

**DAMPAK PENURUNAN STATUS SUB-DISTRIBUTOR YANG
MEMPENGARUHI PENDAPATAN PENJUALAN BUAH PADA
KOPERASI KARYAWAN DWI KARYA (KDK)**

(Laporan Akhir)

Oleh

**DENY PRASETYO
1801081031**



**PROGRAM STUDI DIPLOMA III KEUANGAN DAN PERBANKAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2022

ABSTRAK

DAMPAK PENURUNAN STATUS SUB-DISTRIBUTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN PENJUALAN BUAH PADA KOPERASI KARYAWAN DWI KARYA (KDK)

Oleh

DENY PRASETYO

Menurut Pasal 1 ayat 5 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 11 Tahun 2006 Tentang Ketentuan dan Tata cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Agen atau Distributor Barang dan atau jasa, Sub-Distributor merupakan perusahaan perdagangan nasional yang bertindak sebagai perantara untuk dan atas namanya sendiri berdasarkan penunjukan atau perjanjian dari distributor atau distributor tunggal untuk melakukan pemasaran. Berdasarkan pengertian tersebut sub distributor tidak melakukan perjanjian langsung dengan prinsipal, tetapi perjanjian yang dibuat adalah berdasarkan penunjukan yang dilakukan oleh distributor, sehingga sub distributor tidak bertanggung jawab langsung kepada prinsipal tetapi bertanggung jawab kepada distributor sesuai dengan klausul-klausul yang dibuat dalam perjanjian pendistributian produk. Subjek penelitian ini adalah laporan penjualan buah Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) periode 2019 sampai dengan 2020. Data yang dikumpulkan dengan observasi dan wawancara. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penurunan status Sub-Distributor menyebabkan penurunan pendapatan penjualan buah.

Kata Kunci : Sub-Distributor, Pendistribusian, Penjualan buah, Koperasi

**DAMPAK PENURUNAN STATUS SUB-DISTRIBUTOR YANG
MEMPENGARUHI PENDAPATAN PENJUALAN BUAH PADA
KOPERASI KARYAWAN DWI KARYA (KDK)**

Oleh

DENY PRASETYO

Laporan Akhir

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
AHLI MADYA (A.Md)

Pada
Program Studi Diploma III Keuangan dan Perbankan
Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2022

HALAM PERSETUJUAN

Judul Laporan Akhir : **DAMPAK PENURUNAN STATUS SUB-DISTRIBUTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN PENJUALAN BUAH PADA KOPERASI KARYAWAN DWI KARYA (KDK)**

Nama Mahasiswa : **Deny Prasetyo**
Nomor Pokok Mahasiswa : **1801081031**
Program Studi : **DIII Keuangan dan Perbankan**
Jurusan : **Manajemen**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**



Pembimbing Laporan Akhir 1

Ahmad Faisol, S.E., M.M.
NIP. 197912312006041004

Pembimbing Laporan Akhir 2

Mudji Rachmat Ramelan, S.E., M.B.A.
NIP. 19741011 1999031002

Ketua Jurusan

Aripin Ahmad, S.E., M.Si.
NIP. 196001051986031005

**Ketua Program Studi
D3 Keuangan dan Perbankan**

Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc.
NIP. 197703242008122001

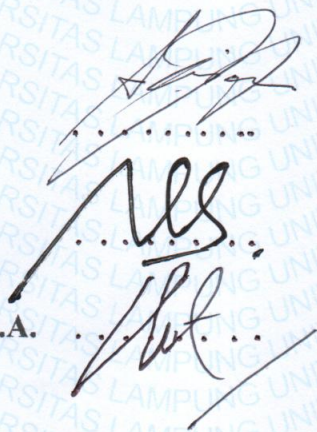
HALAMAN PENGESAHAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Ahmad Faisol, S.E., M.M.**

Penguji Utama : **Muslimin, S.E., M.Sc.**

Sekertaris Penguji : **Mudji Rachmat Ramelan, S.E., M.B.A.**



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Nairobi, S.E., M.Si
NIP. 196606211990031003

