperasi yang akan dijual ke perusahaan serta Industri Pengolahan Susu (IPS). Koperasi KSU Tandangsari sudah banyak bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan seperti PT. Ultra Jaya, PT. ABC Kogen Dairy, PT. ISAM, PT. Garuda Food, PT. Global Dairi Alami, dan konsumen yang mengelola susu sapi. Untuk memenuhi kebutuhan anggota peternak koperasi menyediakan unit usaha pakan ternak yang sudah diatur nutrisi serta komposisinya untuk makanan sapi perah.

Dalam pembelian produk seringkali konsumen mempertimbangkan berbagai hal seperti bahan baku produk harus sesuai dengan keinginan konsumen dengan harga yang lebih murah dan tempat yang terjangkau. Koperasi Serba Usaha Tandangsari pada unit pakan ternak berusaha memberikan bahan baku dengan sebaik mungkin sesuai dengan konsentrat untuk sapi perah agar dapat menghasilkan susu yang berkualitas dan tempat yang mudah dijangkau oleh konsumen.

Sasaran yang akan dituju oleh koperasi dalam unit pakan ternak yaitu anggota yang berpartisipasi pada unit pakan ternak dan memiliki sapi perah. Berikut ini data anggota dan jumlah sapi perah milik anggota.

Tabel 1. 2 Data Perkembangan Jumlah Anggota Peternak dan Populasi Sapi Perah KSU Tandangsari Tahun 2019-2023

Tahun	Anggota Yang Berpartisipasi Di Unit Pakan Ternak (Orang)	Anggota Yang Tidak Berpartisipasi Di Unit Pakan Ternak (Orang)	Jumlah Anggota Unit Pakan Ternak (Orang)	Jumlah Sapi Milik Koperasi (Ekor)	Jumlah Sapi Milik Para Peternak (Ekor)
2019	1.216	1.254	2.470	552	3.209
2020	803	841	1.644	540	3.247
2021	736	626	1.362	533	3.120
2022	703	569	1.272	560	3.344
2023	611	591	1.202	489	2.922

Sumber : Laporan Rapat Anggota Tahun 2019-2023

Dapat dilihat dari tabel 1.2 di atas mengenai data perkembangan jumlah anggota peternak dan populasi sapi perah di unit pakan ternak KSU Tandangsari pada tahun 2023 jumlah sapi milik koperasi mengalami penurunan sebanyak 489 ekor. Para anggota yang berpartisipasi di unit pakan ternak mengalami penurunan sebanyak 611 dan jumlah sapi milik para peternak mengalami penurunan sebanyak 2.922 ekor. Berikut ini data pembelian anggota pada unit pakan ternak pada tahun 2023.

Tabel 1. 3 Data Pembelian Anggota Pakan Ternak Tahun 2019-2023

No	Tahun	Jenis Pakan	Jumlah Pembelian (kg)	%	Harga Jual (kg)	Jumlah (Rp)
1	2019	Mako Super	30.430	-	3,850.00	117.155.500
2	2020	Mako Super	35.450	16,5	3,850.00	136.482.500
3	2021	Mako Super	131.800	27,2	3,850.00	507.430.000
4	2022	Mako Super	109.400	(17)	3,850.00	421.190.000
5	2023	Mako Super	66.500	(39,2)	3,850.00	256.025.000

Sumber: Laporan Rapat Anggota Tahun 2019-2023

Dapat dilihat dari Tabel 1.3 di atas jumlah pembelian anggota pakan ternak pada KSU Tandangsari mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus di KSU Tandangsari diduga mengalami beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan partisipasi oleh anggota sehingga diduga karena anggota peternak yang keluar dan menjual sapihnya berganti dengan usaha lain, ada sapihnya yang tidak diperah atau memasuki kering kandang yang menyebabkan berhenti produksi susu untuk sementara sehingga tidak membeli pakan ternak ke koperasi serta ada anggota peternak yang membeli pakan ternak ke non koperasi serta terjadinya wabah virus PMK sehingga berkurangnya populasi dan turunnya rata-rata produksi peternak sapi.

