

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati

Awal berdirinya KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati merupakan amalgamasi dari 3 Koperasi Primer yaitu: Koperasi Bahagia Desa Bageng, Koperasi Sido Makmur Desa Bermi, Koperasi Gotong Royong Desa Gembong.

Amalgamasi ini berkenaan dengan keluarnya Instruksi Presiden Nomer 4 Tahun 1973, tentang Garis-garis Besar Haluan Negara, yang isi pokoknya antara lain:

- a. Dalam pelaksanaan pembangunan segenap kemampuan modal dan potensi dalam negeri harus dimanfaatkan dengan bijaksana untuk meningkatkan kegiatan koperasi agar dapat memainkan peranannya dalam Tata Ekonomi Indonesia.
- b. Didalam satu wilayah Kecamatan, hanya boleh ada satu Badan Usaha Unit Desa. Oleh karena itu Koperasi-koperasi Desa yang ada dalam satu wilayah Kecamatan supaya mengadakan amalgamasi menjadi satu wadah kegiatan usaha yaitu Badan Usaha Unit Desa yang disingkat B.U.U.D.
- c. Satu wilayah unit desa yang mempunyai lahan Bimas 600 s/d 1000 Ha. Harus membentuk satu badan usaha unit desa (B.U.U.D)

Maka sebagai tindak lanjut pelaksanaan Inpres No. 4 tahun 1973 maka pada tanggal 20 oktober 1973 diadakan rapat bersama dengan pengurus-pengurus koperasi di desa gembong dan akhirnya diputuskan bersama membentuk suatu koperasi yang diberi nama BUUD/ KUD “BAHAGIA” yang berkedudukan di Desa Gembong Kabupaten Pati, dan daerah kerja koperasi meliputi wilayah Kecamatan Gembong yang terdiri dari 11 Desa. Dengan susunan pengurus pada waktu itu Ketua: Bpk. Abdul Wahid Hasyim, Sekretaris: Bpk. Parto Pasir, Bendahara: K.H.

Abdul Qhofar, dan Pembantu: Bpk. H. Sofwan dan Bpk. Radi. Dan pada tanggal 04 Juli 1974 KUD Bahagia mendapatkan pengesahan Badan Hukum dengan Nomor 3831/BH/VI/12-67.¹

2. Letak Lokasi

KUD Bahagia terletak dikaki Gunung Muria berbatasan dengan Kabupaten Kudus yang berjarak $\pm$ 13 KM dari Kota Pati. Alamat tepatnya yakni pada Jalan Raya Pati-Gembong KM 14, atau sebelah timur pasar Gembong, Telp: 0295 4101753.

3. Potensi Wilayah

Mayoritas pekerjaan masyarakat Gembong adalah bertani/ berkebun dan berdagang, hal ini dapat dilihat dari banyaknya hasil pertanian baik ketela pohon, tebu, padi, kopi, jagung, dan lain-lain, serta mudahnya akses ke pasar yang berada di tengah jantung perekonomian Kecamatan Gembong membuat sebagian orang juga berjualan baik pakaian, makanan ringan, lauk pauk, kebutuhan pangan, peralatan dapur, toko emas, serta menjual hasil pertanian/ perkebunannya kepasar tersebut atau langsung menjual ke pengepul.²

Wilayah kerja KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati meliputi 11 desa yang berada di wilayah Kecamatan Gembong dengan luas $\pm$ 5.408 Ha, yang terdiri dari:

- | | |
|--------------------------|------------|
| a. Tanah tegal | : 2.076 Ha |
| b. Sawah pengairan | : 43 Ha |
| c. Sawah tadah hujan | : 1.287 Ha |
| d. Pekarangan / Bangunan | : 1.143 Ha |
| e. Lain-lain | : 859 Ha |

Berdasarkan kondisi potensi wilayah tersebut produksi pertanian yang paling menonjol adalah ketela pohon dan kapok randu.³

¹ Hasil Dokumentasi Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati pada tanggal 5 desember 2016.

² Hasil Observasi Kecamatan Gembong Kabupaten Pati pada tanggal 6 Desember 2016.

³ Hasil Dokumentasi Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati pada tanggal 5 Desember 2016.

4. Visi dan Misi

Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati mempunyai 3 visi yaitu:

- a. Visi Anggota : Semua kegiatan usaha yang ditangani dapat memberikan manfaat nyata dan mengarah peningkatan partisipasi anggota melalui penciptaan keterkaitan usaha yang sehat dan berdasarkan pertimbangan kelayakan usaha sebagai perpaduan serasi antara kaidah ekonomi dan prinsip koperasi.
- b. Visi Kemitraan : Kerjasama usaha dengan non anggota dilaksanakan dengan semangat kemitraan untuk sebesar-besarnya kemanfaatan anggota.
- c. Visi Kemandirian : Pengembangan usaha harus didasarkan kepada kemampuan dan kekuatan sendiri.

KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati mempunyai 3 misi yaitu:

- a. Mengembangkan ideologi kehidupan berkoperasi bagi anggota dan masyarakat dilingkungan wilayah kerjanya.
- b. Mengembangkan kesejahteraan, kemampuan ekonomi dan usaha, daya kreasi para anggota dalam meningkatkan produksi dan pendapatan.
- c. Ikut serta berperan aktif membangun perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berdasarkan pancasila dan UUD 1945.⁴

⁴ Hasil Dokumentasi Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati pada tanggal 5 Desember 2016.

5. Keadaan karyawan

a. Karyawan KUD⁵

Tabel. 4.1

Data karyawan KUD Bahagia pada tahun 2016

No	Nama	Pendidikan	Jabatan
1	Sutikno	SMEA	Direktur Utama
2	Romli	SMEA	Kasir
3	Supiyah	SMEA	Juru Buku
4	Ali Zuhri	SMA	Devisi Pupuk
5	Sri Narti	D3	Devisi Listrik
6	Supriyanto	SMA	Devisi Kanvas
7	Sukari	SMA	Devisi Kanvas
8	Ahmad Nukhin	SMA	Devisi Kanvas
9	Rohmad	SMA	Devisi Kanvas
10	Erfin	SMA	Devisi Kanvas
11	Wajo	SMA	Devisi Kanvas
12	Mas'udi	SMA	Devisi Kanvas
13	Abu Naim	SMA	Devisi Kanvas
14	Suwarno	SMA	Devisi Angkutan
15	Karno	SMA	Pesuruh
16	Sutarno	SMA	Penjaga Malam

Sumber : Data Sekunder dari KUD Bahagia

b. Karyawan KSPS

Tabel. 4.2

Data karyawan KSPS Bahagia pada tahun 2016

No	Nama	Pendidikan	Jabatan
1	Sholikhul Hadi	SMA	Direktur KSPS
2	Kusmanto	SMA	Kasir KSPS
3	Donny Saputra	SMA	Juru Buku KSPS
4	Agus Kunarso	SMA	Customer Service KSPS
5	Haris Ardiansyah	SMA	Marketing KSPS
6	Samsul Arifin, SE	S1	Marketing KSPS
7	Sulkantono	SMA	Marketing KSPS
8	Zumrotun	SMA	Marketing KSPS

Sumber : Data Sekunder dari KUD Bahagia

⁵ Hasil Dokumentasi Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati pada tanggal 5 Desember 2016.

6. Struktur organisasi

Setiap organisasi selalu terdapat struktur organisasi, tidak terkecuali pada Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati. Struktur organisasinya ini terbagi atas tiga tahap, yakni pengawas, pengurus dan karyawan. Berikut ini data dan struktur organisasinya:

a. Pengurus

Tabel. 4.3

Data pengurus KUD Bahagia pada tahun 2016

No	Nama	Pendidikan	Jabatan
1	KH. Abdul Wahid Hasyim	SMA	Ketua
2	H. Suyikno	SMEA	Wakil Ketua
3	Patman	SMA	Sekretaris
4	Drs. H. Jumain	S1	Bendahara
5	Suparlan	SMA	Anggota