Tanggal Lulus Ujian : **28 Januari 2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Deny Prasetyo
NPM : 1801081031
Jurusan/Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam laporan akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis oleh orang lain, kecuali disebutkan di dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung 18 Januari 2022



Deny Prasetyo
NPM 1801081031

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Lempuyang Bandar pada tanggal 30 April 2000. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara, putra dari pasangan Bapak Supratono dan Ibu Istiqomah. Penulis mengawali pendidikan di TK IT BUSTANUL ULUM pada tahun 2005. Kemudian melanjutkan pendidikan di SD IT BUSTANUL ULUM Pada tahun 2012. Penulis melanjutkan pendidikan di SMP IT BUSTANUL ULUM dan pada tahun 2018 penulis menyelesaikan pendidikan di MAN 1 LAMPUNG TENGAH. Pada tahun 2018 penulis diterima di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi DIII Keuangan dan Perbankan Universitas Lampung melalui jalur Vokasi.

Penulis melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) HYBRID selama 12 hari Secara Online dan 2 hari kunjungan di Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) pada Tahun 2021.

MOTTO

*“ Terus berjuang dan terus berusaha sembari memupuk sikap yang baik, dan
kesuksesan akan datang menghampiri ”*

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap syukur Alhamdulillah kepada ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepada umat-Nya. Ku persembahkan karya-ku ini kepada:

Kedua orang tuaku, Bapak Supratono dan Ibu Istiqomah.

Terimakasih atas segala kasih sayang yang telah diberikan serta pengorbanan yang penuh ketulusan dan keikhlasan.

Untuk adik ku, Muhammad Dzakwan Aldiansyah

Terimakasih atas semangat dan dukungan yang selalu engkau berikan untukku.

Untuk keluarga besar ku,

Semoga kalian dapat berbangga dengan pencapaian yang ku raih saat ini.

Serta

Almamater Kebanggaanku Universitas Lampung

Sebagai tempat dalam menggali ilmu, menjadikanku sosok yang mandiri, serta jati diri ku kelak

SANWACANA

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan rezeki-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) dengan judul: "DAMPAK PENURUNAN STATUS SUB-DISTRIBUTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN PENJUALAN BUAH PADA KOPERASI KARYAWAN DWI KARYA (KDK)".

Penulisan laporan akhir ini merupakan salah satu syarat bagi peneliti untuk memperoleh gelar Ahli Madya Keuangan dan Perbankan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Peneliti mengucapkan terimakasih atas segala do'a, dorongan, dan bimbingannya kepada :

1. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Aripin Ahmad, S.E.,M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Lampung
3. Bapak Dr. Ribhan, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen.
4. Ibu Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc., selaku Kepala Program Studi D3 Keuangan dan Perbankan Universitas Lampung.
5. Bapak Ahmad Faisol, S.E., M.M. dan Bapak Mudji Rachmat Ramelan, S.E.,M.B.A., selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, perhatian, motivasi, saran, pengarahan, dan semangat kepada penulis hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

6. Bapak Muslimin, S.E., M.Sc selaku penguji utama yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, perhatian, motivasi, saran, pengarahan, dan semangat kepada penulis hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Ibu Dr. Ernie Hendrawaty, S.E.,M.Si.. selaku Pembimbing Akademik (PA) yang memberikan bimbingan, motivasi, nasehat, arahan, saran dan semangat selama menjadi mahasiswa D3 Keuangan dan Perbankan Universitas Lampung.
8. Seluruh Dosen Program Studi D3 Keuangan dan Perbankan yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan pengalaman kepada penulis dan staf atau karyawan yang telah memberikan bantuan dan kerjasamanya selama ini.
9. Pimpinan, Karyawan dan Staff Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) yang sudah menerima penulis untuk melakukan Penelitian, memberikan pengalaman, bantuan, dan semangat selama kegiatan Penelitian.
10. Untuk kedua orangtuaku tercinta, Bapak Supratono dan Ibu Istiqomah serta keluarga besarku yang telah memberikan semangat, perhatian dan do'a dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Untuk Sahabatku Rizky,David yang selalu memberikan semangat, bantuan, dukungan, serta do'a dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Untuk teman-teman dekatku, Andralika, Salma, Tsabitha, Irfan, Lidya, Heni, Rio, Dani, Fairuz,dan Dimas yang telah memberikan semangat, bantuan, dukungan, serta do'a dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
13. Teman-teman seperjuangan D3 Keuangan dan Perbankan 2018 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan, do'a serta kebersamaan selama ini.
14. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu saya ucapkan terimakasih.

