

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Perkembangan yang sangat pesat terus terjadi pada perekonomian nasional saat ini. Ekonomi yang semakin berkembang membawa dampak yang baik untuk kesejahteraan masyarakat. Dalam mewujudkan kesejahteraan tersebut masyarakat harus ikut berpartisipasi, salah satu bentuk kegiatannya yaitu dengan bisnis. Bisnis di era saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, salah satu bisnis yang pesat adalah bisnis di bidang kuliner. Dapat dilihat banyak sekali pelaku usaha baru yang bergerak didalam bidang kuliner terlebih dengan memanfaatkan *platform online* dan media sosial sebagai tempat promosi. Sudah banyak usaha yang mendapatkan untung dengan bisnis kuliner, namun tidak sedikit pelaku yang gagal dalam menjalankan bisnis kuliner dikarenakan banyaknya pesaing dan bisnis-bisnis baru yang bermunculan, kegagalan tersebut dikarenakan pemasaran yang kurang tepat dan pelayanan kurang optimal.

Pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian melalui peningkatan kualitas kehidupan hidup manusia, segenap kemampuan dan potensi yang harus dimanfaatkan untuk membantu ekonomi nasional. Salah satu langkah dalam pelaksanaan pembangunan ekonomi adalah melalui pengembangan koperasi yang diharapkan menjadi penggerak tatanan perekonomian nasional.

Koperasi adalah suatu lembaga usaha yang mempunyai peranan dan turut serta dalam pembangunan nasional, sehingga koperasi diharapkan dapat mengupayakan ekonomi yang lebih baik untuk jangka panjang. Koperasi adalah salah satu badan usaha yang juga dituntut untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya untuk kepentingan anggota. Koperasi berasaskan kekeluargaan yang erat kaitannya dengan gotong royong. Seperti tercantum dalam Undang – Undang Republik Indonesia 1945 Pasal 33 ayat 1 yang menyatakan bahwa “perekonomian disusun sebagai usaha besama berdasarkan atas dasar kekeluargaan”

Dalam UU RI Nomor 25 Tahun 1992 Pasal 1 tentang Perkoperasian yang mendefinisikan koperasi sebagai berikut :

**“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 dasar kekeluargaan”**

Seperti yang telah diuraikan bahwa koperasi dituntut untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan keuntungan yang sebesar-besarnya untuk kepentingan anggota, maka dapat disimpulkan dari pengertian diatas bahwa koperasi dibentuk sebagai gerakan ekonomi kerakyatan yang berlandaskan atas dasar kekeluargaan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dengan cara memenuhi kebutuhan anggota.

Salah satu Koperasi di kota Bandung yang anggotanya adalah Mahasiswa yang bekerja sama dengan para Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia (KOPMA

BS UPI) yang beralamat di Jl. Dr. Setiabudi No.229, Isola, Kecamatan Sukasari Kota Bandung, Jawa Barat. Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia ini bergerak dalam bidang perdagangan dan jasa.

Koperasi Mahasiswa di lingkungan UPI Bandung mulai muncul pada akhir tahun 1974 dari mahasiswa ekonomi FKIS (jurusan pendidikan ekonomi FPIPS sekarang). Pada bulan juni 1975 berdirilah secara resmi Koperasi Mahasiswa FKIS IKIP Bandung yang diikuti oleh pemberian status Badan Hukum Koperasi dari Departemen Perdagangan dan Koperasi Kodya Bandung dengan Nomor.6528/BH/DK.10/1 tahun 1976. Dengan pengakuan pemberian badan hukum tersebut sekaligus Koperasi Mahasiswa FKIS IKIP Bandung dinyatakan sebagai “ Koperasi Mahasiswa Pertama di Indonesia yang berbadan hukum “ sekaligus pelopor perjuangan koperasi di kalangan Mahasiswa Indonesia dengan memiliki anggaran dasar dan anggaran rumah tangga sendiri.

