

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dari waktu ke waktu, teknologi telah berkembang begitu pesat. Pertumbuhan dan perkembangan teknologi internet saat ini memiliki dampak pada banyak aspek kehidupan manusia, termasuk pola pikir dan perilaku masyarakat global. Khususnya perkembangan teknologi internet, terutama di Indonesia. Dengan bantuan teknologi, orang dapat melakukan banyak hal tanpa keluar dari rumah atau berpergian dengan menggunakan ponsel mereka bahkan hanya dengan sekali klik untuk mencari informasi, internet dapat diakses oleh semua orang. Internet menjadi alat bantu untuk memudahkan mengirim pesan dan memenuhi kebutuhan khalayak saat ini, selain dimanfaatkan untuk berkomunikasi, perkembangan teknologi internet juga mengubah perilaku pengambilan Keputusan seseorang untuk pembelian atau bertransaksi.

Pengguna internet di Indonesia seperti yang dikutip dari hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indoensia (APJII) mengumumkan jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia 2023. Dari hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII, maka Tingkat internet Indonesia menyentuh angka 79,5%. Dibandingkan dengan periode sebelumnya maka ada peningkatan 1,4%.

Kemajuan teknologi saat ini menyebabkan pola kehidupan Masyarakat telah berubah karena kemajuan teknologi saat ini, sehingga Masyarakat sekarang tidak dapat dipisahkan dari kemajuan teknologi. Berkat kemajuan teknologi, kita sekarang dapat langsung mengetahui berbagai informasi yang terjadi di seluruh dunia. Perkembangan zaman yang berbasis teknologi dan internet telah membuka peluang besar bagi Masyarakat Indonesia. Semakin majunya teknologi ini para pelaku bisnis tidak hanya melakukan pemasaran secara konvesional tetapi juga melakukan pemasaran secara digital atau *digital marketing*.

Digital marketing, juga dikenal sebagai pemasaran digital, adalah jenis pemasaran modern yang menawarkan prospek baru bagi bisnis. Pemasaran digital memungkinkan pengiklanan untuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan potensial tanpa terbatas pada waktu atau tempat. Salah satu cara terbaik akhir-akhir ini untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan dan menghindari kekacauan adalah pemasaran digital (mahalaxmi & ranjiith, 2016). Pemanfaatan digital marketingsendiri didorong oleh peningkatan pengguna internet yang semakin luas.



Gambar 1. 1Grafik Jumlah Pengguna Internet dan Sosial Media Tahun 2024

Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024>

Berdasarkan Gambar 1.1 perkembangan pengguna internet dan media sosial di Indonesia sangat berkembang. Menurut sumber diatas akan ada peningkatan pengguna perangkat mobile dan peningkatan permintaan konten digital yang dapat menjadi strategi penting bagi pemasar dan bisnis di Indonesia. Ini sebagai cara para pembisnis untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien di masa mendatang guna keberlangsungan usaha.

Menurut (rachmadi, 2020). Digital marketing merupakan bentuk pemasaran yang banyak digunakan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa untuk menarik konsumen dengan menggunakan media digital. Digital marketing banyak digunakan sebagai strategi peningkatan usaha karena biayanya yang terbilang murah dan efektif karena dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja selagi terkoneksi dengan internet.

Perusahaan harus mampu mengelola dan memanfaatkam teknologi digital dengan sebaik mungkin dalam proses inovasi dengan mengintergrasikan dan

memobilisasi kekuatan dan sumber daya manusia dan teknologi (khin & ho, 2018) begitupun pula koperasi yang harus menggunakan teknologi digital di era sekarang, oleh sebab itu, diperlukanya sebuah transformasi pada koperasi agar tetap bersaing di tengah era teknologi seperti saat ini.