Peneliti menyadari bahwa Laporan Akhir yang ditulis ini belum sempurna, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca Laporan Akhir ini menjadi lebih baik dan dapat memberikan informasi yang berguna bagi para pembaca Wassalamu'alaikumWr. Wb.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
SANWACANA	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	1
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pengertian Penjualan	5
2.2 Jenis-jenis Penjualan	5
2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan	5
2.4 Volume Penjualan	6

2.5 Saluran Distribusi Pemasaran Penjualan	7
2.6 Tujuan Saluran Distribusi Pemasaran Penjualan.....	7
2.7 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	9
2.7.1 Produk (product)	9
2.7.2 Harga (price)	10
2.7.3 Promosi (promotion)	11
2.7.4 Saluran Distribusi (place)	12
BAB III.....	13
METODOLOGI PENELITIAN.....	13
3.1 Desain Penelitian.....	13
3.2 Jenis dan Sumber Data :	13
3.2.1 Data primer	13
3.2.2 Data sekunder.....	13
3.3 Metode pengumpulan data	14
3.4 Gambaran umum profil Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah.....	14
3.4.1 Pembiayaan Kredit Motor Dan Elektronik	14
3.4.2 Penjualan Perumahan	15
3.4.3 Penjualan Ruko	15
3.5 Visi dan Misi Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK).....	15
3.5.1 Visi	15
3.5.2 Misi.....	15
3.6 Struktur Organisasi.....	16
3.6.1 Rapat Anggota Tahunan (RAT)	17
3.6.2 Pengurus	17
3.6.3 Pengawas	19
3.6.4 Manager	19

BAB IV	21
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	21
4.1 Prosedur Pendistribusian Penjualan buah Yang Diterapkan Pada Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah	21
Tabel 4.1.1 Tahapan-tahapan Prosedur Pendistribusian Penjualan Buah Pada Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah	21
Tabel 4.1.2 Wilayah-wilayah Pendistribusian Penjualan Buah Pada Tahun	23
2019-2020 Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah.....	23
Tabel 4.1.3 Total Jenis Buah Yang Terjual Pada Tahun 2019-2020 Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah.....	24
4.2 Keuntungan dan Kerugian Menjadi Sub-Distributor Pada Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah.	25
4.3 Upaya Yang Dapat Dilakukan Dalam Mengurangi Penurunan Pendapatan Akibat Dampak Dari Penurunan Status Sub-Distributor pada Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK).....	25
BAB V.....	27
KESIMPULAN DAN SARAN.....	27
5.1 Kesimpulan	27
5.2 Saran.....	28
DAFTAR PUSTAKA.....	29
LAMPIRAN	30

DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 Total Penjualan Buah Pada Tahun 2019-2020 Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah
- Tabel 4.1.1 Tahapan-tahapan Prosedur Pendistribusian Penjualan Buah Pada Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah
- Tabel 4.1.2 Wilayah-wilayah Pendistribusian Penjualan Buah Pada Tahun 2019-2020 Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah
- Tabel 4.1.3 Total buah terjual pada tahun 2019-2020 pada Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.5.3 Logo Koperasi Karyawan Dwi Karya(KDK)