Sumber : Data Sekunder dari KUD Bahagia

b. Pengawas

Tabel. 4.4

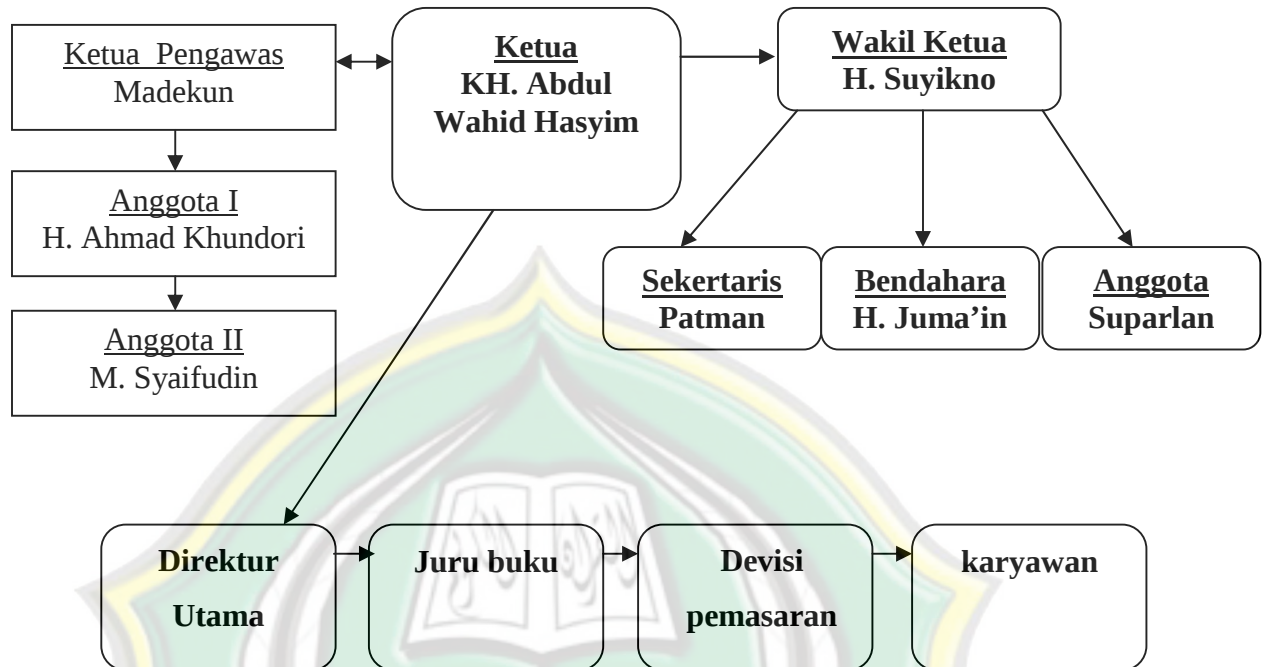
Data pengawas KUD Bahagia pada tahun 2016

No	Nama	Pendidikan	Jabatan
1	Madekun, S.Pd	S1	Ketua
2	H. Ahmad Khundlori, S.Pd.I	S1	Anggota I
3	Mohammad Syaifudin, SE	S1	Anggota II

Sumber : Data Sekunder dari KUD Bahagia

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia pada tahun 2016⁶



7. Daftar keanggotaan KUD Bahagia tahun 2015

Selayaknya koperasi lainnya, anggota merupakan syarat yang ada dalam suatu organisasi perkoperasian. Daftar keanggotaan pada KUD Bahagia dibagi atas beberapa Desa yang termasuk dalam Kecamatan Gembong, yakni:

Tabel. 4.5

Data Jumlah anggota KUD Bahagia pada setiap desa pada tahun 2015

NO	DESA	PRIA	WANITA	JUMLAH
1	Gembong	414	202	616
2	Bermi	169	75	244
3	Bageng	196	43	238
4	Plukaran	213	87	301
5	Pohgading	92	34	126
6	Wonosekar	73	60	133
7	Kedungbulus	164	194	358
8	Semirejo	157	105	262
9	Ketanggan	42	39	81

⁶ Hasil Dokumentasi Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati pada tanggal 5 Desember 2016

10	Sitiluhur	172	57	229
11	Klakahkasihan	184	53	237
12	Anggota luar biasa	4	3	7
	TOTAL	1880	952	2832

Sumber : Data sekunder dari KUD Bahagia

8. Data bentuk produk

Usaha yang dimiliki KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati dibagi menjadi dua bentuk, yakni produk dan jasa. Produknya yakni pupuk, beras, gula, air minum dalam kemasan (AMDK), alat-alat pertanian. Sedangkan jasa yang diberikan yakni pembayaran listrik dan penggilingan padi.⁷ Adapun dalam pelaksanaan usahanya, usaha ini dibagi atas beberapa unit, yakni:

a. Unit Pupuk

Pupuk merupakan salah satu komoditi yang dijual di KUD Bahagia yang telah bekerja sama dengan PT. Pusri Palembang dan PT. Petrokimia Gresik. KUD Bahagia sendiri sebagai Distributor utama di tingkat kecamatan. Maka dari itu, untuk kualitas pasti bagus sedangkan untuk kuantitas jumlah barang telah diatur oleh SK. Bupati yang mengatur tentang subsidi sehingga adanya jumlah batasan pembelian bagi pengecer tingkat akhir maupun konsumen. Hal ini seperti yang telah dijelaskan oleh bapak Ali Zuhri :

“ Dalam pengadaan pupuk pada KUD Bahagia telah bekerjasama dengan PT. Pusri Palembang dan PT. Petrokimia Gresik, yang posisi KUD Bahagia sendiri sebagai Distributor di tingkat kecamatan”.⁸

Menurut bapak Sutikno:

“ Tidak semua orang dapat membeli pupuk, karena dalam pembelian telah diatur oleh pemerintah, sehingga konsumen yang ingin membeli harus terdaftar sebagai anggota pertanian dan menyerahkan rencana kebutuhan pupuk yang diperlukan kepada pengecer di tingkat desa. Setelah proses inilah KUD Bahagia baru

⁷ Hasil Observasi Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati pada tanggal 5 Desember 2016.

⁸ Hasil Wawancara Dengan Bapak Ali Zuhri Karyawan KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati pada tanggal 5 Desember 2016.

akan memberikan pupuk sesuai dengan kebutuhan pupuk yang dibutuhkan oleh anggota/ konsumen pupuk melalui pengecer akhir di desa-desa.⁹

Tabel. 4.6

Data jenis dan harga pupuk pada KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati

No	Jenis	Harga per 1kg
1	Urea	1.800
2	ZA	1.400
3	SP-36	2.000
4	NPK Phonska	2.200
5	Peorganik	500
6	NPK Plus	5.000

Sumber : data primer hasil pengolahan data tahun 2016

Harga ini merupakan harga ecer tertinggi yang telah diatur oleh SK. Menteri Perdagangan pada tahun 2011. Selain jenis pupuk ada pula alat pertanian dan obat-obatan yang dipakai untuk tanaman.¹⁰

Ada beberapa strategi yang dilakukan pada devisi pupuk, yakni:

- 1) Memberikan kemudahan pembayaran tempo
- 2) Memberikan pinjaman modal
- 3) Memberikan pengarahannya mengenai pemupukan berimbang sehingga pembelian produk merata.

b. Unit pangan

Unit ini bergerak pada penjualan beras. Untuk penjualannya sendiri terdapat 4 cara, yakni:

- 1) Penjualan lewat beras kepasar umum
- 2) Penjualan lewat beras hasil proses GKG (Curah)
- 3) Penjualan lewat kemasan
- 4) Penjualan katul¹¹

⁹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Sutikno Direktur Utama KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati pada tanggal 19 Desember 2016

¹⁰ Hasil Observasi di Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati pada tanggal 5 Desember 2016

¹¹ Hasil Observasi di Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati pada tanggal 5 Desember 2016

Tabel. 4.7

Jenis dan harga satuan per kilogramnya

No	Jenis	Harga per kg
1	Beras umum	8.200
2	Beras dari GKG	7.900
3	Katul	1.500

Sumber : Data Sekunder dari KUD Bahagia

c. Unit kanvas

Unit ini bergerak pada penjualan barang dan jasa. Barang yang dijual yakni air minum dalam kemasan (AMDK) dan jasa berupa jasa pengiriman. Unit ini bekerja sama dengan PT. Star Food, dan untuk pemasarannya sendiri bekerjasama dengan toko-toko atau distributor tingkat akhir disekitar Kabupaten Pati.

Air minum dalam kemasan (AMDK) ini dibedakan menjadi dua, yakni:

- 1) Minuman teh regan
- 2) Minuman teh premium

Selain itu unit ini juga menjual gula yang telah bekerjasama dengan Koperasi Tebu Rakyat (KTPR) yang ada di Pati.

d. Unit selep Soko Kulon

Unit ini bergerak pada jasa pengilingan padi yang selalu beroperasi. Unit usaha ini berada pada Desa Soko Kecamatan Gembong. Dari pengilingan ini produk yang dihasilkan yakni beras dan sekam.¹² Dalam pemenuhan kebutuhan beras pada KUD Bahagia melakukan persediaan pengaman. Hal ini sesuai dengan yang dituturkan bapak Sutikno:

“Dalam pemenuhan kebutuhan produk beras, maka KUD sendiri melakukan persediaan bahan baku berupa gabah kering yang dibeli/ didatangkan tidak hanya dari daerah Gembong saja akan tetapi dari daerah Margorejo dan Kabupaten Demak”.¹³

¹² Hasil Observasi pada Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati pada tanggal 5 Desember 2016.