Pada tanggal 28 agustus 1985 dilaksanakan loka karya dikarenakan skala usaha dan anggotanya terbatas juga perkembangan usahanya sangat minim yang menghasilkan kesepakatan untuk membentuk Koperasi Mahasiswa dan Alumni IKIP Bandung yang tidak bersifat lokal fakultas tapi di tingkat institut dengan mengacu pada hasil loka karya tersebut Rektor IKIP Bandung melalui SK Nomor. 6750/PT.25.R.I/E/1985 dinyatakan membentuk Koperasi Mahasiswa dan Alumni IKIP Bandung yang disebut Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi IKIP Bandung.

Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia adalah lembaga ekonomi (badan usaha) dan juga lembaga kemahasiswaan sehingga

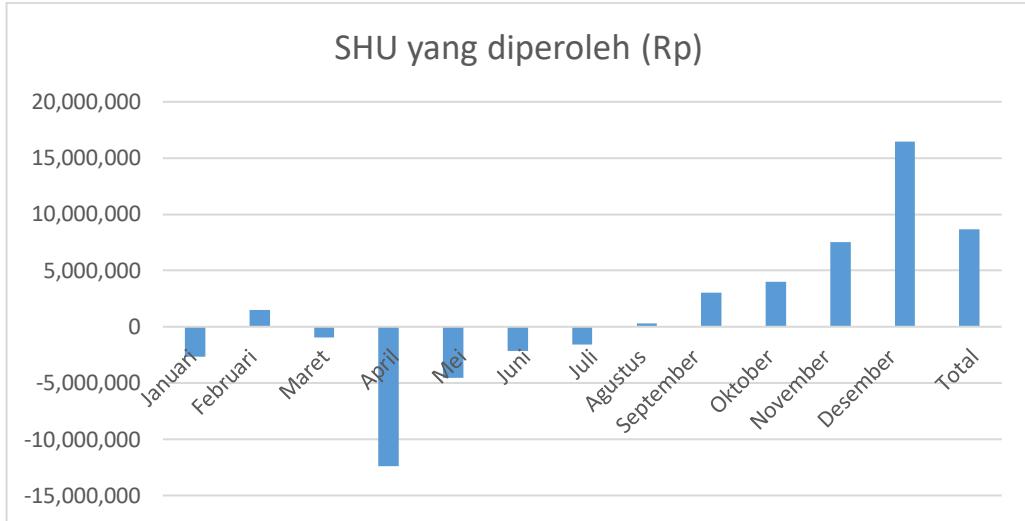
Koperasi Mahasiswa ini mempunyai fungsi ganda, yang pertama sebagai wahana pelayanan dan peningkatan kesejahteraan mahasiswa yang kedua sebagai wahana pendidikan yaitu tempat pembentukan kader Koperasi (*human investment*).

Berikut merupakan SHU Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia pada tahun 2021:

**Tabel 1.1 Perolehan SHU Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi**

**Universitas Pendidikan Indonesia Tahun 2021**

Bulan	SHU yang diperoleh (Rp)
Januari	-2.655.434
Februari	1.483.763
Maret	-968.956
April	-12.377.260
Mei	-4.537.487
Juni	-2.153.730
Juli	-1.562.168
Agustus	322.068
September	3.058.618
Oktober	3.983.603
November	7.548.977
Desember	16.540.169
<b>Total</b>	<b>8.692.162</b>



Gambar 1.1 Perolehan SHU Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia Tahun 2021

Sumber : *Laporan RAT Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia*

Dari tabel dan grafik diatas dapat dilihat bahwa SHU Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia mengalami penurunan yang signifikan pada bulan April 2021 dengan angka minus 12.377.260, hal itu dikarenakan pandemi covid masih tinggi sehingga pada bulan Juli pemerintah memberlakukan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) darurat, hal tersebut membuat kampus ditutup secara total dan tidak bisa menjalankan *operasional offline*. Kemudian pada bulan Agustus pemerintah mulai melonggarkan PPKM sehingga operasional bisnis bisa mulai terbuka. Terlihat dari grafik menunjukkan peningkatan SHU dari bulan Agustus hingga bulan Desember, hingga sampailah pada titik puncak tertinggi yang dicapai pada bulan Desember yaitu Rp.16.540.169 dan menghasilkan total SHU yang dicapai pada tahun 2021 sebesar 8.692.162.

