

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Suatu lembaga, perusahaan maupun organisasi harus memahami dan memiliki strategi agar bisa menghadapi situasi atau tantangan ataupun kesulitan yang akan terjadi di kemudian hari. Pembentukan strategi ini biasanya menjadi tanggung seorang pemimpin dari perusahaan atau lembaga sebagai pembuat keputusan. Namun dalam pembentukan strategi ini bukan hanya tanggung jawab dari seorang pemimpin saja tetapi merupakan tanggung jawab dari seluruh pihak yang terkait juga. Dalam perusahaan, lembaga ataupun organisasi apapun strategi selalu dinilai sangat penting dan tidak dapat diabaikan. Oleh karena itu, setiap perusahaan atau lembaga memiliki tujuannya masing-masing.

Dikutip dalam Jurnal Akuntansi dan Manajemen menurut Marrus strategi mendefinisikan bahwa:

“Suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.” (Nasir, 2019)

Maka secara umum strategi diartikan sebagai suatu rencana yang disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Setiap perusahaan atau organisasi, khususnya jasa, bertujuan untuk memberikan pelayanan yang baik bagi anggota dan pelanggannya. Oleh karena itu, setiap strategi perusahaan atau organisasi harus berorientasi kepada pelanggan.

Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana akan dihadapkan dengan sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. (Rogers dalam Cangara, 2014: 64) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru.

Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton dalam Cangara membuat definisi dengan menyatakan:

“Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.” (Middleton dalam Cangara, 2014: 64)

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Sebaliknya, jika tidak ada strategi komunikasi yang baik, maka efek dari proses komunikasi mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Untuk menilai proses komunikasi dapat dipelajari dengan menggunakan model-model komunikasi. Sebagai bagian dari kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya, tinjauan model komunikasi digunakan untuk menilai keberhasilan dari proses komunikasi. Beberapa ahli memberikan definisi dari strategi komunikasi yang sampai saat ini terus mengalami perkembangan. Para ahli tersebut di antaranya Onong Uchjana Effendy.

Dalam Buku Strategi Komunikasi, Onong Uchjana Effendy dikutip oleh Edi Suryadi menyatakan:

“....strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen (communication management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi.” (Onong Uchjana Effendy dalam Suryadi, 2018: 5)

Dalam konteks formal dan terencana secara kelembagaan, terdapat banyak makna dari peng-implementasi-an sebuah program strategi komunikasi yang dapat dilihat dan dimanfaatkan bahkan dijadikan contoh bagi pihak lain. Kemudian pihak lain merasa sesuai dan dapat mengadaptasikannya dengan baik dalam lingkungan manajemen dan organisasi, suasana serta pendekatan kegiatan dan program kerja yang dimilikinya sehingga hasilnya sama, yaitu mampu mencapai tujuan. Dari kondisi ini, dapat menegaskan bahwa makna dari sebuah strategi komunikasi adalah luas untuk semua kajian aktivitas individu, kelompok, organisasi, yang memiliki arah, kegiatan, dan tujuan. Secara terbatas, strategi komunikasi dapat diibaratkan sebagai suatu kondisi kesesuaian antara harapan dan kenyataan dalam konteks komunikasi antarmanusia, lingkungan, media untuk mencapai tujuan hidupnya.

Pada umumnya orang menganggap koperasi sebagai organisasi sosial, yaitu dengan melakukan kegiatan ekonomi dengan tidak mencari keuntungan. Ada juga orang yang mengatakan bahwa koperasi hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan anggotanya saja, dan yang lebih parahnya lagi mereka mengatakan bahwa koperasi itu hanya memakmurkan pengurusnya saja. Anggapan ini merupakan pemikiran yang keliru. Karena sebenarnya koperasi adalah bentuk

kegiatan usaha yang paling ideal di mana anggotanya, juga bertindak sebagai produsen, sebagai konsumen, dan sekaligus sebagai pemilik.

Pengertian Koperasi berasal dari bahasa Inggris *co-operation* yang berarti usaha bersama. Dengan kata lain berarti segala pekerjaan yang dilakukan secara bersama-sama sebenarnya dapat disebut sebagai koperasi. Namun demikian yang di maksud dengan Koperasi di sini adalah suatu bentuk peraturan dan tujuan tertentu pula, perusahaan yang didirikan oleh orang-orang tertentu, untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu, berdasarkan definisi koperasi:

Muhammad Hatta dikutip dalam Buku *Ekonomi Koperasi Karya Subandi*:

“Koperasi didirikan sebagai persekutuan kaum lemah untuk membela kebutuhan hidup. Mencapai keperluan hidup dengan ongkos yang semurah-murahnya, itulah yang dituju. Pada koperasi didahulukan keperluan bersama, bukan keuntungan.” (Muhammad Hatta dalam Subandi, 2009: 18)

Lalu ada juga definisi menurut ILO yang dikutip didalam buku yang sama yaitu buku *Ekonomi Koperasi Karya Subandi*, Koperasi ialah:

“suatu kumpulan orang, biasanya yang memiliki kemampuan ekonomi terbatas, yang melalui suatu bentuk organisasi perusahaan yang diawasi secara demokratis, masing-masing memberikan sumbangan yang setara terhadap modal yang diperlukan, dan bersedia menanggung resiko serta menerima imbalan yang sesuai dengan usaha yang mereka lakukan.” (ILO dalam Subandi, 2009: 18–19)

Tujuan koperasi sebagaimana dikemukakan dalam pasal 3 UU No. 25/1992 adalah sebagai berikut: "Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945."