¹³ Hasil Wawancara Dengan Bapak Sutikno selaku Direktur Utama KUD Bahagia Pada Tanggal 19 Desember 2016.

Sehingga proses pengilingan padi pada unit ini selalu beroperasi, baik untuk produk beras yang akan dijual melalui unit pangan maupun masyarakat sekitar yang memerlukan jasa pengilingan padi sendiri.

e. Unit listrik

Unit ini bergerak pada jasa pembayaran rekening listrik yang bekerjasama dengan Bank Syari'ah Mandiri. Selain itu unit ini juga bekerja sama dengan kolektor / kelompok pembayaran yang ada didesa-desa.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Strategi Pemasaran KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan secara langsung bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh KUD Bahagia Kecamatan Gembong memperhatikan mengenai produk, saluran distribusi, harga, dan pelayanan. Di dalam strategi pemasaran hal yang tak dapat dipisahkan yakni segmentasi, *targeting* dan *positioning*.

Bapak Ali Zuhri menuturkan:

“ untuk segmentasi dari usaha yang dijalankan yaitu untuk semua kalangan hanya pada produk pupuk yang segmentasinya terbatas pada anggota petani karena mengikuti ketetapan dari pemerintah. Secara hargapun lebih murah dibandingkan harga pasaran umum karena kita bekerjasama dengan produsen langsung dan kebanyakan konsumen kita adalah para pedagang”.¹⁴

Bapak Sutikno menuturkan:

“Segementasi yang dituju adalah semua kalangan, untuk targettingnya yaitu anggota, masyarakat umum dan outlet-outlet disekitar wilyah Gembong dan PATi, dan pelayanan pada KUD menjadi hal yang paling ditekankan”.¹⁵

¹⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Ali Zuhri Karyawan KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati pada tanggal 5 Desember 2016.

¹⁵ Hasil Wawancara Dengan Bapak Sutikno Selaku Direktur Utama KUD Bahagia Pada Tanggal 19 Desember 2016.

Pelayanan ini merupakan strategi penunjang yang dianggap memberikan nilai tambah pada pemasaran. Strategi ini dianggap sangat penting karena pelayanan merupakan hal utama yang diterapkan KUD Bahagia agar konsumen merasa nyaman. Pelayanan yang diberikan Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong diantaranya yakni, memberikan fasilitas yang baik, pelayanan berbasis kekeluargaan, keramahan, dan kemudahan.

Salah satu strategi pelayanan yang diberikan Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia dalam unit pupuk yakni memberikan promo, program pembayaran tempo, memberikan pinjaman modal, meningkatkan kualitas produksi dan pelayanan serta memberikan informasi mengenai pemupukan berimbang pada bagian pupuk.

Selain segmentasi, *targeting* dan *positioning* hal ini diperkuat dengan penggunaan *marketing mix*. Hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Sutikno selaku direktur utama, beliau mengatakan bahwa:

“Dalam pemasaran yang dilakukan ada beberapa strategi yang dilakukan, diantaranya adalah strategi produk, harga, saluran distribusi, dan promosi. Strategi ini akan memberikan sistem gerak dalam pemasaran dan meningkatkan penjualan yang harapannya pendapatan yang akan diperoleh juga akan meningkat”.¹⁶

a. Strategi produk

Strategi produk merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan *marketing*. Kegiatan pemasaran digunakan untuk menunjang dan mendorong aktivitas pemasaran produk. Maka produk yang dijual merupakan komoditi yang banyak dicari oleh para konsumen akhir maupun para penjual.

Bapak Sutikno mengatakan:

“ Produk yang ditawarkan KUD Bahagia adalah produk yang rata-rata dibutuhkan oleh banyak orang, seperti beras, gula,

¹⁶ Hasil Wawancara Dengan Bapak Sutikno Selaku Direktur Utama KUD Bahagia Pada Tanggal 19 Desember 2016.

minuman kemasan, jasa pembayaran listrik , penggilingan padi dan lain-lain.”¹⁷

b. Strategi harga

Harga yang diberikan oleh KUD Bahagia bisa dikatakan lebih murah dan kompetitif dengan harga pasaran sekitar, hal ini dikarenakan KUD Bahagia sebagai distributor atau tangan kedua setelah *supplier*, contohnya pada produk pupuk, kanvas, dan beras.

Bapak Sutikno mengatakan:

“Harga yang diberikan sangat kompetitif bahkan beberapa produk harganya lebih murah dibandingkan pasaran umum karena kerjasama yang dilakukan langsung dengan produsen”.¹⁸

c. Strategi saluran distribusi

Distribusi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk yang dijual diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran. Dimana yang dilakukan dalam hal ini adalah memperluas jaringan pemasaran. Seperti bekerjasama dengan para pemasok, toko-toko kecil, distributor tingkat akhir, dan kelompok-kelompok pembayaran untuk jasa listrik.

Bapak Sutikno mengatakan:

“Saluran distribusi yang digunakan KUD Bahagia ini bermacam-macam, ada yang dari produsen ke KUD ke pengecer baru kekonsumen, adapula yang dari produsen ke KUD baru ke konsumen, ada pula yang dari KUD langsung ke konsumen hal ini karena peran KUD Bahagia sebagai distributor, pengecer, dan pedagang besar”.¹⁹

d. Strategi promosi

Promosi merupakan salah satu hal yang terpenting agar produk yang ditawarkan KUD Bahagia dapat diketahui dan dikenal

¹⁷ Hasil Wawancara Dengan Bapak Sutikno selaku Direktur Utama KUD Bahagia Pada Tanggal 19 Desember 2016.

¹⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Ali Zuhri Karyawan KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati pada tanggal 5 Desember 2016.

¹⁹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Sutikno selaku Direktur Utama KUD Bahagia Pada Tanggal 19 Desember 2016.

oleh masyarakat luas. Promosi yang digunakan oleh KUD Bahagia Kecamatan Gembong adalah promosi secara langsung.

Bapak Ali Zuhri mengatakan:

“ Promosi yang digunakan KUD baru secara langsung, yakni pada saat Pra RAT/ RAT dan untuk unit listrik memberikan undian berhadiah”.

Bapak Sutikno menuturkan:

“ Promosi pada KUD itu dilakukan secara langsung yakni dengan mengikuti bazaar yang diadakan dinas perkoperasian pada hari koperasi dan memberikan informasi kepada anggota pada saat Pra RAT/ RAT”.

Dari strategi yang ditentukan oleh KUD Bahagia Kecamatan Gembong, Produk, harga dan pelayanan menjadi hal yang paling membedakan dengan usaha lain yang sejenis, karena dari segi kualitas produk yang diberikan sesuai dengan standar yang ada serta harga yang lebih murah dan pelayanan yang ramah.

Bapak Sutikno menuturkan:

“ walaupun ada banyak pesaing tetapi kami memiliki kekuatan yakni dari kerjasama yang dilakukan sehingga produk yang kami tawarkan sesuai setandar dan harga yang pasti lebih murah”.²⁰

Maka dari itu, pelayanan dan produk/jasa yang diberikan dirasakan konsumen sangat membantu dalam memenuhi keperluan yang mereka inginkan.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Sutarno selaku anggota dan konsumen mengatakan:

“ saya merasa senang dan nyaman akan pelayanan dari KUD Bahagia, dari segi pelayanan yang ramah, produk yang bermutu dan selalu ada ketika saya butuhkan, harganya dibawah harga pasar, lokasi penjualan yang mudah diakses, serta keuntungan bagi saya sebagai anggota yakni mendapatkan bagi hasil dari pemasarannya dalam setiap tahunnya”.²¹

²⁰ Hasil Wawancara Dengan Bapak Sutikno Selaku Direktur Utama KUD Bahagia Pada Tanggal 19 Desember 2016.

²¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Sutarno Selaku Anggota dan Konsumen KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati pada tanggal 7 Desember 2016.

Melihat wawancara yang dilakukan dengan bapak Sutarno maka dapat dipahami bahwa dari segi pelayanan, produk, harga dan lokasi penjualan menambah nilai positif dari segi pemasaran yang diberikan.