Gambar 3.2 Dokumen Struktur Organisasi Koperasi Karyawan Dwi Karya

Gambar 4.1 Prosedur Pendistribusian penjualan buah Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Data Laporan Penjualan Buah Yang Dihasilkan Software
Minimarket Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Tahun 2019-2020
- Lampiran 2 Data Total Jenis Buah Terjual Pada Tahun 2019-2020 Koperasi
Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah
- Lampiran 3 Brosur Sektor Unit Usaha Lainnya Berupa Pembiayaan Kendaraan
Bermotor dan Elektronik, Penjualan Perumahan dan Penjualan Ruko
Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah
- Lampiran 4 Struktur Organisasi Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK)
Kabupaten Lampung Tengah.
- Lampiran 5 Kumpulan Data Arsip Koperasi Karyawan Dwi Karya
(KDK) Kabupaten Lampung Tengah
- Lampiran 6 Observasi Dan Peninjauan langsung di Koperasi Karyawan Dwi
Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah
- Lampiran 7 Jurnal Aktivitas PKL
- Lampiran 8 Monitoring PKL
- Lampiran 9 Surat Keterangan Kunjungan Studi Lapangan
- Lampiran 10 Penilaian Pembimbing PKL
- Lampiran 11 Penilaian Dosen Pembimbing Lapangan 1 dan 2
- Lampiran 12 Penilaian Instruktur PKL
- Lampiran 13 Kuisisioner Wawancara Penjualan buah Koperasi Karyawan Dwi
Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah
- Lampiran 14 Hasil Wawancara Penjualan buah Penjualan buah Koperasi
Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Koperasi adalah perkumpulan atau organisasi ekonomi yang terdiri dari orang-orang atau badan yang memiliki tujuan menyejahterakan anggota maupun masyarakat dengan bekerja sama secara kekeluargaan untuk menjalankan suatu usahanya. Koperasi pada dasarnya diatur dalam undang-undang Nomor 25 Tahun 1992, dimana dibentuk oleh anggota-anggotanya untuk melakukan kegiatan usaha dan menunjang kepentingan ekonomi anggotanya.

Kabupaten Lampung Tengah merupakan kabupaten yang memiliki permintaan kebutuhan buah cukup tinggi, melihat potensi tersebut Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) yang berada dalam lingkup PT GGP (*Great Giant Pineapple*) berhasil sukses bergerak di bidang distribusi penjualan buah, selain penjualan buah (*lampiran 2*), koperasi ini juga memiliki sektor usaha di bidang lainya seperti, pembiayaan kendaraan bermotor dan elektronik, penjualan perumahan dan penjualan ruko (*lampiran 3*). Sektor usaha tersebut dikhususkan kepada Karyawan PT GGP (*Great Giant Pineapple*).

Sebagai distributor Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) memiliki volume penjualan buah yang meningkat setiap tahunnya, penjualan buah tersebut di sokong oleh aset-aset berupa kendaraan truk angkut buah, gudang penyimpanan, toko dan karyawan. Namun pada bulan Januari tahun 2020 status Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) diturunkan menjadi sub-distributor oleh PT GGP (*Great Giant Pineapple*), penurunan status sub-distributor tersebut disebabkan karena permintaan buah yang tinggi pada wilayah yang sulit terjangkau di Kabupaten Lampung Tengah tidak terpenuhi dengan baik, dengan diturunkan status koperasi menjadi sub-distributor, pendistribusian penjualan buah pada wilayah yang sulit

terjangkau akan lebih di prioritaskan sehingga permintaan buah dapat terpenuhi dengan baik.

Berikut adalah tampilan tabel 1.1 total penjualan buah tahun 2019-2020 pada Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK).

Tabel 1.1 Total Penjualan Buah Pada Tahun 2019-2020 Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah

NO	BULAN	PENJUALAN TAHUN (Rupiah) 2019	PENJUALAN TAHUN (Rupiah) 2020
1	JANUARI	RP79.910.444,00	Rp155.898.890,00
2	FEBRUARI	Rp127.284.009,00	Rp354.564.212,00
3	MARET	Rp198.572.844,00	Rp471.113.347,00
4	APRIL	Rp329.188.018,00	Rp485.401.842,00
5	MEI	Rp256.101.216,00	Rp182.900.848,00
6	JUNI	Rp183.724.586,00	Rp241.235.179,00
7	JULI	Rp199.136.068,00	Rp104.877.585,00
8	AGUSTUS	Rp195.068.149,00	Rp141.186.960,00
9	SEPTEMBER	Rp265.212.588,00	Rp164.800.333,00
10	OKTOBER	Rp249.840.514,00	Rp123.996.021,00
11	NOVEMBER	Rp537.994.789,00	Rp103.276.874,00
12	DESEMBER	Rp593.127.851,00	Rp110.150.376,00
JUMLAH		Rp3.372.705.414,00	RP2.638.961.000,00

