

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Di era globalisasi pada saat ini, Indonesia harus mengembangkan aspek perekonomiannya agar dapat bertahan dalam segala kondisi yang menerjang, hal ini tentunya untuk mencegah terjadinya fluktuasi perekonomian. BUMN dan BUMS merupakan contoh dari pelaku ekonomi yang ada di negara ini. Koperasi hadir sebagai wadah dari perekonomian rakyat yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya dan membangun perekonomian Indonesia. Untuk membangun perekonomian tersebut perlu adanya kesadaran masyarakat tentang manfaat berkoperasi, maka penyuluhan maupun latihan berkoperasi akan diperlukan untuk menumbuhkan pemahaman masyarakat akan koperasi, karena dengan berkoperasi diharapkan kesejahteraan masyarakat pun akan tercapai.

Menurut Undang-Undang Dasar 1945 pasal 33 ayat 1, yaitu :

**“Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan berwawasan lingkungan, kemandirian serta dengan keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional”.**

Undang-Undang diatas menyatakan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama atas asas kekeluargaan. Dalam penjelasannya antara lain menyatakan bahwa kemakmuran masyarakatlah yang diutamakan bukan

kemakmuran orang-seorang sebab itu perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan.

Dari pasal tersebut dapat dijelaskan bahwa pelaku ekonomi yang dimaksud adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), serta Koperasi. Sebagai salah satu pelaku ekonomi, koperasi merupakan organisasi ekonomi yang berusaha menggerakkan potensi sumber daya ekonomi demi memajukan kesejahteraan anggota. Karena sumber daya ekonomi tersebut terbatas, dan dalam mengembangkannya koperasi harus mengutamakan kepentingan anggota, maka koperasi harus mampu bekerja seefisien mungkin dan mengikuti prinsip-prinsip koperasi dan kaidah-kaidah ekonomi. Sebagai organisasi ekonomi rakyat, koperasi hendaknya menjadi sokoguru perekonomian nasional, dalam artian keberadaan koperasi ditengah-tengah pembangunan diharapkan akan menunjukkan peranannya sehingga benar-benar memberikan sumbangsih yang besar terhadap perekonomian nasional.

Koperasi Keluarga Pegawai Institut Teknologi Bandung (KKP-ITB), adalah Organisasi Non-Kedinasan yang bermitra dengan Institut Teknologi Bandung dengan Nomor Badan Hukum: 58/PAD/KDK-10.21/XI/1999. Anggota KKP-ITB terdiri dari pegawai Institut Teknologi Bandung, Anggota Ikatan Wanita Keluarga ITB, pegawai Polban dan Polman, serta pensiunan pegawai ITB, Polban dan Polman. Anggota Koperasi Keluarga Pegawai Institut Teknologi Bandung (KKP ITB) pada tahun 2017 berjumlah 2.957 orang.

Kegiatan koperasi merupakan unsur penunjang utama dan terkait dengan pengembangan ekonomi rumah tangga anggota (Ramudi, 2013). Dalam usaha untuk mencapai tujuan koperasi yaitu mensejahterakan anggota, usaha-usaha yang dijalankan oleh koperasi tentunya dapat memenuhi kebutuhan anggota. Koperasi Keluarga Pegawai Institut Teknologi Bandung (KKP ITB) dalam hal pemenuhan kebutuhan memiliki beberapa unit kerja, dalam hal ini setiap unit kerja di kelola oleh manajer divisi :

1. Divisi Unit Simpan Pinjam

Divisi Unit Simpan Pinjam adalah unit koperasi yang bergerak dibidang usaha simpan pinjam, sebagai bagian dari kegiatan usaha koperasi. Kegiatan yang dilakukan untuk menghimpun dana dan mnyalurkan melalui kegiatan usaha simpan pinjam dari dan untuk anggota koperasi.