2. Data Analisis SWOT mengenai Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pendapatan pada Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati

Analisis SWOT terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Maka analisis lingkungan merupakan salah satu proses yang dapat dilakukan dalam manajemen strategis yang bertujuan untuk mengidentifikasi lingkungan Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati. Sehingga data dari analisis lingkungan ini akan membantu dalam proses analisis SWOT. Lingkungan perusahaan ini dibagi menjadi dua, yakni:

a. Analisis lingkungan internal

1) Aspek keuangan

Keadaan keuangan Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia mengalami kenaikan dan penurunan pada beberapa unit usaha yang dijalankan pada setiap tahunnya. Namun dari hasil yang didapatkan KUD tetap mengalami keuntungan serta didukung dari modal yang kuat yang berasal dari kerja sama dengan bank dalam penempatan likwiditas dan pembiayaan penebusan pupuk, hutang pada lembaga pengelola dana bergulir (LPDB) untuk mendukung sektor riil, menjadikan anggota sebagai modal utama, serta pengendalian likwiditas dan pemanfaatan dana secara optimal yang menjadikan KUD Bahagia mempunyai kekuatan dibidang keuangannya.

Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh bapak Ali Zuhri :

“Dalam segi permodalan Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia tergolong kuat karena bekerjasama dengan bank,

menjadikan anggota sebagai modal utama dari simpanan pokok, hutang pada lembaga pengelola dana bergulir”.²²

2) Aspek pemasaran

Dalam aspek pemasarannya KUD Bahagia melakukan penjual ditoko milik KUD Bahagia sendiri yang berada di Jalan Raya Pati-Gembong KM 14 dan bekerja sama dengan outlet-outlet disekitar wilayah Pati. Produk yang dijual berasal dari Produsen AMDK dan gula serta dengan Produsen Pupuk. Dengan kerjasama yang dilakukan KUD Bahagia berusaha menjaga kerjasama yang telah terjalin dengan memasarkan dan mengoptimalkan penyaluran pupuk sesuai dengan alokasi SK Bupati, dan meningkatkan volume penyaluran beras ke pasaran umum.

Bapak Sutikno menuturkan:

“Dalam pemasaran unit kanvas dan pangan terdapat 2 layanan, yakni layanan local atau berada pada toko milik KUD Bahagia Kecamatan Gembong sendiri dan layanan antar yang bekerjasama dengan outlet2 yang ada diwilayah kabupaten pati”.²³

Bapak Ali Zuhri menuturkan:

“Dalam pengadaan pupuk pada KUD Bahagia telah bekerjasama dengan PT. Pusri Palembang dan PT. Petrokimia Gresik, yang posisi KUD Bahagia sendiri sebagai Distributor di tingkat kecamatan”.²⁴

3) Aspek sumber daya manusia

Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia memiliki 16 karyawan yang terbagi dalam berbagai jabatan. Syarat minimal pendidikan adalah SMA dan harus bisa baca kitab kuning, hal ini ditujukan untuk mendapatkan karyawan yang jujur, bekerja keras, dan dapat dipercaya maka dalam segi pendidikan karyawannya masih banyak

²² Hasil Wawancara dengan Bapak Ali Zuhri Karyawan KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati pada tanggal 5 Desember 2016.

²³ Hasil Wawancara Dengan Bapak Sutikno Selaku Direktur Utama KUD Bahagia Pada Tanggal 19 Desember 2016.

²⁴ Hasil Wawancara Dengan Bapak Ali Zuhri Karyawan KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati pada tanggal 5 Desember 2016.

yang lulusan SMA/ SMEA sehingga pada beberapa unit usaha mengalami kekurangan karyawan yang berkompeten pada bidang yang dicari tersebut. Sehingga untuk mengembangkan keahlian dan keilmuan karyawan Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia diikutkan dalam pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh dinas yang terkait, mengadakan pendidikan anggota melalui kerja sama dengan dinas koperasi dan UMKM serta pembentukan karakter pengelola melalui kajian Al-Qur'an dan As Sunah. Untuk gaji yang diberikan disesuaikan dengan kualifikasi tugas dan tanggung jawab karyawan.²⁵

Bapak Sutikno mengatakan:

“Kemampuan para karyawan sudah baik, hal ini dapat dilihat dari kinerja karyawan yang sudah berkompeten pada bidang yang dikerjakannya, akan tetapi dari segi dukungan anggota masih rendah, melihat peran aktif anggota yang masih rendah dan belum ada keinginan untuk mengembangkan dan memajukan KUD Bahagia secara bersama-sama”.²⁶

Bapak Ali Zuhri mengatakan :

“Dari Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada sudah efektif, penempatan/ pembagian pekerjaan yang telah sesuai dengan kompetensi yang dimiliki, akan tetapi dalam beberapa sektor masih terdapat kekurangan SDM yang diperlukan”.²⁷

4) Aspek operasi dan produksi

Kegiatan usaha yang terjadi di KUD Bahagia tidak terlepas dari kerjasama dengan pemasok/ Produsen seperti Koperasi Tebu Rakyat (KTPR), PT. Star Food, PT. Olimpic, PT. Petrokimia Gresik, PT. Pusri Palembang, karena KUD berperan sebagai distributor awal sehingga KUD Bahagia berupaya untuk tetap

²⁵ Hasil Dokumentasi Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati pada tanggal 28 Desember 2016.

²⁶ Hasil Wawancara Dengan Bapak Sutikno selaku Direktur Utama KUD Bahagia Pada Tanggal 19 Desember 2016.

²⁷ Hasil Wawancara Dengan Bapak Ali Zuhri selaku Karyawan KUD Bahagia Pada Tanggal 19 Desember 2016.

menjaga kehati-hatian dan tanggung jawab atas kerja sama yang telah terjalin maka dari itu KUD juga berkerjasama dengan para distributor lain, pedagang kecil serta konsumen langsung untuk pengoperasian penjualannya.

Bapak Ali Zuhri mengatakan:

“Ada beberapa kerjasama yang dilakukan KUD Bahagia untuk pengadaan produknya, diantaranya yakni bekerjasama dengan Koperasi Tebu Rakyat (KTPR), PT. Star Food, PT. Olympic, PT. Petrokimia Gresik dan PT. Pusri Palembang”²⁸

Selain itu, guna memenuhi produksi beras, pada unit pangan dan selep soko kulon maka KUD Bahagia mendatangkan/ membeli Gabah Kering baik dari masyarakat sekitar Gembong maupun Margorejo dan Kabupaten Demak, hal ini digunakan untuk persediaan pengaman bagi penjualan produk beras.

Bapak Sutikno menuturkan:

“Dalam pemenuhan kebutuhan produk beras, maka KUD sendiri melakukan persediaan bahan baku berupa gabah kering yang dibeli/ didapatkan tidak hanya dari daerah Gembong saja akan tetapi dari daerah Margorejo dan Kabupaten Demak”.²⁹

b. Analisis lingkungan eksternal

1) Lingkungan Mikro

Pasar produk KUD Bahagia yakni di kawasan Kecamatan Gembong dan sekitarnya. Konsumen didominasi oleh para pedagang sekitar 90% dan konsumen langsung 10%. Untuk produk yang dijual dipasok oleh pemasok langsung sehingga kualitas produk yang diberikan terjamin bagus.

²⁸ Hasil Wawancara Dengan Bapak Ali Zuhri selaku Karyawan KUD Bahagia Pada Tanggal 19 Desember 2016.

²⁹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Sutikno selaku Direktur Utama KUD Bahagia Pada Tanggal 19 Desember 2016.

Banyaknya pesaing yang bermunculan baik dari usaha sejenis maupun usaha wara laba yang semakin banyak menjadi ancaman bagi penjualan produk KUD.

Dengan system kekeluargaan, kepercayaan dan saling menguntungkan maka anggota juga berpengaruh terhadap berlangsungnya usaha yang dijalankan oleh KUD Bahagia, diantaranya adalah sebagai modal utama KUD Bahagia, akan tetapi dari segi dukungan dan peran aktif anggota sendiri masih rendah.³⁰

2) Lingkungan Makro

Naik turunnya harga bahan pangan juga mengakibatkan penjualan harga gula, dan beras mengalami fluktuatif harga dikalangan distributor dan pedagang kecil sehingga hal ini memengaruhi daya beli masyarakat. Selain itu cuaca dan ketetapan pemerintah juga berpengaruh pada pembelian produk, seperti ketika cuaca berubah maka pembelian pupuk juga akan mengalami perubahan serta kekurangan pada beberapa item disaat masa tanam, kendala ini terbentur karena ketetapan pemerintah mengenai jumlah maksimal pembelian untuk pupuk bersubsidi. Harga BBM yang naik juga berpengaruh terhadap distribusi penjualan produk dan pengurangan pembelian. Menurut bapak Sutikno:

“Ketetapan pemerintah juga menjadi ancaman/ kendala bagi KUD Bahagia, hal ini dikarenakan pemerintah masih kurang memperhatikan pesaran kecil. Sehingga ketika bahan baku seperti beras mengalami kekurangan pemerintah mengambil impor dari Negara lain, dan belum adanya rencana untuk memaksimalkan hasil yang ada dari petani lokal sendiri, sehingga hal ini menjadikan naik turunnya harga”.³¹

³⁰ Hasil Observasi pada KUD Bahagia Kecamatan Gembong pada tanggal 5 desember 2016.