Begitupun koperasi dilihat dari fenomena diatas bahwasanya teknologi sudah mulai berkembang begitu pesat dan Masyarakat Indonesia pun sudah banyak yang menggunakan internet. Koperasi harus lebih inovatif dan kreatif dalam mengembangkan koperasi agar tidak tersaingi oleh Perusahaan atau yang lainnya, maka dari itu koperasi harus memiliki sebuah peningkatan berupa penggunaan teknologi digital untuk keberlangsungan usaha koperasi

Keberlangsungan merupakan kata kerja yang menjelaskan tentang suatu atau kondisi yang sedang berlangsung secara berkelanjutan, (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Dalam Bahasa Indonesia keberlangsungan usaha atau dalam bahsa inggris yaitu “sustainability” yang bermakna keberlanjutan, berkesinambungan, atau terus menerus, sehingga ketahanan usaha yang tetap dari waktu ke waktu. Keberlanjutan usaha (*business sustainability*) yaitu pola konsistensi dalam pengoperasionalan usaha, yang mencakup pertumbuhan dan strategi dalam usaha menjamin operasional dan keberlanjutan usaha. Salah satu faktor utama yang penting dari bisnis yang sukses di era kita sekarang adalah *sustainability* yang dimana sebuah Perusahaan mampu menciptakan value yang unggul bagi para pelanggannya (sihite & ernie, 2017).

Secara global, kebutuhan akan keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan menghadirkan tantangan bagi Kesehatan, kesejahteraan, dan lingkungan akan untuk memerangi kemiskinan. Disisi lain juga negaranegara yang mengalami modernisasi konsumsi mengalami peningkatan, yang akan membutuhkan sistem sosial ekonomi baru yang mempertimbangkan hubungan antara populasi, konsumsi dan lingkungan (Bocken, et al, 2014). Salah satu koperasi yang sudah memanfaatkan teknologi digital adalah PRIMKOPPOL SATBRIMOB POLDA JABAR merupakan koperasi konsumen di bawah naungan satbrimob polda jabar berdiri pada tanggal 11 januari 1975 dengan nama PRIMKOPOLA BRIGADE MOBIL KOMDAK/BRIMOB KOMDAK VIII/SILIWANGI yang berkedudukan di jalan sukajadi nomor 141 kodya bandung dengan badan hukum 6100/BH/DK-10/1/1975. Pada tahun 1996, berdasarkan Keputusan menhankam nomor Skep/656/VII/1996 tanggal 5 juli 1996 tentang pelaksanaan menukar tanah dan bangunan PT Bintang Bangung Mandiri maka PRIMKOPPOL Satbrimob polda jabar berpindah tempat dari sukajadi bandung ke jalan Kolonel Ahmad Syam No 17 A Cikeruh Jatinangor Sumedang,

Pada tanggal 21 november Primkoppol Satbrimob Polda Jabar melakukan perubahan anggaran Dasar, berdasarkan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Nomor AHU-0003379.AH.01.27.TAHUN 2021, Primkoppol Satbrimob Polda Jabar dengan karakteristik keanggotanya bersifat fungsional dimana keanggotanya dikhususkan hanya diperuntukan kepada

anggota polisi tidak terbuka secara umum dan berubah nama menjadi Koperasi Konsumen Primkoppol Satbrimob Polda Jabar dan memiliki unit usahanya yaitu :

1. Unit Usaha Minimarket
2. Unit Usaha Simpan Pinja
3. Unit Usaha Tailor
4. Unit Usaha Perbankan
5. Unit Usaha Barbershop
6. Unit Usaha Air Minum Isi Ulang
7. Unit Usaha Food Court
8. Layanan Paket Jne Xpress

Dari kedelapan tersebut, yang menarik untuk diteliti dari manajemen bisnis yaitu unit usaha minimarket. Usaha minimarket merupakan unit usaha yang melayani anggota koperasi dengan memenuhi kebutuhan anggota setiap harinya dibanding unit usaha lainnya.

Dengan kehadirannya teknologi yang semakin berkembang, koperasi harus memiliki sebuah peningkatan berupa penggunaan teknologi digital untuk memudahkan dalam menjalankan roda kegiatan usahanya sehingga diharapkan dapat berdampak pada peningkatan kesejahteraan anggota secara khusus dan masyarakat umum, dalam upaya mencapai kesejahteraan koperasi harus mempu menghadirkan kebermanfaatan ekonomi baik berupa ekonomi langsung atau tidak langsung. Menurut Seta et al. (2017), manfaat ekonomi koperasi terdiri dari manfaat ekonomi langsung dan tidak langsung. Manfaat ekonomi langsung diperoleh

melalui perhitungan harga pelayanan yang dirasakan anggota. dan manfaat ekonomi tidak langsung diperoleh dengan menggabungkan SHU dan pendapatan lain anggota koperasi selama satu tahun.