Dari SHU yang telah dicapai oleh Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia memiliki beberapa unit usaha perdagangan dan jasa :

*a. Kopma Store*

1. Bumi Siliwangi-*copy center*, menyediakan jasa print
2. Bumi Siliwangi-*celuller*, menyediakan isi ulang pulsa, kuota, token listrik dan pembayaran elektronik lainnya
3. Bumi Siliwangi-JNE, menyediakan jasa pengiriman paket melalui JNE
4. Bumi Siliwangi-*rent*, menyewakan proyektor, layanan proyektor dll
5. Bumi Siliwangi-*snack and beverage*, menyediakan makanan dan minuman
6. Bumi Siliwangi-*stationary*, menyediakan beraneka buku dan alat tulis
7. Bumi Siliwangi-*souvenir*, menyediakan *souvenir* UPI mulai dari stiker, pin, kancing jas almamater,dll

*b. Canteen*

1. Bumi Siliwangi-*fried snack*, menyediakan cilok dan seblak siap saji
2. Bumi Siliwangi-*drink and juice*, menyediakan beraneka makan jus segar dan menyediakan aneka minuman panas dan dingin
3. Bumi Siliwangi-*buffet*,menyediakan makanan berat

*c. Marketplace*

1. Bumi Siliwangi-*frozen food*, menyediakan cilok *frozen* dan seblak kemasan
2. Bumi Siliwangi-*Production*, menyediakan jasa pembuatan plakat, *t-shirt* dll.

Dari ke 3 divisi yang ada di Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia salah satunya adalah Bumi Siliwangi *frozen food* yang menyediakan cilok dan seblak *frozen* di divisi *Marketplace*. Divisi Marketplace adalah baru yang dibuat oleh Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia pada akhir tahun 2020, divisi Marketplace dibentuk karena adanya pandemi *covid 19* yang membuat aktivitas menjadi terbatas karena diberlakukan ppkm di setiap daerah. Oleh karena itu Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia menjual beberapa produknya secara online di Marketplace salah satunya adalah cilok dan seblak frozen

Ketika menjual produk di Marketplace, Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia pasti melakukan proses bisnis sebelum sampai ke konsumen, proses bisnis yang dilakukan Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia yaitu Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia membeli produk cilok dan seblak kepada suplayer dalam jumlah yang banyak, lalu Koperasi melakukan proses pengemasan dan pelebelan menggunakan mesin khusus, Setelah itu produk di foto dan dijual di Marketplace yang ada di Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia, jika ada yang memesan produk dikemas dengan rapi lalu diantar oleh JNE Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia (BS JNE) kepada konsumen.

Produk yang dijual di Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia dibuat dengan bahan yang berkualitas sehingga produk bisa awet beberapa hari di suhu *freezer* dan rasanya enak. Cilok dan seblak *frozen* terkenal di kalangan Mahasiswa UPI karena rasanya yang enak, harganya murah dan cara pembuatannya mudah. Pada umumnya cilok dibuat dengan cara di kukus, namun cilok yang dijual di Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia selain dikukus bisa juga dibuat dengan cara di goreng dan sudah dilengkapi oleh bumbu tambahan (asin,pedas,keju) yang menjadikan rasanya menjadi khas. Selain cilok *frozen*, seblak *frozen* juga terkenal di kalangan Mahasiswa UPI, karena harganya yang murah dan sudah mendapatkan beberapa macam kerupuk dan bumbu pelengkap, cara penyajiannya pun sangat mudah dan praktis dibuat dengan cara direbus lalu tinggal masukan bumbu pelengkap yang ada di kemasan. Cilok dan seblak *frozen* biasanya dijual di *market* yang ada di Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia namun karena terjadi pandemi *covid 19* Mahasiswa tidak dapat melakukan aktivitas di kampus, jadi produk dijual secara *online* di *Marketplace* yang dibuat oleh Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia pada akhir tahun 2020 agar Mahasiswa bisa tetap membeli produk yang dijual oleh Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia

**Tabel 1.2 Swot Analisis Produk Cilok**

<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
1. Makanan cocok di lidah Mahasiswa	1. Cilok hanya sebagai makanan ringan bukan makanan utama
2. Cara pembuatannya mudah	2. Porsi makanan tidak mengenyangkan perut
3. Harga terjangkau	
<b>Peluang</b>	<b>Ancaman</b>
1. Bisa dijual online dengan sistem frozen food	1. Adanya pesaing yang memiliki cita rasa serta inovasi dari produk cilok
2. Cocok untuk menjadi makanan pembuka	2. Produk makanan khas daerah ada kemungkinan tersingkir oleh makanan viral

Dari Analisis SWOT secara sederhana di atas, dapat di jelaskan makanan cilok sudah tidak asing lagi di masyarakat serta harga yang terjangkau dan cara membuatnya juga sangat mudah.

Perkembangan Unit Marketplace saat ini masih belum optimal mencapai target dan kecenderungannya masih turun meskipun ada beberapa yang naik, untuk lebih jelasnya terdapat pada tabel 1.3

**Tabel 1.3 Volume Penjualan Dari Setiap Bulan Unit Marketplace Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia**

<b>Bulan</b>	<b>Tahun 2020 (Rp)</b>	<b>Tahun 2021 (Rp)</b>
Januari	-	968.100
Februari	-	1.343.000
Maret	-	3.693.000
April	-	15.333.500
Mei	2.482.500	19.041.000
Juni	3.620.000	9.973.500
Juli	3.626.975	13.292.226
Agustus	1.639.000	9.355.340
September	4.183.488	7.519.678

Bulan	Tahun 2020 (Rp)	Tahun 2021 (Rp)
Oktober	1.464.760	8.593.500
November	4.630.000	10.070.500
Desember	2.484.000	26.936.000

*Sumber : Laporan RAT Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia*

Berdasarkan tabel 1.3 dijelaskan bahwa pendapatan tiap bulan Pada Unit Marketplace Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwagi Universitas Pendidikan Indonesia mengalami naik turun atau berfluktuasi. Tahun 2020 bulan Januari hingga April adalah proses melakukan pengembangan adanya penjualan pada *e-commerce*. Transaksi anggota ini masuk ke dalam perhitungan SHU Anggota atau dapat dikatakan manfaat ekonomi tidak langsung dengan jasa usaha terhadap koperasi lalu akumulasi poin keaktifan selama satu periode, sedangkan transaksi non anggota masuk pada SHU dan untuk keperluan Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia.

Volume penjualan di Kopma BS UPI tidak stabil ditahun 2021 dan mengalami penurunan cukup drastis dibulan tertentu, ini disebabkan produk tidak banyak terjual ke Mahasiswa sehingga penjualan terjadi dengan tidak maksimal kepada Mahasiswa. Oleh karena itu untuk memaksimalkan volume penjualan dan pendapatan maka Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia membuat *Marketplace* karena sebelum terjadi *covid 19* produk dijual langsung di Market Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia namun setelah ada *covid 19* produk dipasarkan secara online melalui *Marketplace*, pemasaran yang dilakukan agar volume penjualan terus meningkat setelah adanya divisi Marketplace.