³¹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Sutikno Selaku Direktur Utama KUD Bahagia Pada Tanggal 19 Desember 2016.

Menurut bapak Ali Zuhri:

“Ancaman yang ada diantaranya harga pasar yang naik turun, cuaca, harga BBM yang meningkat, dan banyaknya pesaing”.³²

Dengan majunya teknologi juga berpengaruh terhadap kemudahan perekapan data jual beli sehingga hal ini membantu mempermudah kinerja karyawan. Selain itu peralatan dan fasilitas juga mengalami perkembangan sehingga memberikan rasa kepuasan dan kemudahan baik bagi konsumen maupun karyawan.

3) Lingkungan industri

Munculnya banyaknya pesaing dalam usaha sejenis, serta munculnya usaha wara laba menjadikan tantangan tersendiri bagi KUD Bahagia dalam memasarkan produknya. Dengan adanya persaingan tersebut KUD tetap berusaha untuk selalu memberikan yang terbaik terhadap konsumennya. Baik dari segi produk dan pelayanannya.

Hubungan yang baik dengan pemasok, koperasi dan distributor lain serta dengan pedagang juga memberikan nilai yang baik terhadap perkembangan KUD Bahagia, selain itu harga yang ditawarkan pasti akan lebih murah dibandingkan dengan pasaran umum.³³

C. Analisis dan Pembahasan

1. Analisis Data tentang Strategi Pemasaran pada KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan

³² Hasil Wawancara Dengan Bapak Ali Zuhri selaku Karyawan KUD Bahagia Pada Tanggal 19 Desember 2016.

³³ Hasil Observasi pada KUD Bahagia Kecamatan Gembong pada tanggal 5 desember 2016.

dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya.³⁴

Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati merupakan koperasi serba usaha yang berada didesa Gembong. Dalam usaha yang dilakukan KUD Bahagia tidak terlepas dari adanya para pesaing-pesaing sehingga KUD Bahagia perlu melakukan kebijakan dalam pemasarannya agar dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan untuk tetap terus maju dan berkembang.

Hal yang paling medasar dan sangat dibutuhkan dalam strategi pemasaran adalah bagaimana cara dan upaya untuk menarik minat anggota dan masyarakat agar membeli atau menambah jumlah pembelian yang telah ada. Maka, diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk meraih kesempatan yang ada dengan sebaik-baiknya.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia yaitu dengan memilih, merumuskan pasar yang dituju yaitu dengan megunakan strategi *segmentasi*, *targetting*, dan *positioning*. Selain itu dengan mengembangkan *marketing mix* (bauran pemasaran) yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi, yang bertujuan untuk menarik pembeli dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Untuk lebih jelasnya mengenai strategi pemasaran pada Koperasi Unit Desa (KUD)Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati, dapat diuraikan sebagai berikut:

a. *Segmentation, Targetting dan Positioning*

Segmentasi adalah seni mengidentifikasi serta memanfaatkan peluang-peluang yang muncul dipasar. Sedangkan segmentasi pasar yaitu kemampuan untuk memilah, mengelompokkan, serta mendiagnosa system yang ada sehingga lahir satu kesepakatan untuk melangkah pada tujuan dari pemasaran.³⁵ Segmentasi pasar bisa

³⁴ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran Konsep, Dasar Dan Strategi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm.154.

³⁵ Siti Khotijah, *Smart Strategi Pemasaran Pasar Global*, Alfabeta, Bandung, 2004., hlm. 17.

berupa kondisi geografis, demografis, psikografis, jenis kelamin, tingkat pendapatan, dan sebagainya.³⁶

1) Segmentasi berdasarkan *geografis* atau wilayah

Segmentasi ini membagi pasar menjadi beberapa kelompok berdasarkan kondisi *geografik* (daerah), sehingga dalam mengambil keputusan untuk pemasaran betul-betul melihat wilayah yang akan menjadi target pemasaran produknya.

KUD Bahagia Kecamatan Gembong menentukan segmentasi geografisnya lebih memfokuskan didaerah Kecamatan Gembong dan sekitar wilayah sekabupaten Pati. Karena peran KUD Bahagia sendiri sebagai distributor utama yang telah bekerjasama dengan produsen.

2) Segmentasi berdasarkan *demografis*

Segmentasi ini membagi pasar menjadi beberapa kelompok berdasarkan umur, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, ras, dan lain-lain. Segmentasi berdasarkan demografis ini, KUD Bahagia Kecamatan Gembong membidik semua variable seperti kelompok umur, jenis kelamin, pendapatan. Hanya pada produk pupuk saja yang segmentasinya hanya bagi para anggota pertanian yang sudah terdaftar pada dinas pertanian.

3) Segmentasi berdasarkan *psikografis*

Segmentasi ini membagi pembeli kelompok yang berbeda beda berdasarkan pada karakteristik kelas sosial, gaya hidup, atau kepribadian. Segmentasi ini pada KUD Bahagia kecamatan Gembong membidik semua kalangan baik kalangan menengah ke atas maupun menengah ke bawah, karena produknya yang menjadi kebutuhan banyak orang dan harganya yang lebih murah di bandingkan pasaran umum.

³⁶ Arman Hakim Nasution, Indung Sudarsono, Lantip Trisunarno, *Manajemen Pemasaran Untuk Engineering*, Andi, Yogyakarta, 2006, hlm. 39.

Setelah melakukan segmentasi maka tahap selanjutnya yakni *targeting*. *Targeting* sendiri adalah strategi mengalokasikan sumber daya perusahaan secara efektif, karena sumber daya yang dimiliki terbatas.³⁷ *Targeting* juga dapat disebut sebagai strategi untuk mengalokasikan sumber daya perusahaan secara efektif atau dengan kata lain *targeting* dalam strategi pemasaran sebagai *Fitting Strategy* dari sebuah perusahaan.³⁸ Yang menjadi *targeting* pada KUD Bahagia Kecamatan Gembong adalah para anggota, masyarakat umum dan outlet-outlet yang berada di wilayah Kecamatan Gembong dan Kabupaten Pati. Hal ini dikarenakan KUD Bahagia Kecamatan Gembong adalah sebagai distributor utama.

Setelah pemetaan dan penempatan, maka KUD Bahagia Kecamatan Gembong perlu melakukan *positioning*. *Positioning* adalah strategi untuk merebut posisi di benak konsumen, sehingga strategi ini menyangkut bagaimana membangun kepercayaan, keyakinan, dan kompetisi bagi pelanggan. Menurut Philip Kotler dalam buku karangan Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula menjelaskan *positioning* adalah aktivitas mendesain citra dari apa yang ditawarkan perusahaan sehingga mempunyai arti dan memposisikan diri di benak konsumen. Sedangkan menurut Yoram Wind menjelaskan *positioning* adalah bagaimana mendefinisikan identitas dan kepribadian perusahaan di benak pelanggan.³⁹ Dalam hal *positioning* KUD Bahagia Kecamatan Gembong memposisikan usahanya berbeda dengan usaha sejenis yaitu dengan menerapkan pelayanan yang berasas kekeluargaan sehingga pelayanan menjadi salah satu hal yang terpenting dalam menjalankan usahanya selain itu bagi anggota juga mendapatkan bagi hasil pada setiap tahunnya.

³⁷ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Mizan, Bandung, 2006, hlm. 169.

³⁸ Siti Khotijah, *Op.Cit.*, hlm. 21.

³⁹ Hermawan Kertajaya, *Op.Cit.*, hlm. 172-173.

b. Bauran pemasaran (*Marketing Mix*)

Setelah memutuskan seluruh strategi pemasarannya, KUD Bahagia Kecamatan Gembong siap untuk memulai merencanakan rincian bauran pemasaran. Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah variable-variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan, yang terdiri dari: produk, harga, distribusi, dan promosi.⁴⁰ Adapun penempatan *marketing mix* dalam usaha KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati adalah sebagai berikut:

1) Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dibeli, dipergunakan, atau dikomunikasikan dalam rangka memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.⁴¹

Produk yang ditawarkan oleh KUD Bahagia Kecamatan Gembong merupakan komoditi yang banyak dicari atau menjadi kebutuhan bagi kebanyakan orang. Produk KUD Bahagia yakni terdiri dari beras, gula, Air Minum Dalam Kemasan (AMDK), pupuk, obat/alat pertanian, serta jasa pembayaran listrik dan pengilingan padi.

