

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Koperasi merupakan bagian dari pengaturan struktur ekonomi, yang berarti bahwa koperasi turut serta dalam kegiatan gotong royong untuk mewujudkan kehidupan ekonomi serta kemakmuran baik bagi mereka yang menjadi anggotanya dan juga bagi lingkungan sekitar. Koperasi adalah badan usaha yang anggotanya sekumpulan orang yang berkegiatan berlandaskan prinsip koperasi dan juga sebagai gerakan ekonomi kemasyarakatan yang berasas kekeluargaan tercantum dalam UU No 25 tahun 1992. Kementrian Koperasi dan UKM menyebutkan pada tahun 2021 saja, jumlah koperasi aktif di seluruh Indonesia mencapai 127.846 dan anggota yang tercatat sebanyak 25 juta jiwa, sedangkan jumlah koperasi yang berada di wilayah Kota Bekasi menurut data Kementrian Koperasi dan Usaha saat ini sebanyak 1.169 koperasi yang aktif.

Koperasi menjadi sangat bermanfaat untuk banyak orang karena pengelolanya menuju pada kegiatan tolong-menolong agar bisa memperbaiki serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggotanya. Sejak pandemi covid-19 melanda Indonesia sampai saat penelitian ini dilakukan tahun 2022 perekonomian Indonesia masih berangsur untuk pulih, banyak masyarakat yang mencari alternatif usaha untuk meningkatkan kesejahteraan hidup melalui UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Sebagaimana warga di Kota Bekasi khususnya di kelurahan teluk pucung yang ikut serta bergabung menjadi mitra dengan UKM Mart binaan Koperasi BWS.

Dalam hal menunjang dan memudahkan pelaku usaha khususnya dalam bidang UMKM status koperasi dalam sistem perekonomian indonesia, koperasi mendapat dukungan dari pemerintah dan sudah diatur melalui Peraturan Presiden Nomor 98 Tahun 2014 Tentang Ijin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) yang bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan sarana pemberdayaan bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (PUMK) dalam mengembangkan usahanya. Maka dari itu, peran koperasi tak luput dari memberikan bantuan, seperti kredit atau pinjaman dana kepada anggota dalam hal finansial.

Dalam pengelolaan suatu organisasi seperti koperasi masalah komunikasi menjadi salah satu masalah yang sangat penting karena, koperasi terdiri dari banyak anggota yang saling berinteraksi. Tidak semua anggota dalam suatu organisasi memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan beberapa anggota menguasai gaya komunikasi mereka. Karena itulah, sebagai organisasi koperasi memandang komunikasi organisasi menduduki peranan yang cukup penting dalam mencapai tujuan bersama. Pada dasarnya, manusia sebagai makhluk sosial harus menyadari tentang status dan posisi manusia tersebut yaitu kehidupan bersama, lalu bagaimana tanggung jawab serta kewajibannya di dalam sebuah kebersamaan. Setiap manusia cenderung melakukan komunikasi, interaksi, dan sosialisasi dengan insan lainnya, dapat dikatakan bahwa semenjak manusia lahir, dia telah dianggap menjadi makhluk sosial.

Dalam berinteraksi sosial dengan sesama manusia perlu adanya komunikasi yang terjalin secara efektif agar pesan yang tersampaikan bisa dicerna dengan baik. Menurut Kun Maryati dan Juju Suryawati, S. Pd. (2001), dalam bukunya yang berjudul Sosiologi, interaksi juga dapat didefinisikan sebagai hubungan timbal balik (sosial) berupa aksi saling mempengaruhi antar individu, individu dan kelompok, dan antar kelompok. Pada interaksi sosial, setiap individu atau kelompok bisa melakukan kerja sama atau justru berkonflik, melakukan interaksi dengan formal atau non-formal, dan melakukan interaksi secara langsung serta tak langsung.

Sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis agar dapat mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan di negara tercinta ini maka UMKM harus diberdayakan. Tercantum dalam UUD 1945 dan dikuatkan dalam TAP MPR NO.XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Peraturan UMKM dibuat melalui UU No.9 dan karena keadaan perkembangan yang semakin dinamis dirubah ke Undang-Undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah maka pengertian UMKM adalah sebagai berikut:

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- 4) Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
- 5) Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

UKM Mart merupakan salah satu perluasan lapangan kerja yang berpotensi untuk mengatasi pengangguran dan kemiskinan. Pembangunan dalam penciptaan kesempatan kerja langsung dalam bentuk kerja mandiri, usaha mikro atau usaha kecil. Ketika bisnis baru dijalankan, masih dalam tahap pengembangan, pemasaran digital, kelengkapan produk seperti packaging yang menarik, logo, informasi produk, tempat usaha dan lain-lain yang memungkinkan produk khas Teluk Pucung, Kota Bekasi mudah diminati dan dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, koperasi BWS membina mitra yang ingin mengembangkan produk UMKM mereka agar tidak kalah saing dengan

produk buatan pabrik. MenkopUKM menekankan pentingnya pembinaan dan pendampingan usaha yang harus terus dilakukan dalam upaya membangkitkan UMKM, menumbuhkan kewirausahaan dengan pemikiran adaptif dan inovatif, terhadap segala perubahan yang akan terjadi.

Peneliti melakukan wawancara prariset terhadap Ketua UKM Mart Teluk Pucung periode 2022-2022 yang bernama Bapak Rachmat Adiwibowo beliau menjelaskan bahwa UKM Mart latar belakangnya adalah inisiatif dari para warga dan forum komunikasi rukun warga (FKRW) di teluk pucung. Menurut pengamatan penulis, koperasi BWS memiliki komunikasi organisasi yang cukup kondusif bagi kehidupan organisasi yang sehat. Hal ini dibuktikan dengan hubungan komunikasi yang harmonis antara ketua dan pengurus begitu juga sebaliknya, dan komunikasi dengan sesama pengurus serta tersediannya forum komunikasi informasi bagi setiap anggota organisasi. Penelitian ini akan membahas tentang pola komunikasi organisasi yang diterapkan oleh koperasi BWS dalam upaya membina mitra melalui UKM Mart di Teluk Pucung, Kota Bekasi. UKM Mart ialah salah satu wadah untuk para pebisnis rumahan seperti UMKM, dimana UKM Mart ini di bina oleh Bidang Pengembangan koperasi (koperasi BWS). Jika dibandingkan dengan koperasi lain di Kota Bekasi, koperasi BWS termasuk koperasi yang aktif dalam binaan para mitranya dibuktikan dengan adanya kegiatan yang ada hampir setiap minggunya.

Alasan peneliti harus meneliti Pola Komunikasi Organisasi Mitra UKM Mart Teluk Pucung ialah karena UKM Mart Teluk Pucung menjadi salah satu diantara UKM Mart yang sukses di Kota Bekasi, bisa dikatakan sukses karena menurut pengakuan ketua UKM Mart yang sering di sapa Pak Bowo ada beberapa koperasi yang berada di Kota Bekasi mengunjungi UKM Mart untuk menjadi percontohan bagi koperasi lain, belum ada sebelumnya yang meneliti tentang pola komunikasi di UKM Mart, dan juga koperasi BWS dalam membina UKM Mart Teluk Pucung mengalami kenaikan pencapaian mitra yang terhitung bergabung pada Oktober 2021 sebanyak 235 UMKM yang terdiri dari 158 UKM Kuliner, 22 UKM Jasa, 5 UKM Kerajinan Tangan, 19 UKM Pakaian, 28 UKM lainnya dan 3 orang Start up (memulai usaha), banyak kegiatan kemasyarakatan yang diadakan setiap minggu nya, dan dalam bulan

November 2021 tercatat bahwa UMKM Binaan Bidang Pengembangan Koperasi melakukan Pembinaan agar UMKM bisa memiliki kelengkapan berikut dalam usahanya, berikut progress yang sedang berjalan logo usaha 89.79% UKM, Google Maps 89.36%, Spanduk Usaha 73.19 %, Label Produk 48.94%, QRIS Barcode 43.83%.

