

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini membuat hampir setiap aspek kehidupan manusia (politik, sosial, budaya, ekonomi, agama, teknologi, dll) dari suatu negara dapat dirasakan oleh negara lainnya yang ada di dunia atau dengan kata lain era globalisasi membuat setiap aspek kehidupan manusia menjadi mendunia dan melebur menjadi satu. Globalisasi adalah proses integrasi internasional yang terjadi karena pertukaran pandangan dunia, produk, pemikiran, dan aspek-aspek kebudayaan lainnya¹. Hal tersebut menyebabkan perkembangan umat manusia dewasa ini telah mencapai taraf yang luar biasa, yang didalamnya manusia bergerak menuju ke arah terwujudnya satu masyarakat manusia yang mencakup seluruh dunia; satu masyarakat global.

Salah satu bentuk globalisasi yang terjadi saat ini adalah globalisasi ekonomi. Globalisasi ekonomi dapat didefinisikan sebagai suatu kehidupan ekonomi secara global dan terbuka, tanpa mengenal batasan teritorial atau kewilayahan antara negara satu dengan yang lain. Sisi kegiatan investasi perdagangan bergerak menuju liberalisasi perdagangan dan investasi dunia secara keseluruhan. Globalisasi ekonomi erat kaitannya dengan *free trade* atau

¹ Al-Rodhan, R.F Nayef and Gerard Stoudmann. *Definition of Globalization: A Comprehensive Overview and a Proposed Definition*. 2006. <https://id.wikipedia.org/wiki/Globalisasi>. (Diakses pada tanggal 28 Juli 2017)

perdagangan bebas. *Free Trade* atau perdagangan bebas bertujuan untuk menciptakan . kawasan perdagangan yang semakin luas dan menghilangkan hambatan-hambatan yang menyebabkan tidak lancarnya perdagangan internasional.

Salah satu bentuk nyata dari globalisasi ekonomi yang tengah kita rasakan saat ini adalah Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Tahun 2015 merupakan awal tahun diberlakukannya MEA. Secara umum, Masyarakat Ekonomi ASEAN diartikan sebagai sebuah masyarakat yang saling terintegrasi satu sama lain (maksudnya antara negara yang satu dengan negara yang lain dalam lingkup ASEAN) dimana adanya perdagangan bebas di antara negara-negara anggota ASEAN yang telah disepakati bersama antara pemimpin-pemimpin negara-negara ASEAN untuk mengubah ASEAN menjadi kawasan yang lebih stabil, makmur dan kompetitif dalam pembangunan ekonomi.

Di Indonesia sendiri, MEA dapat memberikan manfaat sekaligus risiko. Bagaimanapun, MEA merupakan salah satu langkah untuk membangun struktur ekonomi baru di negara-negara Asia Tenggara, begitupun di Indonesia. Dengan adanya konsep pasar bebas ini, masyarakat Indonesia akan dituntut untuk berkompetisi dengan lebih baik, terutama di bidang perekonomian. Ekonomi sendiri telah diyakini menjadi salah satu tonggak kekuatan suatu negara. Sampai dengan saat ini Indonesia masih terus berjuang untuk menjadi sebuah negara dengan tingkat pertumbuhan ekonomi yang baik agar dapat menunjang aspek lain yang diperlukan demi kemajuan negara.

Salah satu faktor yang memiliki peranan penting dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM). UKM adalah sebuah istilah yang mengacu kepada jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan usaha yang berdiri sendiri. Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat”. Sedangkan kriteria usaha kecil menurut UU No. 9 tahun 1995 adalah sebagai berikut :

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,- (Satu Miliar Rupiah)
3. Milik warga negara Indonesia
4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik secara langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar.
5. Berbentuk usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.²

²Usaha Kecil dan Menengah, https://id.wikipedia.org/wiki/Usaha_Kecil_dan_Menengah (diakses pada tanggal 13 Mei 2017 pada pukul 10.00 WIB)