2) Harga

Harga adalah nilai yang diberikan oleh konsumen terhadap barang dan jasa.⁴² Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan.

Harga yang diberikan oleh KUD Bahagia Kecamatan Gembong terbilang lebih murah dan kompetitif terhadap harga pasaran umum sekitar. Sehingga hal ini memungkinkan pembelian yang tinggi oleh konsumen langsung dan pengecer akhir.

⁴⁰ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*, Rineka Cipta, Jakarta, 2011, hlm. 191

⁴¹ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, Pustaka Setia, Bandung, 2013, hlm. 344

⁴² *Ibid*, hlm.346.

3) Distribusi

Saluran distribusi adalah suatu lembaga sebagai bagian dari suatu bisnis atau sebagai lembaga yang bukan bagian dari bisnis yang aktivitasnya mendekatkan barang kepada konsumen.⁴³

Saluran distribusi yang digunakan oleh KUD Bahagia Kecamatan Gembong dibagi menjadi tiga, yakni sebagai berikut:

- a) Produsen- pedagang besar- ke pengecer- konsumen akhir
- b) Produsen- distributor- konsumen
- c) Produsen- konsumen

Hal ini dilihat dari peran KUD Bahagia sebagai distributor pupuk, pedagang besar pada unit AMDK dan produsen sekaligus pengecer pada unit pangan.

4) Promosi

Promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan mengenal produk perusahaan.⁴⁴

Promosi yang digunakan KUD Bahagia adalah promosi secara langsung yakni pada saat Pra RAT / RAT dan ikut serta pada saat bazar yang diadakan dinas perkoperasian pada hari koperasi.

2. Analisis tentang SWOT mengenai Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pendapatan pada KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati

Dalam rangka meningkatkan pendapatan, ada banyak faktor yang mempengaruhi berjalannya proses usaha yang telah dijalankan. Dilihat dari lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang telah dilakukan maka perlu adanya analisis SWOT pada pemasaran produk untuk meningkatkan volume penjualan barang dan jasa. Dari Lingkungan internal merumuskan kekuatan dan kelemahan sedangkan lingkungan

⁴³ Muhammad Husni Mubarak, Pengantar Bisnis, Nora Madia Enterprise, Kudus, 2010, hlm.159.

⁴⁴ Nana Herdiana, *Op.Cit.*, hlm. 349.

eksternal menghasilkan peluang dan ancaman. Adapun kekuatan, kelemahan, peluang dan ancamannya , yaitu:

a. Kekuatan

Kekuatan adalah situasi dan kemampuan internal yang bersifat positif, yang memungkinkan organisasi memiliki keuntungan strategik dalam mencapai sasarannya.⁴⁵ Dari segi kekuatan yang dimiliki oleh KUD Bahagia, yakni:

1) Permodalan yang cukup

Modal pada KUD Bahagia sendiri dinilai cukup karena selain menjadikan simpanan pokok anggota menjadi modal, KUD Bahagia juga bekerjasama dengan bank dan melakukan pengelolaan dana bergulir.

2) Stock barang yang tercukupi

Dari segi stock/ persediaan penggaman yang dilakukan KUD Bahagia dengan mengadakan persediaan minimal 2 minggu untuk semua produk, dan untuk memehuni produk beras juga membeli/ mendatangkan Gabah kering baik dari daerah Gembong maupun Margorejo dan Demak.

3) Lokasi yang tepat

Lokasi yang berada pada jalur utama Pati-Gembong, berada pada pusat perekonomian Kecamatan Gembong pasti berdampak positif bagi pembelian maupun distribusi yang dilakukan oleh Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia sendiri.

4) Harga dibawah pasaran sekitar

Harga merupakan salah satu hal terpenting dalam pemasaran. Dengan kerjasama yang dilakukan oleh KUD Bahagia dan Produsen langsung, maka harga yang diberikanpun pasti dibawah pasaran umum, melihat mayoritas pembeli adalah pengecer tingkat akhir/ toko-toko.

⁴⁵ J. Salusu, Pengambilan keputusan stratejik untuk organsasi public dan organisasi non profit, Grasindo, Jakarta, 1996, hlm. 177.

5) Memberikan kemudahan pembayaran

Salah satu strategi KUD Bahagia adalah memberikan kemudahan dalam pembayarannya dengan memberikan pembayaran tempo selama 2 minggu serta memberikan pinjaman modal bagi unit pupuk.

6) Tersediannya beberapa produk dan jasa dalam satu lokasi

Beberapa unit usaha yang dimiliki KUD Bahagia dalam satu lokasi memberikan nilai positif baik bagi konsumen maupun KUD Bahagia sendiri. Untuk konsumen pasti akan mempermudah dalam pembelian dan untuk KUD Bahagia meningkatkan penjualan baik produk dan jasa yang ditawarkan.

7) Pelayanan berbasis kekeluargaan

Pelayanan merupakan hal utama yang diterapkan oleh KUD Bahagia, maka pelayanan yang diberikan didasarkan pada asas kekeluargaan, keramahan, dan kenyamanan bagi konsumen dan anggota.

8) Fasilitas yang memadai

KUD Bahagia didukung dengan fasilitas pendukung yang memadai, diantaranya gudang penyimpanan, mobil, gedung, dan toko.

9) Kualitas produk yang baik

Dengan kerjasama yang dilakukan dengan produsen langsung maka untuk kualitas produk pasti baik.

b. Kelemahan

Kelemahan adalah ketidak mampuan internal yang mengakibatkan organisasi tidak dapat mencapai sasarannya. Kelemahan kompetitif adalah kelemahan yang menghambat organisasi untuk dapat berkompetisi.⁴⁶ Dari segi kelemahan yang dimiliki oleh KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati, yakni:

⁴⁶ *Ibid*, hlm. 177-179.

- 1) Kekurangan SDM yang berkompeten dalam beberapa bidang
Dalam beberapa bidang KUD Bahagia masih kekurangan SDM yang berkompeten sehingga KUD Bahagia masih mencari SDM yang sesuai dengan kriteria yang dicari.
- 2) Kurangnya promosi
Promosi hanya dilakukan secara langsung kepada anggota, yakni pada saat Pra RAT/ RAT dan mengikuti bazar yang diadakan dinas perkoperasian pada hari koperasi.
- 3) Kurangnya beberapa produk ketika permintaan meningkat
Ketika pada musim tanam maka permintaan pupuk naik, sehingga untuk pemenuhan beberapa produk yang diinginkan mengalami kekurangan. Seperti pada produk pupuk, sebelum ada program pemupukan berimbang untuk jenis Urea mengalami kekurangan tetapi setelah ada program pemupukan berimbang justru kekurangan pada jenis selain Urea.
- 4) Ada minimal pembelian sesuai SK. Bupati
Dalam penyaluran pupuk bersubsidi maka adanya batasan yang telah ditetapkan pemerintah. Sehingga ketika musim tanam terkadang tidak sesuai dengan keperluan anggota/ pengecer akhir.
- 5) Tingkat pendidikan SDM yang masih rendah
Dari data yang diterima untuk pendidikan terakhir karyawan rata-rata adalah SMA/ SMEA. Walaupun dari segi kemampuan dari karyawan sendiri sudah mumpuni/ berkompeten karena dari pengalaman dan pelatihan yang diadakan
- 6) Dukungan anggota yang masih rendah
Kurangnya peran aktif anggota dalam memajukan KUD Bahagia selama ini dianggap sebagai kelemahan yang kedepannya diharapkan anggota mau ikut berperan aktif dan membantu dalam pengembangan usaha KUD Bahagia.

c. Ancaman

Ancaman adalah faktor-faktor eksternal yang menyebabkan organisasi tidak dapat mencapai sasarannya.⁴⁷ Ancaman yang terdapat pada KUD Bahagia Kecamatan Gembong kabupaten Pati, yaitu:

1) Rendahnya harga jual pembelian hasil pertanian sehingga pembelian menurun

Rendahnya harga jual hasil pertanian juga membawa dampak buruk bagi penjualan produk KUD Bahagia, karena dengan hal demikian maka masyarakat atau petani merasa rugi sehingga penjualan akan meurun sesuai dengan kemampuan konsumennya.

2) Pengaruh musim tanam

Musim tanam yang berubah-ubah mengakibatkan penjualan juga mengalami ketidak konsitenan, hal ini mengakibatkan keinginan membeli konsumen tertunda/ lebih cepat dari yang semesinya sehingga produk juga mengalami ketidak setablan pada jangka waktu tertentu.