Pada tahun 2021 Primkoppol satbrimob polda jabar sudah memulai transformasi digital dengan memanfaatkan sebuah aplikasi untuk menunjang kegiatan transaksi koperasi agar mempermudah aktivitas koperasi. Karena pada tahun tersebut Indonesia dilanda dengan adanya Covid 19 yang mengakibatkan seluruh Masyarakat tidak terkecuali kepolisian untuk melakukan karantina. Untuk menstabilkan penjualan unit usaha minimarket ini maka dibuat sebuah sistem berbentuk aplikasi

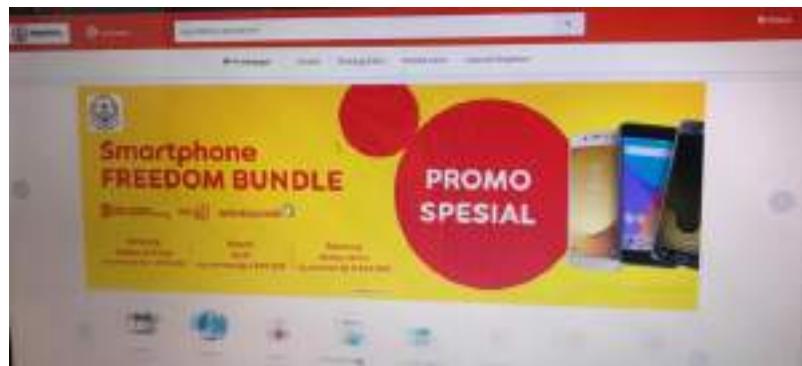


Gambar 1. 2Tampilan Aplikasi Minimarket Kasir

Sumber : Website Primkoppol Satbrimob Polda Jabar

Aplikasi Primkoppol Satbrimob Polda Jabar membantu untuk mempermudah aktivitas koperasi dan banyak mempunyai fitur-fitur seperti data stok produk, data penjualan, piutang dan pemasukan khususnya di aplikasi khusus

kasir dan memiliki aplikasi yang dibuat khusus anggota untuk memesan secara online. Adapun aplikasi khusus kasir ini dipergunakan untuk transaksi pembelian offline dan online dan sistem pembelian secara offline dengan cara mengscan produk lalu di input melalui aplikasi tersebut, sedangkan pembelian secara online langsung terinput ke aplikasi tersebut.



Gambar 1. 3 Aplikasi Primkoppol

Aplikasi Primkoppol ini bekerjasama dengan Telkom university untuk pembuatan aplikasi yang bisa diakses oleh para anggota dan pengaplikasianya yang sangat mudah, bisa dilakukan melalui handphone dan bisa bertransaksi secara online dengan cukup mempunyai jaringan, bisa mulai bertransaksi lalu untuk pembayaran bisa melalui pembayaran online seperti Qris, Transfer antar bank maupun offline secara cash. Pada tahun 2021 aplikasi ini dibuat lalu disempurnakan terus menerus sehingga pada tahun 2022 aplikasi ini sudah mulai digunakan oleh koperasi Primkoppol Satbrimob Polda Jabar. Penerapan *digital marketing* adalah Upaya yang dilakukan oleh koperasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang bisa diberikan kepada anggota guna meningkatkan volume transaksi sehingga bisa memajukan keberlangsungan usaha. Dengan pemikiran koperasi yang

menggunakan *digital marketing* ini akan membuat koperasi tetap dapat melayani anggota, mempertahankan volume transaksi dan menjalankan keberlangsungan usaha koperasi.