Peran usaha kecil dan menengah sangatlah penting bagi perekonomian Indonesia. Hal ini terbukti dari salah satu peran UKM terhadap perekonomian Indonesia yaitu dengan adanya UKM maka dapat mengurangi pengangguran yang diakibatkan oleh angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja. Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan bahwa Usaha Kecil dan Menengah merupakan entitas usaha dengan jumlah karyawan 5 sampai dengan 19 orang. Jumlah tersebut memang bukanlah merupakan jumlah angka yang banyak namun jika dilihat dari jumlah UKM di Indonesia sampai dengan tahun 2013 yang mencapai 57.895.721 UKM maka tidaklah mengherankan bahwa UKM di Indonesia mampu menyerap kurang lebih 114.144.082 tenaga kerja. Jumlah tersebut merupakan jumlah angka yang cukup fantastis mengingat angka tersebut kurang lebih merupakan setengah dari jumlah penduduk atau masyarakat yang ada di Indonesia. Dari data-data tersebut kita sudah bisa menerka seberapa besar peran UKM bagi perekonomian Indonesia.³

Di sisi lain UKM di Indonesia belum bisa lepas dari permasalahan-permasalahan yang menyebabkan lambatnya pertumbuhan UKM yang ada di Indonesia. Salah satu permasalahan yang di hadapi para pelaku UKM yang ada di Indonesia adalah mengenai strategi pemasaran. Telah sama-sama kita ketahui bahwa salah satu faktor terpenting dari sebuah usaha baik itu dalam skala kecil ataupun besar adalah tentang strategi seperti apa yang harus dijalankan dalam hal pemasarannya. Para pelaku UKM di Indonesia lebih cenderung hanya “menunggu konsumen” dan terkesan monoton di dalam melakukan penetrasi

³Data UKM di Indonesia, <https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1322> (diakses pada tanggal 14 Mei 2017 pukul 07.30 WIB)

pasarnya. Selain itu kebanyakan dari para pelaku UKM di Indonesia merasa kesulitan untuk mencari akses pasar karena keterbatasan informasi dan lain sebagainya. Dan masih banyak lagi permasalahan-permasalahan yang dialami oleh UKM yang ada di Indonesia. Untuk dapat membantu mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut pemerintah membuat kementerian khusus yang mengurus koperasi dan UKM yang ada di Indonesia.

Segala bentuk kepengurusan UKM yang ada di Indonesia dilaksanakan oleh Kementerian Koperasi dan UKM (Menkop dan UKM). Tugas dan fungsi Kementerian Koperasi dan UKM telah ditetapkan dalam Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2010 tentang Kedudukan Kementerian Negara Serta Susunan Organisasi, Tugas, dan Fungsi Eselon I Kementerian Negara pasal 552, 553 dan 554, yaitu: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah mempunyai tugas menyelenggarakan urusan di bidang koperasi dan usaha kecil dan menengah dalam pemerintahan untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Dalam menjalankan tugas, Kementerian Koperasi dan UKM memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Perumusan dan penetapan kebijakan di bidang koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah
2. Koordinasi dan sinkronisasi pelaksanaan kebijakan di bidang koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah
3. Pengelolaan barang milik atau kekayaan negara yang menjadi tanggung jawab Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah

4. Pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah
5. Penyelenggaraan fungsi teknis pelaksanaan pemberdayaan koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah sesuai dengan undang-undang di bidang koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah.⁴

Salah satu bentuk nyata dari penyelenggaraan fungsi teknis pemberdayaan koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah sesuai dengan undang-undang di bidang koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah adalah dengan didirikannya Lembaga Layanan Pemasaran Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (LLP-KUKM) atau SMESCO Indonesia. Lembaga ini berfungsi untuk membantu meningkatkan kapasitas pemasaran koperasi dan usaha kecil menengah sehingga akses pasar mereka tumbuh lebih besar lagi, baik pasar dalam negeri maupun pasar ekspor.