3) Fluktuatif harga pasar

Harga pasar yang berubah ubah juga mempengaruhi harga penjualan yang ditetapkan oleh KUD Bahagia. Sehingga jalan satu-satunya adalah mengikuti harga pasaran yang ada.

4) Banyaknya pesaing yang ada

Munculnya banyak pesaing yang bermunculan menjadikan tantangan tersendiri bagi Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia . dengan banyaknya pesaing maka bisa saja menurunkan penjualan produk-produk yang ditawarkan.

5) Kenaikan harga BBM

Kenaikan harga BBM saat ini tidak dapat diperkirakan,sehingga mempengaruhi dalam proses pendistribusian barang dan minat beli konsumen.

⁴⁷ *Ibid, hlm. 187.*

6) Kebijakan pemerintah

Kebijakan pemerintah mengenai import beras juga mempengaruhi harga penjualan yang berada dipasaran, hal ini akan berpengaruh terhadap pedagang kecil.

d. Peluang

Peluang adalah situasi dari factor-faktor eksternal yang membantu organisasi mencapai atau bahkan bisa melampaui pencapaian sasarannya.⁴⁸ Peluang yang terdapat pada KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati, yaitu:

1) Konsumen utama adalah pedagang

Mayoritas konsumen KUD Bahagia adalah pedagang tingkat akhir/ pengecer yakni sekitar 90%, sedangkan untuk 10% adalah konsumen akhir.

2) Sebagai distributor tingkat kecamatan

Kerjasama yang dilakukan KUD Bahagia dengan PT. Pusri Palembang dan PT. Petrokimia Gresik menjadikan KUD Bahagia sebagai distributor tingkat kecamatan yang telah memiliki izin dari pemerintah, hal ini dapat terus dijalankan selama kerjasama yang dilakukan tetap berlangsung dan selalu mengikuti prosedur yang ada.

3) Kerjasama dengan produsen, sesama distributor, dan sesama koperasi

Kerjasama merupakan hal yang terpenting untuk menjalankan usaha, baik dalam pembelian barang, distribusi dan pemasaran. KUD Bahagia sendiri tidak hanya bekerjasama dengan produsen, akan tetapi KUD Bahagia juga bekerjasama dengan sesama distributor dan sesama koperasi dalam pengadaan produk dan pemasarannya.

⁴⁸ *Ibid*, hlm. 187.

4) Teknologi

Dengan berkembangnya teknologi yang ada, maka hal ini dapat terus dimanfaatkan dalam mempermudah pekerjaan, melakukan pendataan, maupun dalam system produksi, promosi dan pemasarannya.

5) Anggota

Sebuah koperasi tidak akan lepas dengan adanya Anggota. Maka peran aktif anggota juga sangat diperlukan untuk dapat mengembangkan dan memajukan Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia. Sehingga kedepannya nanti anggota dapat diikuti sertakan dan didorong agar mau dan mampu untuk saling mendukung perkembangan KUD Bahagia, maka dengan demikian kekeluargaan KUD bahagia dan anggota akan semakin erat dan akan mendatangkan keuntungan bersama-sama.

Dalam perumusan strategi yang dapat diterapkan dalam strategi pemasaran guna meningkatkan volume pendapatan pada Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati dalam tahap pencocokan dapat memanfaatkan alat analisis, yaitu matriks SWOT. Matriks SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat dipadukan dengan kekuatan dan kelemahan internal sehingga dihasilkan rumusan strategi pemasaran usaha. Matriks ini menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi WT, dan strategi ST.

a. Strategi S-O

Strategi ini dibuat berdasarkan penggunaan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang.⁴⁹ Berikut ini merupakan alternatif strategi yang dapat diterapkan dan ditawarkan untuk meningkatkan volume penjualan dan pendapatan pada Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati, yakni:

⁴⁹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2014, hlm. 84.

- 1) Meningkatkan kerja sama dengan produsen, antar distributor dan koperasi, serta pedagang kecil/ penyalur tingkat akhir.

Kerjasama yang telah dilakukan sangat berpotensi besar dalam pengadaan barang, pemasaran, penjualan dan pendapatan pada KUD Bahagia kecamatan Gembong Kabupaten Pati selama ini. Maka kerjasama yang telah dilakukan sebaiknya terus dibina dan dikembangkan untuk meningkatkan potensi adanya fariasi produk baru serta pengembangan pemasaran yang telah ada, sehingga kedepannya KUD Bahagia tetap menjadi distributor utama dalam pengadaan produk- produk yang dibutuhkan oleh para pedagang kecil maupun konsumen langsung.

- 2) Pengembangan usaha baik usaha yang sudah ada maupun pengadaan usaha baru.

Dengan semakin banyaknya kebutuhan masyarakat akan suatu produk maka hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi KUD Bahagia dalam penambahan produk baru maupun pengembangan usaha yang telah dijalankan sebelumnya. hal ini dapat dilakukan dengan melihat akan kebutuhan para konsumen serta kerjasama dengan para produsen yang tentu kedepannya akan member dampak positif bagi perkembangan usaha KUD Bahagia.

- 3) Memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan mutu pelayanan dan kenyamanan.

Pelayanan merupakan suatu hal yang paling ditekankan pada Koperasi unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati, maka dalam menunjang pelayanan yang telah ada KUD Bahagia dapat memanfaatkan berbagai teknologi yang telah ada, seperti penggunaan internet, media massa, media cetak, media sosial, dan teknologi lain yang berguna untuk mempermudah akses dan pemesanan serta meningkatkan rasa kenyamanan bagi para konsumen.

b. Strategi W-O

Strategi W-O adalah strategi bertujuan untuk mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang dimiliki oleh perusahaan.⁵⁰ Ada beberapa alternatif strategi yang dapat dilakukan pada strategi W-O, yaitu :

1) Meningkatkan kegiatan promosi

Promosi merupakan salah satu hal yang terpenting dalam pemasaran, dengan promosi yang dilakukan maka semakin banyak orang yang mengetahui akan suatu usaha yang dijalankan. Promosi dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Promosi yang telah dilakukan KUD Bahagia Kecamatan gembong adalah secara langsung yaitu melalui kegiatan bazar yang dilakukan oleh dinas perkoperasian pada hari koperasi dan ketika Pra RAT maupun RAT. Maka perlu diadakan peningkatan dalam kegiatan promosi yang telah ada dengan melalui media cetak maupun media massa lain yang dapat memberikan informasi kepada konsumen akan usaha KUD Bahagia yang dapat mempengaruhi penjualan produk dari KUD Bahagia yang nantinya akan berpengaruh terhadap hasil akhir yakni pendapatan/ laba.

2) Meningkatkan kerja sama dengan produsen

Kerja sama merupakan hal terpenting dalam keberlangsungan usaha koperasi. KUD Bahagia memiliki beberapa unit usaha baik dalam penjualan jasa maupun barang, hal ini dapat ditingkatkan dengan kerjasama yang dilakukan dengan produsen dalam pengadaan produk baru maupun pengembangan produk yang telah ada sebelumnya. Selain itu dengan kerjasama yang baik maka akan berpengaruh pada pendistribusian barang yang dilakukan oleh KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati.

⁵⁰ *Ibid.*, hlm. 84.

3) Meningkatkan kualitas SDM

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan aspek internal yang mempengaruhi akan suatu kegiatan usaha perusahaan. Dengan penggunaan SDM yang baik dan terampil maka kegiatan dari perusahaan tersebut akan berjalan dengan baik, akan tetapi jika SDMnya lemah maka kegiatan dari perusahaan akan mengalami keterlambatan atau permasalahan.

Melihat dari segi pendidikan terakhir rata-rata karyawannya yang lulusan SMA/ Sederajat maka dapat dikatakan bahwa SDM yang ada pada KUD Bahagia masih rendah akan tetapi dengan pelatihan yang diberikan maka kualitas/ keterampilan dari SDM para karyawannya dianggap sudah mumpuni dalam pekerjaannya. Akan tetapi pada beberapa bidang juga masih mengalami kekurangan karyawan sehingga tetap perlu adanya peningkatan kualitas dari karyawannya agar kemampuan dari karyawannya terus berkembang mengikuti kebutuhan perusahaan.

Selain dari segi karyawan, koperasi juga memiliki SDM berupa anggota, akan tetapi anggota dalam KUD Bahagia dinilai masih rendah dalam pengikut sertaan / belum adanya peran aktif yang ditunjukkan anggota dalam pengembangan KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati. Hal ini juga dapat dikembangkan sehingga kedepannya tidak hanya karyawan tetapi dari anggota juga ikut berperan aktif dalam kemajuan KUD Bahagia sehingga mampu meningkatkan penjualan dan pendapatan KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati.

4) Mengaktifkan keanggotaan dengan mengikutkan anggota dalam proses pengembangan dan kemajuan usaha .

