

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi, persaingan pasar sangat ketat. Para pelaku ekonomi di setiap negara dituntut untuk melakukan perbaikan dan meningkatkan kualitas perekonomian untuk dapat bersaing dengan negara-negara dalam pasar internasional. Baik negara berkembang maupun negara maju masing-masing harus memperbaiki dan meningkatkan perekonomian yang dimilikinya.

Tidak terkecuali Indonesia, yang saat ini sedang membangun perekonomian masyarakat. Oleh karena itu harus adanya peran dari masing-masing pelaku ekonomi, yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), dan Koperasi, serta masyarakat yang berperan aktif di dalamnya. Untuk setiap pelaku ekonomi, di Indonesia memiliki perannya masing-masing dalam upaya meningkatkan dan membangun perekonomian di Indonesia. Untuk menjadi kekuatan bagi perekonomian yang lemah dan ekonomi menengah yang menjadi naungan untuk kegiatan tersebut adalah Koperasi. Hal ini dikarenakan koperasi adalah organisasi ekonomi yang bersifat gotong royong dan kekeluargaan, dan memiliki tujuan yang sama.. Perekonomian nasional dengan koperasi ini telah dijelaskan secara konstitusional dalam Pasal 33 Ayat 1 UUD 1945 yang berbunyi sebagai berikut :

“ Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas azas kekeluargaan “.

Berdasarkan pasal 33 UUD 1945, ada tiga sektor usaha formal perekonomian di Indonesia yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) dan Koperasi. Pada pasal 33 ayat (1) disebutkan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas azas kekeluargaan. Artinya perekonomian tidak dikuasai dan dieksplorasi oleh orang-perorang akan tetapi dilakukan bersama-sama, yang memiliki arti saling bergotong royong antara satu pihak dengan pihak lainnya.

Adanya kegiatan serta kepentingan yang sama menjadi dasar berdirinya suatu koperasi. Sebagai badan usaha, koperasi adalah sebuah perusahaan yang harus mampu berdiri sendiri menjalankan kegiatan usahanya mendapatkan laba.

Meskipun tujuan utama koperasi bukan mencari laba, akan tetapi jika koperasi semakin mengalami penurunan sisa hasil usaha tiap tahun, tidak menutup kemungkinan koperasi tersebut akan di likuidasi. Untuk menjaga keberlangsungan hidup koperasi, maka harus didukung oleh kemampuan manajemen melihat kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang.

Dalam mewujudkannya, diperlukan keputusan yang tepat oleh pihak manajemen dalam menentukan strategi bisnisnya agar dapat bersaing dengan perusahaan swasta. Untuk dapat bertahan dan berkembang pada kondisi saat ini maka perlu strategi yang matang dan tidak hanya pada rencana jangka panjang, namun juga menitikberatkan pada kelangsungan hidup koperasi tersebut.

Manajemen dituntut untuk menghasilkan keputusan-keputusan yang menunjang terhadap kesejahteraan koperasi, anggota koperasi, serta mempercepat perkembangan koperasi. Manajemen memerlukan perencanaan agar para anggota

koperasi sejahtera. Ukuran yang sering dipakai dalam menilai sukses atau tidaknya manajemen adalah dari sisa hasil usaha yang diperolehnya.

Proses keputusan pembelian juga dibutuhkan guna mengetahui seberapa jauh minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh koperasi. Proses keputusan pembelian dimulai apabila konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan terhadap suatu produk yang diinginkan. Proses pembelian menggambarkan alasan mengapa seseorang lebih menyukai, memilih dan membeli suatu produk dengan merek tertentu.

Di Indonesia, begitu banyak produk-produk olahan susu yang ditawarkan oleh berbagai perusahaan maupun koperasi. Produk-produk olahan susu tersebut diantaranya yakni yogurt dan susu pasteurisasi. Meskipun produk olahan tersebut diolah dengan menggunakan komposisi yang sama—yakni susu, namun perusahaan maupun koperasi melakukan pembagian produk susu menjadi beberapa bagian dengan cara yang berbeda untuk menarik perhatian konsumen.

Demikian dengan KPSBU (Koperasi Peternak Susu Bandung Utara) Lembang, yang mana adalah koperasi primer tunggal usaha di Kecamatan Lembang yang merupakan suatu wadah bagi para peternak sapi perah dengan wilayah kerja KPSBU Lembang. KPSBU Lembang telah berdiri sejak tahun 1971 dan memiliki tujuan utama dalam menghasilkan *core commodity* yang unggul, yakni susu segar yang dihasilkan peternak susu perah sebagai produk bermutu tinggi di pasaran.

Fungsi dari KPSBU Lembang itu sendiri yakni menampung susu sapi yang dihasilkan oleh anggotanya, untuk:

1. Dipasarkan ke IPS (Industri Pengolahan Susu) sebesar 91,7% (berdasarkan laporan RAT tahun 2017),
2. Dipasarkan secara eceran kepada konsumen sebesar 8% (berdasarkan laporan RAT tahun 2017),
3. Diolah menjadi Produk Akhir (*final product*) sebesar 0,3% (berdasarkan laporan RAT tahun 2017).