Kehadiran KSP di masyarakat baik di lingkungan pedesaan maupun perkotaan sebagai salah satu alternatif jasa keuangan semakin dirasakan manfaatnya. Masyarakat dapat dengan mudah menjadi anggota, menyimpan uangnya dan mencari sumber pendanaan untuk meningkatkan ekonomi rumah tangga serta untuk mengembangkan usaha. Peneliti sejak dahulu sudah menganalisis atau memperhatikan lingkungan Kampung Sindangsari – Sindanglengo ini, sebelum adanya Koperasi GAMASS di Kampung Sindangsari – Sindanglengo banyak rentenir berkeliaran karena banyak masyarakat meminjam uang ke bank swasta/bank emok atau biasa disebut juga rentenir, tetapi sejak terbentuknya Koperasi GAMASS ini, rentenir sudah jarang terlihat bahkan tidak pernah terlihat, dari fenomena tersebut peneliti ingin mengetahui apakah Koperasi GAMASS ini dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya dan apa yang membuat masyarakat di Kampung Sindangsari – Sindanglengo ini berminat untuk bergabung menjadi anggota Koperasi GAMASS.

Koperasi GAMASS (Gabungan Masyarakat Sindangsari Sindanglengo) merupakan lembaga keuangan bukan bank dengan kegiatan usaha menerima simpanan dan memberikan pinjaman uang kepada anggotanya atau bisa disebut juga KSP (Koperasi Simpan Pinjam), Koperasi GAMASS ini tidak berbadan hukum. Koperasi GAMASS didirikan pada tahun 2011 beralamat di Kp. Sindangsari RT. 01/RW. 11 Kec. Banjaran Kabupaten Bandung. Tuti Setiawati selaku bendahara Koperasi GAMASS mengatakan bahwa:

“Koperasi GAMASS ini didirikan dengan tujuan untuk memberantas rentenir di masyarakat dan menghindari dari adanya uang riba. Mekanisme/Cara Kerja dari koperasi GAMASS ini cukup berbeda dari koperasi lainnya, karena cara

kerjanya ini langsung dibuat dan diciptakan oleh saya sendiri selaku bendahara Koperasi GAMASS”.

Berikut merupakan mekanisme/cara kerja yang dilakukan oleh koperasi GAMASS:

1. Menerima simpanan pokok, simpanan wajib dan sukarela dari anggota yang telah terdaftar.
2. Memberikan pinjaman kepada anggota yang membutuhkan dan cara pembayarannya diangsur 10X angsuran, besar pinjaman 2x dari simpanan pokok wajib dan sukarela dan dikenakan jasa 1 ½ % perbulan.
3. Dan setiap satu tahun sekali ada RAT (Rapat Anggaran Tahunan) untuk dibagikan SHU (Sisa Hasil Usaha) dari jasa yang didapat dari anggota.

Awal mulanya Koperasi ini hanya memiliki 23 anggota, dari tahun ke tahun Koperasi GAMASS semakin berkembang hingga hari ini Koperasi GAMASS sudah memiliki 150 Anggota. Koperasi GAMASS ini memiliki program yang bernama koperasi simpan pinjam. Peran program Koperasi Simpan Pinjam (KSP) ini memiliki peran yang penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di masyarakat Kampung Sindangsari-Sindanglengo. KSP ini menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat Kampung Sindangsari-Sindanglengo untuk mendapatkan dana dalam upaya memperbaiki taraf kehidupan, pemenuhan kebutuhan sehari-hari dan mengembangkan usaha. Selain sebagai alternatif sumber mendapatkan dana, KSP juga menjadi salah satu pilihan untuk menginvestasikan dana (menabung).

Program yang diadakan oleh koperasi GAMASS yaitu Simpan Pinjam Antar Keluarga. Koperasi GAMASS ini tidak berbadan hukum karena koperasi ini

berlandaskan asas kekeluargaan dan kesepakatan bersama antar anggotanya. Mengapa demikian, karena anggotanya memang mayoritas masih anggota keluarga. Koperasi ini memang berbeda dengan koperasi lainnya karena yang diterima hanya warga yang ada di wilayah Kampung Sindangsari-Sindanglengo saja, sedangkan koperasi yang lain biasanya mereka bisa menerima anggota dari mana saja. Terutama koperasi yang sudah sangat besar layaknya bank. Koperasi lain biasanya memiliki hunian/bangunan/kantor tetapi koperasi GAMASS ini bertempat di rumah ketua dan bendahara koperasi GAMASS. Masyarakat di Kampung Sindangsari-Sindanglengo senang menabung di KSP karena selain praktis, para anggota juga akan mendapatkan bunga di akhir tahun, ditambah dengan harapan akan mendapatkan dana Sisa Hasil Usaha (SHU).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah dibahas di atas, maka peneliti mengidentifikasi yang akan menjadi pokok masalah yang akan diteliti, yang terdiri dari pertanyaan makro dan pertanyaan mikro yaitu sebagai berikut:

1.2.1 Pertanyaan Makro

“Bagaimana Strategi Komunikasi Koperasi GAMASS Kampung Sindangsari – Sindanglengo, Kabupaten Bandung Melalui Program Simpan Pinjam Dalam Meningkatkan Minat untuk Bergabung Menjadi Anggota?”

1.2.2 Pertanyaan Mikro

Untuk mempermudah pembahasan, maka peneliti mengidentifikasi masalah-masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana **Target Khalayak** Koperasi GAMASS Kampung Sindangsari – Sindanglengo, Kabupaten Bandung Melalui Program Simpan Pinjam Dalam Meningkatkan Minat untuk Bergabung Menjadi Anggota?
2. Bagaimana **Pesan** Koperasi GAMASS Kampung Sindangsari – Sindanglengo, Kabupaten Bandung Melalui Program Simpan Pinjam Dalam Meningkatkan Minat untuk Bergabung Menjadi Anggota?
3. Bagaimana **Tujuan** Koperasi GAMASS Kampung Sindangsari – Sindanglengo, Kabupaten Bandung Melalui Program Simpan Pinjam Dalam Meningkatkan Minat untuk Bergabung Menjadi Anggota?
4. Bagaimana **Media** Koperasi GAMASS Kampung Sindangsari – Sindanglengo, Kabupaten Bandung Melalui Program Simpan Pinjam Dalam Meningkatkan Minat untuk Bergabung Menjadi Anggota?
5. Bagaimana **Evaluasi** Koperasi GAMASS Kampung Sindangsari – Sindanglengo, Kabupaten Bandung Melalui Program Simpan Pinjam Dalam Meningkatkan Minat untuk Bergabung Menjadi Anggota?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menggambarkan serta menceritakan tentang bagaimana Strategi Komunikasi Koperasi GAMASS Kampung Sindangsari – Sindanglengo, Kabupaten Bandung Melalui Program Simpan Pinjam Dalam Meningkatkan Minat untuk Bergabung Menjadi Anggota.

Hasilnya akan dituangkan dalam karya tulis ilmiah berupa proposal penelitian, yang merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan ujian strata satu.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui **Target Khalayak** Koperasi GAMASS Kampung Sindangsari – Sindanglengo, Kabupaten Bandung Melalui Program Simpan Pinjam Dalam Meningkatkan Minat untuk Bergabung Menjadi Anggota.
2. Untuk mengetahui **Pesan** Koperasi GAMASS Kampung Sindangsari – Sindanglengo, Kabupaten Bandung Melalui Program Simpan Pinjam Dalam Meningkatkan Minat untuk Bergabung Menjadi Anggota.
3. Untuk mengetahui **Tujuan** Koperasi GAMASS Kampung Sindangsari – Sindanglengo, Kabupaten Bandung Melalui Program Simpan Pinjam Dalam Meningkatkan Minat untuk Bergabung Menjadi Anggota.
4. Untuk mengetahui **Media** Koperasi GAMASS Kampung Sindangsari – Sindanglengo, Kabupaten Bandung Melalui Program Simpan Pinjam Dalam Meningkatkan Minat untuk Bergabung Menjadi Anggota.

5. Untuk mengetahui **Evaluasi** Koperasi GAMASS Kampung Sindangsari – Sindanglengo, Kabupaten Bandung Melalui Program Simpan Pinjam Dalam Meningkatkan Minat untuk Bergabung Menjadi Anggota.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian secara teoritis ini diharapkan dapat menjadi sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi atau secara khusus berkaitan mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Kegunaan Bagi Peneliti

Bagi peneliti sebagai suatu bentuk aplikasi ilmu dari teori – teori yang telah didapat selama perkuliahan selain itu berguna sebagai pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan penelitian dan memunculkan pemikiran baru tentang Strategi Komunikasi Koperasi GAMASS Kampung Sindangsari – Sindanglengo, Kabupaten Bandung Melalui Program Simpan Pinjam Dalam Meningkatkan Minat untuk Bergabung Menjadi Anggota.

2. Kegunaan Bagi Akademik

Kegunaan penelitian ini berguna bagi Mahasiswa Universitas Indonesia secara umum, dan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi secara khusus, sebagai literatur terutama bagi Mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama.

3. Kegunaan Bagi Lembaga/Organisasi

Penelitian ini bisa dijadikan bahan evaluasi serta saran bagi Koperasi GAMASS di Kampung Sindangsari – Sindanglengo, Kabupaten Bandung Dalam Meningkatkan Minat untuk Bergabung Menjadi Anggota.