

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Koperasi merupakan suatu lembaga sebagai gerakan ekonomi rakyat yang membantu masyarakat untuk menjadikan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat agar kesejahteraannya menjadi meningkat. Koperasi di Indonesia diatur di dalam Undang- undang Koperasi No. 25 Tahun 1992, dimana koperasi memiliki fungsi untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional berdasarkan atas asas kekeluargaan. Koperasi menjadi soko guru perekonomian Indonesia yang berlandaskan Pancasila dan UUD 1945. Asas dari koperasi itu sendiri bukan hanya kekeluargaan saja, tetapi berdasarkan demokrasi ekonomi dan juga gotong royong.

Lembaga koperasi sejak awal diperkenalkan di Indonesia memang sudah diarahkan untuk berpihak kepada kepentingan ekonomi rakyat yang dikenal sebagai golongan ekonomi lemah. Lembaga koperasi oleh banyak kalangan, diyakini sangat sesuai dengan budaya dan tata kehidupan bangsa Indonesia. Di dalamnya terkandung muatan menolong diri sendiri, kerjasama untuk kepentingan bersama (gotong royong). Di Indonesia, koperasi menjadi salah satu unit ekonomi yang mempunyai peran besar dalam memakmurkan negara ini sejak zaman penjajahan hingga sekarang.

Peran Koperasi dalam pembangunan, sebagai salah satu dari usaha nasional yang mempunyai kesempatan untuk mengembangkan usahanya dan mampu bersaing sehat dengan usaha milik swasta. Berbicara tentang Koperasi, acuan dasarnya adalah Undang-undang Nomor 25/ 1992, tentang Perkoperasian. Dalam UU ini disebutkan tujuan koperasi adalah untuk memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut

membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan UUD 1945.

Salah satu bentuk koperasi yang sangat bermanfaat untuk masyarakat adalah KSP (Koperasi Simpan Pinjam). Koperasi Simpan Pinjam adalah salah satu bentuk koperasi yang keberadaannya dirasa cukup perlu dan membantu dalam mengatasi persoalan keuangan baik anggota maupun non anggota. Sistem dari koperasi simpan pinjam itu sendiri adalah dengan cara menyalurkan bentuk pinjaman kepada masyarakat baik anggota ataupun dapat juga melayani masyarakat yang bukan anggota koperasi tersebut yang membutuhkannya.

Sebagai lembaga keuangan bukan bank yang diusahakan oleh lembaga keuangan berbentuk koperasi, koperasi simpan pinjam mempunyai peluang yang cukup baik untuk mengembangkan usahanya. Hal ini dapat terjadi apabila koperasi simpan pinjam dan unit simpan pinjam mampu memanfaatkan peluang, baik peluang yang datang dari internal, yakni kebutuhan anggota yang bersifat rutin dan peluang eksternal, yakni kebutuhan anggota untuk tambahan modal kerja/investasi sebagai dampak dari berkembangnya usaha anggota yang pada umumnya sebagai pengusaha dengan skala kecil.

Koperasi di Indonesia khususnya Koperasi Simpan Pinjam sebagai salah satu lembaga keuangan mikro yang didirikan atas dasar nilai-nilai kemandirian, tanggung jawab, demokrasi, persamaan, keadilan dan solidaritas memiliki tekad untuk membantu mengembangkan kegiatan UKM sampai dengan kebutuhan sehari-hari. Atas dasar-dasar itulah Koperasi Simpan Pinjam sebagai salah satu jenis Koperasi yang ada di Indonesia tumbuh secara bertahap. Oleh karena itu pembangunan Koperasi sebagai wadah kegiatan ekonomi rakyat diarahkan agar memiliki kemampuan menjadi badan usaha yang efisien dan menjadi gerakan ekonomi yang tangguh dan

berakar dalam masyarakat, makin mandiri dan mampu berperan di semua bidang usaha, serta memajukan kesejahteraan anggotanya dalam mewujudkan perekonomian yang baik.