Untuk unit-unit usahanya, KPSBU Lembang sendiri memiliki 6 bidang usaha, yaitu:

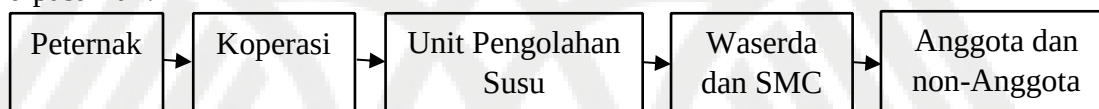
1. Bidang Usaha Produksi Susu, Pemasaran, dan Kualitas Susu,
2. Pakan Konsentrat,
3. Pengolahan Susu,
4. Waserda,
5. Peternakan Sapi Perah,
6. Perkreditan.

Dari enam unit usaha yang ada di Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara, peneliti lebih berfokus dalam meneliti Unit Usaha Pengolahan Susu atau Produk Akhir, dikarenakan dalam hal ekonomi apabila menjual bahan yang belum diolah maka akan lebih menghemat biaya dibandingkan diolah terlebih dahulu menjadi barang jadi, sehingga dapat meningkatkan nilai tambah bagi produk. Standar kualitas susu yang diolah menjadi produk akhir berdasarkan laporan RAT pada tahun 2018 adalah sebagai berikut:

Kualitas	FAT (%)	SNF (%)	TS (%)	TPC (Juta)	Protein
Rataan	3,82	8,34	12,16	0,52	2,97

Pun, berdasarkan laporan RAT tahun 2018, dari 100% susu (54.388.131 liter) yang diterima oleh koperasi dari anggota, hanya 0,28% yang diolah oleh Unit Usaha Pengolahan Susu, di mana hasil dari penjualan produk akhir yang sebesar 0,28% digunakan untuk menutupi biaya-biaya operasional koperasi, sedangkan apabila produknya dikembangkan dengan optimal, maka dapat meningkatkan volume penjualan. Sehingga hasil jual produk akhir akan berguna sebagai pendapatan berkelanjutan bagi koperasi.

Berikut ini adalah mekanisme dari diperolehnya bahan baku sampai dipasarkan:



Kemudian di bawah ini adalah data perolehan susu yang siap dipasarkan oleh KPSBU Lembang:

Tabel 1.1 Perkembangan Penjualan Produk Olahan Susu

Tahun	Susu siap dipasarkan (Liter)	Susu Mentah IPS (Liter)	Susu Mentah (Eceran) (Liter)	Susu Olahan (Liter)
2014	47.306.727,50	42.732.453,00	4.502.998,00	149.225,00
2015	54.602.494,00	50.624.935,00	3.903.262,00	136.155,00
2016	55.194.183,00	51.004.822,00	3.927.451,00	181.181,00
2017	54.428.686,50	49.880.764,00	4.348.875,00	158.492,00
2018	64.838.364,00	60.334.909,00	4.114.409,00	183.640,00

Sumber : Data RAT KPSBU Lembang 2014 – 2018

Dapat dilihat bahwasannya susu yang diolah menjadi produk akhir mengalami penurunan dari tahun 2013 – 2015, kemudian naik kembali pada tahun 2016 dan turun di tahun 2017. Akan tetap kembali mengalami kenaikan pada tahun 2018. Berfluktuasinya jumlah produksi susu untuk diolah menjadi produk akhir disebabkan oleh jumlah produksi susu secara keseluruhan yang tidak stabil dan permintaan susu untuk ke IPS meningkat.

Selain itu untuk memperkuat permasalahan yang akan diteliti, berikut adalah gambaran penjualan produk akhir secara keseluruhan dari tahun 2013-2017:

Tabel 1.2 Rekapitulasi Penjualan Produk Olahan Susu KPSBU Tahun 2014 – 2018

Tahun		2014		2015		2016		2017		2018	
No	Jenis Barang	Jumlah		Jumlah		Jumlah		Jumlah		Jumlah	
		Kuantitas	(Rp)	Kuantitas	(Rp)	Kuantitas	(Rp)	Kuantitas	(Rp)	Kuantitas	(Rp)
1.	Yogurt 180 ml	210.707	802.993.500	165.124	685.294.700	164.244	697.296.000	151.064	702.413.900	119.675	579.925.050
2.	Yogurt 250 ml	3.394	24.487.250			47.428	370.059.500	66.722	530.171.700	113.335	896.513.850
3.	Yogurt 600 ml					6.075	97.124.001				
4.	Yogurt 1000 ml (Botol)			37.190	757.066.500	9.982	248.840.000	25.197	629.101.000	43.205	1.078.620.900
5.	Yogurt 1000 ml (Plastik)	49.032	819.369.000	669	16.725.000	42.138	845.561.400	34.940	768.291.300	32.472	741.136.300
6.	Es Yogurt 35 ml	942.410	422.288.000	819.935	423.602.000	1.071.125	556.774.000	917.340	695.382.550	1.150.662	833.813.200
7.	Pasteurisasi 150 ml	346.526	666.920.250	185.862	504.382.450	164.617	483.793.350	193.365	735.175.200	181.119	722.604.400
8.	Pasteurisasi 250 ml			21.802	140.171.000	30.713	196.598.000				
9.	Pasteurisasi 600 ml			6.124	69.231.000	18.945	227.280.000				
10.	Pasteurisasi 1000 ml	3.727	8.855.000	3.048	27.165.000	8.572	171.404.000				
TOTAL		1.555.796	2.744.913.000	1.239.754	2.623.637.650	1.563.839	3.894.730.251	1.388.628	4.060.535.650	1.640.468	4.852.613.700