2. Divisi Waserda (Minimarket)

WASERDA atau warung serba ada adalah sebuah minimarket dengan konsep berbelanja sesukanya tanpa membayar atau kata lain bisa bayar dengan cara transaksi kredit, dengan proses yang sangat mudah dan jasa yang ringan yaitu 1% per bulan untuk setiap transaksi dengan tanpa batas minimal transaksi, tentunya layanan ini hanya untuk anggota KKP-ITB. Adapun produk yang di tawarkan waserda yaitu sebagai berikut :

- a. Kredit sembako
- b. Kredit kendaraan bermotor
- c. Kredit perlengkapan rumah tangga
- d. Kredit perlengkapan elektronik

### 3. Divisi Cafe

Divisi cafe merupakan divisi yang bergerak dalam bidang makanan. Divisi ini ditunjang oleh layanan nasi paket bersubsidi bagi mahasiswa, dosen maupun karyawan di ITB.

### 4. Divisi Rental dan Travel

Divisi Rental dan Travel merupakan divisi yang usahanya bergerak dalam bidang jasa peminjaman mobil yang digunakan untuk memberikan layanan ITB Ganesha ke ITB Jatiningor yang mulai beroperasi mulai Oktober 2014.

### 5. Divisi Pengembangan Bisnis

Divisi Pengembangan Usaha atau Bisnis pada mulanya dibentuk sebagai cara untuk mentertibkan sistem pembukuan yang tahun sebelumnya di kelola oleh kesekretariatan KKP-ITB. Adapun pembentukan divisi ini dibagi menjadi empat unit diantaranya :

- a. Pengelolaan Proyek, unit pengelolaan proyek mulai dibentuk pada tahun 2012. Unit ini bekerja berdasarkan kontrak yang diberikan oleh unit-unit di ITB serta *bridging* proyek yang menggunakan “bendera” KKP-ITB.
- b. Pengelolaan Properti, pengelolaan properti pada dasarnya di bentuk atas dasar banyak permintaan dari anggota KKP-ITB yang menginginkan adanya sebuah perumahan murah yang terjangkau oleh anggota KKP ITB.
- c. Pengelolaan Air dalam Kemasan, unit usaha yang dijalankan koperasi dalam memanfaatkan fasilitas Pengelolaan Tap Water ITB yang merupakan sumbangan dari alumni kepada ITB yang tidak berfungsi hampir selama 15 bulan.

- d. Pengelolaan Produksi Roti dan Paket Makanan Modern, bisnis ini dimulai dengan adanya *counter* di depan waserda serta kue kering Hari Raya Idul Fitri, maka sejak tahun 2015 telah dijalankan usaha baru berupa roti serta paket makan siang modern.

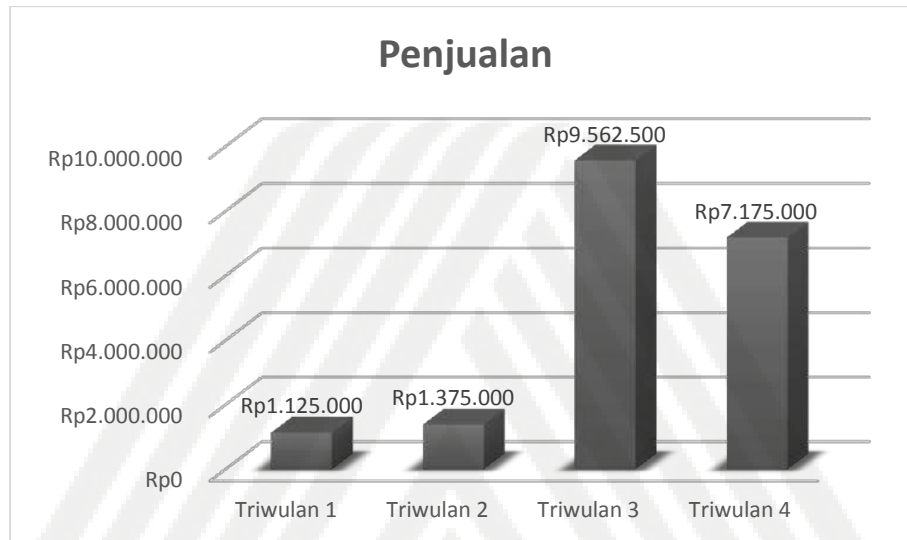
Salah satu unit usaha yang dimiliki oleh koperasi yaitu pengelolaan air minum dalam kemasan. Tingkat mobilitas dan konsumsi air minum konsumen yang tinggi telah menjadikan industri ini memiliki peluang yang besar. Banyak merek-merek air minum dalam kemasan yang beredar di pasaran dalam berbagai ukuran. Situasi ini tentunya dapat membawa dampak tersendiri terhadap tingginya tingkat persaingan antar perusahaan yang memiliki produk yang sama dalam merebut pangsa pasar yang ada. Adapun produk yang dihasilkan oleh koperasi adalah roti, paket makanan modern serta air dalam kemasan dengan merek 'Ci'.