Setelah dilakukan observasi pada unit pakan ternak ternyata dengan menurunnya pembelian oleh anggota pakan ternak diduga terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab terjadinya penurunan pembelian di antaranya yaitu :

1) Pada dasarnya bahan baku produk yang ada di unit pakan ternak sudah lengkap, namun dalam penyediaan bahan baku sering kali ada bahan yang tidak

sesuai dengan selera anggota, seperti ampas kecap diganti dengan ampas singkong sehingga kurang sesuai dengan keinginan para peternak sehingga peternak membeli bahan baku tersebut ke non koperasi.

2) Harga pakan ternak dianggap lebih mahal dari pesaing oleh anggota, sehingga ada anggota yang membeli pakan ternak ke non koperasi dengan harga yang lebih murah. Harga di koperasi sebesar Rp.3.850 sedangkan di non koperasi sebesar Rp.3.500 dengan selisih harga Rp.350 sehingga dianggap mahal untuk pembelian pakan ternak dengan jumlah yang lebih banyak.

3) Promosi yang dilakukan di unit pakan ternak masih menggunakan *word of mouth* atau komunikasi dari mulut ke mulut melalui para anggota pakan ternak.

Partisipasi di unit pakan ternak oleh anggota sekitar 95% dan 5% partisipasi oleh non anggota. Namun, berdasarkan wawancara dengan pengurus tidak mencantumkan jumlah pembeli oleh non anggota hanya menjual dan menerima transaksi pembelian, tercatat hanya untuk tahun 2023 pembelian pakan oleh non anggota sebanyak 133,8 kg.

Bila dilihat berdasarkan observasi tersebut, faktor-faktor yang disebutkan merupakan aspek dari bauran pemasaran. Sehingga dapat diduga bahwa faktor-faktor tersebut yang menyebabkan bauran pemasaran pada unit pakan ternak KSU Tandangsari kurang baik sehingga pada akhirnya berimbas pada penurunan partisipasi anggota.

Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian sebagai berikut :

1. Siringoringo, Hotniar (2004) dengan judul **Peran Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen** dalam jurnal ekonomi dan bisnis dilaksanakan kegiatan penelitian ini di Universitas Gunadarma menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap orang yang terlibat, memberikan perhatian lebih pada iklan dan memproses informasi produk dalam iklan lebih ekstensif. Strategi bauran pemasaran dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen salah satunya komponen bauran pemasaran pada resiko sebelum pembelian yang dapat diterima dari produk inovatif. Pengaruh harga, garansi dan peningkatan kualitas merek juga diperkirakan pada resiko sebelum pembelian produk.
2. Rachmawati, R (2011) dengan judul **Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran)** dalam bentuk jurnal kompetensi teknik dilaksanakan penelitian ini di restoran Semarang yang menyatakan bahwa bisnis makanan mempunyai prospek yang bagus untuk dijadikan usaha. Hal ini, tidak terlepas dari kebutuhan manusia, yaitu sandang pangan dan papan. Bisnis makanan berbagai macam salah satunya bisnis restoran dan *popular catering*. Tidak semua bisnis makanan mampu bertahan lama, hanya bisnis yang mempunyai pelanggan yang loyal dan dukungan manajemen yang baik. Pelanggan yang loyal dapat terwujud dengan sistem pemasaran yang bagus. Salah satunya adalah strategi bauran pemasaran yang diharapkan mampu meningkatkan pengusaha dibidang restoran.