Sumber: Laporan Penjualan Bidang Usaha Pengolahan Susu (Periode 2014 – 2018)

Tabel 1.2 menjelaskan bahwasannya dari total keseluruhan jumlah kuantitas produk yang dijual mengalami fluktuasi. Pada tahun 2014 ke 2015, kuantitas penjualan produk sempat menurun. Kemudian kembali meningkat di tahun 2016 dan menurun kembali di tahun 2017. Akan tetapi di tahun 2018, kuantitas penjualan produk meningkat drastis sebesar 15,35%. Namun berfluktuasinya jumlah kuantitas produk yang terjual tidak mempengaruhi pendapatan. Hal tersebut terjadi disebabkan oleh adanya kenaikan harga jual produk tiap tahunnya. Kenaikan harga jual produk yang mengalami kenaikan setiap tahunnya dikarenakan harga jual produk yang tidak tetap, pun diduga karena koperasi menilai harga jual produk berdasarkan kualitas susu yang dijual.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti bermaksud menyusun karya ilmiah skripsi dengan judul **“EVALUASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN” (Studi Kasus pada Produk Olahan Susu (Fresh Time) di Koperasi Peternak Susu Bandung Utara – Lembang).**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan kondisi yang telah diuraikan pada Latar Belakang, peneliti bermaksud untuk merinci permasalahan yang akan diteliti, yakni:

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh Unit Usaha Pengolahan Susu KPSBU Lembang?
2. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap harga yang ditetapkan oleh pihak KPSBU Lembang pada produk yang mereka tawarkan?
3. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap promosi yang dilakukan oleh Unit Usaha Pengolahan Susu KPSBU Lembang terhadap produk yang di tawarkan?
4. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap tempat pendistribusian produk dari Unit Usaha Pengolahan Susu KPSBU Lembang?
5. Upaya-upaya apa saja yang harus dilakukan oleh Unit Pengolahan Susu di KPSBU Lembang guna meningkatkan penjualan produk olahan susunya?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun peneliti memiliki maksud dan tujuan dari penelitian ini, yakni:

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis dari sudut pandang konsumen dalam membeli produk olahan susu yang ditawarkan oleh Koperasi Peternak Susu Bandung Utara – Lembang.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini, yaitu:

1. Mengetahui bagaimana tanggapan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh Unit Usaha Pengolahan Susu KPSBU Lembang.
2. Mengetahui bagaimana tanggapan konsumen terhadap harga yang ditetapkan oleh pihak KPSBU Lembang pada produk yang mereka tawarkan.
3. Mengetahui bagaimana tanggapan konsumen terhadap promosi yang dilakukan oleh Unit Usaha Pengolahan Susu KPSBU Lembang terhadap produk yang di tawarkan.
4. Mengetahui bagaimana tanggapan konsumen terhadap tempat pendistribusian produk dari Unit Usaha Pengolahan Susu KPSBU Lembang.
5. Mengetahui upaya-upaya apa saja yang harus dilakukan oleh Unit Pengolahan Susu di KPSBU Lembang guna meningkatkan penjualan produk olahan susunya

1.4 Kegunaan Penelitian

Tercapainya sasaran dan tujuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta sumbangan informasi yang berguna dalam aspek:

1.4.1 Aspek Teoritis

Dari segi teori, penelitian ini dimaksudkan untuk pengembangan dan memperluas ilmu pengetahuan baik bagi peneliti maupun pembaca yang berkaitan dengan ilmu manajemen khususnya Manajemen Bisnis, serta sebagai bahan referensi penelitian dalam penulisan skripsi mengenai evaluasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

1.4.2 Aspek Guna Laksana

➤ **Bagi Koperasi**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai informasi dan bahan pertimbangan bagi pihak manajemen koperasi dalam menganalisis dan menetapkan kebijakan serta tindakan-tindakan sehubungan dengan evaluasi keputusan pembelian produk olahan susu (Freshtime) di KPSBU Lembang.

➤ **Bagi Masyarakat Umum**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana yang dapat menambah pengetahuan, terutama bagi yang ingin mengetahui bahwa informasi, referensi, acuan, dan pembandingan untuk melakukan penelitian yang sejenis.

IKOPIN