Sumber: Data Laporan Penjualan buah Yang Dihasilkan Software Minimarket Koperasi karyawan Dwi Karya (KDK) Tahun 2019-2020 (Lampiran 1)

Berdasarkan tampilan tabel 1.1 menunjukkan total pendapatan penjualan buah tahun 2019 sejumlah Rp3.372.705.414,00, sedangkan tahun 2020 sejumlah Rp2.638.961.000 penurunan pendapatan penjualan buah sebesar Rp733.744.414 Pendapatan penjualan buah pada tahun 2019 tergolong tinggi karena skala operasi penjualan buah cukup besar dengan jangkauan wilayah pendistribusian penjualan hingga Kota Bandar Lampung-Kota Metro

Pada kondisi awal sebagai distributor, jangkauan wilayah penjualan buah Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) cukup luas meliputi Kota Bandar Lampung-Kota Metro dan mampu mencapai target penjualan dengan skala operasi yang cukup besar. Namun setelah ditetapkan menjadi sub-distributor pada bulan Januari tahun 2020, penjualan buah hanya diprioritaskan pada wilayah pedalaman yang sulit terjangkau pendistribusiannya di Kabupaten Lampung Tengah, sesuai kebijakan yang ditetapkan PT GGP (*Great Giant Pineapple*). Penurunan status tersebut berdampak pada penurunan pendapatan (*decrease in income*) penjualan buah Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK).

Dalam menjalankan bisnis usahanya, pendistribusian penjualan buah pada Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) tidak selalu berjalan dengan baik, perubahan status menjadi sub-distributor menyebabkan skala operasi penjualan menjadi lebih kecil karena cakupan penjualan buah hanya diprioritaskan pada wilayah-wilayah tertentu yang tidak terjangkau pendistribusiannya oleh distributor. Dampak dari penurunan status sub-distributor tersebut menyebabkan aset yang dimiliki koperasi menjadi aset yang tidak produktif sehingga pendistribusian penjualan buah menjadi tidak optimal dan mempengaruhi pendapatan penjualan buah pada Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK).

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk Laporan Akhir yang berjudul **“DAMPAK PENURUNAN STATUS SUB-DISTRIBUTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN PENJUALAN BUAH PADA KOPERASI KARYAWAN DWI KARYA (KDK)”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, Maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : “Bagaimana upaya yang dapat dilakukan dalam mengurangi penurunan pendapatan akibat dampak dari penurunan status sub-distributor pada Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) ?”

1.3 Tujuan penelitian

Sehubung dengan permasalahan diatas, Maka tujuan penulisan laporan akhir ini adalah untuk memberikan informasi tentang upaya yang dilakukan oleh Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung tengah dalam mengurangi dampak akibat penurunan pendapatan penjualan buah yang disebabkan penurunan status Sub-Distributor

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta informasi yang berguna bagi berbagai pihak yang berkepentingan, Antara lain :

1. Bagi Penulis

Untuk salah satu syarat mencapai gelar ahli madya (A.Md) Pada Program Studi Diploma III Keuangan Dan Perbankan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung Tahun Akademik 2020 – 2021.

2. Bagi Koperasi

Laporan akhir ini dapat menjadi salah satu referensi atau masukan bagi koperasi khususnya dalam hal penjualan buah Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK).

3. Bagi Pembaca

Dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan juga memberikan informasi mengenai produk dan usaha yang terdapat dalam Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK), bagi pembaca penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi atau referensi yang bermanfaat yang berkepentingan untuk melakukan penelitian berkaitan dengan masalah yang sama dalam laporan akhir ini, sehingga mengembangkan penelitian lebih baik lagi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Penjualan

Menurut (Dwi Priyanto, 2013) penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana- rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari perusahaan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan.

2.2 Jenis-jenis Penjualan

Menurut (Dwi Priyanto, 2013) penjualan jika diidentifikasi dari perusahaannya dibedakan menjadi beberapa jenis :

1. Penjualan langsung yaitu penjualan dengan mengambil barang dari *supplier* dan langsung dikirim ke *customer*.
2. Penjualan stok gudang yaitu penjualan barang dari stok yang telah tersedia di gudang.
3. Penjualan kombinasi yaitu penjualan dengan mengambil barang sebagian dari *supplier* dan sebagian dari stok yang tersedia di gudang.

