

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan masyarakat merupakan rangkaian upaya untuk mewujudkan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa. Dalam usaha mewujudkan kesejahteraan tersebut maka sangat diperlukan tindakan-tindakan yang terencana, nyata dan terarah sebagai realisasi pelaksanaan kegiatan pembangunan nasional. Koperasi merupakan suatu lembaga ekonomi yang memegang peranan penting untuk turut serta mensukseskan pembangunan nasional.

Dalam Undang-Undang Dasar 1945 pasal 33 ayat 1 menyatakan bahwa:

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

Dari pengertian di atas, perekonomian yang sesuai dengan asas kekeluargaan yaitu koperasi. Koperasi adalah badan usaha yang memiliki ciri kebersamaan yang berdasar kekeluargaan yang berperan dalam meningkatkan perekonomian nasional dan menjadi suatu gerakan ekonomi rakyat yang harus berkembang.

Saat ini usaha kecil dan menengah serta koperasi di Indonesia memiliki peluang yang bagus untuk berkembang. Dengan memanfaatkan peluang dari bisnis yang sedang marak ini, organisasi koperasi mempunyai potensi untuk berperan dalam bisnis ini, guna meningkatkan kesejahteraan anggota, sebab kemajuan

ataupun perkembangan suatu koperasi dapat dilihat dari peningkatan kesejahteraan anggotanya.

Adapun Definisi Koperasi berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Pasal 1 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 atau azas kekeluargaan”.

Dalam pasal tersebut dijelaskan bahwa Koperasi sebagai gerakan ekonomi untuk mensejahterakan masyarakat atau memperbaiki kehidupan masyarakat dalam bidang perekonomian masyarakat agar lebih baik dan sekaligus untuk mewujudkan masyarakat agar dapat hidup makmur dan maju.

Ini sesuai dengan tujuan koperasi berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia no.25 tahun 1992 tentang Perkoperasian Bab 1 pasal 3 yang berbunyi:

“Koperasi bertujuan mewujudkan kesejahteraan Anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.”

Koperasi berdasarkan usahanya terdiri dari koperasi *single purpose* dan *multy purpose*. *Single purpose* yaitu koperasi yang hanya bergerak di satu bidang usaha saja sedangkan *multy purpose* yaitu koperasi yang bergerak di berbagai jenis usaha. Adapun berbagai jenis usaha koperasi yang terdiri dari Koperasi Konsumsi, Koperasi Simpan Pinjam, Koperasi Produksi, dan Koperasi Pemasaran. Koperasi serba usaha (KSU) adalah koperasi yang kegiatan usahanya diberbagai segi

ekonomi, seperti bidang produksi, konsumsi, perkreditan dan jasa yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum.

Koperasi Peternak Garut Selatan Cikajang (KPGS) termasuk kedalam jenis koperasi *multy purpose* yang artinya KPGS memiliki berbagai jenis usaha. KPGS merupakan koperasi yang berdiri pada tanggal 29 Juli 1974 dengan nama “KUD Cikajang I”. Pada tahun 2005 “KUD Cikajang I” ini mengadakan rapat anggota khusus perubahan anggaran dasar, dan nama koperasi berubah menjadi “Koperasi Peternak Garut Selatan Cikajang” dengan No Badan Hukum: 518/KEP.001/PAD/BH/DISKOPPAS/VI/2007 tanggal 05 Juni 2007. Adapun unit usaha yang dijalankan KPGS Cikajang adalah:

1. Unit Usaha Susu Perah
2. Unit Usaha Pakan Ternak
3. Unit Simpan Pinjam
4. Unit Minimarket
5. Unit Usaha Pasteurisasi dan Cika Milk
6. Unit Kredit Usaha Tani
7. Unit Usaha Pangan
8. Unit Pengelolaan Sapi Perah Bantuan Kementerian Koperasi dan UKM RI TA. 2002 & 2007

Maju atau mundurnya sebuah koperasi sangat ditentukan oleh partisipasi anggota secara aktif. Baik dalam kontribusi modal, ide, pengawasan jalannya usaha koperasi, ataupun pemanfaatan pelayanan koperasi, sebab anggota adalah pemilik sekaligus pengguna jasa koperasi. Berikut data anggota KPGS dari tahun 2013-2017:

Tabel 1. 1 Jumlah Anggota KPGS Cikajang dari tahun 2013-2017

Keterangan	2013 (Orang)	2014 (Orang)	2015 (Orang)	2016 (Orang)	2017 (Orang)
Anggota	7547	7578	7548	7616	7659
Anggota Baru	69	112	100	81	60
Anggota Keluar	38	142	32	38	59
Jumlah Anggota	7578	7548	7616	7659	7660

(Sumber: RAT KPGS Cikajang Tahun 2013-2017)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah anggota di koperasi mengalami penurunan pada tahun 2014, sedangkan tahun-tahun berikutnya jumlah anggota mengalami peningkatan namun tidak signifikan. Dalam menyejahterakan koperasi itu sendiri, anggota sebagai pelanggan harus dapat banyak berpartisipasi pada koperasi, agar tujuan koperasi dalam menyejahterakan anggotanya dapat terwujud.