**Tabel 1. 1 Penjualan Air Dalam Kemasan tahun 2017**

Triwulan	Penjualan	Perubahan	
		Rp	%
Triwulan 1	Rp 1.125.000	-	-
Triwulan 2	Rp 1.375.000	Rp 250.000	22,222 %
Triwulan 3	Rp 9.562.500	Rp 8.187.500	85,621 %
Triwulan 4	Rp 7.175.000	Rp (2.387.500)	-33,275 %

*Sumber : data penjualan air Ci (diolah)*

Berikut grafik penjualan air dalam kemasan tahun 2017 pada divisi pengembangan usaha unit pengelolaan air dalam kemasan KKP-ITB:



**Gambar 1. Grafik Penjualan Air Dalam Kemasan Tahun 2017**

Penjualan air dalam kemasan mengalami kenaikan, meskipun usaha tersebut dapat dibidang baru dikelola. Hal ini tentunya dapat memberikan peluang bagi koperasi untuk mengembangkan pasar produk tersebut. Untuk saat ini, koperasi hanya menyalurkan produknya kepada unit usaha lain seperti waserda dan paket makanan modern. Pada waserda, harga yang ditawarkan koperasi untuk produk yang dihasilkan tidak jauh berbeda dengan produk yang lainnya, yaitu Rp. 14.000/karton (isi 48 *cup*). Hal ini dikarenakan koperasi tidak memungkinkan untuk menaikkan harga tersebut dari pasaran. Kemasan produk yang tersedia pada saat ini berupa dalam kemasan *cup*. Tentunya tidak menutup kemungkinan koperasi dapat memperluas pasarnya dan menambah variasi kemasan produk seperti botol galon.

Mesin pengolah air dalam kemasan yang digunakan adalah teknologi *Reverse Osmosis (RO)* yang dikombinasikan dengan filter dan UV. Mesin *packing* kemasan *cup* yang digunakan memiliki kapasitas *filling* mencapai 1500 *cup*/jam. Hal ini tentunya untuk memenuhi permintaan air dalam kemasan untuk divisi waserda dan cafe. Dalam hal ini rata-rata produksi air dalam kemasan dalam seminggu mencapai

100-150 karton/minggu (1 karton=48 *cup*). Tentunya penggunaan mesin *packing* belum maksimal.

**Tabel 1. 2 Jumlah Produksi Air Dalam Kemasan tahun 2017**

Triwulan	Jumlah Produksi	%
Triwulan 1	4.320 <i>cup</i>	-
Triwulan 2	5.280 <i>cup</i>	22,22%
Triwulan 3	36.720 <i>cup</i>	595,45%
Triwulan 4	27.552 <i>cup</i>	-24,97%

*Sumber : data produksi air Ci (diolah)*

Koperasi belum maksimal menggunakan mesin produksi air minum dalam kemasan yang ada. Mesin *packing* dapat memproduksi rata-rata air minum dalam kemasan 12.000 *cup*/hari, sedangkan pada keadaan saat ini koperasi hanya memproduksi rata-rata dalam sehari 1440 *cup*/hari. Dengan mengembangkan pangsa pasar, tentunya koperasi dapat memaksimalkan kapasitas produksi. Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Air Dalam Kemasan (Aspadin) mengatakan bahwa proyeksi penjualan air minum dalam kemasan tumbuh sekitar 9%-10% dibandingkan dengan tahun lalu (Kontan.co.id, 14 Maret 2018).

Dengan mengembangkan pangsa pasar tentunya akan mempengaruhi keseluruhan pembiayaan yang ada. Hal ini tentunya harus diperhitungkan agar investasi yang dilakukan kedepan tidak mengalami kegagalan. Perlu adanya kelayakan usaha untuk menentukan layak atau tidaknya usaha tersebut yang dilihat dari berbagai aspek lainnya.