Namun cita-cita tersebut tidak selamanya berjalan sesuai dengan yang direncanakan karena semakin tajamnya persaingan didalam perekonomian berpengaruh terhadap perkembangan Koperasi. Hal ini didukung pula oleh kebijakan perekonomian yang mengarah pada mekanisme pasar, sebagai akibat berlakunya sistem liberalisasi ekonomi yang kurang menguntungkan bagi Koperasi khususnya KSP, Koperasi khususnya KSP dihadapkan dengan persaingan secara langsung dengan lembaga – lembaga keuangan lain yang diuntungkan dengan mekanisme pasar. Seiring dengan berubahnya pola perekonomian maka Koperasi juga dituntut untuk menyesuaikan dengan keadaan perekonomian yang ada saat ini, dimana keadaan perekonomian yang sudah berubah maka juga merubah pola dan konsep dari Koperasi itu sendiri tanpa meninggalkan asas utama dari koperasi yakni asas kekeluargaan.

Dalam pelaksanaannya saat ini setiap unit usaha koperasi pasti memiliki bagian pemasaran yang bertujuan untuk mencari anggota serta mengenalkan koperasi pada masyarakat. Pola ini umum kita jumpai pada koperasi simpan pinjam yang ada saat ini, Hal ini bertujuan untuk mengembangkan usaha koperasi simpan pinjam. Dalam hal ini dunia pemasaran diibaratkan sebagai suatu medan tempur bagi koperasi simpan pinjam yang bergerak dalam komoditi yang sama, maka perlu sekali diciptakan suatu strategi pemasaran agar dapat memenangkan persaingan tersebut. (Buchari Alma, 2016)

Dengan banyaknya pesaing, seharusnya perusahaan menyusun target pemasaran yang akan di jalankan untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi ini pun dapat bersifat jangka pendek, menengah maupun untuk jangka panjang sesuai dengan rencana yang telah disusun. Disamping itu perusahaan harus mampu memahami kebutuhan konsumen, mendesain dan mengontrol

kualitas pelayanan secara efektif. (Kasmir dan Jakfar, 2003) Strategi pada dasarnya adalah suatu rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan suatu perusahaan

Agar koperasi tetap mampu bersaing dengan lembaga keuangan lain yang mengeluarkan produk sejenis, maka manajemen koperasi harus mampu mengolah perusahaannya dengan baik, supaya konsumen atau ada yang ada tidak beralih kepada lembaga keuangan lain. Koperasi dituntut untuk lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan anggota atau koperasi harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan anggota. Selain itu juga diperlukan pemasaran yang baik, dengan pemasaran produk yang baik maka akan dapat meningkatkan usaha dan merebut pangsa pasar. Jika itu sudah terjadi maka dapat dipastikan koperasi akan dapat mencapai tujuannya yakni mensejahterakan anggota sehingga koperasi tersebut dapat berkembang dengan baik.

Penggunaan strategi pemasaran saat ini sudah lazim digunakan oleh lembaga – lembaga keuangan, oleh karena itu untuk memajukan koperasi simpan pinjam agar memiliki daya saing yang kuat adalah dengan menggunakan strategi pemasaran yang baik dan tepat sasaran. Pemasaran merupakan upaya mengatur strategi dan cara agar konsumen mau menggunakan produk atau jasa yang dimiliki koperasi. Dengan strategi pemasaran yang baik posisi koperasi simpan pinjam menjadi kuat dalam kegiatannya, terutama untuk menghadapi persaingan saat ini. Sudah saatnya kini koperasi simpan pinjam memahami bagaimana pentingnya strategi pemasaran untuk memasarkan produk mereka.

