

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini semakin pesat berkembang seiring dengan berjalannya waktu, hal ini dapat memberikan pengaruh yang cukup baik pada setiap kegiatannya. Para pelaku bisnis saat ini semakin bersaing untuk memasarkan produk yang mereka hasilkan. Pada era yang serba digital ini, pemasaran atau promosi sebuah produk dapat dilakukan melalui sosial media untuk dapat menjangkau konsumen secara tepat dan relevan.

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia saat ini terbilang cukup pesat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, menurut situs resmi BPS Ekonomi Indonesia tahun 2022 tumbuh sebesar 5,31 %, lebih tinggi dibanding capaian tahun 2021 yang mengalami pertumbuhan sebesar 3,70 % (Badan Pusat Statistik, 2023).

Produksi pertumbuhan tertinggi yang terjadi pada lapangan usaha Transportasi dan Pergudangan sebesar 19,87% sedangkan pada sektor informasi dan komunikasi mengalami statistik yang cukup stabil pada 3 tahun terakhir, tentu hal ini mempengaruhi lembaga keuangan non-bank seperti koperasi. Derasnya lajur ekonomi Indonesia yang juga dipengaruhi oleh digitalisasi secara *modern*, koperasi dituntut selalu konsisten untuk dapat mensejahterakan masyarakat yang menjadi anggotanya.

Koperasi merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peranan dalam menumbuhkembangkan perekonomian masyarakat (Rachmad & Yuvanda, 2021). Menurut Undang-Undang No. 25 Tahun 1992, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan. Keberadaan koperasi sebagai wadah untuk mewujudkan kesejahteraan sesama bagi seluruh rakyat, memiliki arti penting bagi negara

Indonesia. Sejalan dengan tujuan negara yang terkandung dalam alinea ke empat Pembukaan UUD RI 1945, yang menegaskan bahwa negaramemajukan kesejahteraan umum. Untuk memajukan kesejahteraan umum tersebut dipertegas dalam Pasal 33 UUD 1945, yang menyatakan: “Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan”. Mohammad Hatta sebagai pencetus Pasal 33 UUD 1945 telah merumuskan pemikiran filosofi mengenai sistem perekonomian bangsa Indonesia. Ditegaskan oleh beliau berulang kali bahwa asas kekeluargaan itu ialah koperasi dan perkataan undang-undang dasar ini bukanlah hanya suatu pernyataan daripada ideal bangsa kita, tetapi juga suruhan untuk bekerja ke arah perekonomian nasional yang berdasar atas koperasi.

Di dalam koperasi terdapat nilai-nilai keutamaan seperti kekeluargaan, gotong royong dan kebersamaan, kemandirian, dan solidaritas. Secara garis besar koperasi merupakan salah satu bentuk organisasi ekonomi yang dipilih oleh sebagian masyarakat dalam rangka meningkatkan kemajuan ekonomi rumah tangga serta kesejahteraan hidupnya. Perubahan kebiasaan dan arus digitalisasi juga mempengaruhi koperasi sebagai Lembaga keuangan non-bank, koperasi dituntut untuk tetap eksis di tengah arus digitalisasi yang semakin modern, perlu adanya inovasi yang dilakukan oleh seluruh koperasi di Indonesia seperti mewujudkan adanya media informasi dan edukasi mengenai koperasi.

Era digital saat ini bisa memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat Indonesia. Peluang ini perlu di manfaatkan secara maksimal oleh para pelaku ekonomi, termasuk pada sektor Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM (Savitri & Maemunah, 2021). Masa pandemi membawa dampak ekonomi yang cukup besar terutama terhadap kelangsungan ekonomi rumah tangga di Indonesia. Keterpurukan ekonomi ini menjadi sebuah cerita buruk bagi semua orang yang terkena dampak virus Covid-19. Organisasi berskala internasional bidang keuangan (*International Monetary Fund World I*) Bank bahkan memprediksi bahwa ekonomi akan terus mengalami resesi hingga kuartal I tahun 2020 (Liu, Yue,

