

**EVALUASI KINERJA KUD BUKIT MANUNGGAL PADA BAGIAN
PEMASARAN TANDAN BUAH SEGAR (TBS) KELAPA SAWIT DI
KECAMATAN SUNGAI BAHAR**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)

Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi



Di Susun Oleh:

Sri Rezeki

1800887203009

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS BATANGHARI**

2022

LEMBAR PERNYATAAN

Pembimbing skripsi ini menyatakan bahwa skripsi yang disusun oleh :

Nama : Sri Rezeki
NPM : 1800887203009
Jurusan : Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Evaluasi Kinerja KUD Bukit Manunggal
Pada Bagian Pemasaran Tandan Buah
Segar (TBS) Kelapa Sawit Di Kecamatan
Sungai Bahar

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur, ketentuan dan peraturan yang berlaku untuk diajukan.

Jambi, Februari 2022

Mengetahui

Ketua Program Studi

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Lili Andriani, S.Pd, MM

Pembimbing II

Pembimbing I

Drs. Kasiono M.Pd

Dr. Mayasari, M.Pd

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh panitia ujian skripsi yang diangkat oleh Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Batanghari Jambi pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 09 Februari 2021
Jam : 16.00-18.00
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Batanghari Jambi

PANITIA PENGUJI

| Nama | Jabatan | Tanda Tangan |
|--------------------------|----------------|---------------------|
| Dr. Mayasari, M.Pd | Ketua Penguji | _____ |
| Drs. Kasiono, M.Pd | Sekretaris | _____ |
| Lili Andriani, S.Pd, M.M | Penguji Utama | _____ |
| Diliza Afrila, M.Pd | Penguji | _____ |

Disahkan oleh :

**Ketua Prodi
Pendidikan Ekonomi**

**Dekan Fakultas Keguruan
dan Ilmu Pendidikan**

Lili Andriani, S.Pd, M.M

Dr. H. Abdoel Gafar, S.Pd, M.Pd

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sri Rezeki
NPM : 1800887203009
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Judul Skripsi : Evaluasi Kinerja KUD Bukit Manunggal
Pada Bagian Pemasaran Tandan Buah Segar
(TBS) Kelapa Sawit Di Kecamatan Sungai
Bahar

Dengan ini saya menyatakan bahwa judul skripsi yang disebutkan diatas belum pernah diujikan untuk memperoleh gelar Strata satu (S1) dan gelar lainnya di suatu perguruan tinggi, dan di dalam skripsi ini murni gagasan, penilaian, observasi, dan rumusan saya sendiri, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis orang lain kecuali tertulis yang diacu dalam naskah ini serta disebutkan dalam daftar pustaka.

Jambi, Februari 2022

Saya yang menyatakan

Sri Rezeki

NPM. 1800887203009

MOTTO

Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang.

(Imam Syafi'i)

PEMBAHASAN

Bismillahirrohmanirrohim.....

Dengan Rahmat Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang....

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk Ayah saya RASWIN PURWANTO dan Mama saya PARTIAH serta Abang saya AGUS SISWANTO, Abang WAHYU DIAN SYAHPUTRA, Kakak TITIK FARIDA, Kakak HIKMAH KHAIRUNISA MUNTHE yang telah memberikan doa, semangat dan dukungannya kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan masa kuliah saya dan terciptanya skripsi ini. Saya bersyukur sekali kalian selalu ada disampingku, terima kasih ya allah telah memberikan saya keluarga yang selalu mencintai saya dan selalu memberikan yang terbaik untuk keberlangsungan pendidikan saya sampai saat ini. Insyaallah jika saya diberikan umur yang panjang saya akan membalas semua kebaikan yang telah kalian berikan selama ini dan membuat kalian bahagia di usia kalian.

Buat teman-teman angkatan 2018 pendidikan ekonomi saya ucapkan terima kasih banyak karena telah berjuang bersama saya selama kurang lebih 3,5 tahun lamanya. Untuk teman-teman SMAku, saya ucapkan terima kasih telah memberikan motivasi dan semangat saat saya mengerjakan skripsi ini serta teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, saya ucapkan banyak terima kasih untuk dukungan kalian selama ini. Kebaikan dari kalian insyaallah akan dibalas oleh Allah SWT. Amin..

ABSTRAK

Rezeki Sri. 2022. *Evaluasi Kinerja KUD Bukit Manunggal Pada Bagian Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Di Kecamatan Sungai Bahar*. Pembimbing Skripsi I: Dr. Mayasari, M.Pd. Pembimbing Skripsi II: Drs. Kasiono, M.Pd

Kata Kunci: Kinerja Pemasaran, Analisis SWOT, Alternatif Strategi.

KUD Bukit manunggal mengalami permasalahan di bagian pemasaran. Permasalahan tersebut berdampak pada minimnya pengetahuan masyarakat terhadap KUD Bukit Manunggal tersebut. **Tujuan penelitian** adalah untuk mengetahui kinerja pemasaran serta untuk menganalisis strategi alternatif yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kinerja pemasaran KUD Bukit Manunggal Kecamatan Sungai Bahar.

Jenis penelitian adalah penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis SWOT. **Hasil penelitian** menunjukkan bahwa penjualan TBS yang sangat difokuskan oleh tim KUD. Walaupun hanya memiliki satu program saja yaitu penjualan TBS, namun hal tersebut sangat difokuskan sehingga hasilnya menjadi maksimal. Akan tetapi, pemasaran KUD belum memiliki strategi pemasaran yang dapat membuat kemajuan pada KUD Bukit Manunggal. Dari analisis SWOT, didapatkan 10 strategi alternatif dari kombinasi SO, WO, ST, dan WT.

Kesimpulan dari penelitian yaitu kinerja divisi pemasaran KUD Bukit Manunggal belum sepenuhnya terlaksana dengan optimal. Hal tersebut didasarkan pada kinerja pengurus KUD Bukit Manunggal yang selalu maksimal dalam penjualan TBS, akan tetapi di sisi lain, mereka belum memiliki strategi pemasaran yang jelas sehingga dapat juga dikatakan bahwa divisi pemasaran tidak melaksanakan fungsinya seperti yang seharusnya. Selain itu, peneliti merekomendasikan strategi alternatif yang dapat diterapkan untuk dapat meningkatkan kinerja pemasaran KUD Bukit Manunggal, yaitu 1) Memaksimalkan potensi penjualan TBS dengan pembukaan RAM di bawah naungan KUD, 2) Meningkatkan kinerja pengurus untuk menjangkau desa-desa lainnya yang belum memiliki KUD, dan 3) Memanfaatkan independensi KUD untuk eksplorasi ke desa lainnya.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Evaluasi Kinerja KUD Bukit Manunggal Pada Bagian Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Di Kecamatan Sungai Bahar”**.

Selama penulisan proposal skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, bantuan, dorongan dan motivasi dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak H. Fachruddin Razi, SH.MH sebagai Rektor Universitas Batanghari Jambi.
2. Bapak Dr. H. Abdoel Gafar, S.Pd, M.Pd sebagai Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Batanghari Jambi.
3. Ibu Lili Andriani, S.Pd, M.M sebagai Ketua Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.
4. Ibu Dr. Mayasari, M.Pd sebagai pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Kasiono, M.Pd sebagai pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
7. Seluruh Staf Administrasi dan Karyawan Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Batanghari Jambi.
8. Ketua KUD Bukit Manunggal, Pengurus KUD, Serta seluruh Anggota KUD Bukit Manunggal.
9. Ayah Raswin Purwanto dan Mama Partiah yang telah mendukung dan mendoakan dengan penuh cinta dan kasih sayang sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar dari awal hingga akhir.

10. Abang Agus Siswanto, Abang Wahyu Dian Syahputra, Kakak Titik Farida, Kakak Hikmah Khairunisa Munthe, dan seluruh keluarga yang telah mendukung, menguatkan, dan mendoakan sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar dan baik dari awal hingga akhir.
11. Calon suami Mas Narko yang selalu menguatkan, mendukung, menemani dan mendoakan sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
12. Sahabat serta teman-teman seperjuangan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan angkatan 2018 dan semua pihak yang telah memberikan sumbangan saran serta kritik terhadap penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dengan segala keterbatasan dalam skripsi ini yang masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan.

Jambi, Februari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------------|-------------|
| COVER | |
| LEMBAR PERNYATAAN | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| SURAT PERNYATAAN | iii |
| MOTTO | iv |
| PERSEMBAHAN | v |
| ABSTRAK | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 8 |
| 1.3 Pembatasan Masalah | 8 |
| 1.4 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.5 Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.6 Manfaat Penelitian | 10 |
| BAB II STUDI KEPUSTAKAAN | 11 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 11 |
| 2.1.1 Konsep Koperasi..... | 11 |
| 2.1.1.1 Definisi Koperasi | 11 |
| 2.1.1.2 Peran Koperasi | 12 |
| 2.1.1.3 Fungsi Koperasi | 13 |
| 2.1.1.4 Tugas Koperasi | 14 |
| 2.1.1.5 Penggolongan Koperasi | 14 |
| 2.1.1.6 Kedudukan Koperasi..... | 17 |
| 2.1.2 Konsep Evaluasi | 18 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.1.2.1 | Pengertian Evaluasi..... | 18 |
| 2.1.2.2 | Fungsi Evaluasi..... | 19 |
| 2.1.2.3 | Tujuan Evaluasi | 20 |
| 2.1.3 | Konsep Kinerja | 20 |
| 2.1.3.1 | Pengertian Kinerja | 20 |
| 2.1.3.2 | Kinerja Koperasi | 21 |
| 2.1.4 | Konsep Manajemen Pemasaran..... | 23 |
| 2.1.4.1 | Pengertian Manajemen Pemasaran | 23 |
| 2.1.4.2 | Tugas Pemasaran | 24 |
| 2.2 | Kerangka Berpikir..... | 26 |
| 2.3 | Hasil Penelitian Relevan | 28 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | | 34 |
| 3.1 | Metode Penelitian..... | 34 |
| 3.2 | Tempat dan Waktu Penelitian | 34 |
| 3.3 | Data dan Sumber Data | 35 |
| 3.4 | Metode Pengumpulan Data | 35 |
| 3.5 | Instrumen Studi Kasus | 38 |
| 3.6 | Teknik Analisis Data..... | 39 |
| 3.7 | Keabsahan Data..... | 43 |
| 3.7.1 | Pemeriksaan Keabsahan Data..... | 43 |
| 3.8 | Prosedur Penelitian..... | 46 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 47 |
| 4.1 | Profil Tempat Penelitian..... | 47 |
| 4.1.1 | Sejarah Berdirinya KUD Bukit Manunggal | 47 |
| 4.1.2 | Visi dan Misi KUD Bukit Manunggal..... | 48 |
| 4.1.3 | Struktur Organisasi KUD Bukit Manunggal | 48 |
| 4.2 | Deskripsi Hasil Penelitian | 51 |
| 4.2.1 | Analisis Kekuatan dan Kelemahan Divisi Pemasaran KUD Bukit Manunggal..... | 51 |

| | |
|--|-----------|
| 4.2.2 Analisis Peluang dan Ancaman Divisi Pemasaran | |
| KUD Bukit Manunggal..... | 57 |
| 4.2.3 Analisis Faktor Kekuatan dan Kelemahan Pemasaran | |
| KUD Bukit Manunggal..... | 62 |
| 4.2.4 Analisis Faktor Peluang dan Ancaman Pemasaran | |
| KUD Bukit Manunggal..... | 63 |
| 4.2.5 Matriks SWOT Kinerja Divisi Pemasaran | 64 |
| 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian..... | 68 |
| 4.3.1 Kinerja Divisi Pemasaran KUD Bukit Manunggal | 69 |
| 4.3.2 Penerapan Strategi Alternatif Divisi Pemasaran KUD Bukit | |
| Manunggal Melalui Analaisis SWOT | 72 |
| BAB V PENUTUP | 74 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 74 |
| 5.2 Saran | 75 |
| DAFTAR PUSTAKA | 77 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|---------|---|----|
| Tabel 1 | Data Hasil Produksi TBS periode 2016-2020..... | 7 |
| Tabel 2 | Penelitian Relevan..... | 28 |
| Tabel 3 | Jadwal Penelitian..... | 35 |
| Tabel 4 | Faktor Kekuatan dan Kelemahan Divisi Pemasaran KUD Bukit Manunggal | 62 |
| Tabel 5 | Faktor Peluang dan Ancaman Divisi Pemasaran KUD Bukit Manunggal | 63 |
| Tabel 6 | Penentuan Strategi Matriks SWOT | 65 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-----------|--|-----|
| Gambar 1 | Kerangka Berpikir | 26 |
| Gambar 2 | Matriks SWOT | 42 |
| Gambar 3 | Prosedur Penelitian..... | 46 |
| Gambar 4 | KUD Bukit Manunggal | 47 |
| Gambar 5 | Struktur Organisasi KUD Bukit Manunggal..... | 48 |
| Gambar 6 | Foto Bersama Pengurus KUD Bukit Manunggal..... | 106 |
| Gambar 7 | Wawancara Bersama IP 1 | 106 |
| Gambar 8 | Wawancara Bersama IP 2 | 107 |
| Gambar 9 | Wawancara Bersama IK 1& 2..... | 108 |
| Gambar 10 | Foto Bersama Tim Divisi Pemasaran & supir..... | 108 |
| Gambar 11 | Dokumentasi Mobil Menuju Pabrik..... | 109 |
| Gambar 12 | Tandan Buah Segar(TBS) | 110 |
| Gambar 13 | TBS Sedang di Timbang | 111 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--------------------------------|----|
| 1 SK Bimbingan..... | 81 |
| 2 Kartu Bimbingan 1 | 82 |
| 3 Kartu Bimbingan 2..... | 83 |
| 4 Surat Penelitian | 84 |
| 5 Surat Balasan Dari KUD..... | 85 |
| 6 SK Seminar Proposal | 86 |
| 7 SK Sidang Skripsi | 87 |
| 8 Hasil Turnitin | 88 |
| 9 Transkrip Wawancara..... | 89 |
| 10 Hasil Coding Wawancara..... | 99 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peningkatan kualitas perekonomian masyarakat dapat dilakukan melalui berbagai cara. Salah satunya adalah dengan pendirian lembaga-lembaga ekonomi yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Salah satu lembaga ekonomi yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan perekonomian masyarakat dalam kawasan desa adalah Koperasi Unit Desa (KUD). Dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian dijelaskan bahwa koperasi adalah salah satu pendukung untuk memperkokoh perekonomian rakyat. Fungsi yang strategis tersebut menuntut adanya koperasi yang berperan secara aktif dalam upaya meningkatkan kualitas hidup masyarakat (Purnomo & Sundjana, 2015).

Peran aktif KUD sangat dibutuhkan dalam pemberdayaan masyarakat. Kinerja koperasi yang baik dan tepat sasaran akan meningkatkan perekonomian masyarakat. Begitu juga sebaliknya, kinerja koperasi yang tidak tepat akan menurunkan tingkat perekonomian masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, perlu adanya sistem dalam koperasi yang terorganisasi dengan baik. Salah satu bagian dari sistem organisasi KUD adalah bagian pemasaran. Bagian pemasaran termasuk bagian yang paling penting dari sistem KUD karena bagian ini berhubungan langsung dengan masyarakat. Kinerja bagian pemasaran harus menjadi perhatian utama dari manajemen KUD. Bagian pemasaran berperan penting dalam memperkenalkan fungsi dan tugas KUD kepada masyarakat, sehingga masyarakat mengetahui dan memahami kinerja dari KUD tersebut

Dengan adanya pemahaman dari masyarakat terkait peran KUD, maka masyarakat akan lebih dekat dengan KUD tersebut. Kedekatan tersebut akan berdampak pada perkembangan KUD dalam menjalankan program-programnya bersama masyarakat. Secara umum, KUD beroperasi dengan tujuan untuk menyejahterakan anggotanya yaitu masyarakat desa. Tujuan tersebut dicapai dengan pengadaan kegiatan-kegiatan seperti pemberian fasilitas pertanian kepada petani, memberikan dana pinjaman kepada petani yang membutuhkan pinjaman uang, dan memberikan penyuluhan serta bimbingan kepada para petani.

Dalam menjalankan tugasnya untuk mencapai tujuan, maka kinerja koperasi perlu dievaluasi untuk melihat perkembangan dari koperasi tersebut. Menurut (Rahadi, 2010), Kinerja adalah istilah yang populer di dalam manajemen, yang mana istilah kinerja didefinisikan dengan istilah hasil kerja, prestasi kerja dan *performance*. Evaluasi kinerja merupakan suatu kegiatan yang dilakukan manajemen untuk menilai kinerja karyawan dalam suatu organisasi atau perusahaan dengan membandingkan uraian pekerjaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Evaluasi kinerja biasanya dilakukan dalam suatu periode tertentu yaitu satu tahun sekali, dengan adanya evaluasi kinerja maka dapat diketahui keberhasilan atau kegagalan seorang karyawan dalam melaksanakan tugas pokoknya.

Menilai kinerja berarti membandingkan kinerja aktual dengan standar yang ditetapkan oleh perusahaan. Jika dikerjakan dengan benar, hal ini akan memberikan manfaat yang penting bagi karyawan, atasan serta departemen SDM dan perusahaan. Atasan atau Supervisor atau manajer menilai kinerja karyawan

untuk mengetahui tindakan apa yang sudah dilakukan atau yang akan dilakukan selanjutnya. Umpan balik yang spesifik dari atasan akan memudahkan karyawan untuk membuat perencanaan-perencanaan kerja serta keputusan-keputusan yang lebih efektif untuk kemajuan perusahaan.

Manfaat lain dari evaluasi kinerja yaitu sebagai dasar dalam pengambilan keputusan yang digunakan untuk prestasi, pemberhentian, sebagai indikator untuk menentukan kebutuhan akan pelatihan bagi karyawan, sebagai kriteria penempatan karyawan dan juga sebagai dasar untuk memperbaiki atau mengembangkan uraian tugas. Namun setiap organisasi atau perusahaan memiliki sistem evaluasi yang berbeda-beda karena organisasi bergerak di bidang yang bermacam-macam, jenis pekerjaan bermacam-macam, dan perbedaan *job description*.

Dalam sebuah koperasi, evaluasi kinerja dimaksudkan untuk menilai kinerja aktual yang telah dilakukan oleh tim dalam koperasi tersebut dan membandingkannya dengan kinerja standar atau kinerja yang seharusnya dapat dicapai oleh tim dalam periode waktu tertentu. Dalam melakukan evaluasi kinerja, biasanya suatu perusahaan melakukan evaluasi dengan membagi segmen-segmen di dalam suatu organisasi. Segmen-segmen tersebut adalah berupa divisi-divisi yang ada di organisasi. Pembagian evaluasi tersebut dimaksudkan untuk melihat kinerja dari masing-masing divisi apakah sudah sesuai dengan standar atau SOP yang seharusnya. Salah satu divisi yang menjadi promotor utama dalam koperasi adalah divisi pemasaran.

Menurut Rahmawati (2016) pemasaran merupakan aktivitas yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menemukan kebutuhan manusia. Secara ringkas pemasaran bisa diartikan dengan sebagai “*meeting needs profitably*” yaitu bagaimana perusahaan bisa melayani kebutuhan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi konsumen dan perusahaan. Misalnya saat ini, banyak orang yang karena kesibukan menjadi tidak punya banyak waktu untuk melakukan pemilihan dan pembelian barang dengan cara mendatangi satu per satu toko, maka perdagangan online tumbuh subur untuk melayani jenis konsumen seperti ini. Selain itu manusia modern semakin sadar dengan kesehatan, maka mereka semakin sadar dan butuh produk makanan organik, maka saat ini banyak usaha katering makanan organik dan supplier produk makanan organik.

Pemasaran merupakan bagian dari manajemen organisasi atau perusahaan dan juga salah satu faktor yang sangat penting, karena pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya. Penting bagi organisasi untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan sesuai untuk produk yang akan dijual di pasaran. Dengan strategi pemasaran tepat dan sesuai maka produk akan mudah diterima calon konsumen sehingga calon konsumen membeli produk yang akan dijual. Selain strategi pemasaran perusahaan perlu mengetahui posisi produk yang dijual. Posisi di sini menunjukkan perbandingan mengenai pangsa pasar dan pertumbuhan pasar dari para persaingan produk yang sejenis dari perusahaan lain.

Keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk-produk sangat tergantung pada kiat-kiat dan strategi pemasaran yang dilakukan karena dengan

penerapan strategi pemasaran yang tepat, perusahaan dapat menciptakan dan memelihara serta mengembangkan permintaan konsumen secara menyakinkan dan berkesinambungan. Apabila omset penjualan mengalami peningkatan yang lambat, maka harus dianalisis apakah hal tersebut disebabkan oleh kurang efektifnya strategi pemasaran yang dilakukan atau mungkin di pengaruhi oleh selera dan perilaku konsumen yang sudah berubah.

Hasil penelitian sebelumnya oleh Pratiwi (2008) menunjukkan bahwa kegiatan Evaluasi kinerja pemasaran merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan terutama dalam kegiatan pemasaran. Hasil penelitiannya menunjukkan kinerja pemasaran secara kuantitatif yaitu dengan melakukan analisis terhadap penjualan tahunan dari perusahaan tersebut. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu tentang evaluasi kinerja pemasaran suatu perusahaan atau organisasi. Namun, pada penelitian ini, evaluasi kinerja pemasaran dilakukan dengan analisis kualitatif melalui pengumpulan data secara kualitatif juga. Perbedaan yang kedua adalah pada penelitian sebelumnya tersebut evaluasi dilakukan terhadap sebuah perusahaan, sedangkan pada penelitian ini akan dilakukan pada sebuah organisasi atau lembaga sosial yaitu Koperasi Unit Desa.

Salah satu KUD yang membuat peneliti tertarik adalah KUD Bukit Manunggal yang terletak di Sungai Bahar, Kabupaten Muaro Jambi. KUD Bukit Manunggal sudah beroperasi sejak tahun 2005. Namun perkembangan dari KUD Bukit Manunggal tidak terlalu signifikan. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan yang disebutkan oleh Ambarwati, Adi, & Kadek (2015), dalam penelitiannya yang

menunjukkan bahwa nilai volume usaha dari koperasi di kecamatan Sungai Bahar yang salah satunya termasuk KUD Bukit Manunggal hanya sebesar 8,37% pada tahun 2020. Angka tersebut cukup rendah dibandingkan dengan kinerja koperasi pada Kecamatan lainnya di Kabupaten Muaro Jambi.

Berdasarkan observasi awal peneliti pada KUD Bukit Manunggal di Sungai Bahar, diketahui bahwa KUD Bukit manunggal mengalami permasalahan di bagian pemasaran. Permasalahan tersebut berdampak kepada minimnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap KUD Bukit Manunggal tersebut. Kondisi ini jika terjadi secara berkelanjutan maka tidak menutup kemungkinan dapat menyebabkan KUD menjadi bangkrut dan akan berhenti beroperasi. Hal ini tentu tidak akan baik jika terjadi secara berkelanjutan, karena akan berdampak pada perkembangan perekonomian masyarakat setempat.

Koperasi termasuk wadah bagi masyarakat dalam perputaran perekonomian. Jika koperasi tidak berjalan dengan baik, maka perputaran ekonomi dalam masyarakat juga tidak akan optimal. Selain itu, kurangnya pemahaman masyarakat akan kinerja KUD Bukit Manunggal juga disebabkan oleh aktivitas mereka yang hanya melakukan kegiatan pemasaran pada TBS kelapa sawit saja. Sedangkan pada komoditas lain tidak ada dilakukan kegiatan pemasaran oleh KUD tersebut. Ditambah lagi dengan tidak adanya pemungutan simpanan pokok, simpanan wajib, dan sukarela oleh KUD membuat masyarakat semakin tidak tahu dan tidak terlalu peduli akan kinerja KUD Bukit Manunggal tersebut. Kondisi ini dapat dipahami bahwa kurangnya kinerja bagian pemasaran dari KUD Bukit Manunggal terkait dengan komoditas lainnya dari daerah tersebut. Kemudian,

rencana dan pelaksanaan program-program pemasaran dari KUD Bukit Manunggal juga terlihat tidak optimal.

Berdasarkan data yang peneliti kumpulkan dari pihak KUD Bukit Manunggal, diketahui bahwa selama 5 tahun terakhir yaitu sejak tahun 2016, KUD Bukit Manunggal tidak pernah memiliki agenda rapat yang membahas terkait dengan rencana strategi pemasaran serta upaya pengembangan dan pemberdayaan komoditas baru selain kelapa sawit. Pihak KUD menjelaskan bahwa, agenda yang rutin mereka lakukan setiap tahunnya adalah rapat anggota tahunan (RAT) yang diadakan setiap akhir bulan Desember. RAT tersebut dilakukan untuk membahas laporan keuangan KUD tersebut. Berikut merupakan data hasil produksi dan hasil penjualan TBS yang diambil dari arsip data divisi pemasaran periode 2016 sampai 2020.

Tabel 1
Data Hasil Produksi TBS periode 2016-2020

| Tahun | Total Produksi | Total Harga |
|-------|----------------|-------------------|
| 2016 | 22425544 | Rp 33,595,501,064 |
| 2017 | 24730015 | Rp 42,913,826,743 |
| 2018 | 28286193 | Rp 36,322,102,475 |
| 2019 | 25596143 | Rp 35,123,986,679 |
| 2020 | 21822091 | Rp 39,262,858,497 |

Sumber: Divisi Pemasaran KUD Bukit Manunggal

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan bagaimana kinerja dari KUD Bukit Manunggal tersebut khususnya pada bagian pemasaran serta apa saja kendala-kendala yang mereka hadapi sehingga kinerja bagian pemasaran menjadi tidak optimal. Maka dari itu, penelitian ini diberi judul **“Evaluasi Kinerja KUD Bukit**

Manunggal Pada Bagian Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit di Kecamatan Sungai Bahar”

1.2 Identifikasi Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah di atas, maka peneliti melakukan identifikasi permasalahan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. KUD Bukit Manunggal hanya melakukan kegiatan pemasaran TBS kelapa sawit.
2. KUD Bukit Manunggal juga tidak mengadakan pemungutan simpanan pokok, simpanan wajib dan sukarela.
3. Pemahaman masyarakat terhadap kinerja Koperasi Unit Desa (KUD) Bukit Manunggal masih sangat kurang sehingga perlunya dilakukan evaluasi kinerja khususnya bidang pemasaran mengenai kenapa bisa masyarakat tidak terlalu memahami kinerja mereka.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari terjadinya ambiguitas dan pembahasan yang terlalu melebar dari penelitian, maka peneliti menetapkan pembatasan masalah dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Objek penelitian ini adalah KUD Bukit Manunggal Kecamatan Sungai Bahar pada bagian pemasaran.
2. Subjek penelitian ini adalah kinerja dari KUD Bukit Manunggal Kecamatan Sungai Bahar pada bagian pemasaran.

1.4 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana kinerja bagian pemasaran KUD Bukit Manunggal Kecamatan Sungai Bahar?
2. Bagaimana penerapan strategi melalui analisis SWOT untuk meningkatkan kinerja divisi pemasaran KUD Bukit Manunggal Kecamatan Sungai Bahar?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kinerja bagian pemasaran KUD Bukit Manunggal Kecamatan Sungai Bahar.
2. Untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi alternatif melalui analisis SWOT untuk meningkatkan kinerja divisi pemasaran KUD Bukit Manunggal Kecamatan Sungai Bahar.

1.6 Manfaat Penelitian

Ada dua manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoretis

Manfaat teoretis yaitu dapat menjadi ilmu pengetahuan bagi peneliti dan pembaca terkait dengan fungsi dan tugas-tugas serta kinerja dari sebuah koperasi, terutama Koperasi Unit Desa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pihak KUD

Bagi pihak KUD, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan pedoman dalam meningkatkan kinerja mereka terutama di bagian pemasaran sehingga KUD menjadi lebih dikenal masyarakat dan dapat difungsikan secara optimal.

b. Bagi masyarakat umum

Bagi masyarakat umum, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi terkait dengan kinerja-kinerja KUD sehingga masyarakat menjadi lebih paham fungsi dan kinerja KUD.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan atau bahan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian ini.

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep Koperasi

2.1.1.1 Definisi Koperasi

Berdasarkan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia (2010), koperasi berasal dari kata *Co-Operative*, Co berarti bersama, Operative berarti bekerja/operasi, sehingga secara harfiah berarti bekerja sama. Menurut ILO (2015), dinyatakan bahwa “*A cooperative is defined as “an autonomous association of people united voluntarily to meet their common economic, social and cultural needs and aspirations through jointly-owned and democratically-controlled enterprises.*”

Kemudian menurut Priliandani (2018), Koperasi merupakan unit usaha yang memiliki identitas ganda yang mana setiap anggota koperasi merupakan pemilik sekaligus pengguna jasa koperasi. 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 atas asas kekeluargaan (Pasal 1 UU Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian). Koperasi adalah sekumpulan orang seorang atau badan hukum koperasi yang bergabung membentuk usaha bersama untuk kepentingan bersama, saling tolong menolong menyejahterakan dan memberi manfaat bagi segenap anggota maupun masyarakat sekitarnya.

Koperasi adalah perkumpulan otonom dari orang-orang yang bersatu secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan aspirasi ekonomi, sosial, dan budaya bersama melalui perusahaan yang dimiliki bersama dan dikendalikan secara demokratis ICA (1995). Koperasi berarti sekumpulan orang-orang atau badan hukum yang bekerja sama atas dasar sukarela menyelenggarakan organisasi dan usaha koperasi untuk memperbaiki kehidupan anggota-anggotanya.

Menurut Mahri (2019), Koperasi merupakan gerakan ekonomi rakyat yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan melandaskan kegiatannya pada prinsip-prinsip Koperasi. Sebagai gerakan, Koperasi menjunjung tinggi nilai-nilai kebersamaan dan kerja sama antar anggotanya yang sangat diperlukan untuk mewujudkan tujuan utamanya, yaitu meningkatkan kesejahteraan para anggotanya dan kemakmuran masyarakat.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa koperasi merupakan suatu badan yang didirikan bersama-sama dengan anggota, dan kepemilikannya pun juga bersama yaitu anggota-anggota koperasi serta dibuat untuk tujuan peningkatan perekonomian masyarakat.

2.1.1.2 Peran Koperasi

Menurut Undang-undang No. 25 tahun 1992 Pasal 4 dalam Zulhartati (2018), dijelaskan bahwa peran koperasi sebagai berikut:

- a. Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya.

- b. Berperan serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat.
- c. Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai soko-gurunya.
- d. Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional, yang merupakan usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi

2.1.1.3 Fungsi Koperasi

Menurut Undang-undang No. 25 tahun 1992 Pasal 4 dalam Zulhartati (2018), dijelaskan bahwa fungsi koperasi adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai urat nadi kegiatan perekonomian indonesia
- b. Sebagai upaya mendemokrasikan sosial ekonomi indonesia
- c. Untuk meningkatkan kesejahteraan warga negara indonesia
- d. Memperkokoh perekonomian rakyat Indonesia dengan jalan pembinaan koperasi

2.1.1.4 Tugas Koperasi

Kemudian menurut Undang-undang No. 25 tahun 1992 Pasal 4 dalam Zuhartati (2018) dijelaskan bahwa tugas dari koperasi adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan taraf hidup sederhana masyarakat Indonesia.
- b. Mengembangkan demokrasi ekonomi di Indonesia.
- c. Mewujudkan pendapatan masyarakat yang adil dan merata dengan cara menyatukan, membina, dan mengembangkan setiap potensi yang ada.

2.1.1.5 Penggolongan Koperasi

Dalam Zuhartati (2018) dijelaskan koperasi dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis, antara lain yaitu:

1. Berdasarkan Bidang Usaha
 - a. Koperasi Konsumsi: Koperasi konsumsi adalah koperasi yang berusaha dalam bidang penyediaan barang-barang konsumsi yang dibutuhkan oleh para anggotanya.
 - b. Koperasi Produksi: Koperasi produksi adalah Koperasi yang kegiatan utamanya melakukan pemrosesan baku menjadi barang jadi atau barang setengah jadi.
 - c. Koperasi Pemasaran: Koperasi pemasaran adalah Koperasi yang dibentuk terutama untuk membantu para anggotanya dalam memasarkan barang-barang yang mereka hasilkan.
 - d. Koperasi Kredit: Koperasi kredit atau Koperasi simpan-pinjam adalah Koperasi yang bergerak dalam bidang pemupukan

simpanan dari para anggotanya, untuk kemudian dipinjamkan kembali kepada para anggotanya yang memerlukan bantuan modal.

2. Berdasarkan Jenis Komoditi

- a. Koperasi Pertambangan: Koperasi pertambangan adalah Koperasi yang melakukan usaha dengan menggali atau sumber-sumber alam secara langsung tanpa atau dengan sedikit mengubah bentuk dan sifat sumber- sumber alam tersebut.
- b. Koperasi Pertanian dan Peternakan: Koperasi pertanian adalah Koperasi yang melakukan usaha sehubungan dengan komoditi pertanian tertentu. Kegiatan yang dilakukan oleh Koperasi pertanian biasanya meliputi hal-hal sebagai berikut:
 - 1) Mengusahakan bibit, semprotan dan peralatan pertanian
 - 2) Mengolah hasil pertanian
 - 3) Memasarkan hasil atau hasil olahan komoditi pertanian
 - 4) Menyediakan modal bagi para petani
 - 5) Mengembangkan keterampilan tertentu
- c. Koperasi Industri dan Kerajinan: Koperasi industri atau kerajinan adalah jenis Koperasi yang melakukan usahanya dalam bidang usaha industri atau kerajinan tertentu.
- d. Koperasi Jasa-jasa: Koperasi jasa-jasa hampir sama dengan Koperasi industri. Bedanya adalah bahwa Koperasi jasa merupakan Koperasi yang mengkhususkan usahanya dalam

memproduksi dan memasarkan kegiatan jasa tertentu.

1. Berdasarkan Jenis Anggota
 - a. Koperasi Karyawan (Kopkar)
 - b. Koperasi Pedagang Besar (Koppas)
 - c. Koperasi Angkatan Darat (Primkopad)
 - d. Koperasi Mahasiswa (Kopma)
 - e. Koperasi Pondok Pesantren (Koppontren)
 - f. Koperasi Peran serta Wanita (Koperwan)
 - g. Koperasi Pramuka (Kopram)

2. Berdasarkan Daerah Kerja

- a. Koperasi Primer

Koperasi primer adalah Koperasi yang beranggotakan orang-orang yang biasanya didirikan pada lingkup kesatuan wilayah terkecil tertentu.

- b. Koperasi Sekunder

Koperasi sekunder atau Pusat Koperasi adalah Koperasi yang beranggotakan Koperasi-koperasi Primer, yang biasanya didirikan sebagai pemusatan dari beberapa Koperasi Primer dalam suatu lingkup wilayah tertentu.

- c. Koperasi Tersier

Koperasi tersier atau Induk Koperasi adalah Koperasi yang beranggotakan Koperasi-koperasi sekunder, yang berkedudukan di ibukota negara. Fungsi Koperasi tersier biasanya sebagai ujung

tombak Koperasi- koperasi primer yang menjadi anggotanya, dalam berhubungan dengan lembaga-lembaga nasional yang terkait dengan pembinaan Gerakan Koperasi.

2.1.1.6 Kedudukan Koperasi

Berdasarkan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia (2010), koperasi memiliki kedudukan yang strategis, yaitu:

1. Koperasi sebagai lembaga ekonomi rakyat.
2. Koperasi sebagai lembaga ekonomi yang berwatak sosial
3. Koperasi sebagai salah satu soko guru perekonomian nasional- 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 Tahun 1945.

Dari perumusan-perumusan tentang koperasi, dapat disimpulkan bahwa koperasi mempunyai dua segi yang terjalin menjadi satu, yaitu:

1. Segi Sosial

Koperasi adalah kumpulan orang-orang yang bekerjasama dalam suatu wadah organisasi berdasarkan kekurangan.

2. Segi Ekonomis untuk kesejahteraan anggota.

Koperasi adalah suatu organisasi ekonomi yang menyelenggarakan suatu usaha di bidang ekonomi.

2.1.2 Konsep Evaluasi

2.1.2.1 Pengertian Evaluasi

Menurut Sudjono dalam Hidayat & Asyafah (2019), secara harfiah, evaluasi berasal dari bahasa Inggris *evaluation*, dalam bahasa Arab *al-Taqdīr*, dalam bahasa Indonesia berarti penilaian. Akar katanya adalah *value*, dalam bahasa Arab *al-Qīmah*, dalam bahasa Indonesia berarti nilai. Pengukuran dalam bahasa Inggris dikenal dengan *measurement* dan dalam bahasa Arab adalah *muqayasaḥ*, dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk mengukur sesuatu. Mengukur pada hakikatnya membandingkan sesuatu dengan atau atas dasar ukuran tertentu. Adapun penilaian mengandung arti mengambil keputusan terhadap sesuatu dengan mendasarkan diri atau berpegang pada ukuran baik atau buruk, sehat atau sakit, dan sebagainya. Adapun evaluasi adalah mencakup dua kegiatan yang dikemukakan yakni pengukuran dan penilaian.

Sementara itu, Sriven dalam Wanzer (2019) menyatakan bahwa “*Evaluation is a systematic process for determining achievement, value, value, or significance.*” Kemudian, Fruchey dalam Suarta (2017) mengatakan bahwa evaluasi adalah proses kegiatan berangkai mulai dari pengumpulan informasi, penetapan kriteria, membentuk penilaian dan menarik kesimpulan serta mengambil keputusan pelaksanaan informasi. Kemudian menurut Kumano dalam Wulan & Denny (2019) Evaluasi merupakan penilaian terhadap data yang dikumpulkan melalui kegiatan *assessment*.

Menurut Sawaluddin (2018), Evaluasi adalah suatu proses merencanakan, memperoleh dan menyediakan informasi yang sangat diperlukan untuk alternatif-

alternatif keputusan. Kemudian menurut Razi (2019) Evaluasi adalah suatu kegiatan atau proses yang sistematis, berkelanjutan, dan menyeluruh dalam rangka pengendalian, penjaminan, dan penetapan kualitas (nilai dan arti) berbagai komponen berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu.

Menurut Idrus (2019), Pengertian evaluasi secara umum dapat diartikan sebagai proses sistematis untuk menentukan nilai sesuatu (ketentuan, kegiatan, keputusan, unjuk-kerja, proses, orang, objek dan yang lainnya) berdasarkan kriteria tertentu melalui penilaian. Untuk menentukan nilai sesuatu dengan cara membandingkan dengan kriteria, evaluator dapat langsung membandingkan dengan kriteria umum, dapat pula melakukan pengukuran terhadap sesuatu yang dievaluasi kemudian membandingkan dengan kriteria tertentu

Berdasarkan definisi-definisi di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa evaluasi adalah proses mendapatkan sebuah nilai dari suatu hal tertentu yang telah dilakukan terkait dengan keberhasilan atau kegagalan sebuah nilai yang telah diterapkan tersebut.

2.1.2.2 Fungsi Evaluasi

Evaluasi merupakan salah satu rangkaian kegiatan dalam meningkatkan kualitas, kinerja, atau produktivitas suatu lembaga dalam melaksanakan programnya. Melalui evaluasi akan diperoleh tentang apa yang telah dicapai dan mana yang belum, dan selanjutnya informasi ini digunakan untuk perbaikan suatu program. Evaluasi selalu mengandung proses. Proses evaluasi harus tepat terhadap tipe tujuan yang biasanya dinyatakan dalam bahasa perilaku (Amri, 2013).

2.1.2.3 Tujuan Evaluasi

Arikunto dalam Munthe (2015) Mengatakan bahwa tujuan diadakannya evaluasi adalah untuk mengetahui pencapaian tujuan program dengan langkah mengetahui keterlaksanaan kegiatan program. Ada tujuh elemen yang harus dilakukan untuk pelaksanaan evaluasi, yaitu:

1. Penentuan fokus yang akan dievaluasi (*focusing the evaluation*).
2. Penyusunan desain evaluasi (*designing the evaluation*)
3. Pengumpulan informasi (*collecting information*).
4. Analisis dan interpretasi informasi (*analyzing and interpreting*),
5. Pembuatan laporan (*reporting information*).
6. Pengelolaan evaluasi (*managing evaluation*).
7. Evaluasi untuk evaluasi (*evaluating evaluation*).

2.1.3 Konsep Kinerja

2.1.3.1 Pengertian Kinerja

Menurut Abdullah (2013), dilihat dari asal katanya, *kinerja* itu adalah terjemahan dari *performance* yang berarti hasil kerja atau prestasi kerja. Dan dalam pengertian yang simpel *kinerja* adalah hasil dari pekerjaan organisasi, yang dikerjakan oleh karyawan dengan sebaik-baiknya sesuai dengan petunjuk (manual), arahan yang diberikan oleh pimpinan (manajer), kompetensi dan kemampuan karyawan mengembangkan nalarnya dalam bekerja. Kemudian, menurut Moeheriono (2012), kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu

program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi.

Menurut Suprihati (2014) kinerja adalah pencapaian atas tujuan organisasi yang dapat terbentuk *output* kuantitatif maupun kualitatif, kreativitas, *fleksibilitas*, dapat diandalkan atau hal-hal lain yang dapat diinginkan organisasi. Menurut Sobirin (2019) kinerja adalah kata benda yang pengertiannya sama dengan hasil atau prestasi.

Didier Noye dalam Iuliana & Maria (2016) menyatakan bahwa “*performance is the achievement of the goals given to you in convergence of corporate orientation*”. Menurutnya, kinerja bukan sekadar menemukan hasil, tetapi lebih merupakan hasil perbandingan antara hasil dan tujuan.

Berdasarkan definisi-definisi di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa kinerja merupakan hasil pencapaian dari sebuah program atau organisasi yang mempunyai tujuan awal baik berupa sebuah keberhasilan atau kegagalan dari tercapainya tujuan tersebut.

2.1.3.2 Kinerja Koperasi

Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-perorangan atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan (Siregar, 2020).

Menurut Siregar (2020) kinerja koperasi diartikan sebagai suatu ketercapaian terhadap pencapaian sebuah koperasi terhadap tujuan yang telah

ditetapkan. Dengan demikian, pengukuran kinerja koperasi merupakan suatu upaya yang diambil para pemangku kepentingan untuk menentukan/menilai pencapaian suatu strategi atau pencapaian terhadap program-program yang telah direncanakan serta dilaksanakan oleh koperasi.

Koperasi di Indonesia mempunyai dua dimensi, yaitu sebagai sistem ekonomi yang dicita-citakan, dan sebagai badan usaha yang berguna untuk memperjuangkan kegiatan ekonomi para anggota dalam mencapai kesejahteraannya. Sebuah koperasi dikatakan berhasil jika koperasi tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Koperasi dapat menyejahterakan anggotanya disebabkan karena koperasi tersebut mampu menciptakan nilai tambah bagi usaha koperasi. Demikian pula anggota bisa memperoleh nilai tambah jika mau berpartisipasi dalam koperasinya. Semakin tinggi tingkat partisipasi anggota, diduga semakin besar nilai tambah yang diperoleh. Nilai tambah kepada anggota bisa dicapai jika kinerja koperasi itu baik. Oleh sebab itu, semakin baik kinerja koperasi, maka kemungkinan semakin besar kemampuan koperasi menyejahterakan anggotanya. Semakin besar peran koperasi memperbaiki kesejahteraan anggotanya, kemungkinan semakin tinggi partisipasi anggota dalam kegiatan koperasi (Pakaya, 2017).

Berdasarkan definisi dan penjelasan tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa kinerja koperasi merupakan hasil pencapaian dari sebuah koperasi selama periode penilaian tertentu terkait dengan tujuan awal ditetapkannya program tersebut.

Kinerja koperasi dapat dikatakan optimal jika program-program yang dirancang telah terlaksana dengan baik, begitu pula sebaliknya, kinerja koperasi

dinyatakan buruk jika program-program yang dirancang tidak berjalan seperti yang seharusnya.

2.1.4 Konsep Manajemen Pemasaran

2.1.4.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakkan (*actuating*), pengarahan (*directing*), dan pengawasan (*controlling*). Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif yang dikenal dengan istilah fungsi manajemen. Dalam fungsi manajemen pemasaran ada kegiatan menganalisis yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya, sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dihadapi (Tanama 2017).

Menurut Tanama (2017), Manajemen pemasaran sesungguhnya adalah manajemen permintaan. Manajer pemasaran mengelola permintaan dengan melakukan riset pemasaran, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program pemasaran.

2.1.4.2 Tugas Pemasaran

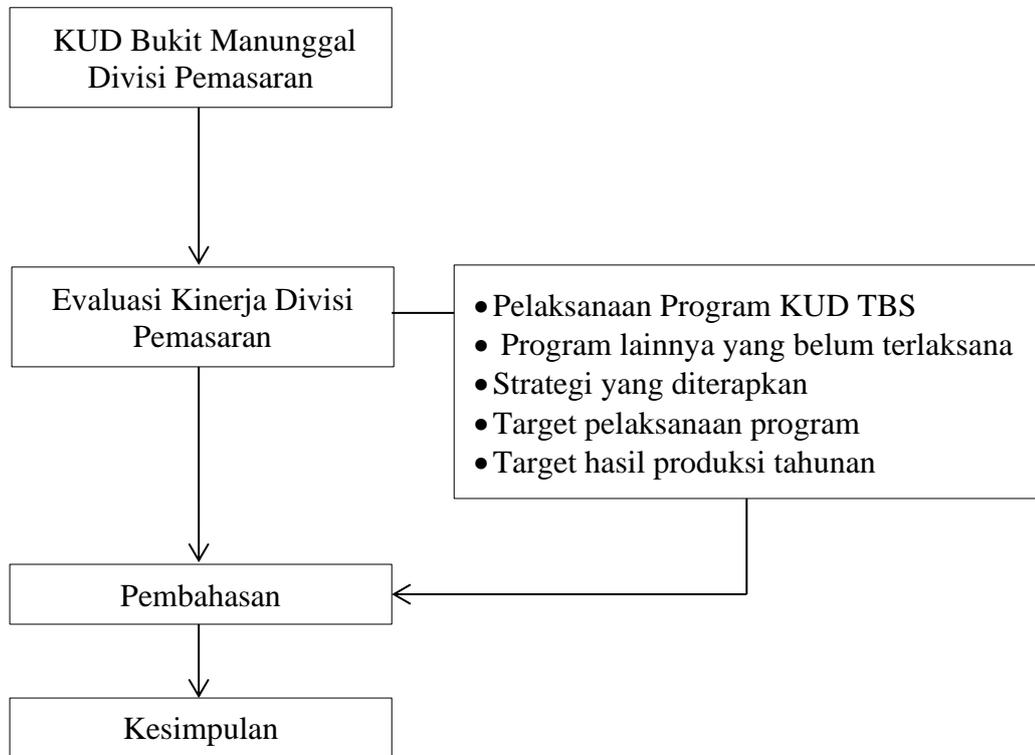
Terdapat delapan jenis permintaan dan tugas-tugas pemasaran dalam menghadapi permintaan tersebut, yaitu:

1. *Permintaan negatif*, adalah jika sebagian besar pasar tidak menyukai produk tertentu dan bahkan orang bersedia mengeluarkan uang untuk menghindarinya. Tugas pemasaran adalah menganalisa mengapa pasar tidak menyukai produk tersebut dan apakah program pemasaran yang terdiri dari perancangan ulang produk, harga yang lebih rendah, promosi yang lebih baik, dan dapat mengubah keyakinan dan perilaku pasar.
2. *Permintaan nol*, adalah konsumen sasaran mungkin tidak sadar atau tidak tertarik pada produk tertentu. Tugas pemasaran adalah menemukan cara untuk menghubungkan manfaat produk tersebut dengan kebutuhan dan minat alami seseorang.
3. *Permintaan laten*, adalah banyaknya konsumen yang memiliki kebutuhan yang kuat yang tidak dapat dipuaskan oleh produk yang sudah ada. Tugas pemasaran adalah mengukur ukuran pasar potensial dan mengembangkan produk yang dapat memuaskan permintaan tersebut.
4. *Permintaan menurun*, adalah cepat atau lambat, setiap usaha akan menghadapi permintaan yang menurun pada satu atau lebih produknya. Tugas pemasaran adalah membalikkan arah penurunan permintaan melalui pemasaran ulang yang kreatif.

5. *Permintaan tidak teratur*, adalah terdapatnya permintaan yang berubah-ubah secara musiman atau harian bahkan setiap jam, sehingga menimbulkan masalah kelebihan atau kekurangan kapasitas. Tugas pemasaran adalah mencari jalan untuk mengubah pola permintaan yang sama melalui penetapan harga yang fleksibel, promosi dan insentif lainnya. Ini yang disebut dengan *synchronmarketing*.
6. *Permintaan penuh*, adalah bila perusahaan mengalami kepuasan dengan volume bisnis mereka. Tugas pemasaran adalah mempertahankan tingkat permintaan saat ini ditengah perubahan preferensi konsumen dan peningkatan persaingan.
7. *Permintaan persaingan*, adalah bilamana beberapa perusahaan mengalami tingkat permintaan yang lebih tinggi daripada yang didapat atau yang ingin mereka layani. Tugas pemasaran adalah mencari cara dan tujuan untuk mengurangi produk yang bersangkutan untuk sementara waktu dengan tidak merusak permintaan.
8. *Permintaan tak bermanfaat*, adalah produk yang tak bermanfaat akan mengundang usaha yang terorganisir untuk mengurangi konsumsinya. Tugas pemasaran adalah merangkul orang-orang yang menyukai produk yang tak bermanfaat agar menghentikannya.

2.2 Kerangka Berpikir

Berikut merupakan kerangka berpikir dari penelitian ini.



Gambar 1
Bagan Alur Penelitian

Berdasarkan bagan alur penelitian di atas, maka tahapan dari penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah

Tahapan awal adalah identifikasi masalah yang berfokus pada bagian pemasaran di KUD Bukit Manunggal. Identifikasi masalah merupakan titik awal dari penelitian.

2. Evaluasi Kinerja

Langkah selanjutnya adalah evaluasi kinerja. Evaluasi kinerja dilakukan setelah permasalahan teridentifikasi. Adapun evaluasi kinerja yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah pada divisi pemasaran KUD Bukit Manunggal yang meliputi hal-hal berikut.

1. Pelaksanaan Program KUD TBS
2. Program lainnya yang belum terlaksana
3. Strategi yang diterapkan
4. Target pelaksanaan program
5. Target hasil produksi tahunan

3. Pembahasan

Setelah dilakukan evaluasi, maka akan dilakukan pembahasan terkait dengan hasil evaluasi tersebut serta solusi-solusi alternatif yang mungkin diberikan berdasarkan hasil permasalahan dan evaluasi.

4. Kesimpulan

Terakhir adalah membuat kesimpulan dari penelitian.

2.3 Hasil Penelitian Relevan

Peneliti telah mempelajari beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini sebagai acuan bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yang telah dirangkum dalam bentuk tabel.

Tabel 2
Penelitian relevan

| Nama | Judul | Hasil Penelitian |
|--|---|---|
| Mega Mariani, Nabilla Hedaroh Shafira, dan Winda Sri Rahayu (2020) | Evaluasi Kinerja Koperasi Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Pengurus Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Koperasi Simpan Pinjam Cahaya Nararay, Desa Cimekar Kec. Cileunyi Kab.Bandung) | Keadaan koperasi dapat dikatakan dalam keadaan cukup akan tetapi mengalami beberapa penurunan. Adapun beberapa usulan dari hasil evaluasi kinerja koperasi sebagai upaya meningkatkan kinerja dari pengurus maupun pengawas agar lebih baik dan berkualitas, dapat dilihat dari segi persepektif keuangan yaitu meningkatkan jumlah pendapatan melalui media pemasaran, pada segi perspektif pelanggan yaitu menjalin dan menjaga hubungan dengan anggota koperasi, segi perspektif proses bisnis internal yaitu pengadaan produk baru atau membuat desain pamflet sebagai media promosi, dan dari segi perspektif pertumbuhan dan pembelajaran yaitu pengadaan pendidikan dan pelatihan khusus kepada pengurus maupun pengawas koperasi. |

| Nama | Judul | Hasil Penelitian |
|---|--|---|
| Nurul Eka Mayasari (2009) | Analisis Pengukuran Kinerja Koperasi (Studi Kasus Pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia Di Kabupaten Blora) | Hasil analisis data menunjukkan data bahwa para pengurus KPRI masih menggunakan ukuran rentabilitas, likuiditas, dan solvabilitas dalam mengukur kinerja yaitu sebanyak 40,4% disebabkan kurangnya pengetahuan pengurus KPRI, 33,7% kurangnya pendidikan dan motivasi serta 41,3% kurangnya pemahaman terhadap pengukuran kinerja koperasi. Jika diukur dengan Pedoman Pemeringkatan Koperasi, KPRI di Kabupaten Blora dalam kriteria berkualitas dengan rata-rata nilai 353 |
| I Putu Arya Darmayasa (2017) | Pengukuran Kinerja Pada Koperasi Karyawan Eka Sedana Berdasarkan Konsep <i>Balance Scorecard</i> | Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja Koperasi Karyawan Eka Sedana dilihat dari perspektif keuangan kurang baik sehingga harus ditingkatkan lagi , namun dilihat dari perspektif non keuangan baik. Saran yang diberikan kepada manajemen akan lebih meningkatkan lagi kinerja keuangan dan non keuangan untuk keberlangsungan koperasi (going concern). |
| Margaret Setyowati dan Iin Indarti (2012) | Penilaian Kinerja Koperasi Serba Usaha Karyawan Pemerintah Kota Semarang Tahun 2011 | Dinilai dari aspek kinerja permodalan kinerja cukup baik dengan skor 8,40 dari total skor 15, dari aspek kinerja kualitas aset dengan baik kinerja dari skor 21,25 dari total skor 25, dari aspek manajemen kinerja adalah kerja sama yang baik dengan skor 11,50 dari total skor 15, dari aspek efisiensi kinerja kerja sama baik dengan skor 7 dari skor total 10, dari aspek likuiditas kinerja kerja sama cukup baik dengan skor 8,75 dari total skor 15, dari aspek kemandirian dan pertumbuhan kinerja koperasi baik dengan skor 7 dari total skor 10, dari aspek identitas koperasi baik dengan nilai kinerja koperasi 8,50 dari total skor 10. Skor kinerja |

| Nama | Judul | Hasil Penelitian |
|-------------------------------------|---|--|
| | | <p>koperasi tahun 2011 berdasarkan perhitungan dari total aspek, diperoleh skor total 72,40 dari total skor 100, dengan judul cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja koperasi cukup baik tetapi belum optimal dalam memberdayakan modalnya.</p> |
| <p>Unggul Bhakti Pratiwi (2008)</p> | <p>Evaluasi Kinerja Pemasaran Pada Cv. D&P Megasia Jember Periode 2006-2007</p> | <p>Hasil analisis data menunjukkan bahwa pertumbuhan efisiensi kinerja penjualan CV. D&P Megasia antara lain rencana penjualan dan realisasi penjualan usaha selama tahun 2006-2007 pada triwulan I-IV menunjukkan bahwa Jember belum efisien kinerja penjualannya. Hal itu ditunjukkan dengan tidak terpenuhi target penjualan yang diukur dari persentase realisasi penjualan dengan rencana penjualan masih belum tercapai. Efisiensi biaya pemasaran menunjukkan bahwa perusahaan ini telah melakukan pengendalian efisiensi biaya pemasaran tetapi nilai persentasenya kecil sehingga efisiensi biaya pemasarannya dikatakan masih rendah. Persentase efisiensi biaya pemasaran paling rendah terjadi pada tahun 2006 pada triwulan II sebesar 1,84% dengan rata-rata sebesar dan tertinggi pada tahun 2006 sebesar 2,91%. Berdasarkan hasil kinerja profitabilitas diukur dengan ROE dan NPM menunjukkan bahwa pertumbuhan profitabilitas CV. D&P Megasia Jember semakin meningkat. Hal itu menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari penggunaan modal semakin lama semakin meningkat.</p> |

| Nama | Judul | Hasil Penelitian |
|-----------------------|---|--|
| Adi Dwi Rahayu (2014) | Analisis Evaluasi Kinerja Koperasi Pegawai Republik Indonesia (Kpri) Kecamatan Leksono Kabupaten Wonosobo Tahun 2011-2013 | Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kinerja USP Margi Rahayu memperoleh skor rerata sebesar 75,97 dan berada dalam kondisi cukup sehat, dengan rincian yaitu (a) aspek permodalan secara rerata mendapat skor 11 dan berada dalam kategori cukup sehat; (b) aspek kualitas aktiva produktif secara rerata mendapat skor 16,92 dan berada dalam kategori cukup sehat; (c) aspek manajemen secara rerata mendapat skor 13,40 dan berada dalam kategori sehat; (d) aspek efisiensi secara rerata mendapat skor 9,00 dan berada dalam kategori sehat; (e) aspek likuiditas secara rerata mendapat skor 8,25 dan berada dalam kategori tidak sehat; (f) aspek kemandirian dan pertumbuhan secara rerata mendapat skor 9,25 dan berada dalam kategori sehat; (g) aspek jati diri koperasi secara rerata mendapat skor 8,25 dan berada dalam kategori sehat ; dan (2) perkembangan kinerja USP KPRI Margi Rahayu selama tiga tahun (2011-2013) secara berturut-turut diperoleh total skor sebesar 71,40; 70,45; 76,10 sehingga dapat dikatakan bahwa kinerja USP Margi Rahayu dari tahun 2011-2013 mengalami peningkatan. |

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mega Mariani, Nabilla Hedaroh Shafira, dan Winda Sri Rahayu (2020) memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan. Persamaannya pada penelitian tersebut dan penelitian yang akan penulis lakukan terletak pada subjek penelitian yaitu evaluasi kinerja dan objek penelitian yang diteliti yaitu koperasi. Persamaan lainnya terletak pada metode penelitian yang sama-sama penelitian kualitatif. Sedangkan

perbedaannya terletak pada fokus objek penelitian, pada penelitian terdahulu tersebut meneliti tentang kinerja koperasi secara keseluruhan, sedangkan pada penelitian yang akan penulis lakukan lebih berfokus pada satu divisi saja yaitu divisi pemasaran.

Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Nurul Eka Mayasari (2009) juga memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang koperasi. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada lokasi penelitian dan jenis penelitian yang digunakan.

Penelitian relevan selanjutnya dilakukan oleh I Putu Arya Darmayasa (2017) memiliki kesamaan dengan penelitian penulis pada objek penelitian yaitu koperasi. Sedangkan perbedaannya, pada penelitian sebelumnya tersebut menggunakan konsep *balanced scorecard*, sedangkan pada penelitian ini tidak menggunakan konsep tersebut. Kemudian, penelitian oleh Margaret Setyowati dan Iin Indarti (2012) memiliki kesamaan dengan penelitian penulis pada jenis penelitian yaitu kualitatif, objek penelitian yaitu koperasi. Sementara itu, perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, dan fokus penelitian dimana pada penelitian sebelumnya berfokus pada koperasi secara keseluruhan, sedangkan pada penelitian penulis hanya berfokus pada divisi pemasaran koperasi saja.

Penelitian oleh Pratiwi (2008) memiliki kesamaan pada variabel penelitian yaitu evaluasi kinerja pemasaran. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian. Pada penelitian sebelumnya tersebut, yang menjadi objek penelitian

adalah sebuah perusahaan, sedangkan pada penelitian penulis adalah sebuah koperasi.

Penelitian relevan yang terakhir yaitu penelitian oleh Adi Dwi Rahayu (2014). Penelitian tersebut juga memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan. Persamaannya terletak pada variabel penelitian yang sama-sama meneliti tentang evaluasi kinerja pada koperasi. Sedangkan perbedaannya terletak pada jenis koperasi yang diteliti dan fokus penelitian. Pada penelitian sebelumnya tersebut membahas tentang koperasi secara keseluruhan, sedangkan pada penelitian ini hanya membahas divisi pemasaran saja.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2016), metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *postpositivisme* digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian. Dalam penelitian kualitatif manusia merupakan instrumen penelitian dan hasil penulisannya berupa kata-kata atau pernyataan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang menganalisis dan menggambarkan atau menceritakan tentang hasil analisis yang berupa kalimat-kalimat deskripsi.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Koperasi Bukit Manunggal yang berlokasi di Sungai Bahar, Kabupaten Muaro Jambi. Penelitian direncanakan akan

berlangsung selama 2 bulan yaitu dari awal bulan Desember 2021 sampai awal bulan Januari 2022.

Tabel 3
Jadwal Penelitian

| No | Kegiatan Penelitian | Sept 2021 | Okt 2021 | Nov 2021 | Des 2021 | Jan 2021 | Feb 2021 | Mar 2021 |
|----|-----------------------------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1. | Observasi Lapangan | √ | | | | | | |
| 2. | Penyusunan proposal | √ | √ | √ | | | | |
| 3. | Seminar Proposal Penelitian | | | | √ | | | |
| 4. | Pelaksanaan Penelitian | | | | √ | √ | | |
| 5. | Pengumpulan Data | | | | √ | √ | | |
| 6. | Analisis Hasil Penelitian | | | | √ | √ | | |
| 7. | Sidang Skripsi | | | | | | √ | |

3.3 Data dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer penelitian ini adalah data hasil wawancara yang peneliti lakukan bersama salah satu tim divisi pemasaran dari koperasi Bukit Manunggal terkait dengan program-program dan pelaksanaannya.

Data sekunder pada penelitian ini yaitu berupa data dokumentasi laporan keuangan koperasi dari divisi pemasaran selama 5 tahun terakhir.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Peneliti telah merencanakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Adler dalam Hasanah (2016) Menyatakan bahwa observasi merupakan salah satu dasar fundamental dari semua metode

pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, khususnya menyangkut ilmu-ilmu sosial dan perilaku manusia. Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data yang cukup akurat. Melalui observasi, peneliti dapat mendokumentasikan dan merefleksikan secara runtut mengenai subjek penelitian. Observasi ini tahapannya meliputi, pengamatan secara umum mengenai hal-hal yang sekiranya berkaitan dengan masalah yang diteliti.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2016), Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Teknik wawancara di sini dilakukan dengan tanya jawab kepada divisi pemasaran koperasi Bukit Manunggal. Tujuan wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data atau informasi secara mendalam mengenai program-program yang telah dibuat oleh divisi pemasaran, serta untuk mengetahui sejauh mana program-program tersebut telah dilaksanakan. Selain itu, wawancara juga diperlukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi penghambat terlaksananya program tertentu dari divisi pemasaran.

Selama wawancara, penulis didampingi oleh instrumen pendamping. Instrumen pendamping merupakan orang yang menjadi pendamping bagi penulis dalam melakukan kegiatan wawancara. Instrumen pendamping tersebut berperan sebagai pemberi petunjuk

pada penulis agar pembicaraan dalam wawancara lebih optimal dan sesuai dengan ketentuan wawancara yang seharusnya. Instrumen pendamping dalam penelitian ini adalah Pak Munir selaku Tim divisi pemasaran.

Dalam melakukan wawancara, penulis menggunakan metode *snowball sampling*. Menurut Sugiyono (2016) Metode *snowball sampling* adalah suatu teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian sampel ini memilih teman-temannya untuk dijadikan sampel, begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel tersebut menjadi banyak. Ibarat bola salju yang menggelinding makin lama makin besar. Implementasi metode *snowball sampling* dalam melakukan wawancara dengan karyawan KUD Bukit Manunggal adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan wawancara dengan informan utama yaitu ketua tim divisi pemasaran KUD Bukit Manunggal selaku pihak yang bertanggung jawab terhadap perkembangan divisi pemasaran KUD.
- b. Kemudian, setelah melakukan wawancara dengan ketua tim Divisi Pemasaran KUD, maka penulis meminta ketua divisi pemasaran tersebut merekomendasikan karyawan lain yang menurutnya cukup layak untuk dimintai informasi terkait dengan topik penelitian.

- c. Tahapan tersebut dilakukan berulang sampai informasi yang didapatkan dirasa cukup oleh penulis dan instrumen pendamping.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2016), Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa dalam bentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, biografi, peraturan dan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain sebagainya. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain sebagainya.

Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan terhadap laporan produksi dan laporan keuangan dari koperasi Bukit Manunggal dalam lima tahun terakhir.

3.5 Instrumen Studi Kasus

Haryono dalam Matondang (2019), Mengatakan bahwa yang dimaksud instrumen adalah alat untuk mengumpulkan data dalam penelitian, menentukan kualitas penelitian, validitas hasil penelitian, Instrumen harus standar (baku) dikembangkan melalui prosedur baku dan memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Menurut Haryono dalam Matondang (2019), instrumen studi kasus dalam penelitian kualitatif menerapkan perbandingan antara data yang ditemukan dengan kondisi yang sebenarnya di lapangan. Dalam upaya mengumpulkan data-

data tersebut, peneliti dapat memanfaatkan metode pengumpulan data yang ada seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi serta dibantu peralatan penunjang lainnya.

Peneliti akan melakukan wawancara kepada karyawan KUD Bukit Manunggal di Sungai Bahar. Tujuan dilakukan wawancara adalah untuk memudahkan dalam mencari dan mengetahui data yang valid dan relevan.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data yang di kumpulkan sehingga data tersebut dapat ditemukan kesimpulan dan dijadikan sebagai bahan informasi yang dapat dipahami diri sendiri maupun orang lain. Sedangkan teknik analisis data kualitatif bersifat induktif yaitu data yang diperoleh yang dikembangkan melalui pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis. Menurut Sugiyono (2017), aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh, aktivitas tersebut berupa reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis SWOT dengan pendekatan kualitatif, yang terdiri dari *Strenghts*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Threaths*. Analisis SWOT bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threaths*).

Menurut Wardoyo (2011), Analisis SWOT adalah suatu identifikasi faktor strategis secara sistematis untuk merumuskan strategi. Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai tujuan. Meski kelihatannya sederhana, analisis

SWOT bisa memberikan identifikasi yang lengkap atas faktor-faktor perusahaan tersebut. Hal ini bisa dimengerti karena pijakan Analisis SWOT adalah berhubungan dengan masalah internal dan masalah eksternal perusahaan.

Dari pengertian SWOT tersebut akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Evaluasi faktor Internal

- a. Kekuatan (*strength*), yaitu kekuatan apa yang dimiliki divisi pemasaran koperasi. Dengan mengetahui kekuatan, tim pemasaran KUD dapat dikembangkan menjadi lebih tangguh hingga mampu bertahan dalam pasar dan mampu bersaing untuk pengembangan selanjutnya.
- b. Kelemahan (*weakness*), yaitu segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi KUD divisi pemasaran.

2. Evaluasi Faktor Eksternal

- a. Kesempatan (*opportunities*), yaitu semua kesempatan yang ada sebagai kebijakan pemerintah, peraturan yang berlaku atau kondisi perekonomian nasional atau global yang dianggap memberi peluang bagi KUD untuk tumbuh dan berkembang di masa yang akan datang.
- b. Ancaman (*threats*), yaitu hal-hal yang dapat mendatangkan kerugian bagi KUD, seperti berkurangnya minat masyarakat terhadap KUD karena kurangnya pengetahuan masyarakat tentang KUD tersebut.

Analisis ini dilakukan dengan menggunakan alat kumpul data yaitu pedoman observasi, wawancara serta dokumentasi. Dengan tahapan sebagai berikut :

- 1) Mengelompokkan data yang telah didapat untuk diproses.
- 2) Melakukan analisis SWOT.
- 3) Memasukkan ke dalam matriks SWOT.
- 4) Menganalisis strategi-strategi dari matriks SWOT.
- 5) Merekomendasikan strategi yang telah dibuat kepada pihak pengelola.

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT berdasarkan konsep David dalam Wardoyo (2011), Analisis SWOT berarti analisis berdasarkan pada *Strength-Weakness-Opportunities-Threats* yakni Kekuatan-Kelemahan-Kesempatan-Kendala. Melalui analisis SWOT, akan membantu dalam penyimpulan akhir penelitian. Analisis SWOT menggunakan matriks *internal factor evaluation* (IFE) dan matriks *eksternal factor evaluation* (EFE), dimana IFE yang meliputi kekuatan dan kelemahan dan EFE meliputi peluang dan tantangan.

Dalam Wardoyo (2011) Matriks SWOT kadang disebut dengan matriks TOWS, matriks ini terdiri atas empat bidang atau kuadran sebagaimana yang telah disinggung pada bagian sebelumnya. Dari masing-masing bidang atau kuadran mempunyai strategi usaha sendiri-sendiri. Format selengkapnya adalah sebagai berikut:

| IFAS EFAS | STRENGTHS (S) Faktor-faktor Kekuatan | WEAKNESSES (W) Faktor-faktor Kelemahan |
|--|---|---|
| OPPORTUNITIES (O) Faktor-faktor Peluang | STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang | STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang |
| THREATS (T) Faktor-faktor Ancaman | STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman | STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman |

Gambar 2
Matriks SWOT
Sumber: Wardoyo, 2011

Alternatif strategi adalah hasil dari matriks analisis SWOT yang menghasilkan berupa Strategi SO, WO, ST dan WT. Alternatif strategi yang dihasilkan minimal 4 buah strategi sebagai hasil dari analisis matriks SWOT. Strategi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

1. Strategi SO

Strategi itu dibuat berdasarkan jalan pikiran memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST

Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan usaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

3.7 Keabsahan Data

Penetapan keabsahan suatu data memerlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Ada empat kriteria yang digunakan yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), ketergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*). Dalam penelitian ini, untuk pengecekan keabsahan data peneliti menggunakan kriteria derajat kepercayaan (kredibilitas). Adapun teknik pemeriksaan data dalam kriteria derajat kepercayaan ini sebagai berikut.

1. Perpanjangan keikut-sertaan
2. Ketekunan pengamatan
3. Triangulasi
4. Pengecekan sejawat
5. Kecukupan referensial
6. Kajian kasus negatif
7. Pengecekan anggota

3.7.1 Pemeriksaan Keabsahan Data

Pada penelitian ini, pemeriksaan keabsahan data hanya menggunakan tiga teknik saja, yakni ketekunan pengamatan, triangulasi, dan pengecekan teman sejawat. Adapun penjelasan dari teknik yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Dengan kata lain ketekunan pengamatan menyediakan kedalaman. Dalam hal ini peneliti menelaahnya secara rinci sampai pada suatu titik, sehingga pada pemeriksaan tahap awal tampak salah satu atau seluruh faktor yang susah dipahami dengan cara yang biasa.

2. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Data tersebut bisa dipengaruhi oleh kredibilitas informannya, waktu pengungkapan, kondisi yang dialami dan sebagainya. Maka peneliti perlu melakukan triangulasi yaitu pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. Sehingga ada triangulasi dari sumber/ informan, triangulasi dari teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu.

Triangulasi dibedakan menjadi tiga macam, yaitu triangulasi teknik, triangulasi sumber dan triangulasi teori. Triangulasi teknik berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Triangulasi sumber berarti peneliti menggunakan sumber yang berbeda-beda untuk

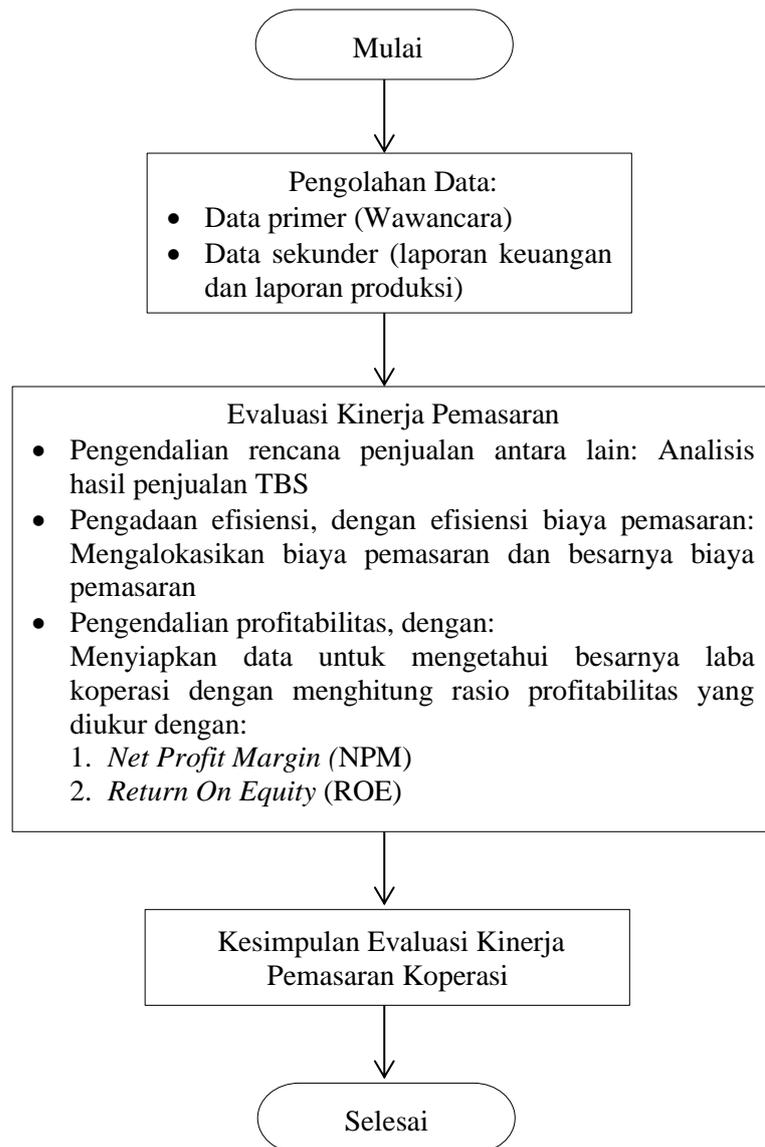
mendapatkan data dengan teknik yang sama. Triangulasi teori dilakukan dengan membandingkan hasil akhir penelitian yang berupa rumusan informasi dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias dan subjektivitas peneliti atas temuan yang dihasilkan. Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi teknik yang dilakukan dengan cara membandingkan data hasil angket, tes, dan data hasil wawancara serta dokumentasi.

3. Pemeriksaan Teman Sejawat.

Pemeriksaan teman sejawat adalah pemeriksaan yang dilakukan dengan jalan mengumpulkan rekan-rekan yang sebaya, yang memiliki pengetahuan umum yang sama tentang apa yang sedang diteliti, sehingga bersama mereka peneliti dapat *me-review* persepsi, pandangan dan analisis yang sedang dilakukan. Pada penelitian ini, pengecekan teman sejawat yang dimaksudkan adalah mendiskusikan proses dan hasil penelitian dengan dosen pembimbing atau teman mahasiswa yang sedang atau telah mengadakan penelitian kualitatif atau orang yang berpengalaman mengadakan penelitian kualitatif. Hal ini dilakukan dengan harapan peneliti mendapatkan masukan-masukan baik dari metodologi maupun konteks penelitian.

3.8 Prosedur Penelitian

Berikut merupakan prosedur penelitian yang telah peneliti buat dalam bentuk bagan alur penelitian.



Gambar 3
Bagan Alur Penelitian

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Tempat Penelitian

4.1.1 Sejarah Berdirinya KUD Bukit Manunggal

Berdasarkan hasil wawancara bersama tim dari KUD Bukit Manunggal, penulis mendapatkan informasi terkait dengan sejarah berdirinya KUD Bukit Manunggal tersebut. KUD Bukit Manunggal merupakan jenis koperasi produksi TBS kelapa sawit yang terletak di unit XVIII Desa Bukit Mas, Kecamatan Sungai Bahar, Kabupaten Muaro Jambi, Provinsi Jambi. KUD Bukit Manunggal didirikan pada tanggal 12 Desember 1995 dan didirikan berdasarkan Badan Hukum dengan Nomor 180/BH/KWK.5/XII/1995. Didirikannya KUD Bukit Manunggal ini karena dahulu Desa Bukit Mas adalah Desa Transmigrasi, tujuannya didirikan KUD ini untuk menunjang ekonomi masyarakat Desa Bukit Mas. KUD Bukit Manunggal didirikan oleh Bapak Ludin Gani.



Gambar 4
KUD Bukit Manunggal

4.1.2 Visi dan Misi KUD Bukit Manunggal

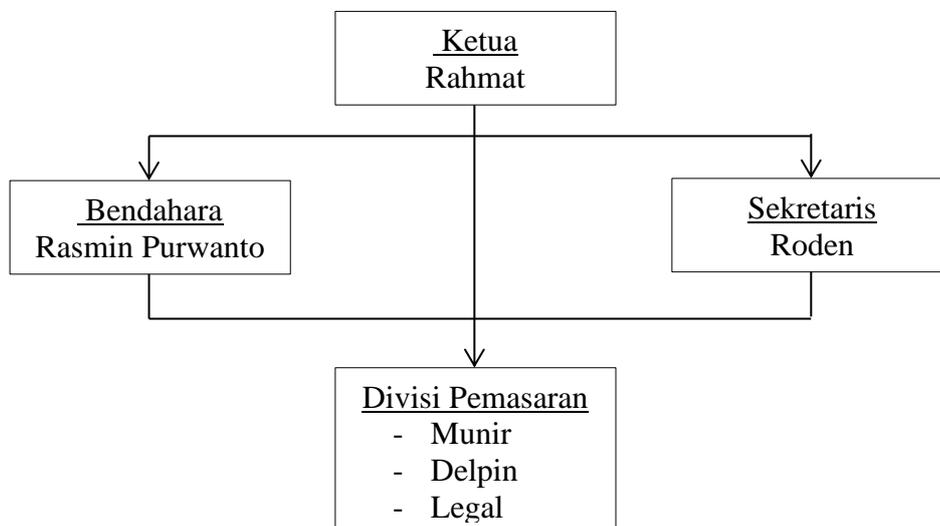
Visi dari KUD Bukit Manunggal yaitu menjadikan Koperasi Bukit Manunggal mandiri dan tangguh.

Adapun misi dari KUD Bukit Manunggal yaitu:

1. Meningkatkan peran aktif anggota.
2. Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia.
3. Meningkatkan perkembangan usaha baik sektor riil maupun jasa.
4. Meningkatkan kerja sama dengan pihak lain dalam rangka peningkatan usaha.

4.1.3 Struktur Organisasi KUD Bukit Manunggal

Berikut merupakan struktur organisasi KUD Bukit Manunggal.



Gambar 5

Struktur Organisasi KUD Bukit Manunggal

Adapun tugas-tugas dari masing-masing struktur organisasi yaitu sebagai berikut.

1. Ketua

Tugas dan Tanggung Jawab:

- a. Mengendalikan seluruh kegiatan koperasi.
- b. Memimpin, mengkoordinir, dan mengontrol jalannya aktivitas koperasi dan bagian-bagian yang ada di dalamnya.
- c. Menerima laporan atas kegiatan yang dikerjakan masing-masing
- d. Menandatangani surat penting.
- e. Memimpin rapat anggota tahunan dan melaporkan laporan pertanggung jawaban akhir tahun pada anggota.
- f. Mengambil keputusan atas hal-hal yang dianggap penting bagi kelancaran kegiatan koperasi.

2. Sekretaris

Tugas dan Tanggung Jawab:

- a. Membantu Ketua dalam melaksanakan kerja.
- b. Menyelenggarakan kegiatan surat menyurat dan ketatausahaan koperasi.
- c. Mencatat tentang kemajuan dan kelemahan yang terjadi pada koperasi.
- d. Menyampaikan hal-hal yang penting pada ketua.
- e. Membuat pendataan koperasi.

3. Bendahara

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Merencanakan anggaran belanja dan pendapatan koperasi
- b. Memelihara semua harta kekayaan koperasi
- c. Membukukan transaksi ke Supplier > Rp 1 Juta
- d. Pengisian saldo
- e. Melakukan *Cash Opname* yang ada di kasir

4. Divisi Pemasaran

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Melakukan manajemen kampanye pemasaran.
- b. Memproduksi materi pemasaran dan promosi.
- c. Memantau dan mengelola media sosial.
- d. Memproduksi komunikasi internal.
- e. Melakukan riset pelanggan dan pasar.
- f. Menjalin kerja sama dengan vendor dan agensi luar.
- g. Mencari dan menggunakan alat pemasaran yang baru dan bermanfaat.
- h. Mengoordinasikan upaya dengan mitra pemasaran perusahaan.
- i. Membantu meningkatkan proses penjualan dan pelanggan.
- j. Berkomunikasi dengan seluruh KUD.
- k. Mengelola anggaran pemasaran.
- l. Menentukan rencana pemasaran strategis.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

4.2.1 Analisis Kekuatan dan Kelemahan Divisi Pemasaran KUD Bukit Manunggal

Analisis ini digunakan untuk mengetahui berbagai macam item faktor yang menggambarkan bagaimana kemampuan divisi pemasaran dalam meningkatkan kinerjanya. Analisa kemampuan kinerja pemasaran ini menggunakan wawancara bersama tim KUD Bukit Manunggal terutama pada bagian pemasaran yang berisi 2 indikator yaitu kekuatan dan kelemahan, masing-masing indikator terdapat beberapa item pertanyaan. Berdasarkan hasil wawancara bersama informan kunci dan informan pendamping, penulis mendapatkan beberapa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh tim pemasaran KUD Bukit Manunggal.

1. Kekuatan

Menurut Sulistiani (2020), Kekuatan merupakan suatu sumber daya yang membuat perusahaan menjadi lebih unggul dibandingkan dengan para pesaing-pesaingnya dalam memenangkan pasar. Berdasarkan hasil wawancara bersama informan kunci dan informan pendamping, penulis mengetahui beberapa kekuatan yang dimiliki oleh KUD Bukit Manunggal.

Pertama, terkait dengan apa saja program-program unggulan yang dimiliki oleh KUD Bukit Manunggal, penulis mendapatkan jawaban dari informan kunci bahwa program yang mereka miliki hanya berfokus pada penjualan TBS saja, tidak ada program-program yang lain. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan informan kunci pertama yaitu:

“Hanya penjualan TBS kelapa sawit” (Wawancara bersama Munir, Kamis 23 Desember 2021 pukul 10.30 WIB”

Pernyataan dari informan pertama tersebut diperkuat oleh informan kunci kedua yang menjelaskan alasan mereka mengapa hanya berfokus pada penjualan TBS saja. Berikut hasil wawancara bersama informan kunci kedua terkait dengan program unggulan KUD Bukit Manunggal.

“Kami berfokus pada penjualan TBS, tidak ada yang lain. Kenapa hanya TBS kelapa sawit? karena itu sudah menjadi sumber ekonomi utama petani di Desa Bukit Mas.” (Wawancara bersama Delpin, Kamis 23 Desember 2021 pukul 11.30 WIB”

Berdasarkan pernyataan informan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa program unggulan mereka hanya berfokus pada penjualan TBS. Pernyataan tersebut juga didukung oleh tiga informan lainnya yaitu Informan Kunci ke-3 (IK1), Informan Pendamping ke-1 (IP1), dan Informan pendamping ke-2 (IP2) yang sama-sama menjelaskan bahwa program mereka hanya berfokus pada penjualan TBS.

Berdasarkan pernyataan informan tersebut, penulis melihat bahwa mereka sangat berfokus pada penjualan TBS, tidak ada program lain yang menjadi fokus dari kegiatan mereka, sehingga penulis menyimpulkan bahwa kegiatan mereka yang hanya berfokus pada penjualan TBS tersebut merupakan sebuah kekuatan (*Strenghts*) bagi mereka dimana mereka akan sangat memperhatikan keberhasilan dari program tersebut karena itu merupakan program satu-satunya dari pihak KUD Bukit Manunggal.

Selanjutnya, yang terkait dengan bagaimana pihak KUD Bukit Manunggal menjalankan program penjualan TBS tersebut, penulis mendapatkan jawaban dari informan kunci ke-1 sebagai berikut:

“Hanya penjualan TBS kelapa sawit saja. Cuman kita selalu maksimal disitu, nggak boleh ada kelalaian. (Wawancara bersama Munir, Kamis 23 Desember 2021 pukul 10.30 WIB)”

Berdasarkan pernyataan informan tersebut, dapat dilihat bahwa walaupun KUD Bukit Manunggal hanya menjalankan satu program saja yaitu penjualan TBS, akan tetapi mereka sangat maksimal dalam melaksanakan kegiatan tersebut.

Pernyataan tersebut didukung oleh Informan Kunci ke-3 yang menjelaskan bahwa pelaksanaan program sejauh ini sudah maksimal. Mereka selalu cepat tanggap dalam menghadapi permasalahan, karena jika terjadi ketidaknyamanan mereka segera memutuskan untuk mencari pabrik baru.

“Selama perjalanan program ini sudah cukup maksimal, apabila tidak sesuai atau merasa tidak nyaman kami memutuskan untuk pindah pabrik.” (Wawancara bersama Legal, Kamis 23 Desember 2021 pukul 14.30 WIB)”

Berdasarkan pernyataan-pernyataan informan tersebut, penulis menemukan 2 kekuatan tambahan yang dimiliki oleh KUD Bukit Manunggal yaitu kinerja tim yang selalu maksimal dan sifat KUD yang independen.

Kinerja pengurus yang selalu maksimal terlihat dari pernyataan informan kunci pertama dan ketiga yang menyatakan bahwa sejauh ini

kinerja pengurus selalu maksimal baik dalam melaksanakan kegiatan maupun dalam menghadapi kendala-kendala yang ditemukan di lapangan. Maka ini menjadi sebuah kekuatan bagi KUD untuk terus berkembang.

Selanjutnya sifat KUD yang independen dibuktikan dengan pernyataan informan ketiga yang menyatakan bahwa jika terjadi ketidaknyamanan mereka segera memutuskan untuk mencari pabrik baru. Pernyataan ini menunjukkan bahwa mereka bersifat sangat independen, tidak terikat dengan pihak mana pun sehingga mereka tidak bisa didikte terkait dengan harga TBS maupun masalah lainnya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis menemukan tiga kekuatan yang dimiliki oleh KUD Bukit Manunggal. *Pertama*, penjualan TBS kelapa sawit sangat difokuskan. *Kedua*, kinerja pengurus selalu maksimal, dan *ketiga*, KUD Bersifat Independen.

2. Kelemahan

Menurut Menurut Pearce and Robinson dalam Sulistiani (2020), kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara bersama informan kunci dan informan pendamping, penulis menemukan beberapa kelemahan yang dimiliki oleh KUD Bukit Manunggal.

Pertama, penulis mengajukan pertanyaan terkait dengan kelemahan yang dimiliki oleh KUD Bukit Manunggal, penulis mendapatkan jawaban dari informan sebagai berikut:

“Kita belum ada strategi pemasaran sih, menurutku itu kelemahan kami.” (Wawancara bersama Munir, Kamis 23 Desember 2021 pukul 10.30 WIB”

Berdasarkan pernyataan informan tersebut penulis mengetahui bahwa dalam pelaksanaan kegiatannya, KUD Bukit Manunggal belum memiliki strategi pemasaran, hanya mengalir saja. Kelemahan ini tidak disebutkan oleh informan kunci lainnya, namun dibahas pada wawancara bersama informan pendamping kedua yang mendukung pernyataan informan kunci pertama. Berikut merupakan pernyataan informan pendamping ke-2 terkait dengan jawaban dari informan kunci pertama sebelumnya.

“Lokasi kita kurang mantap, jauh di ujung. Tambah lagi strategi pemasaran kita belum ada.” (Wawancara bersama Raswin Purwanto, Jumat 24 Desember 2021 pukul 11.30 WIB)

Dari pernyataan informan tersebut, dapat diketahui bahwa strategi pemasaran KUD Bukit Manunggal belum ada dan menurut pengurus hal tersebut merupakan suatu kelemahan dari KUD Bukit Manunggal.

Selain dari strategi pemasaran yang belum ada, informan pendamping ke-2 juga menyatakan bahwa kelemahan lainnya yang dimiliki oleh KUD Bukit Manunggal adalah lokasi yang kurang strategis karena berada di ujung. Pernyataan ini diperkuat oleh informan kunci ke-3 yang dalam wawancaranya menyatakan bahwa:

“Akses jalan yang buruk, ditambah lokasi kita yang jauh di ujung.”
(Wawancara bersama Legal, Kamis 23 Desember 2021 pukul 14.30 WIB”)

Pernyataan informan kunci ke-3 dan informan pendamping ke-2 juga didukung oleh informan pendamping ke-1. Berikut merupakan pernyataan informan pendamping ke-1 terkait dengan kelemahan KUD Bukit Manunggal tersebut.

“Mungkin ini sih, lokasi kita kurang strategis, ada di ujung desa. Akses jalan rusak juga.” (Wawancara bersama Rahmad, Jumat 24 Desember 2021 pukul 10.30 WIB”

Selain dari lokasi KUD yang kurang strategis, dari pernyataan informan kunci ke-3 dan informan pendamping ke-1 penulis juga mengetahui bahwa terdapat permasalahan yang dihadapi oleh KUD Bukit Manunggal yaitu akses jalan yang rusak.

Setelah itu, penulis mengajukan pertanyaan kepada informan terkait dengan bagaimana upaya mereka mengatasi permasalahan tersebut. Dan didapatkan jawaban dari informan sebagai berikut:

“Program sekarang di beberapa titik jalan produksi yang rusak sudah di perbaiki dengan cara di cor, tetapi belum semuanya, karena dananya belum cukup.” (Wawancara bersama Delpin, Kamis 23 Desember 2021 pukul 11.30 WIB”

Berdasarkan pernyataan tersebut maka dapat dilihat bahwa upaya yang mereka lakukan sudah ada, namun terkendala oleh dana yang belum cukup untuk melanjutkan perbaikan jalan tersebut. Pernyataan ini juga didukung oleh informan-informan lainnya yang menyatakan bahwa perbaikan jalan terkendala oleh dana yang belum ada.

“Jalan sudah ada yang dicor, walaupun belum semua, karena dana belum cukup.” (Wawancara bersama Raswin Purwanto, Jumat 24 Desember 2021 pukul 11.30 WIB”

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis menemukan tiga kelemahan yang dimiliki oleh KUD Bukit Manunggal. *Pertama*, belum ada strategi pemasaran yang diterapkan oleh KUD. *Kedua*, lokasi KUD yang kurang strategis, dan *ketiga*, terbatasnya dana untuk perbaikan akses jalan yang rusak.

4.2.2 Analisis Peluang dan Ancaman Divisi Pemasaran KUD Bukit Manunggal

Analisis ini digunakan untuk mengetahui berbagai macam item faktor yang menggambarkan bagaimana peluang yang dimiliki divisi pemasaran serta ancaman yang mungkin dapat menurunkan kinerja pemasaran KUD. Analisa peluang dan ancaman pemasaran ini juga menggunakan wawancara bersama tim KUD Bukit Manunggal terutama pada bagian pemasaran. Masing-masing indikator terdapat beberapa item pertanyaan. Berdasarkan hasil wawancara bersama informan kunci dan informan pendamping, penulis mendapatkan beberapa peluang dan ancaman yang dimiliki oleh tim pemasaran KUD Bukit Manunggal.

1. Peluang

Menurut Sulistiani (2020), peluang merupakan situasi yang menguntungkan di lingkungan eksternal perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara bersama informan kunci dan informan pendamping, penulis

menemukan beberapa peluang yang dimiliki oleh KUD Bukit Manunggal dalam peningkatan kinerja KUD.

Pertama, penulis mengajukan pertanyaan terkait dengan apa saja peluang yang dapat dimanfaatkan oleh KUD Bukit Manunggal, penulis mendapatkan jawaban dari informan sebagai berikut:

“Bisa dengan cara membuka RAM di bawah naungan KUD untuk menambah pendapatan.” (Wawancara bersama Munir, Kamis 23 Desember 2021 pukul 10.30 WIB”

Berdasarkan pernyataan informan tersebut penulis mengetahui bahwa peluang yang dapat dimanfaatkan oleh KUD adalah rencana pembukaan RAM di bawah naungan KUD. RAM ini bertujuan untuk dapat memperluas cakupan dari KUD Bukit Manunggal sehingga masyarakat dari desa lainnya dapat bergabung dengan KUD sehingga pendapatan KUD menjadi meningkat. Peluang ini juga diperjelas oleh Informan kunci dan informan pendamping lainnya yang sejalan dengan pernyataan informan kunci pertama tersebut. Berikut merupakan pernyataan informan kunci ke-3 terkait dengan jawaban dari informan kunci pertama sebelumnya.

“Bisa dengan cara membuka RAM di bawah naungan KUD untuk menambah pendapatan. Dengan cara desa lain menjual TBS nya ke RAM yang dinaungi oleh KUD. Seandainya peluang ini terjadi apakah boleh dan mau desa lain menjual TBS nya ke RAM ini? Ya boleh saja, dan desa lain pasti juga mau menjual TBS nya ke RAM ini.” (Wawancara bersama Legal, Kamis 23 Desember 2021 pukul 14.30 WIB”

Dari pernyataan informan tersebut, semakin memperkuat pernyataan informan kunci pertama bahwasanya peluang pembukaan RAM di bawah naungan KUD merupakan salah satu peluang dengan potensi

meningkatkan pendapatan yang tinggi jika dilaksanakan dengan baik. Selain pendapat dari informan kunci ke-3, informan kunci ke-2 dan informan pendamping ke-1 dan ke-2 juga sejalan dengan pernyataan dari informan kunci ke-1 dan ke-3 sebelumnya.

“Bisa dengan cara membuka RAM di bawah naungan KUD untuk menambah pendapatan. Dengan cara desa lain menjual TBS nya ke RAM yang dinaungi oleh KUD. Seandainya peluang ini terjadi apakah boleh dan mau desa lain menjual TBS nya ke RAM ini? Ya boleh saja, dan desa lain pasti juga mau menjual TBS nya ke RAM ini.” (Wawancara bersama Delpin, Kamis 23 Desember 2021 pukul 11.30 WIB).

Berdasarkan jawaban dari informan kunci ke-2 tersebut dapat diketahui bahwa terdapat peluang lainnya dari KUD Bukit Manunggal tersebut yaitu tidak semua desa memiliki KUD. Artinya, peluang KUD Bukit Manunggal untuk memperluas cakupannya akan semakin terbuka. Hal tersebut juga sejalan dengan pernyataan informan pendamping ke-2 sebagai berikut.

“Bisa dengan cara membuka RAM di bawah naungan KUD untuk menambah pendapatan. Kan nggak semua desa punya KUD, jadi ini peluang kita.” (Wawancara bersama Raswin Purwanto, Jumat 24 Desember 2021 pukul 11.30 WIB”)

Berdasarkan pernyataan informan-informan di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa terdapat 2 peluang yang dimiliki oleh KUD Bukit Manunggal. *Pertama*, pembukaan RAM dibawah naungan KUD. *Kedua*, tidak semua desa memiliki KUD.

2. Ancaman

Menurut Sulistiani (2020), ancaman merupakan kondisi sebaliknya dari peluang, yaitu situasi yang tidak menguntungkan dari lingkungan eksternal yang tidak bisa dikendalikan oleh perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara bersama informan kunci dan informan pendamping, penulis menemukan beberapa potensi yang dapat menjadi ancaman keberlangsungan KUD Bukit Manunggal. Pertama, penulis mengajukan pertanyaan terkait dengan apakah ada atau tidaknya potensi masalah yang dapat mengancam perkembangan KUD, penulis mendapatkan jawaban dari informan kunci ke-1 sebagai berikut.

“Ada ,Dengan banyak pabrik. Kenapa? karena dengan banyaknya pabrik pemasaran TBS semakin mudah sehingga petani menjual TBS ke pabrik sendiri tanpa kerjasama lagi dengan KUD. Sekarang sudah banyak terjadi di desa lain, tetapi belum terjadi di desa bukit mas ini.” (Wawancara bersama Munir, Kamis 23 Desember 2021 pukul 10.30 WIB”)

Berdasarkan pernyataan dari informan kunci ke-1 tersebut, maka penulis mengetahui bahwa potensi ancaman terhadap KUD adalah semakin banyak pabrik, petani akan semakin mandiri sehingga mereka menjual sendiri TBS langsung ke pabrik tanpa melalui KUD. Tentu ini akan menjadi ancaman bagi keberlangsungan KUD Bukit Manunggal.

Selain dari ancaman tersebut, penulis juga mendapatkan jawaban yang berbeda dari informan lainnya yaitu informan kunci ke-2 yang menyatakan bahwa masalah yang berpotensi mengancam keberlangsungan KUD adalah jika salah satu anggota yang keluar dari KUD, maka akan mempengaruhi yang lain untuk keluar.

“Salah satu anggota keluar dari KUD sehingga mempengaruhi anggota yang lainnya” (Wawancara bersama Delpin, Kamis 23 Desember 2021 pukul 11.30 WIB).

Jawaban dari informan kunci ke-2 ini juga didukung oleh pernyataan informan pendamping ke-1. Berikut pernyataan informan pendamping ke-1 terkait dengan hal tersebut.

“Kalau ada salah satu anggota keluar dari KUD kan berpengaruh sama yang lain.” (Wawancara bersama Rahmad, Jumat 24 Desember 2021 pukul 10.30 WIB).

Jawaban lain yang berbeda juga penulis temukan dari hasil wawancara bersama informan kunci ke-3 dimana beliau menjelaskan ada masalah lain yang berpotensi menjadi ancaman bagi KUD yaitu pengurus yang tidak amanah.

“Pengurus tidak amanah dalam pekerjaannya sehingga membuat anggota tidak percaya lagi dengan pengurus.” (Wawancara bersama Legal, Kamis 23 Desember 2021 pukul 14.30 WIB”

Berdasarkan jawaban dari informan kunci ke-3 tersebut, penulis menyimpulkan bahwa adanya pengurus yang tidak amanah akan berpotensi menjadi ancaman bagi KUD karena anggota tidak percaya lagi dengan pengurus, otomatis mereka akan keluar dari KUD Bukit Manunggal. Tentu ini akan menjadi ancaman bagi KUD Bukit Manunggal. Pernyataan dari informan kunci ke-3 ini juga didukung oleh jawaban dari informan pendamping ke-2 yang menyatakan potensi ancaman yang sama.

“Pengurus tidak amanah dalam pekerjaannya sehingga membuat anggota tidak percaya lagi dengan pengurus. Kan ini bahaya buat KUD.” (Wawancara bersama Raswin Purwanto, Jumat 24 Desember 2021 pukul 11.30 WIB”)

Berdasarkan pernyataan beberapa informan di atas, maka penulis menemukan bahwa terdapat 3 potensi ancaman yang dimiliki oleh KUD Bukit Manunggal. *Pertama*, semakin banyak pabrik, petani semakin mandiri untuk menjual sendiri langsung ke pabrik. *Kedua*, ada anggota yang keluar dari KUD akan mempengaruhi yang lain. Dan *ketiga*, Pengurus yang tidak amanah akan membuat anggota tidak percaya terhadap KUD.

4.2.3 Analisis Faktor Kekuatan dan Kelemahan Pemasaran KUD Bukit Manunggal

Analisa faktor kekuatan dan kelemahan ini didapatkan dengan melakukan wawancara yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang ada pada divisi pemasaran yang telah dirasakan oleh tim KUD Bukit Manunggal. Berikut tabel 5.1 yang termasuk dalam faktor kekuatan dan faktor kelemahan menurut tim KUD Bukit Manunggal.

Tabel 4
Faktor Kekuatan dan Kelemahan Divisi Pemasaran KUD Bukit Manunggal

| No. | Faktor Kekuatan | Faktor Kelemahan |
|-----|--|---|
| 1. | Penjualan TBS kelapa sawit sangat difokuskan | Tidak ada strategi pemasaran, hanya mengalir saja |
| 2. | Kinerja pengurus selalu maksimal | Lokasi KUD kurang strategis |
| 3. | Independen | Dana belum mencukupi untuk perbaikan jalan produksi |

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Dari tabel 5.1 berkaitan dengan faktor kekuatan dan kelemahan divisi pemasaran KUD Bukit Manunggal yang diperoleh dari hasil wawancara, terdapat 3 faktor kekuatan bagi pemasaran KUD yaitu Penjualan TBS kelapa sawit sangat difokuskan, kinerja anggota selalu maksimal, dan KUD bersifat independen.

Selain itu, dari wawancara diketahui bahwa terdapat 5 faktor kelemahan bagi pemasaran KUD yaitu tidak ada strategi pemasaran, hanya mengalir saja, lokasi KUD yang kurang strategis, dan dana belum mencukupi untuk perbaikan jalan produksi.

4.2.4 Analisis Faktor Peluang dan Ancaman Pemasaran KUD Bukit Manunggal

Analisa faktor peluang dan ancaman ini didapatkan dengan melakukan wawancara yang berkaitan dengan peluang dan ancaman yang ada pada divisi pemasaran yang telah dirasakan oleh tim KUD Bukit Manunggal. Berikut tabel 5.2 yang termasuk dalam faktor peluang dan faktor ancaman menurut tim KUD Bukit Manunggal.

Tabel 5
Faktor Peluang dan Ancaman Divisi Pemasaran KUD Bukit Manunggal

| No. | Faktor Peluang | Faktor Ancaman |
|-----|------------------------------------|---|
| 1. | Pembukaan RAM dibawah naungan KUD. | Semakin banyak pabrik, petani semakin mandiri untuk menjual sendiri langsung ke pabrik. |
| 2. | Tidak semua desa memiliki KUD. | Ada anggota yang keluar dari KUD akan mempengaruhi yang lain |
| 3. | | Pengurus yang tidak amanah akan membuat anggota tidak percaya terhadap KUD. |

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Dari tabel 5.2 berkaitan dengan faktor peluang dan ancaman divisi pemasaran KUD Bukit Manunggal yang diperoleh dari hasil wawancara, terdapat 2 faktor peluang yang dimiliki pemasaran KUD yaitu peluang pembukaan RAM dibawah naungan KUD, dan peluang karena tidak semua desa memiliki KUD.

Selain itu, dari wawancara diketahui bahwa terdapat 3 faktor masalah yang berpotensi menjadi ancaman bagi pemasaran KUD yaitu semakin banyak pabrik, petani semakin mandiri untuk menjual sendiri langsung ke pabrik, ada anggota yang keluar dari KUD akan mempengaruhi yang lain, dan pengurus yang tidak amanah akan membuat anggota tidak percaya terhadap KUD.

4.2.5 Matriks SWOT Kinerja Divisi Pemasaran

Hasil dari analisis faktor internal dan eksternal dari KUD Bukit Manunggal tersebut kemudian dimasukkan dalam tabel strategi matriks SWOT. Alternatif strategi akan diperoleh dari kombinasi kekuatan-peluang (SO), kelemahan-peluang (WO), kekuatan-ancaman (ST), serta kelemahan-ancaman (WT). Berikut adalah tabel 5.7 tabel penentuan strategi matriks SWOT.

Tabel 6
Penentuan Strategi Matriks SWOT

| | | | |
|---|--|---|--|
| INTERNAL | <p>STRENGTHS (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan TBS kelapa sawit sangat difokuskan 2. Kinerja pengurus selalu maksimal 3. Independen | <p>WEAKNESS (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada strategi pemasaran, hanya mengalir saja 2. Lokasi KUD kurang strategis 3. Dana belum mencukupi untuk perbaikan jalan produksi | |
| EKSTERNAL | <p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembukaan RAM di bawah naungan KUD 2. Tidak semua desa memiliki KUD | <p>STRATEGI (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan potensi penjualan TBS dengan pembukaan RAM di bawah naungan KUD 2. Meningkatkan kinerja pengurus untuk menjangkau desa-desa lainnya yang belum memiliki KUD 3. Memanfaatkan independensi KUD untuk eksplorasi ke desa lainnya. | <p>STRATEGI (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat strategi pemasaran untuk menjangkau desa-desa yang belum memiliki KUD 2. Menambah karyawan untuk meningkatkan optimalisasi kinerja KUD jika membuka RAM. |
| <p>THREATS (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin banyak pabrik, petani semakin mandiri untuk menjual sendiri langsung ke pabrik 2. Anggota yang keluar dari KUD mempengaruhi yang lain 3. Pengurus yang tidak amanah akan membuat anggota tidak percaya terhadap KUD. | <p>STRATEGI (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan kinerja anggota untuk menghindari pengurus yang tidak amanah. 2. Menggencarkan pemasaran kepada masyarakat dengan memberikan pelayanan yang terbaik untuk menghindari anggota yang keluar. | <p>STRATEGI (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kerja sama dengan pabrik-pabrik baru untuk lebih meyakinkan masyarakat untuk bekerja sama dengan KUD. 2. Membuat strategi pemasaran untuk menghindari anggota yang keluar dari KUD. | |

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, penulis akan menguraikan strategi divisi pemasaran KUD Bukit Manunggal melalui analisis SWOT. Berikut merupakan alternatif strategi pengembangan yang sesuai dengan situasi yang ada di KUD Bukit Manunggal (Analisis SWOT). Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT diperoleh 9 alternatif strategi yang ditentukan dari kombinasi SO, WO, ST, dan WT sebagai berikut:

1. Kombinasi *Strenghts* dan *Opportunities* (SO)

Pada kombinasi *Strenghts* dan *Opportunities* (SO) terdapat 3 alternatif strategi. Pertama, memaksimalkan potensi penjualan TBS dengan pembukaan RAM di bawah naungan KUD. Strategi yang pertama ini diperoleh dari *strenghts* yaitu penjualan TBS kelapa sawit sangat difokuskan. Selain itu, *opportunities* yang diperoleh yaitu, pembukaan RAM di bawah naungan KUD

Kedua, meningkatkan kinerja anggota untuk menjangkau desa-desa lainnya yang belum memiliki KUD. Strategi yang kedua ini, diperoleh dari *strenghts* yaitu kinerja pengurus selalu maksimal. Selain itu, ada *opportunities* yaitu tidak semua desa memiliki KUD.

Ketiga, memanfaatkan independensi KUD untuk eksplorasi ke desa lainnya. Strategi ketiga ini diperoleh dari *strenghts*, yaitu sifak KUD yang Independen. Selain itu, terdapat *oppurtunities* yaitu tidak semua desa memiliki KUD.

2. Kombinasi *Strenghts* dan *Threats* (ST)

Pada kombinasi *Strenghts* dan *Threats* (ST) terdapat dua alternatif strategi. Pertama, memaksimalkan kinerja pengurus untuk menghindari pengurus yang tidak amanah. Pada kombinasi pertama ini diperoleh dari *strenghts* yaitu kinerja pengurus yang selalu maksimal. Selain itu, terdapat *threats* yaitu adanya pengurus yang tidak amanah.

Kedua, menggencarkan pemasaran kepada masyarakat dengan memberikan pelayanan yang terbaik untuk menghindari anggota yang keluar. Pada kombinasi kedua ini, diperoleh *strenghts* yaitu kinerja pengurus yang selalu maksimal. Selain itu, terdapat *threats* yaitu adanya anggota yang keluar KUD sehingga mempengaruhi yang lain.

3. Kombinasi *Weaknesses* dan *Opportunities* (WO)

Pada kombinasi *Weaknesses* dan *Opportunities* (WO) terdapat 2 strategi alternatif. Pertama, membuat strategi pemasaran untuk menjangkau desa-desa yang belum memiliki KUD. Kombinasi pertama ini diperoleh dari *weaknesses* yaitu tidak ada strategi pemasaran, hanya mengalir saja. Sedangkan, *oppurtunities* yaitu tidak semua desa memiliki KUD.

Kedua menambah karyawan untuk meningkatkan optimalisasi kinerja KUD jika membuka RAM. Kombinasi ketiga ini diperoleh dari *weakness* yaitu tidak ada strategi pemasaran. Sedangkan, *opportunities* yaitu pembukaan RAM di bawah naungan KUD. Maka dari itu perlu

diterapkan strategi pemasaran dengan menambah jumlah karyawan agar dapat menyelesaikan pembukaan RAM tersebut.

4. Kombinasi *Weaknesses* dan *Threats* (WT)

Pada kombinasi *Weaknesses* dan *Threats* (WT) terdapat 2 strategi alternatif. Pertama, meningkatkan kerja sama dengan pabrik-pabrik baru untuk lebih meyakinkan masyarakat untuk bekerja sama dengan KUD. Alternatif ini didapatkan dari kombinasi *weaknesses* yaitu tidak ada strategi pemasaran, hanya mengalir saja. Selain itu, *threats* nya adalah semakin banyak pabrik, petani semakin mandiri untuk menjual sendiri langsung ke pabrik.

Kedua, membuat strategi pemasaran untuk menghindari anggota yang keluar dari KUD. Alternatif ini didapatkan dari kombinasi *weaknesses* yaitu tidak ada strategi pemasaran, hanya mengalir saja. Selain itu, *threats* nya adalah adanya anggota yang keluar dari KUD sehingga mempengaruhi yang lain.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Mengacu kepada rumusan permasalahan sebelumnya, peneliti ingin mengetahui bagaimana kinerja pemasaran KUD Bukit Manunggal serta peneliti ingin memberikan alternatif strategi peningkatan kinerja pemasaran KUD melalui analisis SWOT. Maka dari itu peneliti melakukan analisis dan pembahasan data hasil temuan penelitian yang bersumber dari hasil wawancara bersama pihak KUD Bukit Manunggal tersebut.

4.3.1 Kinerja Divisi Pemasaran KUD Bukit Manunggal

Berdasarkan hasil temuan penelitian yang telah dibahas pada poin sebelumnya, maka peneliti menemukan beberapa kendala yang dimiliki oleh divisi pemasaran dalam menjalankan program-program serta meningkatkan kinerjanya. *Pertama*, belum ada strategi pemasaran yang diterapkan oleh divisi pemasaran KUD Bukit Manunggal. Proses pemasaran berjalan apa adanya tanpa ada strategi apapun. Berdasarkan hasil wawancara bersama tim KUD Bukit Manunggal, peneliti melihat bahwa tim KUD merasa bahwa salah satu kendala yang mereka anggap sebagai sebuah kelemahan dari KUD adalah belum adanya strategi pemasaran yang terstruktur dan sistematis. Sebagaimana diketahui, strategi pemasaran merupakan pokok utama dari suatu divisi pemasaran. Divisi pemasaran jika tidak mempunyai strategi, maka divisi tersebut tidak akan berjalan dengan optimal. Dan lebih buruknya lagi, divisi tersebut hanya akan jalan di tempat atau tidak berkembang.

Kendala yang muncul pada KUD Bukit Manunggal berbeda dengan kendala-kendala yang ditemukan pada divisi pemasaran pada penelitian-penelitian sebelumnya yang peneliti bahas pada bab tinjauan pustaka pada penelitian ini. Dengan kata lain, kendala strategi pemasaran yang belum ada hanya dimiliki oleh KUD Bukit Manunggal saja.

Kendala selanjutnya yang peneliti temukan berdasarkan hasil wawancara yaitu lokasi KUD Bukit Manunggal yang kurang strategis. Pemilihan lokasi yang tepat juga sangat berpengaruh terhadap kelancaran dari suatu proses pemasaran. Lokasi yang mudah dijangkau akan lebih membuat masyarakat tertarik daripada

lokasi yang kurang strategis. Sebagaimana diketahui, berdasarkan hasil wawancara tim KUD Bukit Manunggal menyatakan bahwa lokasi KUD terletak di ujung desa. Lokasi ini dianggap kurang strategis karena tidak mudah diakses oleh seluruh masyarakat.

Sejalan dengan hal tersebut, tim KUD juga menyampaikan bahwa akses jalan yang buruk juga menjadi kendala bagi mereka. Akses jalan yang buruk tersebut masih belum bisa diperbaiki sepenuhnya karena terkendala oleh pendanaan yang belum memadai. Kendala-kendala ini saling keterkaitan satu sama lain dimana lokasi yang kurang strategis ditambah dengan kondisi jalan yang buruk dalam jangka waktu lama karena terkendala dana yang belum mencukupi.

Kendala ini juga sama dengan kendala yang ditemukan pada penelitian sebelumnya oleh Darmayasa (2017) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja Koperasi Karyawan Eka Sedana dilihat dari perspektif keuangan kurang baik sehingga harus ditingkatkan lagi. Namun, kendala yang ditemukan ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Setyowati & Indarti (2012) dimana jika dinilai dari aspek kinerja permodalan atau pendanaan kinerja cukup baik dengan skor 8,40 dari total skor 15. Hasil penelitian ini juga berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2014) dimana Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja USP Margi Rahayu memperoleh skor rerata sebesar 75,97 dan berada dalam kondisi cukup sehat, dengan aspek permodalan atau pendanaan secara rerata mendapat skor 11 dan berada dalam kategori cukup sehat.

Berdasarkan kendala-kendala yang ada dan upaya penyelesaiannya yang dilakukan oleh pihak KUD Bukit Manunggal, maka peneliti menguraikan kinerja divisi pemasaran berdasarkan ke dalam beberapa aspek berikut.

Pertama, Penjualan TBS yang sangat difokuskan oleh tim KUD. Berdasarkan wawancara, pihak KUD mengatakan bahwa walaupun hanya memiliki satu program saja yaitu penjualan TBS, namun hal tersebut sangat difokuskan sehingga hasilnya menjadi maksimal. Penilaian kinerja ini bukan merupakan kinerja program, akan tetapi merupakan kinerja karyawan yang cukup optimal sehingga program penjualan TBS menjadi maksimal. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Rahayu (2014) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja USP Margi Rahayu memperoleh skor rerata sebesar 75,97 dan berada dalam kondisi cukup sehat, dengan aspek manajemen SDM secara rerata mendapat skor 13,40 dan berada dalam kategori sehat. Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mariani, Nabilla, & Winda (2020) dimana keadaan koperasi dapat dikatakan dalam keadaan cukup akan tetapi mengalami beberapa penurunan dari segi perspektif pertumbuhan dan pembelajaran yaitu diperlukan pengadaan pendidikan dan pelatihan khusus kepada pengurus maupun pengawas koperasi.

Kedua, Strategi pemasaran yang belum ada. Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya rencana-rencana program yang dapat membuat kemajuan pada KUD Bukit Manunggal. Seperti yang diketahui, divisi pemasaran harus memiliki strategi pemasaran untuk dapat berkembang menjadi lebih maju. Namun ini merupakan kelemahan ataupun kinerja yang belum optimal dari divisi pemasaran

KUD Bukit Manunggal. Hal ini tidak ditemukan di divisi pemasaran pada penelitian-penelitian sebelumnya yang peneliti bahas pada bab tinjauan pustaka pada penelitian ini. Artinya, permasalahan ini merupakan suatu kelemahan kinerja dari divisi pemasaran KUD Bukit Manunggal.

Berdasarkan analisis tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa kinerja divisi pemasaran KUD Bukit Manunggal belum sepenuhnya terlaksana dengan optimal. Kesimpulan tersebut didasarkan pada kinerja pengurus KUD Bukit Manunggal yang selalu maksimal dalam penjualan TBS, akan tetapi di sisi lain, mereka belum memiliki strategi pemasaran yang jelas sehingga dapat juga dikatakan bahwa divisi pemasaran tidak melaksanakan fungsinya seperti yang seharusnya.

4.3.2 Penerapan Strategi Alternatif Divisi Pemasaran KUD Bukit Manunggal Melalui Analisis SWOT

Dari hasil analisis SWOT diatas, dari 9 strategi alternatif yang didapatkan, peneliti merekomendasikan 3 alternatif strategi pengembangan divisi pemasaran yang diperoleh dari kombinasi *Strengths* dan *Opportunities* (SO) yaitu:

1. Memaksimalkan potensi penjualan TBS dengan pembukaan RAM di bawah naungan KUD. Melalui pembukaan RAM di bawah naungan KUD diharapkan akan mampu menjangkau keanggotaan yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan efektivitas kinerja pemasaran KUD Bukit Manunggal.
2. Meningkatkan kinerja pengurus untuk menjangkau desa-desa lainnya yang belum memiliki KUD. Dengan melakukan peningkatan kinerja pengurus melalui pelatihan-pelatihan maka pengurus terutama bagian

pemasaran akan mampu mengembangkan kinerjanya untuk menjangkau desa-desa yang belum memiliki KUD untuk bergabung bersama KUD Bukit Manunggal.

3. Memanfaatkan independensi KUD untuk eksplorasi ke desa lainnya. Bebasnya KUD untuk menjual produk ke pabrik mana pun yang sesuai dan mudah diakses dapat dimanfaatkan oleh KUD untuk membangun kepercayaan dan menghimpun anggota dari desa-desa lain yang belum bergabung dengan KUD.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian pada bab sebelumnya serta mengacu kepada rumusan masalah dari penelitian ini, maka peneliti menyimpulkan beberapa hasil sebagai berikut.

1. Kinerja divisi pemasaran KUD Bukit Manunggal belum sepenuhnya terlaksana dengan optimal. Kesimpulan tersebut didasarkan pada kinerja pengurus KUD Bukit Manunggal yang selalu maksimal dalam penjualan TBS, akan tetapi di sisi lain, mereka belum memiliki strategi pemasaran yang jelas sehingga dapat juga dikatakan bahwa divisi pemasaran tidak melaksanakan fungsinya seperti yang seharusnya.
2. Terdapat 3 alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam upaya pengembangan divisi pemasaran yang diperoleh dari kombinasi *Strengths* dan *Opportunities* (SO) yaitu:
 - a) Memaksimalkan potensi penjualan TBS dengan pembukaan RAM di bawah naungan KUD. Melalui pembukaan RAM di bawah naungan KUD diharapkan akan mampu menjangkau keanggotaan yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan efektivitas kinerja pemasaran KUD Bukit Manunggal.
 - b) Meningkatkan kinerja pengurus untuk menjangkau desa-desa lainnya yang belum memiliki KUD. Dengan melakukan peningkatan kinerja pengurus melalui pelatihan-pelatihan maka

pengurus terutama bagian pemasaran akan mampu mengembangkan kinerjanya untuk menjangkau desa-desa yang belum memiliki KUD untuk bergabung bersama KUD Bukit Manunggal.

- c) Memanfaatkan independensi KUD untuk eksplorasi ke desa lainnya. Bebasnya KUD untuk menjual produk ke pabrik mana pun yang sesuai dan mudah diakses dapat dimanfaatkan oleh KUD untuk membangun kepercayaan dan menghimpun anggota dari desa-desa lain yang belum bergabung dengan KUD.

5.2 Saran

Peneliti ingin memberikan beberapa saran berikut.

1. Untuk KUD Bukit Manunggal

Untuk KUD Bukit Manunggal diharapkan untuk lebih optimal lagi dalam pengelolaan KUD, memantapkan strategi pemasaran sehingga KUD menjadi lebih terarah dan kinerja pengurus KUD menjadi lebih optimal. Pengurus harus dapat menjaga amanah yang telah dipercayakan oleh anggota serta bertanggung jawab dalam melaksanakan setiap program-program yang telah direncanakan sehingga akan membuahkan hasil yang maksimal. Selain itu, peneliti juga menyarankan agar pengurus KUD Bukit Manunggal dapat menerapkan strategi alternatif yang telah penulis dapatkan melalui analisis SWOT karena strategi tersebut berpotensi untuk meningkatkan kinerja KUD khususnya divisi pemasaran menjadi lebih baik lagi.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, akan lebih baik membahas terkait dengan keuangan KUD, karena penelitian ini adalah penelitian kualitatif, jadi bisa dikembangkan lagi atau dikombinasikan oleh peneliti selanjutnya dengan penelitian kuantitatif.

3. Untuk Pembaca

Untuk pembaca, peneliti menyarankan untuk membaca skripsi ini dengan seksama, selain untuk pengetahuan, bisa juga menjadi implementasi ilmu bagi pembaca dalam mengembangkan potensi KUD di daerahnya masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Maruf, M. 2014. *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*.
- Ambarwati, N.S., Adi, Y., dan Kadek S. 2015. Pengaruh Modal Kerja, Likuiditas, Aktivitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal S1 Universitas Pendidikan Ganesa* (Vol.3 No.1 tahun 2015).Hal 1-11.
- Amri, S. 2013. *Pengembangan & Model Pembelajaran Dalam Kurikulum 2013*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakakarya.
- Denny, A. N., & Wulan, A. R. 2001. 10 Konsep Evaluasi Dan Sitasinya. *FMIPA Universitas Pendidikan Indonesia*, 1–12.
- Dharmayasa, I. P. A. 2017. *Pengukuran Kinerja Pada Koperasi Karyawan Eka Sedana Berdasarkan Konsep Balance Scorecard*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 5(1).
- Hasanah, H. 2016. *Teknik-teknik observasi*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Semarang.
- Hidayat, T., Asyafah, A., Indonesia, U. P., & Barat, B. J. 2019. *Abstrak PENDAHULUAN Pendidikan di suatu negara mesti diperhatikan baik dari segi perencanaan , pelaksanaan , dan evaluasi , karena pendidikan merupakan salah satu bidang yang akan melahirkan sumber daya manusia yang berkualitas . Oleh karena itu , pelaksana. 10(I), 159–181*.
- Huseno, T. 2016. *Kinerja Pegawai Tun Huseno.pdf*. In *Kinerja Pegawai* (p. 85).
- ICA. 1995. *Statement on the Cooperative Identity*, Report to the 31 st Congress Manchester in Review of International Cooperation. 88.3.
- Idrus, L. 2019. *Evaluasi Dalam Proses Pembelajaran*. *Jurnal Manejemen Pendidikan Islam*. 9(2)
- ILO. 2015. *Cooperatives and the Sustainable Development Goals A Contribution to the Post-2015 Development Debate A Policy Brief*.
- Iuliana, I. E., & Maria, C. 2016. *Organizational Performance – A Concept That Self-Seeks To Find Itself*. University of Târgu Jiu.
- Jajang, A. W. M. 2019. *Pelayanan Dan Manfaat Koperasi, Serta Pengaruhnya Terhadap Partisipasi Anggota (Suatu Kasus Pada Koperasi Produsen Tahu Tempe Kabupaten Tasikmalaya)*. *Jurnal Manejemen*.
- Mahri., J. W. 2019. *Pelayanan Dan Manfaat Koperasi,Serta Pengaruhnya*

Terhadap Partisipasi Anggota (Suatu Kasus Pada Koperasi Produsen Tahu Tempe Kabupaten Tasikmalaya). Jurnal Ekonomi.

Matondang, Z. 2019. *Validitas dan Reliabilitas suatu instrumen penelitian*. Jurnal Tabularasa. 6(1).

Mayasari, N. E. 2009. *Analisis Pengukuran Kinerja Koperasi (Studi Kasus Pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia Di Kabupaten Blora)*. Skripsi. Jurusan Ekonomi Pembangunan. Universitas Negeri Semarang.

Mariani, M., Nabilla H. S., & Winda S. H. 2020. *Evaluasi Kinerja Koperasi Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Pengurus Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Koperasi Simpan Pinjam Cahaya Nararay, Desa Cimekar Kec. Cileunyi Kab. Bandung)*. Jurnal OPTIMA. Institut Manajemen Koperasi Indonesia.

Moehertonono. 2012. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Munthe, A. P. 2015. *Pentingnya Evaluasi Program Di Institusi Pendidikan: Sebuah Pengantar, Pengertian, Tujuan Dan Manfaat*. Jurnal Ilmu Pendidikan. Universitas Pelita Harapan. Tangerang.

Pakaya, A. R. 2017. *Manajemen Kinerja Koperasi*.

Pratiwi, U. B. 2008. *Evaluasi Kinerja Pemasaran Pada CV. D&P Megasia Jember Periode 2006 – 2007*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Prihandini, N. M. I., Juniarinai, N. M. R., & Mariyatni, N. P. S. 2018. *Pengaruh Ukuran Koperasi, Jenis Koperasi Serta Pengalaman Kepengurusan Manajemen Terhadap Kualitas Sistem Pengendalian Intern Pada Koperasi Di Kabupaten Tabanan*. JAA. 3(1).

Rahadi, D. R. 2010. *Manajemen Kinerja Sumber Daya Manusia*. Malang: Tunggal Mandiri Publishing.

Rahayu, A. D. 2014. *Analisis Evaluasi Kinerja Koperasi Pegawai Republik Indonesia (Kpri) "Margi Rahayu" Kecamatan Leksono Kabupaten Wonosobo Tahun 2011-2013*. Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta

Rahmawati, Y. 2016 *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Toko Cahaya Murah Kecamatan Jenangan)*. Undergraduate (S1) thesis, IAIN Ponorogo.

Razi, F. 2019. *Konsep Dasar Evaluasi Pembelajaran*. Jurnal pendidikan Matematika.

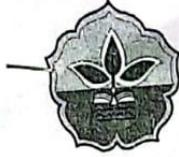
- Sawaluddin, S. 2018. Konsep Evaluasi Dalam Pembelajaran Pendidikan Islam. *Jurnal Pendidikan Agama Islam Al-Thariqah*, 3(1), 39–52. [https://doi.org/10.25299/althariqah.2018.vol3\(1\).1775](https://doi.org/10.25299/althariqah.2018.vol3(1).1775)
- Setyowati, M. & Iin I. 2012. *Penilaian Kinerja Koperasi Serba Usaha Karyawan Pemerintah Kota Semarang Tahun 2011*. Jurnal Ekonomi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala
- Shinta, A. 2011. Manajemen Pemasaran. In *Universitas Brawijaya Press (UB Press)*.
- Siregar, A. P. 2020. Kinerja Koperasi Di Indonesia. *Vigor: Jurnal Ilmu Pertanian Tropika Dan Subtropika*, 5(1), 31–38. <https://doi.org/10.31002/vigor.v5i1.2416>
- Sobirin, A. 2014. Konsep Dasar Kinerja dan Manajemen Kinerja. *Manajemen Kinerja*, 1–67. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.469.5088&rep=rep1&type=pdf#page=81>
- Suarta, G. 2017. Konsep Evaluasi Perencanaan Dan Terapannya Pada Program Penyuluhan. *Konsep Evaluasi Perencanaan Dan Terapannya Pada Program Penyuluhan*, 1(1), 1–24. https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/127fc25f2767da91f4b007ae713ce4d7.pdf
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : PT. Alfabet.
- Sudjana, & Purnomo, D. N. A. 2015. *Hubungan Ukuran Koperasi, Jenis Koperasi, Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Dengan Kualitas Sistem Pengendalian Intern Kas*. Jurnal Ekonomi. Universitas Sanata Dharma.
- Supihati, S. 2014. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Perusahaan Sari Jati Di Sragen*. Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta, 12(01), 115677.
- Suprihatin, B. A. T. 1988. *Penentuan Pelajaran Ekonomi dan Koperasi*. Bandung: Ganeca Exact.
- Tanama, B. R. P. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bali: Udayana press.
- Swastha, Basu, I. 2014. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Wardoyo, P. 2011. *Alat Analisis Manajemen*. Semarang: University Press.

Wanzer, D. L. 2019. *What is evaluation? Perspectives of how evaluation differs (or not) from research*. University of Wisconsin-Stout.

Zulhartati, S. 2018. *Peranan Koperasi dalam Perekonomian Indonesia*. *Guru Membangun*, 25(3)



YAYASAN PENDIDIKAN JAMBI
Universitas Batanghari
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Jl. Slamet-Riyadi Telp. 0741 - 667089

SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS BATANGHARI

NOMOR 276 TAHUN 2022

Tentang

DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA

DEKAN FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS BATANGHARI

- Membaca** : Surat Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi tanggal 11 Januari 2022 tentang Usulan pergantian judul skripsi.
- Menimbang** : a. Bahwa penulisan skripsi oleh para mahasiswa perlu diarahkan dan dibimbing oleh para tenaga edukatif baik dari segi teknis maupun dari segi materi.
b. Bahwa untuk maksud tersebut pada huruf (a) perlu penunjukan oleh Dekan, yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang Nomor 14 tahun 2005 tentang Guru dan Dosen
2. Undang-Undang Nomor 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Pendidikan Tinggi
4. Akta Pendirian Yayasan Pendidikan Jambi Nomor 9 Tanggal 12 Mei 1977 yang telah diubah dan disempurnakan dengan Akta Nomor 17 Tahun 2010 dan Keputusan Menkumham RI No. AHU-4482.AH.01.04 tahun 2010 tentang Pengesahan Yayasan
5. Surat Keputusan Pimpinan Yayasan Pendidikan Jambi Nomor Tahun 2017 tentang Pengangkatan Pejabat Rektor Universitas Batanghari Periode 2017-2021
6. Surat Keputusan Rektor Universitas Batanghari Nomor 45 Tahun 2018 tanggal 7 Juli 2018 tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Pejabat Wakil Rektor, Dekan, Kepala Biro, Perpustakaan, Lembaga dan Badan di Lingkungan Universitas Batanghari

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : Bahwa terhitung tanggal 5 Oktober 2021 s/d 5 April 2022 menunjuk saudara :
1. Dr. Mayasari, M.Pd.
2. Drs. Kasiono, M.Pd.
Masing-masing sebagai Pembimbing I dan II skripsi dari mahasiswa di bawah ini.

| NAMA | NIM/ PRODI | JUDUL SKRIPSI |
|------------|--|---|
| SRI REZEKI | 1800887203009 Pendidikan Ekonomi | EVALUASI KINERJA KUD BUKIT MANUNGGAL PADA BAGIAN PEMASARAN TANDAN BUAH SEGAR (TBS) KELAPA SAWIT DI SUNGAI BAHAR |

Dengan ketentuan apabila waktu yang telah ditentukan tidak dilaksanakan sebagaimana mestinya maka Surat Keputusan diperbaharui,

DITETAPKAN DI : J A M B I
PADA TANGGAL : 12 Januari 2022



Dr. H. Abdoel Gafar, S.Pd., M.Pd.
NIDN. 1021036502

Tembusan

1. Rektor Unbari
2. Wakil Rektor I Unbari
3. Yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan
4. Arsip.

KARTU BIMBINGAN I (SATU)

SKRIPSI

NAMA MAHASISWA
 NIM
 PROGRAM STUDI
 PEMBIMBING SKRIPSI I
 JUDUL SKRIPSI

: SRI REZEKI
 : 1000887203009
 : Pendidikan Ekonomi
 : Dr. MATASARI M.Pd.
 : EVALUASI KINERJA KUD BUKIT MAHUNGGAL
 : PADA BAGIAN TANDAN BUAH SEGAR (TBS) KELAPA
 : SAWIT DI KECAMATAN SUNGAI BAHAR.

| No | Tanggal Bimbingan | Uraian Bimbingan Skripsi | Paraf |
|-----|-------------------|---|-------|
| 1. | 11/10 2021 | Perbaiki Bab I | st |
| 2. | 12/10 2021 | Perbaiki Bab I, dan lanjut Bab 2 | st |
| 3. | 25/10 2021 | Perbaiki Bab I, 2, dan lanjut Bab 3 | st |
| 4. | 17/11 2021 | Perbaiki Bab 1, 2, dan 3. | st |
| 5. | 29/11 2021 | Revisi Bab 3. | st |
| 6. | 25/11 2021 | Acc seminar proposal. | st |
| 7. | 12/01 2022 | Buat Hasil wawancara dan coding | st |
| 8. | 19/01 2022 | Perbaiki Bab 4. | st |
| 9. | 29/01 2022 | Jelaskan strategi matriks swot yang ada - Perbaiki pada bagian pembahasan. | st |
| 10. | 3/2 2022 | ACC UNTUK diujikan sidang skripsi | st |

Tanggal Persetujuan Untuk Sidang Skripsi :

Pembimbing Skripsi I


 Dr. MATASARI M.Pd.

KARTU BIMBINGAN II (DUA)
SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : SRI REZEKI
 NIM : 1800887203009
 PROGRAM STUDI : Pendidikan Ekonomi
 PEMBIMBING SKRIPSI II : Drs. KASIOHO . M.Pd.
 JUDUL SKRIPSI : EVALUASI KINERJA KUD BUKIT MANUNGAL
PADA BAGIAN PEMASARAN TBS KELAPA SAWIT

| No | Tanggal Bimbingan | Uraian Bimbingan Skripsi | Paraf |
|-----|-------------------|--|-------|
| 1. | 1/11 2021 | Perbaikan tata cara penulisan daftar pustaka. | si |
| 2. | 28/11 2021 | - Perbaiki penulisan sesuai catkta - Perbaiki daftar pustaka sesuai catkta | si |
| 3. | 26/11 2021 | - Perbaiki teknik pengutipan Buku sumber | si |
| 4. | 1/12 2021 | - Perbaiki sesuai catatan - Acc seminar proposal | si |
| 5. | 22/12 2021 | - Perbaiki sesuai catatan - Acc, lanjutan penelitian. | si |
| 6. | 3/12 2022 | - Perbaiki penulisan daftar isi - Sinkronkan antara Rumusan masalah, tujuan dan kesimpulan | si |
| 7. | 4/12 2022 | - Perbaiki penulisan Daftar Pustaka - T&C lagi penulisan gja dan t&C Gred | si |
| 8. | 4/12 2022 | acc ujian skripsi | si |
| 9. | | | |
| 10. | | | |

Tanggal Persetujuan Untuk Sidang Skripsi :

Pembimbing Skripsi II

Drs. KASIOHO M.Pd.



YAYASAN PENDIDIKAN JAMBI
Universitas Batanghari
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Jl. Slamet Riyadi Telp. 0741 - 667089

Nomor : 13 /UBR-01/B/2022
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth : **Bapak/Ibu**
Ketua KUD Bukit Manunggal Sungai Bahar

di
Tempat

Dengan hormat,

Kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk memberi izin kepada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Batanghari Jambi :

Nama : **SRI REZEKI**
NIM : 1800887203009
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Untuk mengadakan penelitian di Instansi yang Bapak/Ibu Pimpin, guna penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di atas dengan judul :

**“EVALUASI KINERJA KUD BUKIT MANUNGGAL PADA BAGIAN
PEMASARAN TANDAN BUAH SEGAR (TBS) KELAPA SAWIT DI
SUNGAI BAHAR”**

Demikian, atas bantuan dan kerja sama yang baik ini, kami ucapkan terima kasih.

Jambi, 23 Desember 2021
Dekan,



Dr. H. Abdoel Gafar, S.Pd., M.Pd.
NIDN. 1021036502



**KOPERASI UNIT DESA
BUKIT MANUNGGAL**
BADAN HUKUM 180/BH/KWK.5/XII/1995
DESA BUKIT MAS UPT SUNGAI BAHAR XVIII
KABUPATEN MUARO JAMBI

Alamat : Jln. Jambi Desa Bukit Mas Sei. Bahar XVIII

SURAT KETERANGAN

NO : /KUD-BM/I/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rahmat
Jabatan : Ketua KUD
Alamat : Desa Bukit Mas Rt 08 Kec. Sungai Bahar Kab. Muaro Jambi

Selanjutnya disebut *Pengurus KUD Bukit Manunggal*

Dengan ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa ;

Nama : Sri Rezeki
NIM : 1800887203009
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Selanjutnya disebut *Mahasiswa Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Batanghari Jambi *

Berdasarkan surat izin penelitian Nomor : 13/UBR-01/B/2021 Benar Nama tersebut diatas telah melakukan penelitian di KUD BUKIT MANUNGGAL dari tanggal, 23 Desember sd 30 Desember 2021

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dapat di pergunakan sebagaimana perlunya.

Desa Bukit Mas, 30 Desember 2021

Rahmat Ketua KUD Bukit Manunggal



LAMPIRAN : S K DEKAN FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 NOMOR : 328 TAHUN 2021
 TENTANG : PENETAPAN TIM PEMBAHAS SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA
 PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI SEMESTER GANJIL TAHUN
 AKADEMIK 2021/2022 FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 UNIVERSITAS BATANGHARI

Program Studi : Pendidikan Ekonomi
 Tempat Ujian : Ruang Lab. Microteaching

| N o. | Hari/Tanggal/Pukul | Nama/No. Mahasiswa | Pembahas |
|------------------|---|---|---|
| 1. | Jum'at, 10 Desember 2021 09.00 – 10.00 WIB | Nama : Iknatius Suriani M. NIM : 1800887203022 | Ketua Seminar : Dr. Mayasari, M.Pd. Sekretaris : Lili Andriani, S.Pd. M.M. Pembahas : Drs. Kasiono, M.Pd. |
| 2. | 10.00 – 11.00 WIB | Nama : Sri Rezeki NIM : 1800887203009 | Ketua Seminar : Dr. Mayasari, M.Pd. Sekretaris : Drs. Kasiono, M.Pd. Pembahas : Lili Andriani, S.Pd. M.M. |
| 3. | 11.00 – 12.00 WIB | Nama : Dewi Nowita Sari NIM : 1800887203013 | Ketua Seminar : Dr. Mayasari, M.Pd. Sekretaris : Drs. Kasiono, M.Pd. Pembahas : Lili Andriani, S.Pd. M.M. |
| ISTIRAHAT | | | |
| 4. | 13.00 – 14.00 WIB | Nama : Jihan Kartika Sari NIM : 1800887203020 | Ketua Seminar : Lili Andriani, S.Pd. M.M. Sekretaris : Diliza Afrila, M.Pd. Pembahas : Dr. Zuhri Saputra Hutabarat, M.Pd. |
| 5. | 15.00 – 16.00 WIB | Nama : Dinda NIM : 1800887203003 | Ketua Seminar : Lili Andriani, S.Pd. M.M. Sekretaris : Diliza Afrila, M.Pd. Pembahas : Dr. Zuhri Saputra Hutabarat, M.Pd. |

Ditetapkan di : Jambi
 Pada Tanggal : 9 Desember 2021

Dekan,



Dr. H. Abdoel Gafar, S.Pd., M.Pd.
 NIDN: 1021036502

LAMPIRAN : S K DEKAN FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 NOMOR : 46 TAHUN 2022
 TENTANG : PENETAPAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI
 PENDIDIKAN EKONOMI SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK
 2021/2022 FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS
 BATANGHARI

Program Studi : Pendidikan Ekonomi
 Tempat Ujian : Ruang FKIP 1

| No | Hari, Tanggal / Pukul | Nama/No. Mahasiswa | Pembahas |
|----|--|---|---|
| 1. | Rabu, 9 Februari 2022 08.00 – 10.00 WIB | Nama : Lusi Larasati NIM : 1800887203005 | Ketua Sidang : Dr. Mayasari, M.Pd. Sekretaris : Redi Indra Yudha, S.Pd. M.Pd.E. Penguji Utama : Drs. Benar Sembiring, M.Pd. Penguji : Pratiwi Indah Sari, S.Pd. M.PdE. |
| 2. | 10.00 – 12.00 WIB | Nama : Putri Adelina P. NIM : 1800887203019 | Ketua Sidang : Dr. Mayasari, M.Pd. Sekretaris : Pratiwi Indah Sari, S.Pd. M.PdE. Penguji Utama : Drs. Benar Sembiring, M.Pd. Penguji : Lili Andriani, S.Pd. M.M. |
| 3. | 12.00 – 14.00 WIB | Nama : Intan Mayasari NIM : 1800887203014 | Ketua Sidang : Dr. Mayasari, M.Pd. Sekretaris : Diliza Afrila, M.Pd. Penguji Utama : Drs. Benar Sembiring, M.Pd. Penguji : Lili Andriani, S.Pd. M.M. |
| 4. | 14.00 – 16.00 WIB | Nama : Iknatius Suriani M. NIM : 1800887203022 | Ketua Sidang : Dr. Mayasari, M.Pd. Sekretaris : Lili Andriani, S.Pd. M.M. Penguji Utama : Drs. Kasiono, M.Pd. Penguji : Redi Indra Yudha, S.Pd. M.Pd.E. |
| 5. | 16.00 – 18.00 WIB | Nama : Sri Rezeki NIM : 1800887203009 | Ketua Sidang : Dr. Mayasari, M.Pd. Sekretaris : Drs. Kasiono, M.Pd. Penguji Utama : Lili Andriani, S.Pd. M.M. Penguji : Diliza Afrila, M.Pd. |

Ditetapkan di : Jambi
 Pada Tanggal : 8 Februari 2022



Dr. H. Abdoel Gafar, S.Pd., M.Pd.
 NIDN: 1021036502



YAYASAN PENDIDIKAN JAMBI
Universitas Batanghari
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
BIDANG PEMERIKSAAN PLAGIAT
Jl. Slamet Riyadi Telp. 0741 - 667089

SURAT HASIL CEK SIMILARITY

Yang bertanda tangan di bawah ini Operator Prodi Pendidikan Ekonomi dalam Bidang Pemeriksaan Plagiarisme di FKIP Universitas Batanghari Jambi, dengan ini menerangkan bahwa hasil cek **SIMILARITY** Skripsi Mahasiswa :

Nama : SRI REZEKI
NIM : 1800887203009
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Pembimbing I : Dr. Mayasari, M.Pd.
Pembimbing II : Drs. Kasiono, M.Pd.
JudulSkripsi : **EVALUASI KINERJA KUD BUKIT MANUNGGAL PADA BAGIAN PEMASARAN TANDAN BUAH SEGAR (TBS) KELAPA SAWIT DI SUNGAI BAHAR**

Setelah dilakukan pengecekan **SMILARITY** dengan menggunakan **TURNITIN** maka diperoleh hasil akhir 21% dilakukan sebanyak 2 kali, sebagaimana hasil cek terlampir. Demikian surat ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jambi, 4 Februari 2022

Petugas Turnitin,

Mengetahui
Wakil Dekan I,

Silya Pitriani, M.Pd.
NIDN. 1010058901


Eka Deprianto, S.Kom.

Tembusan :
1. WakilRektor I
2. Dekan FKIP
3. Ketua Prodi
4. Yang Bersangkutan
5. Arsip

TRANSKRIP WAWANCARA

Kode : Informan Kunci 1 (IK1)
Nama Informan Kunci : Munir
Subjek Penelitian : Tim Pemasaran KUD Bukit Manunggal
Hari/Tanggal : Kamis, 23 Desember 2021
Waktu : 10.30 WIB

| No. | Pertanyaan | Jawaban |
|-----|---|---|
| 1. | Apa saja program-program unggulan yang menjadi kekuatan utama dari KUD Bukit Manunggal? | Hanya penjualan TBS kelapa sawit |
| 2. | Bagaimana tim melaksanakan program tersebut? Apakah sudah cukup maksimal? | Hanya penjualatn TBS kelapa sawit saja. Cuman kita selalu maksimal disitu, nggak boleh ada kelalaian. |
| 3. | Bagaimana anda mengantisipasi kendala-kendala program yang ada? | Dengan cara mencari pabrik lain di sekitar wilayah muaro jambi dan batanghari. |
| 4. | Menurut anda, apa kelemahan yang dimiliki oleh tim pemasaran saat ini? | Kita belum ada strategi pemasaran sih, menurutku itu kelemahan kami. |
| 5. | Apakah sudah ada langkah yang direncanakan untuk mengatasi kelemahan tersebut? Jika sudah bagaimana rencananya? | untuk mengatasi kelemahan tersebut kami tim KUD sudah melakukan perbaikan jalan produksi setiap tahunnya, tetapi karena cuaca yang tidak menentu akhirnya jalan produksi selalu mengalami kerusakan |
| 6. | Menurut anda, apa saja peluang yang dapat dimanfaatkan oleh tim pemasaran dalam perkembangan KUD Bukit Manunggal di masa depan? | Bisa dengan cara membuka RAM di bawah naungan KUD untuk menambah pendapatan. |
| 7. | Bagaimana tim memanfaatkan peluang yang ada tersebut, apakah sudah ada rencana? | Untuk saat ini belum bisa memanfaatkan peluang tersebut dikarenakan SDM nya belum ada |
| 8. | Apakah ada potensi masalah yang dapat mengancam perkembangan KUD? Jika ada, apa saja kah itu? | Ada ,Dengan banyak pabrik. Kenapa? karena dengan banyaknya pabrik pemasaran TBS semakin mudah sehingga petani menjual TBS ke pabrik sendiri tanpa kerjasama lagi dengan KUD. |

| | | |
|-----|---|---|
| | | Sekarang sudah banyak terjadi di desa lain, tetapi belum terjadi di desa bukit mas ini. |
| 9. | Bagaimana tim anda mengatasi masalah-masalah yang menjadi ancaman tersebut? | Selalu koordinasi dengan anggota kelompok tani. |
| 10. | Bagaimana rencana tim anda untuk menghadapi pesaing KUD lainnya? | selalu bekerja sama dengan kelompok tani dan anggota yang ada,selalu berkoordinasi, selalu komitmen, selalu musyawarah. |

Kode : Informan Kunci 2 (IK2)
 Nama Informan Kunci : Delpin
 Subjek Penelitian : Tim Pemasaran KUD Bukit Manunggal
 Hari/Tanggal : Kamis, 23 Desember 2021
 Waktu : 11.30 WIB

| No. | Pertanyaan | Jawaban |
|-----|---|---|
| 1. | Apa saja program-program unggulan yang menjadi kekuatan utama dari KUD Bukit Manunggal? | Kami berfokus pada penjualan TBS, tidak ada yang lain. Kenapa hanya TBS kelapa sawit? karena itu sudah menjadi sumber ekonomi utama petani di Desa Bukit Mas. |
| 2. | Bagaimana tim melaksanakan program tersebut? Apakah sudah cukup maksimal? | Pengurus melakukan kerja sama dengan pabrik sawit yang mau dan bisa menerima TBS kami dengan catatan saling menguntungkan dengan harga yang telah disepakati dua belah pihak. |
| 3. | Bagaimana anda mengantisipasi kendala kendala program yang ada? | Mencari pabrik lain jika seandainya ada yang tidak menerima TBS kami |
| 4. | Menurut anda, apa kelemahan yang dimiliki oleh tim pemasaran saat ini? | Mungkin jalan yang rusak dan cuaca yang terkadang nggak pasti |
| 5. | Apakah sudah ada langkah yang direncanakan untuk mengatasi kelemahan tersebut? Jika sudah bagaimana rencananya? | program sekarang di beberapa titik jalan produksi yang rusak sudah di perbaiki dengan cara di cor, tetapi belum semuanya. |
| 6. | Menurut anda, apa saja peluang yang dapat dimanfaatkan oleh tim pemasaran dalam perkembangan KUD Bukit Manunggal di masa depan? | Dengan cara desa lain menjual TBS nya ke RAM yang dinaungi oleh KUD. |
| 7. | Bagaimana tim memanfaatkan peluang yang ada tersebut, apakah sudah ada rencana? | kalau rencana ada, namun belum yakin akan terlaksana. Kenapa ? ya karena SDM belum terpenuhi dan lokasi KUD berada di desa paling ujung sehingga kurang strategis untuk membuat usaha tersebut. |
| 8. | Apakah ada potensi masalah yang dapat mengancam perkembangan KUD? Jika ada, apa saja kah itu? | Salah satu anggota keluar dari KUD sehingga mempengaruhi anggota yang lainnya |
| 9. | Bagaimana tim anda mengatasi masalah-masalah yang menjadi | memberikan pelayanan yang optimal dan selalu melindungi anggota dengan harga |

| | | |
|-----|--|--------------------------------|
| | ancaman tersebut? | yang tinggi dari pasaran lain. |
| 10. | Bagaimana rencana tim anda untuk menghadapi pesaing KUD lainnya? | selalu berkoordinasi |

Kode : Informan Kunci 3 (IK3)
 Nama Informan Kunci : Legal
 Subjek Penelitian : Tim Pemasaran KUD Bukit Manunggal
 Hari/Tanggal : Kamis, 23 Desember 2021
 Waktu : 14.30 WIB

| No. | Pertanyaan | Jawaban |
|-----|---|---|
| 1. | Apa saja program-program unggulan yang menjadi kekuatan utama dari KUD Bukit Manunggal? | Program kami penjualan TBS saja. |
| 2. | Bagaimana tim melaksanakan program tersebut? Apakah sudah cukup maksimal? | selama perjalanan program ini sudah cukup maksimal, apabila tidak sesuai atau merasa tidak nyaman kami memutuskan untuk pindah pabrik. |
| 3. | Bagaimana anda mengantisipasi kendala-kendala program yang ada? | Dengan cara mencari pabrik lain di sekitar wilayah muaro jambi dan batanghari. Biasanya kendalanya apa ? biasanya buah banyak, terjadi buah busuk, akhirnya pabrik tidak mau menerima karena buah busuk. Tapi ini pernah terjadi di beberapa tahun lalu, kalau sekarang tidak pernah terjadi seperti itu lagi. Apakah ada kendala yang lain ? kendala yang lain untuk saat ini adalah hujan terus menerus membuat jalan produksi menjadi rusak dan mobil produksi tidak bisa lewat akhirnya jadwal panen diundur. Misalnya sawit sudah dipanen, hujan, jalan rusak, mobil tidak bisa lewat, bagaimana? Ya menunda pengantaran TBS ke pabrik, besoknya baru bisa mengantar ke pabrik. Jika diundur ada kerugian tidak ? ada. Buah susut biasanya berapa ? biasanya 2 kintal, dan kesusutan di tanggung petani bukan KUD. |
| 4. | Menurut anda, apa kelemahan yang dimiliki oleh tim pemasaran saat ini? | Akses jalan yang buruk, ditambah lokasi kita yang jauh di ujung. |
| 5. | Apakah sudah ada langkah yang direncanakan untuk mengatasi kelemahan tersebut? Jika sudah bagaimana rencananya? | program sekarang di beberapa titik jalan produksi yang rusak sudah di perbaiki dengan cara di cor, tetapi belum semuanya. |

| | | |
|-----|---|---|
| 6. | Menurut anda, apa saja peluang yang dapat dimanfaatkan oleh tim pemasaran dalam perkembangan KUD Bukit Manunggal di masa depan? | Bisa dengan cara membuka RAM di bawah naungan KUD untuk menambah pendapatan. Dengan cara desa lain menjual TBS nya ke RAM yang dinaungi oleh KUD. Seandainya peluang ini terjadi apakah boleh dan mau desa lain menjual TBS nya ke RAM ini? Ya boleh saja, dan desa lain pasti juga mau menjual TBS nya ke RAM ini. |
| 7. | Bagaimana tim memanfaatkan peluang yang ada tersebut, apakah sudah ada rencana? | Untuk saat ini belum bisa memanfaatkan peluang tersebut dikarenakan SDM nya belum ada. Tapi kalau rencana ada, namun belum yakin akan terlaksana. Kenapa ? ya karena SDM belum terpenuhi dan lokasi KUD berada di desa paling ujung sehingga kurang strategis untuk membuat usaha tersebut. |
| 8. | Apakah ada potensi masalah yang dapat mengancam perkembangan KUD? Jika ada, apa saja kah itu? | Pengurus tidak amanah dalam pekerjaannya sehingga membuat anggota tidak percaya lagi dengan pengurus. |
| 9. | Bagaimana tim anda mengatasi masalah-masalah yang menjadi ancaman tersebut? | Rapat anggota, sehingga menghasilkan kepengurusan yang baru, dengan cara votting melalui suara terbanyak dari anggota, dan yang boleh memilih hanya anggota |
| 10. | Bagaimana rencana tim anda untuk menghadapi pesaing KUD lainnya? | selalu komitmen |

Kode : Informan Pendamping 1 (IP1)
 Nama Informan Pendamping : Rahmad
 Subjek Penelitian : Pengurus KUD
 Hari/Tanggal : Jumat, 24 Desember 2021
 Waktu : 10.30 WIB

| No. | Pertanyaan | Jawaban |
|-----|---|--|
| 1. | Apa saja program-program unggulan yang menjadi kekuatan utama dari KUD Bukit Manunggal? | Program berfokus pada penjualan TBS, tidak ada yang lain. |
| 2. | Bagaimana tim melaksanakan program tersebut? Apakah sudah cukup maksimal? | Pengurus melakukan kerja sama dengan pabrik sawit yang mau dan bisa menerima TBS. |
| 3. | Bagaimana anda mengantisipasi kendala-kendala program yang ada? | Mencari pabrik lain jika seandainya ada yang tidak menerima TBS kita. |
| 4. | Menurut anda, apa kelemahan yang dimiliki oleh tim pemasaran saat ini? | Mungkin ini sih, lokasi kita kurang strategis, ada di ujung desa. Akses jalan rusak juga. |
| 5. | Apakah sudah ada langkah yang direncanakan untuk mengatasi kelemahan tersebut? Jika sudah bagaimana rencananya? | beberapa titik jalan produksi yang rusak sudah di perbaiki dengan cara di cor, tetapi belum semuanya sih. |
| 6. | Menurut anda, apa saja peluang yang dapat dimanfaatkan oleh tim pemasaran dalam perkembangan KUD Bukit Manunggal di masa depan? | Membuat RAM KUD untuk memperluas cakupan. |
| 7. | Bagaimana tim memanfaatkan peluang yang ada tersebut, apakah sudah ada rencana? | SDM belum terpenuhi dan lokasi KUD berada di desa paling ujung sehingga kurang strategis untuk membuat usaha tersebut, cuman sudah direncanakan hanya belum dilaksanakan saja. |
| 8. | Apakah ada potensi masalah yang dapat mengancam perkembangan KUD? Jika ada, apa saja kah itu? | Kalau ada salah satu anggota keluar dari KUD kan berpengaruh sama yang lain. |
| 9. | Bagaimana tim anda mengatasi masalah-masalah yang menjadi ancaman tersebut? | memberikan pelayanan yang optimal dan terbaik. |

| | | |
|-----|--|---|
| 10. | Bagaimana rencana tim anda untuk menghadapi pesaing KUD lainnya? | selalu berkoordinasi dengan anggota KUD |
|-----|--|---|

Kode : Informan Pendamping 2 (IP2)
 Nama Informan Pendamping : Raswin Purwanto
 Subjek Penelitian : Pengurus KUD
 Hari/Tanggal : Jumat, 24 Desember 2021
 Waktu : 11.30 WIB

| No. | Pertanyaan | Jawaban |
|-----|---|---|
| 1. | Apa saja program-program unggulan yang menjadi kekuatan utama dari KUD Bukit Manunggal? | Program berfokus pada penjualan TBS, cuman itu. |
| 2. | Bagaimana tim melaksanakan program tersebut? Apakah sudah cukup maksimal? | selama perjalanan program ini sudah cukup maksimal rasanya. |
| 3. | Bagaimana anda mengantisipasi kendala-kendala program yang ada? | Kalau masalah TBS ditolak, biasanya kita cari pabrik lain yang dekat. |
| 4. | Menurut anda, apa kelemahan yang dimiliki oleh tim pemasaran saat ini? | Lokasi kita kurang mantap, jauh di ujung. Tambah lagi strategi pemasaran kita belum ada. |
| 5. | Apakah sudah ada langkah yang direncanakan untuk mengatasi kelemahan tersebut? Jika sudah bagaimana rencananya? | Jalan sudah ada yang dicor, walaupun belum semua, karena dana belum cukup. |
| 6. | Menurut anda, apa saja peluang yang dapat dimanfaatkan oleh tim pemasaran dalam perkembangan KUD Bukit Manunggal di masa depan? | Bisa dengan cara membuka RAM di bawah naungan KUD untuk menambah pendapatan. |
| 7. | Bagaimana tim memanfaatkan peluang yang ada tersebut, apakah sudah ada rencana? | Untuk saat ini belum bisa memanfaatkan peluang tersebut dikarenakan SDM nya belum ada. Tapi kalau rencana ada, namun belum yakin akan terlaksana. |
| 8. | Apakah ada potensi masalah yang dapat mengancam perkembangan KUD? Jika ada, apa saja kah itu? | Pengurus tidak amanah dalam pekerjaannya sehingga membuat anggota tidak percaya lagi dengan pengurus. Kan ini bahaya buat KUD. |
| 9. | Bagaimana tim anda mengatasi masalah-masalah yang menjadi ancaman tersebut? | Rapat anggota rutin, untuk memantau sekaligus memastikan kondisi KUD. |

| | | |
|-----|--|---|
| 10. | Bagaimana rencana tim anda untuk menghadapi pesaing KUD lainnya? | selalu komitmen pada anggota biar nggak pada kabur ke KUD lain. |
|-----|--|---|

**HASIL CODING DARI WAWANCARA
DENGAN INFORMAN KUNCI**

| Kode Informan Kunci | Persamaan | Perbedaan |
|--|---|------------------|
| 1. Apa saja program-program unggulan yang menjadi kekuatan utama dari KUD Bukit Manunggal? | | |
| IK1 | Hanya penjualan TBS kelapa sawit | |
| IK2 | Kami berfokus pada penjualan TBS, tidak ada yang lain. Kenapa hanya TBS kelapa sawit? karena itu sudah menjadi sumber ekonomi utama petani di Desa Bukit Mas. | |
| IK3 | Program kami penjualan TBS saja. | |
| IP1 | Program berfokus pada penjualan TBS, tidak ada yang lain. | |
| IP2 | Program berfokus pada penjualan TBS, cuman itu. | |
| 2. Apa saja program-program unggulan yang menjadi kekuatan utama dari KUD Bukit Manunggal? | | |
| IK1 | Anggota sudah menyerahkan sepenuhnya kepada pengurus KUD untuk menjual TBS ke pabrik | |
| IK2 | Pengurus melakukan kerja sama dengan pabrik sawit yang mau dan bisa menerima TBS kami dengan catatan saling menguntungkan dengan harga yang telah disepakati dua belah pihak. | |
| IK3 | selama perjalanan program ini sudah cukup maksimal, apabila tidak sesuai atau merasa tidak nyaman kami | |

| | | |
|--|---|--|
| | memutuskan untuk pindah pabrik. | |
| IP1 | Pengurus melakukan kerja sama dengan pabrik sawit yang mau dan bisa menerima TBS. | |
| IP2 | selama perjalanan program ini sudah cukup maksimal rasanya. | |
| 3. Bagaimana anda mengantisipasi kendala-kendala program yang ada? | | |
| IK1 | Dengan cara mencari pabrik lain di sekitar wilayah muaro jambi dan batanghari. | |
| IK2 | Mencari pabrik lain jika seandainya ada yang tidak menerima TBS kami | |
| IK3 | Dengan cara mencari pabrik lain di sekitar wilayah muaro jambi dan batanghari. Biasanya kendalanya apa ? biasanya buah banyak, terjadi buah busuk, akhirnya pabrik tidak mau menerima karena buah busuk. Tapi ini pernah terjadi di beberapa tahun lalu, kalau sekarang tidak pernah terjadi seperti itu lagi. Apakah ada kendala yang lain ? kendala yang lain untuk saat ini adalah hujan terus menerus membuat jalan produksi menjadi rusak dan mobil produksi tidak bisa lewat akhirnya jadwal panen diundur. Misalnya sawit sudah dipanen, hujan, jalan rusak, mobil tidak bisa lewat, bagaimana? Ya menunda pengantaran TBS ke pabrik, besoknya | |

| | | |
|--|---|--|
| | baru bisa mengantar ke pabrik. Jika diundur ada kerugian tidak ? ada. Buah susut biasanya berapa ? biasanya 2 kintal, dan kesusutan di tanggung petani bukan KUD. | |
| IP1 | Mencari pabrik lain jika seandainya ada yang tidak menerima TBS kita. | |
| IP2 | Kalau masalah TBS ditolak, biasanya kita cari pabrik lain yang dekat. | |
| 4. Menurut anda, apa kelemahan yang dimiliki oleh tim pemasaran saat ini? | | |
| IK1 | Belum ada strategi pemasaran dan jalan rusak karena cuaca yang tidak menentu. | |
| IK2 | Mungkin jalan yang rusak dan cuaca yang terkadang nggak pasti | |
| IK3 | Akses jalan buruk, ditambah lokasi kita yang jauh di ujung. | |
| IP1 | Lokasi kurang strategis, ada di ujung desa, dan akses jalan rusak juga. | |
| IP2 | Lokasi yang jauh di ujung dan belum ada strategi pemasaran | |
| 5. Apakah sudah ada langkah yang direncanakan untuk mengatasi kelemahan tersebut? Jika sudah bagaimana rencananya? | | |
| IK1 | untuk mengatasi kelemahan tersebut kami tim KUD sudah melakukan perbaikan jalan produksi setiap tahunnya, tetapi karena cuaca yang tidak menentu akhirnya jalan produksi selalu mengalami kerusakan | |
| IK2 | program sekarang di beberapa titik jalan produksi yang rusak | |

| | | |
|--|---|--|
| | sudah di perbaiki dengan cara di cor, tetapi belum semuanya. | |
| IK3 | program sekarang di beberapa titik jalan produksi yang rusak sudah di perbaiki dengan cara di cor, tetapi belum semuanya. | |
| IP1 | beberapa titik jalan produksi yang rusak sudah di perbaiki dengan cara di cor, tetapi belum semuanya sih. | |
| IP2 | Jalan sudah ada yang dicor, walaupun belum semua, karena dana belum cukup. | |
| 6. Menurut anda, apa saja peluang yang dapat dimanfaatkan oleh tim pemasaran dalam perkembangan KUD Bukit Manunggal di masa depan? | | |
| IK1 | Bisa dengan cara membuka RAM di bawah naungan KUD untuk menambah pendapatan. | |
| IK2 | Dengan cara desa lain menjual TBS nya ke RAM yang dinaungi oleh KUD. | |
| IK3 | Bisa dengan cara membuka RAM di bawah naungan KUD untuk menambah pendapatan. Dengan cara desa lain menjual TBS nya ke RAM yang dinaungi oleh KUD. Seandainya peluang ini terjadi apakah boleh dan mau desa lain menjual TBS nya ke RAM ini? Ya boleh saja, dan desa lain pasti juga mau menjual TBS nya ke RAM ini. | |
| IP1 | Membuat RAM KUD untuk memperluas cakupan. | |

| | | |
|--|---|--|
| IP2 | Bisa dengan cara membuka RAM di bawah naungan KUD untuk menambah pendapatan. Karena tidak semua desa punya KUD. | |
| 7. Menurut anda, apa saja peluang yang dapat dimanfaatkan oleh tim pemasaran dalam perkembangan KUD Bukit Manunggal di masa depan? | | |
| IK1 | Untuk saat ini belum bisa memanfaatkan peluang tersebut dikarenakan SDM nya belum ada | |
| IK2 | kalau rencana ada, namun belum yakin akan terlaksana. Kenapa ? ya karena SDM belum terpenuhi dan lokasi KUD berada di desa paling ujung sehingga kurang strategis untuk membuat usaha tersebut. | |
| IK3 | Untuk saat ini belum bisa memanfaatkan peluang tersebut dikarenakan SDM nya belum ada. Tapi kalau rencana ada, namun belum yakin akan terlaksana. Kenapa ? ya karena SDM belum terpenuhi dan lokasi KUD berada di desa paling ujung sehingga kurang strategis untuk membuat usaha tersebut. | |
| IP1 | SDM belum terpenuhi dan lokasi KUD berada di desa paling ujung sehingga kurang strategis untuk membuat usaha tersebut, cuman sudah direncanakan hanya belum dilaksanakan saja. | |
| IP2 | Untuk saat ini belum bisa memanfaatkan peluang tersebut dikarenakan SDM nya belum ada. | |

| | | |
|--|--|--|
| | Tapi kalau rencana ada, namun belum yakin akan terlaksana. | |
| 8. Apakah ada potensi masalah yang dapat mengancam perkembangan KUD? Jika ada, apa saja kah itu? | | |
| IK1 | Ada ,Dengan banyak pabrik. Kenapa? karena dengan banyaknya pabrik pemasaran TBS semakin mudah sehingga petani menjual TBS ke pabrik sendiri tanpa kerjasama lagi dengan KUD. Sekarang sudah banyak terjadi di desa lain, tetapi belum terjadi di desa bukit mas ini. | |
| IK2 | Salah satu anggota keluar dari KUD sehingga mempengaruhi anggota yang lainnya | |
| IK3 | Pengurus tidak amanah dalam pekerjaannya sehingga membuat anggota tidak percaya lagi dengan pengurus. | |
| IP1 | Kalau ada salah satu anggota keluar dari KUD kan berpengaruh sama yang lain. | |
| IP2 | Pengurus tidak amanah dalam pekerjaannya sehingga membuat anggota tidak percaya lagi dengan pengurus. Kan ini bahaya buat KUD. | |
| 9. Bagaimana tim anda mengatasi masalah-masalah yang menjadi ancaman tersebut? | | |
| IK1 | Selalu koordinasi dengan anggota kelompok tani. | |
| IK2 | memberikan pelayanan yang optimal dan selalu melindungi anggota dengan harga yang tinggi dari pasaran lain. | |

| | | |
|--|---|--|
| IK3 | Rapat anggota, sehingga menghasilkan kepengurusan yang baru, dengan cara votting melalui suara terbanyak dari anggota, dan yang boleh memilih hanya anggota | |
| IP1 | memberikan pelayanan yang optimal dan terbaik. | |
| IP2 | Rapat anggota rutin, untuk memantau sekaligus memastikan kondisi KUD. | |
| 10. Bagaimana rencana tim anda untuk menghadapi pesaing KUD lainnya? | | |
| IK1 | selalu bekerja sama dengan kelompok tani dan anggota yang ada,selalu berkoordinasi, selalu komitmen, selalu musyawarah. | |
| IK2 | selalu berkoordinasi | |
| IK3 | selalu komitmen | |
| IP1 | selalu berkoordinasi dengan anggota KUD | |
| IP2 | selalu komitmen pada anggota biar nggak pada kabur ke KUD lain. | |

DOKUMENTASI



Gambar 6

Foto Bersama Pengurus KUD Bukit Manunggal



Gambar 7

Wawancara Bersama Ketua KUD Bukit Manunggal (IP 1)



Gambar 8

Wawancara Bersama Bendahara KUD Bukit Manunggal (IP 2)



Gambar 9

Wawancara Bersama Tim Divisi Pemasaran (IK 1&2)



Gambar 10

Foto Bersama Tim Divisi Pemasaran & Supir



Gambar 11
Dokumentasi Mobil Yang Akan Mengantarkan
TBS ke Pabrik



Gambar 12
Tandan Buah Segar (TBS)



Gambar 13
TBS Sedang di Timbang Untuk Siap di
Antarkan ke Pabrik

RIWAYAT HIDUP



Sri Rezeki adalah nama penulis skripsi ini. Lahir pada tanggal 15 Oktober 1999, di Sungai Bahar Provinsi Jambi. Penulis merupakan Anak ke 3 dari 3 bersaudara, dari pasangan Raswin Purwanto dan Partiah. Penulis pertama kali masuk pendidikan di SD Negeri 206/IX Bukit Mas pada tahun 2005 dan tamat tahun 2011, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 13 Muaro Jambi dan tamat pada tahun 2014. Setelah tamat dari SMP penulis melanjutkan pendidikan ke SMA Negeri 4 Muaro Jambi dan tamat pada tahun 2017. Dan pada tahun 2018 penulis terdaftar sebagai Mahasiswa di Universitas Batanghari Jambi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Program Studi Pendidikan Ekonomi dan tamat pada tahun 2022.

Dengan ketekunan, motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha. Penulis telah berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan. Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“Evaluasi Kinerja KUD Bukit Manunggal Pada Bagian Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Di Kecamatan Sungai Bahar”**.