Ukuran keberhasilan suatu perusahaan dalam menerapkan strategi pemasaran adalah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang menerima

produk maka mereka semakin puas dan ini berarti strategi yang dijalankan cukup berhasil. (Kasmir 2011)

Penggunaan strategi pemasaran dalam kegiatan koperasi tidak serta merta akan meningkatkan hasil dari tujuan yang telah disusun dalam kegiatan awal perencanaan, akan tetapi penggunaan strategi pemasaran harus sesuai dengan keadaan koperasi dan sesuai dengan kondisi yang diinginkan oleh masyarakat sebagai calon dari anggota dan pengguna dari koperasi. Penggunaan strategi pemasaran yang tepat dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan dimana perusahaan akan memiliki daya saing yang kuat dengan sesama kompetitor di bidangnya.

Salah satu koperasi simpan pinjam yang telah menggunakan strategi pemasaran adalah KSP Naraya, KSP Naraya yang awalnya masih menggunakan pola strategi pemasaran yang masih bersifat konvensional yakni dengan melakukan promosi melalui brosur, melakukan sosialisasi secara langsung untuk promosi kepada anggota, serta menentukan target baru atau sasaran baru dalam kegiatan pemasarannya mulai merubah pola pemasarannya menyesuaikan dengan keadaan pasar yang ada saat ini.

Penggunaan strategi pemasaran pada KSP Naraya di dasari oleh perkembangan dari keadaan ekonomi yang ada di masyarakat dan semakin berkembangnya pola hidup dari masyarakat sendiri, sehingga sebagai bentuk penyesuaian dengan keadaan perekonomian masyarakat KSP Naraya mulai berbenah dengan menentukan strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan tujuan dari didirikannya KSP Naraya. persaingan antar lembaga keuangan, baik lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan bukan bank sehingga membuat KSP Naraya mulai mengalami penurunan dalam mengembangkan usahanya.

Persaingan dan Modal usaha yang begitu banyak membuat KSP Naraya harus merubah pola strategi pemasarannya agar dapat tetap bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Setiap

situasi dan kondisi dapat menjadi ancaman sekaligus peluang bagi kelangsungan hidup perusahaan. Dalam keadaan yang seperti ini perusahaan harus mampu mengantisipasi ancaman dan dapat memanfaatkan peluang yang tersedia, untuk menghadapi hal tersebut KSP Naraya harus menggunakan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat mengembangkan usahanya.

Berdasarkan uraian di atas penulis bermaksud mengadakan penelitian tentang penggunaan strategi pemasaran untuk mengembangkan usaha, untuk itu penulis mengambil judul penelitian “Strategi Pemasaran dan Pengembangan Usaha Koperasi KSP Naraya Kediri”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Strategi Pemasaran yang diterapkan Koperasi Simpan Pinjam Naraya?
2. Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Koperasi Simpan Pinjam Naraya?
3. Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Koperasi Simpan Pinjam Naraya menggunakan analisis SWOT?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang berkenaan dengan masalah di atas adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan di Koperasi Simpan Pinjam Naraya.
2. Mengetahui usaha yang dijalankan Koperasi Simpan Pinjam Naraya.
3. Mengetahui strategi pengembangan usaha Koperasi Simpan Pinjam Naraya di dalam analisis SWOT.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan dan informasi dalam penelitian lebih lanjut maupun dalam mengembangkan ilmu

pengetahuan, terutama yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan pengembangan usaha koperasi simpan pinjam.

2. Bagi Perusahaan dengan diketahui orientasi entrepreneur maka diharapkan dapat disusun suatu bentuk pengembangan usaha yang dapat meningkatkan kinerja karyawan sehingga dapat memahami strategi pemasaran yang tepat untuk koperasi simpan pinjam.
3. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi pemerintah dalam mengembangkan dan membina perusahaan koperasi simpan pinjam
4. Bagi peneliti, hasil penelitian ini akan menambah pengetahuan dan wawasan peneliti terutama dalam masalah yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan pengembangan usaha koperasi simpan pinjam.