Sedangkan pada bulan Desember 2021 mengalami peningkatan sebanyak 246 UMKM yang terdiri dari 167 UKM Kuliner, 22 UKM Jasa, 7 UKM Kerajinan Tangan, 19 UKM Pakaian, 28 UKM lainnya dan 3 orang *start up* (memulai usaha), berikut progress yang sedang berjalan, Logo Usaha 89.84% UKM, Google Maps 89.43%, Spanduk Usaha 70.36 %, Label Produk 56.91%, QRIS Barcode 44.72%.

Pada era globalisasi saat ini koperasi memiliki banyak tantangan, karena adanya arus perkembangan teknologi, informasi, komunikasi dan perubahan gaya serta pola pikir masyarakat yang seharusnya tidak mengancam bagi koperasi. Dalam data diatas membuktikan bahwa banyak UMKM binaan Koperasi BWS yang berhasil mempunyai kelengkapan usahanya dan berkemauan untuk maju serta belajar menghadapi revolusi industri 4.0 di era globalisasi, yang sebelumnya mereka kurang melengkapi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha mereka. Terkadang dalam proses penyampaian sebuah pesan pola top-down sesuai dengan namanya menunjukkan arah aliran informasi yang dijalankan dari vertikal ke bawah dalam hal ini dari ketua kepada anggotanya atau pola bottom-up, bawahan mengkomunikasikan maksud/ ide/gagasan/konsep yang dimiliki ke atasan tidak selalu berjalan mulus ada saja hambatan yang mengganggu keberhasilan mereka untuk berkembang.

Pemerintah Kota Bekasi telah melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan roda perekonomian diantaranya yaitu mempersiapkan anggaran sebesar Rp 37 miliar yang dialokasikan untuk UMKM agar tetap bertahan dimasa sulit, bekerja sama dengan pihak swasta untuk menjaga daya beli masyarakat dan membantu perekonomian khususnya sektor UMKM tetap berjalan, menyelenggarakan kegiatan UMKM Fest 2022 diisi dengan berbagai pelatihan untuk pelaku UMKM dan bazar untuk memasarkan produk agar lebih

dikenal dan menarik pembeli, memberikan insentif pengurangan ketetapan dan penghapusan sanksi administratif pembayaran pajak daerah saat masa pandemic bagi UMKM, pemberian serifikasi halal pada sektor usaha rumah tangga serta pelatihan digitalisasi dan membangun kerjasama dengan *marketplace*. (Hasanuddin, 2021)

Melihat fenomena yang terjadi peneliti mempunyai rasa penasaran yang tinggi terhadap pola komunikasi organisasi yang terjadi antara koperasi BWS dalam upaya membina mitra UKM Mart, dan pola komunikasi organisasi yang terjadi pada segala aktivitas di UKM Mart Teluk Pucung pada periode kepengurusan bulan November 2020 – Juli 2022. Dengan adanya hambatan atau gangguan komunikasi, bagaimana pengurus mengatur segala permasalahan yang terjadi di lapangan kepada para mitra UKM Mart.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan pada fenomena yang terjadi maka, fokus penelitian ini sebagai berikut:

1. Pola komunikasi organisasi yang terjadi diantara pimpinan dan anggota koperasi BWS
2. Upaya yang dilakukan koperasi BWS dalam membina mitra UKM Mart di Teluk Pucung Kota Bekasi.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pada fokus penelitian maka, muncul pertanyaan penelitian yang penulis dapat, yaitu: “Bagaimana pola komunikasi organisasi di koperasi BWS dalam upaya membina UKM Mart Teluk Pucung di Kota Bekasi?”

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan khusus penelitian ini dimaksudkan untuk menemukan pola komunikasi organisasi koperasi BWS dalam upayanya membina mitra UKM Mart Teluk Pucung di Kota Bekasi.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Penulis berharap agar penelitian ini dapat memberikan sumbangsih dalam ilmu komunikasi yang berfokus pada komunikasi organisasi. Penelitian ini juga diharapkan penulis agar bisa bermanfaat sebagai bahan referensi dan bahan bacaan dalam kajian komunikasi organisasi.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat dan bisa berguna bagi masyarakat terutama bagi koperasi BWS dalam hal berorganisasi, pelaku UMKM dan koperasi lain dalam hal komunikasi organisasi.