Pada umumnya anggota pada koperasi adalah salah satu pilar dari berjalannya suatu koperasi, akan tetapi pada KUD Bahagia anggota dinilai masih rendah dalam keikut sertaannya mengembangkan usaha, maka perlu adanya kegiatan maupun usaha

yang mampu untuk mengerakkan para anggota dan mengikut sertakan anggota dalam proses usaha yang dilakukan oleh KUD Bahagia. Sehingga nantinya KUD akan mendapatkan laba serta kekeluargaan yang telah terjalin dengan anggota akan semakin terjalin erat yang harapannya akan berpengaruh pada peningkatan keuntungan bagi KUD Bahagia dan anggota.

c. Strategi S-T

Strategi ini digunakan untuk memaksimalkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman yang ada.⁵¹ Alternatif strategi yang dapat dilakukan pada strategi S-T, yaitu:

1) Meningkatkan kualitas produk dan jasa

Produk dan jasa merupakan salah satu aspek dalam pemasaran, semakin meningkatnya produk dan jasa yang dibutuhkan konsumen maka perlu adanya pengembangan baik dari segi produk maupun kualitas yang diberikan. Sehingga perlu adanya peningkatan kualitas produk dan jasa agar konsumen akan merasa semakin puas terhadap produk dan jasa yang ditawarkan.

2) Mengoptimalkan pelayanan

Pelayanan merupakan aspek pendukung yang mempengaruhi rasa kenyamanan konsumen, maka dari pelayanan yang diberikan oleh KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati selama ini agar selalu ditekankan dan dioptimalkan secara terus menerus. Sehingga selain dari produk yang ditawarkan maka konsumen juga akan merasa nyaman dan puas untuk membeli produk dan jasa yang diberikan oleh KUD secara terus menerus.

3) Mempertahankan harga jual yang kompetitif

Dengan harga yang diberikan oleh KUD Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati akan mampu menarik daya beli konsumen yang ada. Hal ini karena KUD Bahagia didukung

⁵¹ *Ibid.*, hlm. 84.

dengan kerjasama yang telah dilakukan dengan produsen langsung yang pasti harga jual kepasarannya umumnya berbeda. Maka hal ini perlu dipertahankan secara terus menerus.

d. Strategi W-T

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.⁵² Alternatif strategi yang dapat dilakukan pada strategi W-T, yaitu:

- 1) Memberikan bonus/ penghargaan kepada karyawan yang melebihi target/ berprestasi.

Bonus/ penghargaan bisa menjadi alternative dalam meningkatkan kinerja dari karyawan, sehingga hal ini dapat diterapkan untuk mendorong karyawan agar semakin giat dalam melakukan pekerjaannya.

- 2) Memaksimalkan kegiatan promosi

Dengan memaksimalkan kegiatan promosi hal ini dapat mendukung kegiatan pemasaran dan perluasan pangsa pasar yang ada. Sehingga makin banyak orang yang tahu makin banyak pula penjualan produk dan jasa yang ditawarkan.

- 3) Melakukan *safety stock*

Safety stock atau persediaan pengaman dapat menjadi alternative pilihan agar persediaan barang selalu tercukupi selain itu hal ini bertujuan agar harga yang diberikan selalu berimbang dan tidak mengalami banyak kenaikan ketika ada factor-faktor yang terjadi dimasyarakat seperti kenaikan BBM, cuaca dan lain-lain.

⁵² *Ibid.*, hlm. 84.

Tabel. 4.8
Matrik SWOT

IFAS EFAS	Strengths (S) 1. Permodalan yang cukup 2. Stock barang yang tercukupi 3. Lokasi yang tepat 4. Harga dibawah pasaran sekitar 5. Memberikan kemudahan pembayaran 6. Tersediannya beberapa produk dalam satu lokasi 7. Pelayanan berasas kekeluargaan 8. Fasilitas yang memadai 9. Kualitas produk yang baik	Weaknesses (W) 1. Kekurangan SDM yang berkompeten dalam beberapa bidang 2. Promosi yang dilakukan hanya secara langsung saja 3. Kurangnya beberapa produk ketika permintaan meningkat 4. Ada minimal pembelian sesuai SK. Bupati 5. Tingkat pendidikan SDM yang masih rendah 6. Dukungan anggota yang masih rendah
Opportunities (O) 1. Konsumen utama adalah pedagang 2. Sebagai distributor tingkat kecamatan 3. Kerjasama dengan produsen, sesama distributor, dan sesama koperasi 4. Teknologi 5. Anggota	Strategi (SO) 1. Meningkatkan kerja sama dengan produsen, antar distributor dan koperasi, serta pedagang kecil/ penyalur tingkat akhir. 2. Pengembangan usaha baik usaha yang sudah ada maupun pengadaan usaha baru. 3. Memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan mutu pelayanan dan kenyamanan.	Strategi (WO) 1. Meningkatkan kegiatan promosi 2. Meningkatkan kerja sama dengan produsen 3. Meningkatkan kualitas SDM 4. Mengaktifkan keanggotaan
Threats (T) 1. Rendahnya harga jual pembelian hasil pertanian sehingga pembelian menurun 2. Pengaruh musim tanam 3. Fluktuatif harga 4. Banyaknya pesaing yang ada 5. Kenaikan harga BBM 6. Kebijakan pemerintah	Strategi (ST) 1. Meningkatkan kualitas produk dan jasa 2. Mengoptimalkan pelayanan 3. Mempertahankan harga jual yang kompetitif	Strategi (WT) 1. Memberikan bonus/ penghargaan kepada karyawan yang melebihi target/ berprestasi. 2. Memaksimalkan kegiatan promosi 3. Melakukan <i>safety stock</i>

Dari hasil analisis internal dan eksternal yang telah dilakukan pada Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong kabupaten Pati dengan menggunakan analisis SWOT, maka ada beberapa strategi yang dapat diambil agar pendapatan mengalami peningkatan/ pemenuhan tarjet yang telah ditentukan sebelumnya. Strateginya antara lain, yaitu:

1. Meningkatkan kerjasama dengan para produsen, distributor dan koperasi serta pedagang kecil/ pengecer tingkat akhir.
2. Pengembangan usaha yang telah ada maupun pengadaan usaha baru.
3. Memanfaatkan teknologi sebaik mungkin, baik untuk meningkatkan pelayanan dan kenyamanan maupun dalam kinerja karyawan dan promosi.
4. Meningkatkan kegiatan promosi yang telah dilakukan dengan memanfaatkan media sosial maupun media cetak.
5. Meningkatkan kualitas SDM baik bagi karyawan maupun anggota.
6. Meningkatkan kualitas produk dan jasa yang diberikan.
7. Mempertahankan harga jual yang kompetitif.
8. Memberikan pelayanan yang sebaik mungkin.
9. Memberikan bonus / penghargaan kepada karyawan yang melebihi target / berprestasi dalam pekerjaannya.

Berikut ini adalah data pendapatan Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong Kabupaten Pati selama kurun waktu 5 tahun terakhir, terhitung sejak tahun 2011-2015.

Tabel. 4.9

Data pendapatan KUD Bahagia Kecamatan Gembong (2011-2015)

Unit usaha	Pendapatan per tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
Pangan	12.011.430	-8.800.342	2.324.024	9.189.445	13.475.455
Pupuk	114.647.824	24.924.047	35.865.800	102.360.512	76.439.538
RMU	-18.077.301	6.327.580	-7.781.589	7.869.870	8.596.567
Pengkreditan	3.137.100	3.753.000	3.042.000	-	-
UJKS	369.588.340	379.159.850	475.289.769	-	-

Listrik	4.303.576	32.815.765	24.416.082	18.949.498	46.610.179
Kanvas	-	-	21.280.935	32.194.774	12.082.570
Lain-lain	118.924.947	141.318.878	138.684.288	808.230.007	1.024.519.905

Sumber: data sekunder hasil pengolahan data pada tahun 2016

Dari data diatas dapat dilihat perkembangan naik turunnya pendapatan yang diperoleh pada Koperasi Unit Desa (KUD) Bahagia Kecamatan Gembong, Kabupaten Pati selama kurun waktu 5 tahun terakhir. Dengan penerapan strategi-strategi hasil analisis SWOT diatas diharapkan pada tahun-tahun selanjutnya pendapatan yang direncanakan Koperasi Unit Desa (KUD) mengalami kenaikan dan kemajuan yang akan mendatangkan keuntungan bersama, baik pada usaha yang dijalankan KUD Bahagia maupun dengan anggota dan karyawan. Melihat tujuan dari analisis SWOT yakni untuk memaksimalkan peluang dan kekuatan dan meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada.