

PETUNJUK PELAKSANAAN PEMASARAN TERPADU

I. PENDAHULUAN

Koperasi di Indonesia, keberadaannya sungguh sangat dibutuhkan oleh banyak lapisan masyarakat sebagai sarana dalam melakukan kegiatan usahanya. Dalam perkembangan sistem perekonomian dewasa ini, harus diakui bahwa sistem koperasi sebagai salah satu sistem ekonomi pada umumnya masih jauh tertinggal dengan sistem ekonomi lainnya seperti BUMN dan Swasta.

Untuk mengembangkan koperasi secara keseluruhan, sangatlah relevan jika kerjasama usaha antar koperasi-koperasi menjadi titik tolaknya agar koperasi mampu bersaing dalam usaha yang semakin ketat persaingannya dalam memperoleh pasar. Untuk itu koperasi harus mampu melakukan penyesuaian dan perbaikan dalam batang tubuh organisasinya agar sejalan dengan perubahan dan perkembangan zaman.

Sementara itu, pemerintah juga berkewajiban menciptakan iklim dan kondisi yang mendorong pertumbuhan dan pemasyarakatan koperasi, membimbing, memberi kemudahan dan perlindungan termasuk didalamnya membina kerjasama antar koperasi dengan BUMN dan BUMS yang saling menguntungkan.

Melihat kondisi tersebut, kembali Jaringan Usaha Koperasi sebagai Infrastruktur Dewan Koperasi Indonesia mencoba berperan serta dalam usaha menempatkan koperasi sejajar dengan pelaku ekonomi lainnya dengan menyediakan sarana berupa Petunjuk Pelaksana Pemasaran Terpadu bagi Koperasi.

Latar Belakang

Sesuai dengan pasal 33 ayat 1 UUD 1945, koperasi diharapkan dapat menjadi sokoguru perekonomian nasional, yang merupakan bagian dari pembangunan bidang ekonomi yang mandiri dan handal sebagai usaha bersama berdasarkan azas kekeluargaan.

Namun koperasi yang dirancang sebagai ujung tombak perekonomian nasional masih dianggap lemah dan ternyata belum mampu mengantisipasi perubahan yang terjadi dalam tatanan ekonomi nasional yang semakin terbuka dan sangat dipengaruhi oleh perkembangan ekonomi global, yang antara lain disebabkan oleh keadaan koperasi sebagai badan usaha masih jauh tertinggal dari pelaku ekonomi lain dan juga karena kecilnya akses koperasi kepada sistem pasar yang ada.

Kelemahan koperasi sebagai gerakan ekonomi terletak pada : (1) lemahnya manajemen; (2) lemahnya permodalan; (3) lemahnya teknologi penanganan usaha. Umumnya usaha koperasi tidak efisien dan tidak bekerja pada titik pulang pokoknya (break even point) yang merupakan prasyarat bagi setiap badan usaha untuk bermanfaat bagi masyarakat. Kelemahan ini secara konseptual perlu diatasi.

Sementara sejarah perekonomian berbagai bangsa menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi masyarakat dimulai dari penguasaan pasar. Dengan terbentuknya pasar, perdagangan semakin meningkat dan industri semakin maju.

Untuk memperkuat dan mengembangkan koperasi secara keseluruhan, kerjasama usaha antar koperasi menjadi sangat penting, karena itu kerjasama yang tepat diharapkan akan mampu memberikan efek sinergi. Salah satu bentuk kerjasama usaha antar koperasi tersebut adalah kegiatan pemasaran bersama yang sampai saat ini masih merupakan kelemahan koperasi. Pemasaran kegiatan sukar dilaksanakan karena memerlukan dana yang sangat besar bagi

pengelolaannya dan juga organisasi yang rapi yang didukung oleh para professional.

Seperti telah disebutkan sebelumnya bahwa perubahan yang sedemikian cepat dalam era globalisasi ini akan mempengaruhi juga perkembangan masyarakat Indonesia. Dengan pemanfaatan, pengembangan dan penguasaan informasi secara tepat, cepat dan cermat serta bertanggung jawab akan membantu terwujudnya masyarakat yang maju, mandiri dan sejahtera yang tentunya didukung oleh sumber daya manusia yang handal untuk dapat menangani penguasaan informasi tersebut. Untuk itu sistem informasi database koperasi informasi Jaringan Usaha Koperasi (JUK-DEKOPIN), diarahkan untuk tersedianya informasi yang berkualitas, tepat waktu, terciptanya jaringan informasi yang terpadu, dan berkembangnya industry teknologi informasi dalam negeri yang mantap.

Sejalan dengan hal tersebut diatas, strategi yang ditempuh dalam pengembangan informasi koperasi dan pengusaha kecil antara lain: meningkatkan kemampuan organisasi dan manajemen, meningkatkan sumber daya manusia, meningkatkan akses pasar, dan penguasaan teknologi, meningkatkan kemitraan dan keterkaitan usaha.

Demikian juga dalam REPELITA VI sector koperasi (Bab 13) terdapat program pengembangan informasi perkoperasian sebagai program penunjang yang bertujuan untuk menyempurnakan dan mengembangkan sistem informasi yang dibutuhkan koperasi berupa jaringan informasi kelembagaan dan usaha yang antara lain meliputi informasi tentang produksi, informasi pemasaran dalam negeri maupun ekspor, informasi permodalan, serta informasi untuk mendukung terjalinnya kerjasama, keterkaitan dan kemitraan usaha.

Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Tujuan dari disusunnya Petunjuk Pelaksanaan Pemasaran Terpadu ini agar menjadi panduan bagi koperasi-koperasi dalam melakukan pemasaran bersama bagi hasil produksinya dalam bentuk komoditi maupun jasa baik secara regional maupun nasional, sehingga akan memantapkan, menyetatkan dan mempertanggung Kemandirian koperasi.

2. Manfaat

Dengan ketangguhan koperasi tersebut dapat memberikan manfaat untuk membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota dan masyarakat sehingga koperasi mampu berperan aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan masyarakat.

Ruang Lingkup Kegiatan

Ruang lingkup kegiatan penyusunan petunjuk pelaksanaan ini meliputi aspek ekonomi dan organisasi penunjangnya.

Aspek ekonomi meliputi skala usaha, pendanaan, manajemen, teknologi serta sifat dan struktur pasar yang berpengaruh terhadap kerjasama usaha dalam hal pemasaran terpadu ini.

Aspek organisasi mencakup sumber daya manusia yang berpotensi, efektifitas pola keterkaitan antar koperasi dan antar koperasi dengan BUMN dan BUMS yang ada serta hubungannya dengan peningkatan usaha koperasi.

Kerangka Pemikiran

Pengertian Pemasaran Terpadu bagi koperasi ini kegiatan antara dua lembaga atau lebih melalui suatu keterikatan tertentu yang saling menguntungkan dalam memasarkan secara bersama hasil produksi anggota dan masyarakat untuk produk yang seragam, efisien dan berskala ekonomi besar. Salah satu atau lebih pihak yang bekerjasama tersebut berbadan hukum Koperasi.

Pada saat ini banyak koperasi statis dan tidak berkembang kegiatan usahanya. Sementara mereka mempunyai potensi komoditi unggulan untuk dikembangkan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya akses ke sumber informasi atau ketiadaan komunikasi dengan pihak-pihak yang berkepentingan, serta kurangnya akses ke pasar. Untuk itu adanya sistem informasi usaha dan jaringan kerjasama antar Koperasi sangat dibutuhkan.

Banyak produk Koperasi yang dapat dipasarkan, memerlukan pembatasan dalam menangani produk atau komoditi yang dapat dijadikan primadona dalam kegiatan pemasaran terpadu. Untuk itu perlu dilakukan inventarisasi potensi produksi Koperasi dan masyarakat disekelilingnya untuk dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pasar, dimana apabila dilakukan kerjasama, maka akan memberikan efek sinergi yang menguntungkan. Misalnya kerjasama anantara Koperasi Industri dan Kerajinan Rakyat dengan Koperasi Karyawan, atau antara Koperasi Unit Desa dan Koperasi Pegawai Negeri.

Di samping itu, kerjasama usaha anatar Koperasi yang sudah berjalanpun tidak berkembang dan berkesinambungan. Pada saat ini gerakan Koperasi belum memanfaatkan secara optimal dan mereka kurang agresif dalam hal mencari informasi.

II. POLA KERJASAMA USAHA KOPERASI

Pola kerjasama ini secara umum dapat ditinjau dari aspek kelembagaan, komoditas dan peranan Pemerintah dalam pengembangan kerjasama usaha Koperasi.

Ditinjau dari aspek kelembagaan, kerjasama usaha antar Koperasi pada umumnya berupa kerjasama antar Koperasi yang berbeda tingkatannya (sekunder dengan premier) atau kerjasama vertical dan antar Koperasi yang setingkat atau kerjasama horizontal. Sedangkan dari aspek komoditas, kerjasama biasanya dilaksanakan untuk menangani satu komoditas tertentu. Pengertian komoditas meliputi bentuk barang atau jasa.

Sementara itu, pemerintah pun tidak terlepas perannya dalam pembinaan kerjasama usaha Koperasi melalui kerjasama program dan non program yang tumbuh atas inisiatif sendiri. Demikian juga peranan Pemerintah lebih menonjol pada kerjasama Koperasi dengan BUMN.

Keberadaan Jaringan Usaha Koperasi sebagai infrastruktur Dewan Koperasi Indonesia yang memang dirancang untuk menjembatani Kegiatan Usaha Koperasi, perlu ditingkatkan lagi agar manfaatnya dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat Koperasi Indonesia. Dalam pelaksanaan kegiatannya, pembagian kerja JUK mengacu pada Hirarki Koperasi yang telah ada.

- a. Juk Daerah menyatukan kegiatan operasional, Koperasi primer yang ada di Kabupaten.
- b. Juk wilayah mengkoordinasikan dan merencanakan kegiatan operasional, bersama pusat Koperasi dan juk Daerah pada tingkat propinsi
- c. Juk pusat merancang program jangka panjang dan menyatukan kegiatan Induk Koperasi dan Juk Wilayah dalam program-program yang disetujui bersama.

Dalam rencana jangka panjang, JUK membagi kegiatannya dalam tiga tahap : (1) tahap Integrasi : (2) tahap konsolidasi : (3) tahap pematapan sistem Koperasi Indonesia. ketiga tahap ini merupakan kesatuan dan kegiatannya secara terus menerus dikembangkan sesuai dengan kebutuhan anggota Koperasi dan pengembangan kebutuhan masyarakat pada umumnya.

Pada tahap Integrasi dilakukan perdagangan antar Koperasi, perdagangan gerakan Koperasi dengan pelaku ekonomi lainnya di dalam negeri, dan perdagangan ekspor. Pembinaan jaringan Distribusi dalam negeri dengan menggabungkan seluruh sarana distribusi seperti warung, toko, waserda dan sebagainya kedalam sistem penanganan tata niaga terpadu merupakan bagian dari tahap integrasi ini. Adapun kegiatan yang dilakukan anatara lain :

- a. Pembelian bersama bagi pemenuhan kebutuhan anggota Koperasi dan masyarakat.
- b. Pemasaran bersama dengan menyalurkan hasil produksi anggota dan masyarakat yang diserahkan kepada JUK untuk menyalurkan ke pasar.

Tahap konsolidasi adalah tahap dimana kegiatan Koperasi telah terpola dalam : sub sistem produksi, distribusi (pemasaran), dan keuangan yang pada tahap integrasi telah membentuk peta ekonomi masyarakat.

Pengkonsolidasian kegiatan Koperasi dan masyarakat ke dalam tiga sub sistem tersebut akan memudahkan Koperasi merencanakan kegiatan yang sesuai dengan permintaan pasar serta dapat mengelola setiap sub sistem untuk menciptakan efisiensi yang lebih baik.

Pada tahap pematapan sistem, terjadi saling keterkaitan antara ke tiga sub sistem tersebut untuk membentuk sistem Koperasi Indonesia yang mapan.

III. PETUNJUK PELAKSANAAN PEMASARAN TERPADU

Salah satu kegiatan jaringan usaha Koperasi DEKOPIN pada phase pertama program pembangunan sistem ekonomi Koperasi Indonesia adalah pemasaran bersama. Kegiatan pemasaran sampai saat ini masih merupakan salah satu kelemahan Koperasi yang paling menonjol. pemasaran merupakan kegiatan yang selain memerlukan keahlian khusus, juga memerlukan dana yang sangat besar bagi keberhasilannya.

Perbedaan harga yang cukup besar dari setiap komoditi, terutama hasil pertanian, dari harga pokoknya, disebabkan oleh beberapa faktor sebagai berikut :

1. Besarnya biaya pemasaran,
2. Panjangnya jalur distribusi yang setiap titik perantara merupakan titik pendukung biaya.
3. Tingginya tingkat keuntungan setiap titik perantara.

Oleh karena itu, perlu dikembangkan sistem pemasaran terpadu untuk menekan biaya dan keuntungan saluran pemasaran. Hal ini perlu dilakukan dengan tujuan :

1. Menekan biaya pemasaran agar komoditi Koperasi dapat bersaing dengan produk pelaku ekonomi lainnya,
2. Menakkan skala ekonomi gerakan Koperasi,
3. Memperbesar putaran dan volume penjualan Koperasi,
4. Memperpendek jalur distribusi Kopersi,
5. Meningkatkan penghasilan anggota.

Dalam upaya pencapaian tujuan tersebut, ada beberapa kegiatan yang harus dilakukan sebagai persiapan, seperti:

1. Penataan kualitas produksi yang terstandar dan sesuai dengan kebutuhan serta permintaan pasar.

2. Perencanaan proses produksi supaya dapat diserahkan tepat pada waktunya, sesuai dengan trend kebutuhan pasar.
3. Penetapan biaya produksi maksimal untuk menentukan harga pokok penjualan bagi mempertahankan daya saing komoditi hasil produksi Koperasi dalam penetrasi pasar.
4. Menetapkan volume produksi bagi menentukan skala ekonomi dan efisiensi penanganan pemasaran.
5. Untuk mendukung seluruh kegiatan tersebut, sangat dibutuhkan kemampuan sumber daya manusianya. Dalam hal ini diperlukan pelatihan yang seragam, bekerjasama dengan berbagai Departemen Teknis Pemerintah.

Langkah-langkah dalam pelaksanaan pemasaran terpadu

Sebagai dasar untuk melaksanakan kegiatan pemasaran bersama, tindakan awal adalah melakukan inventarisasi potensi produksi Koperasi dan masyarakat daerah untuk dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pasar.

Potensi ini harus menggambarkan keadaan sebagai berikut:

- a. Jenis komoditi potensial di daerah
- b. Kualitas dari setiap komoditi tersebut.
- c. Rencana penyerahan (panen) komoditi.
- d. Kapasitas produksi per tahun/per masa panen.
- e. Potensi pengembangan lanjut komoditi.

Dari seluruh komoditi yang telah diinventarisir, perlu dilakukan pembatasan atas komoditi yang akan di tangani secara terpadu.

Keragaman komoditi akan menyulitkan bagi koperasi untuk penanganan dalam skala ekonomi yang menguntungkan. Sebaiknya dipilih komoditi atau produk yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan sesuai dengan kondisi daerah setempat.

Langkah selanjutnya adalah meningkatkan mutu produksi anggota. Hal yang sering terjadi adalah tuntutan pembatalan dan ganti rugi (claim) atas mutu produk yang tidak sesuai dengan yang ditawarkan.

Untuk mengontrol mutu produk anggota, agar Koperasi tidak dirugikan karena salah satu anggota, JUK telah menyusun satu sistem yang diharapkan dapat mengurangi kerugian yang ditanggung oleh Koperasi. Dalam sistem ini, anggota melakukan pengukuran sendiri (grading) terhadap produknya dan mencantumkan nomor anggota pada kemasan yang telah disiapkan. Hal ini untuk mengantisipasi jika terjadi claim dari konsumen, dapat diketahui siapa yang bertanggung jawab dengan tidak mempengaruhi anggota lainnya.

Penomoran anggota ini telah direka dengan sistem digital dengan tiga belas digit sebagai berikut:

- 00 nomor propinsi di mana Koperasi berada;
- 00 nomor kabupaten di mana Koperasi berada ;
- 00 nomor jajaran organisasi induk Koperasi;
- 0000 nomor keanggotaan dalam Koperasi primer.

Dengan pola ini, maka setiap transaksi dapat diawasi serta hak dan kewajiban anggota di jaga dan dipertahankan dengan baik. Jika Koperasi telah mampu mengontrol mutu produksinya, langkah selanjutnya adalah mencapai gunggungan hasil produksi yang dapat dipasarkan dan menjaga kesinambungan pasokan. Kondisi tersebut dapat menekan biaya pemasaran yang mahal serta menciptakan efektifitas yang lebih tinggi.

Selanjutnya adalah adanya penanganan yang disepakati bersama dan mempunyai prospek jangka panjang. Untuk itu seyogyanya dikelola bersama mulai dari proses produksi dan budidaya, panen grading dan pengepakan serta pengiriman ke pasar.

Peran JUK dalam pelaksanaan pemasaran terpadu

Jaringan usaha Koperasi yang memang diciptakan untuk menjembatani kegiatan kerjasama usaha dalam dunia Perkoperasian mencoba untuk berperan aktif dalam upaya pemasaran terpadu ini.

Untuk itu, tugas dari JUK Daerah menginventaris produksi apa saja yang dapat disalurkan oleh Koperasi primer untuk dipasarkan melalui JUK. Dalam hal ini, produk yang ingin disalurkan tersebut, diharapkan sudah melewati langkah-langkah yang telah dijabarkan sebelumnya. JUK Daerah juga berkewajiban melakukan antisipasi atas komoditi yang telah ditangani dan mempunyai tata niaga yang telah mapan. Hal ini perlu diketahui agar tidak terjadi duplikasi yang mahal.

JUK wilayah berdasarkan pertimbangan skala ekonomi yang lebih besar dapat mengkoordinasikan produksi beberapa daerah untuk membentuk spesialisasi wilayah bagi penetrasi pasar dan penciptaan keunggulan komparatif dalam jangka panjang. Hal ini dimungkinkan dengan cara menggabungkan potensi produksi yang sama dari berbagai daerah dan menghembangkan komoditi tersebut bekerjasama dengan Pemerintah Daerah.

Sementara JUK pusat sendiri dapat menyiapkan paket pembinaan bagi Koperasi-Koperasi dalam meningkatkan kegiatan pemasaran dan strategi mencari peluang pasar ekspor.

Fasilitas pendukung yang diperlukan :

1. Grading center, pusat pengukur mutu bagi berbagai jenis produksi anggota sangat diperlukan bagi menjamin penetrasi pasar.
2. Gudang dan tempat pengepakan.
3. Berbagai fasilitas lain yang berbeda bagi setiap daerah karena perbedaan komoditi yang ditangani.

IV. PELATIHAN PENDUKUNG OPERASIONAL

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penentu dalam setiap usaha. Dalam dunia Koperasi hal ini menjadi masalah besar yang harus dihasapi dan dicari jalan keluarnya. Diperlukan keterampilan khusus dan biaya yang relatif mahal untuk penanganan kegiatan pemasaran ini.

Dalam sistem JUK ada tiga jenis kebutuhan tenaga terampil bagi pendukung kegiatan, yaitu :

1. Tenaga terampil bidang penjualan dan pemasaran.
2. Tenaga terampil bidang hubungan dengan instansi lain, pejabat, dan Departemen Teknis Pemerintah.
3. Tenaga terampil bidang adminitrasi dan keuangan agar terjaga pembayaran yang adil dan cepat, guna meningkatkan kehidupan anggota.

Demi mendukung kegiatan pemasaran ini diperlukan pelatihan bagi anggota Koperasi sebagai produsen. Pelatihan itu bertujuan:

- a. Menyamakan standar komoditi hasil produksi agar sesuai dengan keinginan pasar,
- b. Merencanakan jumlah produksi yang harus dihasilkan dari waktu ke waktu untuk memproleh hasil maksimal bagi mempertahankan posisi Koperasi dipasar,
- e. Merncanakan masa penyerahan dan masa panen komoditi yang telah disetujui oleh pasar untuk di pasok oleh Koperasi.

Pelatihan teknis diatas dapat dilakukan bekerjasama dengan Departemen teknis yang berkaitan seperti Departemen Pertanian untuk budi daya komoditi pertanian, Departemen perundistran dan perdagangan untuk usaha kecil dan pemasaran komoditi spesifk daerah, perbankan Nasional untuk administrasi dan transaksi melalui sistem bank.

Pelatihan ini penting dalam menyamakan standar kegiatan dan produksi setiap anggota Koperasi, dan memberikan bekal bagi setiap anggota untuk bertanggungjawab atas hasil usahanya pada sistem ini, dengan dibantu oleh Koperasi yang dibentuknya bagi meningkatkan taraf kehidupannya.

V. PENUTUP

Petunjuk pelaksanaan pemasaran terpadu ini disusun sebagai panduan dasar yang dalam penerapannya disesuaikan dengan potensi dan kondisi wilayah daerah masing-masing.

Pelatihan ini penting dalam menyamakan standar kegiatan dan produksi setiap anggota Koperasi, dan memberikan bekal bagi setiap anggota untuk bertanggungjawab atas hasil usahanya pada sistem ini, dengan dibantu oleh Koperasi yang dibentuknya bagi meningkatkan taraf kehidupannya.

V. PENUTUP

Petunjuk pelaksanaan pemasaran terpadu ini disusun sebagai panduan dasar yang dalam penerapannya disesuaikan dengan potensi dan kondisi wilayah daerah masing-masing.