2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan

Menurut Basu Swastha (2015:129) faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan yaitu “Faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan, dan faktor lain.” Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan:

1. Kondisi dan kemampuan penjual transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak,

yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya, agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan, untuk maksud tersebut harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni: Jenis dan karakteristik yang ditawarkan, harga produk, syarat penjualan seperti pembayaran, pengantaran, pelayanan purma jual, garansi dan sebagainya.

2. Kondisi pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya.
3. Modal untuk memperkenalkan barangnya kepada pembeli atau konsumen diperlukan adanya usaha promosi, alat transportasi, tempat peragaan baik dalam perusahaan maupun diluar perusahaan dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan.
4. Kondisi organisasi perusahaan pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang oleh orang-orang tertentu atau ahli di bidang penjualan.
5. Faktor lain faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Ada pengusaha yang berpegang pada satu prinsip bahwa paling penting membuat barang yang baik.

2.4 Volume Penjualan

Menurut Kotler (2014) volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan antara:

1. Kualitas barang

Turunnya mutu barang dapat mempengaruhi volume penjualan, jika barang yang diperdagangkan mutunya menurun dapat menyebabkan pembelinya yang sudah menjadi pelanggan dapat merasakan kecewa sehingga mereka bisa berpaling kepada barang lain yang mutunya lebih baik.

2. Selera konsumen

Selera konsumen tidaklah tetap dan dia dapat berubah setiap saat, bilamana selera konsumen terhadap barang-barang yang kita perjualkan berubah maka volume penjualan akan menurun.

3. Servis terhadap pelanggan

Merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan terhadap usaha dimana tingkat persaingan semakin tajam. Dengan adanya servis yang baik terhadap para pelanggan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Dalam Islam dijelaskan dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen atau pelanggan harus jujur.

4. Persaingan menurunkan harga jual

Potongan harga dapat diberikan dengan tujuan agar penjualan dan keuntungan perusahaan dapat ditingkatkan dari sebelumnya. Potongan harga tersebut dapat diberikan kepada pihak tertentu dengan syarat-syarat tertentu pula.

2.5 Saluran Distribusi Pemasaran Penjualan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012), saluran distribusi merupakan serangkaian partisipan organisasional yang melakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk/jasa dari penjual ke konsumen akhir strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan dipengaruhi juga oleh jenis produknya. Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen. Strategi yang diambil dalam mempromosikan barang perusahaan harus menjual kepada pembeli dengan mempromosikan produk tersebut secara umum pada tahap pertumbuhan, kedewasaan dan periklanan. Sedangkan pada tahap penurunan, perusahaan harus membuat produk baru atau produk yang lebih menarik. Dalam pendistribusian suatu produk, perencanaan sangat mutlak diperlukan selain untuk mempermudah penyampaian barang dari produsen ke konsuiten akhir, juga untuk menunjang keunggulan daya saing suatu produk. Perencanaan perlu senantiasa ditajamkan dalam strategi pendistribusian suatu produk perusahaan agar tujuan distribusi dapat terwujud dengan tepat pada sasarannya.

2.6 Tujuan Saluran Distribusi Pemasaran Penjualan

Menurut (Djharuddin, 2017) Tujuan dari kegiatan saluran distribusi barang yang dijalankan oleh perusahaan tidak lain untuk memberi kemudahan kepada konsumen sehingga konsumen dapat dengan mudah memenuhi kebutuhannya

Tujuan saluran distribusi pemasaran adalah sebagai berikut:

- 1 Meningkatkan pelayanan bagi pelanggan

Sistem logistik yang dikelola dengan baik dapat memperbaiki pelayanan distribusi yang diberikan perusahaan kepada para konsumennya, khususnya pemesan.

2 Mengurangi biaya distribusi

banyak cara untuk menurunkan biaya yang dapat direalisasikan serta dapat diatur secara efektif didalam kegiatan distribusi perusahaan. Pengendalian didalam aktivitas distribusi yang dilakukan secara sistematis dapat menghasilkan penyederhanaan.