& Tchounwou, 2020). Dalam masa pandemi yang sempat terjadi dan pertumbuhan ekonomi yang semakin menjadi-jadi, Koperasi dituntut bisa membuat gebrakan inovasi secara digital sehingga informasi dan edukasi mengenai koperasi bisa di nikmati oleh semua kalangan. Pandemi Covid-19 ini sekaligus menjadi momentum bersama untuk meningkatkan kerja koperasi agar lebih efisien. Pemberdayaan koperasi merupakan langkah strategis menumbuhkan pembangunan nasional. Keberhasilan pemberdayaan koperasi tentunya diukur dari besarnya nilai kesejahteraan yang dirasakan anggotanya. Kehadiran koperasi jangan semata dilihat sebagai perwujudan konstitusi, namun lebih dari itu eksistensi koperasi harus dipandang sebagai suatu kebutuhan (Huda, 2021)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Savitri & Maemunah, 2021) menyatakan bahwa perkembangan telekomunikasi yang semakin pesat dan berkembang dapat merubah sistem pelaksanaan industrial kearah teknologi digital yang dapat memberikan dampak positif dalam hal efisiensi biaya teknis yang harus dikeluarkan serta efektivitas waktu. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Ghafur (2022) mengatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara variable pemasaran berbasis IT terhadap kepuasan anggota, artinya jika strategi pemasaran berbasis IT ditingkatkan, maka kepuasan anggota akan meningkat pula, hal ini tentu mengindikasikan bahwasanya masyarakat Indonesia saat ini mulai tidak asing terhadap modernisasi yang ada pada saat ini, maka dari itu perlu adanya modernisasi digital marketing terhadap koperasi yang ada di Indonesia saat ini, agar dapat lebih bersaing dan berkembang. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri, dkk., (2020) menyatakan bahwa digital marketing dapat membantu memperkenalkan dan memasarkan produk Koperasi Tenun Pandai Sikek tidak hanya di daerah Sumatera Barat saja, namunhingga ke skala nasional bahkan internasional. Digital marketing sangatlah memberi manfaat yang baik serta menguntungkan untuk suatu perusahaan seperti koperasi, seperti penelitian yang di tulis oleh Nurfida, Cornelia, dan Ulina (2022) yang mengungkapkan bahwa dengan adanya penyuluhan mengenai digital marketing ini sangatlah

bermanfaat bagi para pengurus dan anggota Koperasi Wanita Mandiri Zayda karena dapat meningkatkan kemampuan, wawasan serta motivasi bagi para pengurus dan anggota.

Dalam hal ini koperasi didorong untuk mencontoh strategi startup dalam mengembangkan program ataupun bisnisnya. Penerapan digitalisasi bagi koperasi diharapkan dapat menjaga eksistensi koperasi. Terlebih di tengah arus digitalisasi yang semakin cepat berkembang para pengurus koperasi harus lebih kreatif lagi dalam menjual program-programnya jika tidak ingin tertinggal dari lembaga keuangan lainnya. Informasi mengenai koperasi harusnya dapat ditemukan dengan mudah dan bisa diakses berulang kali. Koperasi sebagai wadah membangun kebersamaan dan kesejahteraan perekonomian masyarakat juga dituntut untuk dapat menampilkan konten edukasi yang menarik kepada masyarakat sehingga masyarakat dari berbagai kalangan dapat menikmati dan pada akhirnya tertarik untuk menjadi anggota dari koperasi. Namun pada saat ini koperasi dinilai kurang diminati, dalam industri lembaga keuangan yang kompetitif diperlukan adanya sistem pemasaran secara digital, namun banyak dari koperasi yang belum menerapkan sistem ini, salah satunya ialah Koperasi Sentosa Palembang. Koperasi Sentosa dinilai kurang masif dalam melakukan promosi program kredit yang mereka usung, saat ini Koperasi Sentosa hanya mengandalkan sistem AMAL (Anggota Mengajak Anggota Lain) untuk mendapatkan anggota baru dan mengenalkan program-programnya, sistem ini dinilai kurang efektif dan efisien dilihat dari perkembangan zaman yang ada.

Menurut saran dari Jurnal yang ditulis oleh (Huda, Dosen Ekonomi Pembangunan - FEB UPN Veteran Jawa Timur, 2021) Koperasi harus modern dan mengikuti jaman digital sehingga dapat bersaing dengan usaha lain yang lebih dahulu bergerak di bidang masing masing dengan menggunakan teknologi digital. Seperti apa yang ingin diterapkan penulis bahwasanya Koperasi Sentosa harus aktif terjun ke teknologi digital seperti Media sosial dan Website agar nantinya dapat bersaing bersama kompetitor di bidang usaha yang sama. Data statistik juga menyebutkan bahwa terus terjadinya penurunan

anggota Koperasi Sentosa di setiap tahunnya dengan berbagai alasan, berikut adalah tabel data anggota Koperasi Sentosa dalam rentang waktu 2020 hingga pada 2022 :