Analisis kelayakan usaha dilakukan untuk menentukan keberhasilan dari usaha yang dijalankan. Keberhasilan dari suatu usaha tersebut dapat dilihat dari

pengelolaannya. Pengelolaan ini dilakukan dalam berbagai aspek, seperti aspek pasar dan pemasaran, keuangan, operasi, hukum, teknis/operasi, manajemen dan organisasi, ekonomi sosial, serta dampak lingkungan (Kasmir, 2016). Aspek pasar meliputi analisis internal berupa produk yang ditawarkan ditinjau dari segi pasar dan pemasaran serta memiliki peluang yang diinginkan atau tidak. Aspek pemasaran juga menentukan besarnya produksi dikaitkan dengan permintaan yang akan datang.

Dalam kaitannya dengan analisis kelayakan suatu usaha, aspek pasar dan pemasaran merupakan salah satu aspek yang paling penting (Kasmir, 2016). Hal ini tentunya dikarenakan aspek pasar dan pemasaran dapat menentukan keberlangsungan dari usaha tersebut. Pada aspek ini, dapat diketahui seberapa besar pasar sasaran yang akan dimasuki dan menjadi peluang untuk produk yang dihasilkan.

Dari uraian yang telah dikemukakan diatas, maka penulis tertarik untuk membahas tentang kelayakan usaha dengan menuangkan ide tersebut kedalam satu bentuk karya ilmiah yang diberi judul : **“Analisa Kelayakan Usaha Koperasi Unit Produksi Air Minum Dalam Kemasan ‘Ci’ Untuk Mengembangkan Pangsa Pasar”**.

IKOPIN



## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang penelitian, maka dalam menganalisis tentang **Analisa Kelayakan Usaha Koperasi Unit Produksi Air Minum Dalam Kemasan ‘Ci’ Untuk Mengembangkan Pangsa Pasar**, penulis akan mencoba mengidentifikasi beberapa masalah, yaitu :

1. Bagaimana kelayakan usaha air minum dalam kemasan Ci dilihat dari aspek pasar dan pemasaran, aspek operasi/teknis, aspek organisasi dan manajemen, aspek keuangan, dan aspek analisis dampak lingkungan (AMDAL)?
2. Apa kebijakan yang dilakukan koperasi dalam mengembangkan pangsa pasar?

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

### **1.3.1. Maksud Penelitian**

Maksud penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana kelayakan usaha air minum dalam kemasan untuk mengembangkan pangsa pasar pada unit usaha Koperasi Keluarga Pegawai Institut Teknologi Bandung (KKP-ITB).

### **1.3.2. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Kelayakan usaha dari air minum dalam kemasan dilihat dari aspek pasar dan pemasaran, aspek operasi/teknis, aspek organisasi dan manajemen, aspek keuangan, dan aspek analisis dampak lingkungan (AMDAL).

2. Kebijakan yang dilakukan koperasi untuk mengembangkan pangsa pasar air minum dalam kemasan.

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

##### **1.4.1. Kegunaan Teoretis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan memperoleh data dan informasi yang dapat bermanfaat bagi aspek pengembangan ilmu:

1. Penelitian sendiri, yaitu dapat memperoleh manfaat dengan bertambahnya ilmu dan pengetahuan manajemen dibidang pemasaran dan koperasi terutama mengenai topik permasalahan yang diteliti sehingga wawasan yang bertambah ini dapat dipahami secara teoritis serta mampu diimplementasikan di masyarakat (praktis).
2. Penelitian lainnya, yaitu diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa menambah informasi dan sumbangan pemikiran dalam memperkaya keilmuan dibidang manajemen terutama pemasaran, dan perkoperasian yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

##### **1.4.2. Kegunaan Bagi Aspek Praktis**

Bagi para pengurus dan pengawas koperasi yang diteliti, yaitu diharapkan hasil dari penelitian ini berguna sebagai bahan pertimbangan, masukan serta rekomendasi aktif dan konstruktif dalam menetapkan kebijakan terkait kemajuan koperasi dimasa yang akan datang agar dapat mengoptimalkan kinerja pemasaran dan usaha lainnya.