Mutis (2001:93) Partisipasi anggota merupakan unsur utama dalam memacu kegiatan dan untuk mempertahankan ikatan pemersatu di dalam koperasi. Keberhasilan koperasi sangat bergantung pada keaktifan setiap anggota dalam berpartisipasi. Anggota akan terdorong untuk ikut serta jika mereka memahami tujuan organisasi, manfaat pribadi yang dapat diperoleh, serta bagaimana organisasi mencapai tujuan tersebut. Keterlibatan anggota sangat penting untuk menjaga kelangsungan usaha dan secara langsung mempengaruhi pendapatan koperasi. Pendapatan koperasi bisa dilihat di tabel dibawah ini.

Tabel 1. 1Tabel 1. 1 SHU Dan Volume Transaksi Unit Usaha Mini Market di Primkoppol

Satbrimob Polda Jabar		
Tahun	Jumlah Pendapatan (Rp)	SHU (Rp)
2019	783.979.784	58.820.908
2020	411.059.747	210.415.307
2021	991.190.247	669.663.247
2022	1.174.912.136	690.062.224
2023	1.207.408.856	735.914.562

Sumber RAT Primkoppol Satbrimob Polda Jabar 2019-2023

Dari Table 1.1 di atas dapat dilihat volume transaksi pada unit usaha mini market Primkoppol Satbrimob Polda Jabar mengalami kenaikan dari tahun 2020

sampai tahun 2023 sehingga SHU otomatis meningkat. Angka volume transaksi tersebut mencangkup seluruh transaksi *online* dan *offline*. Selain itu, naiknya angka volume transaksi juga berbanding terbalik dengan transaksi melalui aplikasi tersebut yang sangat rendah. Berdasarkan hasil wawancara Bersama Pak Sukamto, yaitu Pengurus koperasi dari Primkoppol Satbrimob Polda Jabar mengatakan bahwa anggota kurang memanfaatkan aplikasi tersebut karena anggota banyak yang kurang memahaminya sehingga dialihkan ke whatsapp untuk mempermudah belanja online akan tetapi peningkatan volume transaksi masih terus meningkat begitupun dengan SHU.

Maka berdasarkan latar belakang tersebut, bahwa digital marketing berbasis aplikasi ini terdapat masalah yang ditunjukan banyaknya anggota yang kurang memahami aplikasi tersebut. Kemudian, dari permasalahan tersebut peneliti ingin menganalisis digital marketing berbasis aplikasi terhadap keberlangsungan usaha ?

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang mengenai pengaruh digital marketing berbasis aplikasi terhadap keberlangsungan usaha koperasi, maka dari itu penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan digital marketing di koperasi Primkoppol Satbrimob Polda Jabar
2. Bagaimana keberlangsungan usaha di koperasi Primkoppol Satbrimob Polda Jabar
3. Bagaimana penilaian anggota koperasi Primkoppol Satbrimob Polda Jabar terhadap pelaksanaan digital marketing berbasis aplikasi ini

4. Upaya apa yang dilakukan koperasi Primkoppol Satbrimob Polda Jabar dalam meningkatkan keberlangsungan usaha

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis sejauh digital marketing berbasis aplikasi terhadap keberlangsungan usaha koperasi

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Penerapan digital marketing di koperasi Primkoppol Satbrimob Polda Jabar
2. Keberlangsungan usaha di koperasi Primkoppol Satbrimob Polda Jabar
3. Penilaian anggota koperasi Primkoppol Satbrimob Polda Jabar terhadap pelaksanaan digital marketing berbasis aplikasi ini
4. Upaya apa yang dilakukan koperasi Primkoppol Satbrimob Polda Jabar dalam meningkatkan keberlangsungan usaha

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

Kegunaan teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Memberikan informasi sebagai referensi kepada penelitian selanjutnya dan memberikan sumbangan pemikiran dalam ilmu pengetahuan khususnya dibidang manajemen bisnis

1.4.2 Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak koperasi serta evaluasi bagi pihak koperasi Primkoppol Satbrimob Polda Jabar dalam pelaksanaan digital marketing agar lebih baik kedepanya dalam implementasinya. Serta membantu koperasi mengambil Keputusan dalam menjalankan tugasnya