3 Meningkatkan volume penjualan

Dalam sistem logistik yang direncanakan secara tepat dan benar dapat membantu dalam peningkatan volume penjualan. Sistem yang dilakukan seperti ini akan menghasilkan tingkat persediaan yang tepat sehingga akan mendorong perputaran barang yang akan meningkatkan volume penjualan dan kepuasan bagi para pelanggan. Sistem yang tanggap dapat mempersingkat waktu antara pesanan dan penerimaan, sehingga seluruh penghematan ini dapat dilimpahkan kembali pada para pelanggan dalam bentuk harga yang lebih rendah sebagai hasil dari efisiensi sistem distribusi.

4 Menstabilkan harga

Manajemen fasilitas pengangkutan dan pergudangan yang dilakukan secara cermat dapat membantu menstabilkan harga bagi perusahaan. Jika suatu saat pasar sedang jenuh dengan produk tertentu, maka perantara atau produsen dapat menyimpan produk itu sampai keadaan pasar normal kembali, dimana permintaan dan penawaran dapat berimbang. Pengangkutan barang dengan menjalankan kebijaksanaan dari suatu pasar ke pasar lainnya dapat memungkinkan penjual menghindari pasar dengan harga yang tertekan, selain itu penjual yang dapat memanfaatkan pasar yang persediaan terbatas dengan harga yang lebih tinggi.

5 Penyesuaian pada perbedaan produksi dan konsumsi

Untuk dapat melihat nilai ekonomis penyimpanan didalam perusahaan adalah dengan fakta terciptanya kegunaan waktu. Ada saat produk mampu untuk berada di lokasi yang tepat terhadap pasarnya, akan tetapi pada saat lain yang memungkinkan tidak adanya permintaan akan produk tersebut. Dalam hal ini

perusahaan harus dapat mengatasi dengan menambah nilai dari produk tersebut dengan cara menahan dan menjaga dalam penyimpanan sampai adanya permintaan. Penyimpanan diperlukan untuk mengoreksi ketidak-seimbangan dalam produksi dan konsumsi.

2.7 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Landasan teori bauran pemasaran (*Marketing Mix*) Assauri (2013:198) adalah “Kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen”. Bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari 4 unsur-unsur pemasaran yang tentunya mempunyai peran penting dalam tujuan pemasaran. Unsur unsur tersebut antara lain :

2.7.1 Produk (product)

Menurut Hermawan Kertajaya, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, lokasi, organisasi dan gagasan atau buah pikiran. Sedangkan definisi produk adalah sebagai suatu sifat yang kompleks, baik dapat diraba termasuk bungkus, warna, harga, persentase perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Strategi produk yang dilakukan oleh para pedagang dalam mengembangkan suatu produk adalah sebagai berikut:

1. Menciptakan Merek

Merek merupakan suatu hal penting bagi konsumen untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan. Agar merek mudah di kenal masyarakat, maka penciptaan merek harus mempertimbangkan beberapa faktor di antaranya mudah di ingat, oleh masyarakat, terkesan hebat dan modern, memiliki arti yang positif dan menarik perhatian masyarakat.

2. Menciptakan Kemasan

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk, penciptaan kemasan pun harus memenuhi berbagai persyaratan, seperti kualitas kemasan, bentuk, warna, dan persyaratan lainnya.

3. Inovasi

Inovasi adalah suatu penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya. Inovatif merupakan implementasi dari karakteristik wirausahawan yang mampu membawa perubahan pada lingkungan sekitarnya.

4. Keputusan Label

Label merupakan suatu yang diletakkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Di dalam label harus menjelaskan siapa yang membuat, dimana dibuat, cara penggunaannya, waktu kadaluarsa dan informasi lainnya.