LLP-KUKM memiliki 6 tugas pokok dan fungsi yaitu:

1. Sebagai pelaksana layanan informasi pasar
2. Penyedia sarana pemasaran
3. Penyedia konsultasi pemasaran
4. Sebagai inkubasi pemasaran
5. Peningkatan keterampilan manajemen dan teknik pemasaran
6. Pelaksana layanan promosi produk, jaringan pemasaran dan distribusi produk.

⁴<http://www.depkop.go.id/tentang-kementerian/tugas-dan-fungsi/> (diakses pada tanggal 3 Agustus 2017 pada pukul 10.21 WIB)

Berikut ini adalah aktivitas LLP-KUKM :

1. Menyediakan sarana dan fasilitas pameran bagi KUKM
2. Mempromosikan dan memasarkan produk-produk unggulan Indonesia ke luar negeri melalui kegiatan *Trading House*
3. Melaksanakan kegiatan pelatihan bagi KUKM
4. Menampilkan produk-produk unggulan KUKM Indonesia di dalam gerai ritel UKM GALLERY.

Berdasarkan informasi yang penulis dapat, bahwa tidak sedikit keluhan yang disampaikan oleh para pemilik UKM yang bernaung dibawah LLP-KUKM. Para pelaku yang bernaung dibawah LLP-KUKM ini mengeluhkan bahwa mereka kurang merasa puas karena ekspektasi mereka tidak sesuai dengan apa yang mereka ekspektasikan di awal setelah mengetahui pelayanan jasa LLP-KUKM dari promosi yang lembaga tersebut lakukan.

Perusahaan selalu berupaya untuk membangun komunikasi sebaik mungkin dengan pelanggan dan calon pelanggannya melalui promosi. Promosi sangat mempengaruhi ketertarikan pelanggan akan suatu produk. Melalui program promosi, pelanggan dan calon pelanggan dapat mengenali karakteristik dan manfaat produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Tingkat kepuasan pelanggan dapat dinilai dari kesesuaian ekspektasi pelanggan pasca promosi.

Kemudian kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dalam upaya memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan juga tidak terlepas dari strategi promosi dan kualitas

pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Karena, jika pelanggan merasa puas bahkan melebihi ekspektasi mereka, maka pelanggan tersebut tidak akan mudah beralih pada perusahaan jasa lain yang sejenis karena keinginan dan kebutuhan mereka telah terpenuhi.

Berdasarkan adanya keterkaitan antara promosi dan kepuasan pelanggan, penulis merasa perlu dilakukan penelitian tentang faktor tersebut dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan para pelaku UKM yang berada dibawah naungan LLP-KUKM, oleh karena itu peneliti tertarik untuk menguji pengaruh yang terjadi antar variabel dengan judul **“PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LEMBAGA LAYANAN PEMASARAN KOPERASI DAN USAHA KECIL MENENGAH (LLP-KUKM) JAKARTA“**

B. Perumusan Masalah

Sesuai latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka penulis membuat perumusan masalah dalam karya ilmiah ini, adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum tentang kegiatan promosi yang dilakukan oleh LLP-KUKM ?
2. Bagaimana gambaran umum tentang tingkat kepuasan pelanggan LLP-KUKM ?
3. Apakah promosi yang dilakukan LLP-KUKM berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan LLP-KUKM ?

C. Tujuan dan Manfaat

Maksud penulis melakukan penelitian pada LLP-KUKM adalah untuk mengkaji apakah promosi yang dilakukan LLP-KUKM berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebagai bahan penyusun karya ilmiah guna memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui gambaran umum tentang kegiatan promosi yang dilakukan oleh LLP-KUKM
- b. Untuk mengetahui gambaran umum tentang tingkat kepuasan pelanggan LLP-KUKM
- c. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan LLP-KUKM.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan suatu bahan masukan serta bahan pertimbangan yang berguna bagi perusahaan dalam menentukan strategi promosi yang tepat.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis dan dapat memperluas wawasan penulis mengenai pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan LLP-KUKM

c. Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi untuk memperluas wawasan pengetahuan dan sebagai bahan referensi bagi penulis lain yang akan menyusun karya ilmiah.