Hal lain yang memengaruhi keberhasilan koperasi adalah dari perkembangan omset unit usaha. Berikut adalah catatan jumlah pendapatan Unit Usaha Pakan Ternak selama tahun 2013-2017:

Tabel 1. 2 Rencana dan Realisasi Pendapatan pada Unit Usaha Pakan Ternak KPGS Tahun 2013-2017

Tahun	Rencana (Rp)	Realisasi (Rp)	Realisasi (%)
2013	615.600.000	383.499.688	62,30
2014	580.400.000	502.152.992	86,52
2015	551.250.000	623.510.467	113,11
2016	562.500.000	719.626.322	127,93
2017	697.500.000	591.356.514	84,78

(Sumber: RAT KPGS Cikajang Tahun 2013-2017)

Berdasarkan tabel 1.2 mengenai pertumbuhan realisasi pendapatan KPGS Cikajang pada tahun 2013-2016 mengalami peningkatan tetapi pada tahun 2017 terjadi penurunan, dan berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa pada tahun 2015-2016 realisasi penjualan telah tercapai. Namun pada tahun 2017 mengalami penurunan dan tidak mencapai target realisasinya.

Dalam menjalankan usahanya koperasi harus melihat dari aspek bauran pemasaran dimana aspek ini memiliki peranan penting untuk keberhasilan suatu unit usaha, agar pemasaran dalam unit usaha berjalan dengan baik perlu melakukan bauran pemasaran, menurut Philip Kotler (2006:8):

“Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran”.

Konsep bauran pemasaran yang dilakukan KPGS Cikajang dirasa belum maksimal. Setelah dilakukan observasi dan wawancara secara langsung pada Unit Usaha Pakan Ternak, dapat diduga ada beberapa faktor yang menyebabkan volume penjualan pada Unit Usaha Pakan Ternak tidak stabil, yaitu sebagai berikut:

1. *Promotion* (Promosi)

Dalam hal ini KPGS Cikajang belum melakukan promosi secara khusus, melainkan berupa sosialisasi langsung kepada anggotanya.

2. *Product* (Produk)

Produk yang tersedia hanya dua jenis berdasarkan kualitas pakan ternak tersebut.

3. *Price* (Harga)

Harga yang diterapkan di Unit Usaha Pakan Ternak cenderung lebih mahal dari pesaing.

4. *Place* (Tempat)

Lokasi gudang penyimpanan pakan ternak yang bersebelahan dengan koperasi cukup efisien.

Faktor-faktor di atas merupakan bagian dari bauran pemasaran, disebutkan dapat menyebabkan volume penjualan di Unit Usaha Pakan Ternak menurun yang pada akhirnya berimbas pada omset pendapatan yang diraih KPGS Cikajang.

Konsep bauran pemasaran yang dilakukan Unit Usaha Pakan Ternak dirasa belum menunjukkan hasil yang diinginkan, jika bauran pemasaran dilakukan dengan benar akan berpengaruh terhadap meningkatnya volume penjualan agar tujuan koperasi dapat tercapai. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**ANALISIS BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**” (Studi Kasus pada Unit Usaha Pakan Ternak Koperasi Peternak Garut Selatan).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas, maka pokok permasalahannya dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan bauran pemasaran yang diterapkan Unit Usaha Pakan Ternak KPGS Cikajang.

2. Upaya apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan Unit Usaha Pakan Ternak KPGS Cikajang.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan tentang bauran pemasaran dalam upaya meningkatkan volume penjualan Unit Usaha Pakan Ternak KPGS Cikajang.

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui:

1. Bauran pemasaran yang diterapkan Unit Usaha Pakan Ternak KPGS Cikajang.
2. Upaya yang harus dilakukan Unit Usaha Pakan Ternak untuk meningkatkan volume penjualan Unit Usaha Pakan Ternak KPGS Cikajang.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Aspek Keilmuan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen khususnya manajemen bisnis mengenai bauran pemasaran antara teori dengan praktiknya dilapangan.

1.4.2 Aspek Guna Laksana

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan dan berbagai macam informasi atau masukan untuk pengembangan Unit Usaha Pakan Ternak khususnya dalam rangka meningkatkan volume penjualan.

1.5 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Koperasi Peternak Garut Selatan Cikajang, yang bertempat di Kampung Raya Cibodas, Cikajang, Kabupaten Garut, Jawa Barat.



IKOPIN