Tabel 1.1
Data Anggota Koperasi tahun 2020-2022

NO	TAHUN	JUMLAH ANGGOTA LAMA	PERSENTASE (%)
1	2020	1460	Dari tahun 2020 – 2021 persentase mencapai -0,5 %
2	2021	1452	
3	2022	1430	Dari tahun 2021 – 2022 persentase mencapai -1,5 %

Sumber: Koperasi Sentosa (2022)

Pada tabel diatas menunjukkan bahwasanya adapun penurunan anggota Koperasi Sentosa pada setiap tahun sedikitnya mencapai sekitar 8 Anggota yang keluar, hal ini tentu menjadi suatu peringatan bagi para pengurus Koperasi untuk terus mengembangkan perusahaannya dari berbagai aspek terutama di bidang pemasaran.

Peminat Koperasi yang sebagian besar adalah pengusaha saat ini juga tidak terlalu banyak, mereka lebih cenderung meminjam modal usahanya ke lembaga keuangan lainnya, faktor kurangnya informasi yang di dapatkan masyarakat terkait Koperasi juga menjadi salah satu penghambat perkembangan dari lembaga keuangan ini. Berikut merupakan tabel data anggota Koperasi Sentosa yang baru bergabung pada setiap tahunnya :

Tabel 1.2
Data Anggota Baru Koperasi tahun 2020-2022

NO	TAHUN	ANGGOTA BARU
1	2020	13
2	2021	11
3	2022	5

Sumber: Koperasi Sentosa (2022)

Dari data yang ditampilkan diatas bahwasanya anggota yang baru bergabung bersama Koperasi Sentosa tidak sebanding dengan data anggota yang keluar, hal ini harusnya menjadi tolak ukur pengurus Koperasi agar dapat mencari anggota baru yang lebih banyak dari anggota yang keluar sehingga agar Koperasi tetap makmur dan terus berdiri.

Informasi ataupun edukasi yang dilakukan oleh para pengurus Koperasi juga sering dilakukan, beberapa upaya pembekalan mengenai Koperasi juga di sampaikan oleh para pengurus di berbagai wilayah di kota Palembang, tetapi upaya ini tentunya harus di dukung oleh bukti yang kuat seperti pelaporan kepada masyarakat di media sosial dan juga menarik simpati masyarakat yang pada awalnya tidak mengetahui Koperasi menjadi mengetahui apa itu Koperasi, segala upaya harus dilakukan demi keberlangsungan Koperasi Sentosa Palembang. Pada saat ini Koperasi Sentosa Palembang telah memiliki satu media sosial berupa *facebook*, tetapi penggunaan Koperasi Sentosa terhadap *facebook* yang telah mereka rancang juga dinilai sangat pasif karena kurangnya keterampilan para pengurus Koperasi Sentosa dalam merancang media sosial ataupun website juga menjadi salah satu faktor yang akan menghambat maju nya Koperasi ini, ditengah sangat baiknya potensi Koperasi yang ditunjukkan para anggota dan pengurus, tetapi pemanfaatan media digital sangat diperlukan untuk menghadapi zaman yang serba digital ini sehingga Koperasi dapat berkembang dalam menunjukkan program-programnya penggunaan instagram dan website pada Koperasi Sentosa dibandingkan *facebook* merupakan sebuah pendekatan Koperasi kepada kaum millennial yang saat ini sedang dalam masa bertumbuh secara finansial.

Kunci digitalisasi pada sebuah koperasi dituntut harus tersrtuktur dan adaptif, sekaligus tumbuh dan berkembang sesuai zaman. Hal ini membutuhkan fitur pengembangan organisasi (*organization development*) seperti merancang sebuah website ataupun media sosial yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja. *Digital Marketing* akan menjadi potensi besar sebuah organisasi atau perusahaan dalam memperkenalkan program-programnya serta meningkatkan minat masyarakat secara efisien. Oleh karena diperlukan adanya kajian mengenai **“Perancangan *digital marketing* pada Koperasi Sentosa Palembang”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, makaperumusan sebuah masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perancangan website dan media sosial pada Koperasi Sentosa Palembang.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan menghasilkan rancangan website dan media sosial pada Koperasi Sentosa Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1) Aspek Teoritis

- a) Pengembangan ilmu Pemasaran jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
- b) Memberikan informasi dan hasil dari penelitian untuk dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya.

2) Aspek Praktis

Memberi manfaat kepada anggota, pengurus dan karyawan Koperasi Sentosa Palembang dalam mengembangkan perusahaannya melalui pemasaran secara digital dalam upaya meningkatkan pertumbuhan anggota koperasi.