3. Setiawina, D. N., dan Catur, K. (2018) dengan judul **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Partisipasi Anggota Koperasi Dan Kesejahteraan Anggota Pada Koperasi Unit Desa (KUD) Di Kabupaten Jembrana** dengan jurnal ekonomi dan bisnis pelaksanaan penelitian ini di KUD Jembrana yang menyatakan bahwa pada prinsipnya koperasi harus memperhatikan bagaimana anggota mau berpartisipasi dalam koperasi, agar anggota mau berpartisipasi di dalam koperasi maka anggota harus merasakan manfaat dari koperasi. Oleh karena itu, partisipasi anggota ditentukan oleh sejauh mana koperasi dapat memberikan manfaat yang tidak mungkin didapatkan dari lembaga bukan koperasi.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penelitian terdahulu dari jurnal Siringoringo, Hotniar (2004) yaitu keputusan pembelian di KSU Tandangsari yang dilakukan oleh anggota koperasi dalam pembelian pakan ternak yaitu harga yang diberikan unit pakan ternak kepada peternak dianggap kurang murah dan bahan baku dianggap kurang sesuai dengan keinginan anggota. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu dari jurnal Rachmawati, R (2011) yaitu unit pakan ternak KSU Tandangsari menjual produk pakan ternak kepada peternak sapi perah. Peternak dan unit usaha pakan ternak saling membutuhkan yang artinya unit pakan ternak menjual produk ke peternak agar memenuhi kebutuhan peternak dalam memberikan makanan ternak untuk sapi perah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu dari jurnal Setiawina, D. N., dan Catur, K. (2018) yaitu Unit KSU Tandangsari dalam meningkatkan partisipasi anggota unit pakan ternak harus berusaha memenuhi keinginan anggota terutama dalam memberikan bahan baku

pakan ternak dan berusaha memberikan manfaat yang terbaik bagi para anggotanya serta memusatkan perhatian penuh terhadap kepuasan anggota.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dapat diketahui pengelolaan unit usaha pakan ternak yang kurang sesuai sehingga menjadi penyebab kurangnya partisipasi anggota dalam pembelian. Oleh karena itu, penulis menduga bahwa bauran pemasaran dapat meningkatkan partisipasi anggota. Dengan demikian, penulis mengangkat topik mengenai

”Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Pembelian Pada Unit Usaha Pakan Ternak (SAPRONAK)”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena yang digambarkan pada latar belakang, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi, sebagai berikut :

1. Bagaimana partisipasi anggota dalam pembelian pakan ternak di KSU Tandangsari pada Unit Usaha Pakan Ternak (SAPRONAK).
2. Bagaimana bauran pemasaran yang diberikan Unit Usaha Pakan Ternak di KSU Tandangsari kepada anggota sebagai pembeli pakan ternak (SAPRONAK).
3. Upaya manajerial seperti apa yang harus dilakukan Unit Usaha Pakan Ternak (SAPRONAK) dalam upaya meningkatkan partisipasi pembelian melalui perbaikan bauran pemasaran.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penyebab yang terjadi di KSU Tanjungsari pada Unit Usaha Pakan Ternak mengenai penurunan partisipasi pembelian pakan ternak oleh anggota.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui:

1. Partisipasi pembelian pada unit usaha pakan ternak oleh anggota di KSU Tandangsari pada unit usaha pakan ternak (SAPRONAK).
2. Bauran pemasaran yang diberikan oleh unit usaha pakan ternak (SAPRONAK) di KSU Tandangsari kepada anggota.
3. Upaya manajerial dalam meningkatkan partisipasi pembelian pada unit usaha pakan ternak melalui bauran pemasaran.

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dan dapat menjadi referensi dalam menambah ilmu pengetahuan manajemen bisnis mengenai bauran pemasaran dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota pada unit usaha pakan ternak.

1.4.1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan pengetahuan dibidang pemasaran dan bisnis, khususnya untuk bauran pemasaran dalam meningkatkan partisipasi pembelian anggota pada unit usaha pakan ternak.

1.4.2. Aspek Praktis

1. Bagi Akademis

Diharapkan dapat memperluas pengetahuan mengenai koperasi sebagai masukan untuk meningkatkan pembelajaran.

2. Bagi Koperasi

Diharapkan dapat memberikan masukan berdasarkan hasil dari penelitian dengan melakukan survey di lapangan sehingga memberikan pengetahuan dalam meningkatkan pengembangan di unit usaha pakan ternak (SAPRONAK) untuk meningkatkan partisipasi anggota dalam pembelian pakan.

3. Bagi Peneliti

Semoga dapat memperluas pengetahuan dan wawasan mengenai koperasi khususnya dalam manajemen bisnis.

4. Bagi Pembaca

Diharapkan dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya dan lebih baik dari penelitian sebelumnya.