Dengan adanya *Marketplace* produk bisa tetap terjual kepada Mahasiswa, namun karena dipasarkan secara *online* jadi tidak hanya Mahasiswa saja yang bertransaksi tapi diperluas untuk masyarakat umum. *Marketplace* menjadi cara untuk meningkatkan volume penjualan dan mengenalkan produk ke masyarakat luas agar penjualan bisa maksimal walaupun sedang terjadi pandemi *covid 19*, Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia harus terus mengatur cara agar pemasaran produk tetap berjalan dengan baik, produk yang ditawarkan tetap dapat menarik konsumen agar volume penjualan terus meningkat.

**Tabel 1.4 Target dan Realisasi Penjualan pada Unit Usaha Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia**

Tahun	Target Penjualan (Rp)	Realisasi (Rp)	Selisih (Rp)	Keterangan
2020	25.000.000	24.129.723	(870.277)	Tidak Tercapai
2021	24.000.000	126.119.344	102.119.344	Tercapai

*Sumber : Laporan RAT Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia*

Berdasarkan Tabel 1.4 dapat dijelaskan bahwa pada tahun 2021 Unit Usaha Marketplace mencapai target penjualan, sedangkan pada tahun 2020 dikatakan tidak mencapai target penjualan. Pada tahun 2021, target penjualan sebesar Rp.24.000.000 karena mengacu pada tahun sebelumnya tidak mencapai target penjualan maka diturunkan dari target penjualan sebelumnya, akan tetapi realisasi penjualan melebihi target penjualan dikarenakan produksi tiap hari sehingga pemesanan terpenuhi dan mencapai target penjualan.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Pengurus Koperasi mengatakan bahwa kualitas produk sudah baik dalam hal kesegaran dan kebersihan serta kualitas produk tetap aman untuk dimakan oleh konsumen. Untuk harga yang ditawarkan menetapkan harga yang relatif terjangkau karena sasaran pasar merupakan Mahasiswa. Lokasi dari koperasi cukup strategis karena menggunakan website yang mudah di akses oleh Mahasiswa. Dari segi promosi pengurus menyampaikan bahwa belum mengoptimalkan media promosi yang disediakan oleh *Marketplace*, koperasi hanya melakukan promosi melalui instagram, tiktok dan grup whatsapp.

Dari hasil wawancara di atas Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia perlu memerhatikan dan menetapkan pemasaran yang dilakukan di *marketplace* agar dapat memaksimalkan volume penjualan dan pendapatan pada Koperasi sehingga nantinya mampu bersaing dengan harapan meningkatkan volume penjualan terus meningkat.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PEMASARAN MELALUI MARKETPLACE DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN ”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Bagaimana pemasaran yang dilakukan Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia melalui *Marketplace* ?

2. Bagaimana tanggapan anggota terhadap produk cilok dan seblak *frozen* di *Marketplace* ?
3. Upaya apa yang seharusnya dilakukan Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia dalam meningkatkan volume penjualan *Marketplace* ?

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

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan pemasaran yang dilakukan Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia melalui *Marketplace* untuk meningkatkan volume penjualan di Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pemasaran yang di lakukan Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia melalui *Marketplace*
2. Tanggapan anggota terhadap produk cilok dan seblak *frozen* di *Marketplace*
3. Upaya yang seharusnya dilakukan Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia dalam meningkatkan volume penjualan *Marketplace*

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Manajemen khususnya Manajemen Bisnis sebagai penerapan teori – teori yang didapatkan oleh peneliti, sejenisnya dan memberikan manfaat berupa pengetahuan bagi peneliti yang berhubungan dengan Pemasaran dan Volume Penjualan unit usaha *Marketplace* sebagai bahan informasi dan referensi untuk melakukan penelitian sejenis.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Pengurus Koperasi khususnya di unit usaha *Marketplace* produk cilok dan seblak *frozen* agar dapat mengetahui keadaan yang sesungguhnya, sehingga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap pelaksanaan usaha dan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi dalam memasarkan produknya.