2.7.2 Harga (price)

Philip Kotler berpendapat bahwa, harga merupakan satu satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menimbulkan biaya. Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran paling fleksibel, harga mudah diubah dengan cepat, tidak seperti tampilan produk dan perjanjian distribusi. Di dalam ekonomi teori, pengertian harga, nilai (*value*), dan kegunaan (*utility*) merupakan konsep yang saling berhubungan

Penentu harga oleh suatu perusahaan di maksudkan dengan berbagai tujuan yang hendak di capai, tujuan penentuan harga secara umum adalah sebagai berikut:

1. Untuk Bertahan Hidup

Dalam hal ini tujuan menentukan harga semurah mungkin dengan maksud agar produk atau jasa yang di tawarkan laku di pasaran, dengan catatan harga murah tapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.

2. Untuk Memaksimalkan Laba

Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat di tingkatkan penentuan harga biasanya dapat di lakukan dengan harga murah dan tinggi. Dasar dalam penetapan harga disini didasarkan perkiraan, biasanya dalam satu kodi atau lusin baran ada satu atau dua potong yang bagus.

3. Untuk Memperbesar *Market Share*

Penentuan harga ini dengan harga yang murah sehingga di harapkan jumlah pelanggan meningkat dan di harapkan pula pelanggan pesaing beralih ke produk yang di tawarkan.

4. Mutu Produk

Mutu produk bertujuan untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang di tawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing. Biasanya harga di tentukan setinggi mungkin karena masih ada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi dari harga pesaing.

2.7.3 Promosi (promotion)

Bauran promosi menurut Kotler dan Keller (2016: 582) adalah *marketing communication mix* yang lebih dikenal dengan istilah *promotion mix*. Ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya diantaranya:

1. Periklanan (*Advertising*)

Merupakan sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan atau pelaku bisnis guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon konsumen. Dan dalam hal ini periklanan merupakan salah satu teknik untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.

2. Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Bagi perusahaan promosi penjualan dapat dilakukan melalui:

- a. Pemberian harga khusus atau potongan harga (*Discount*) untuk produk tertentu.
- b. Pemberian undian pada setiap pelanggan yang membeli dalam jumlah tertentu.
- c. Pemberian cinderamata serta kenangan lainnya kepada konsumen yang loyal.
- d. Penjualan secara obral.

c. Publisitas (*publicity*)

Merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah atau konsumen melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatan lainnya. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor perusahaan atau bisnis dimata para konsumennya dan memberikan citra baik bagi perusahaan.

d. Penjualan pribadi (*personal selling*)

disebut juga penjualan pribadi atau *personal selling*. Dalam dunia bisnis penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh salesman dan sales girl. Penjualan harus meyakinkan seseorang untuk membeli dan tidak diperlukan perusahaan cukup memberikan informasi kepada masyarakat bahwa produknya telah tersedia.

2.7.4 Saluran Distribusi (place)

Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani berpendapat bahwa, lokasi dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi. Dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan di mana lokasi yang strategis. Lokasi berarti berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu konsumen mendatangi pemberi jasa, pemberi jasa mendatangi konsumen, dan pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung. Penyampaian jasa juga dapat dilakukan melalui organisasi maupun orang lain. Dalam penyampaian jasa, ada tiga pihak yang terlibat yaitu, penyedia jasa, perantara, dan konsumen.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian Menurut Silaen (2018: 23) mengungkapkan “desain penelitian adalah desain mengenai keseluruhan proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian ”Cara melakukan penelitian tentunya harus sesuai dengan tujuan yang akan dicapai”. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif untuk membahas data yang diberikan oleh pihak koperasi. Penelitian bertujuan untuk menghasilkan gambaran akurat mengenai sebuah proses tentang sebuah kelompok.

3.2 Jenis dan Sumber Data :

3.2.1 Data primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian, data primer diperoleh dari hasil peneliti melakukan pengamatan dan wawancara di Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah.

3.2.2 Data sekunder

Sumber data yang diperoleh dari penelitian tidak langsung melalui media perantara melalui dokumentasi perusahaan, referensi, dan informasi lain yang berhubungan dengan perusahaan.

3.3 Metode pengumpulan data

Metode yang dilakukan dengan cara wawancara dan mengamati langsung melihat dan mengambil data yang dibutuhkan di Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) pada tanggal 25-26 Maret 2021 (*Lampiran 15*)

3.4 Gambaran umum profil Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah

Koperasi merupakan badan usaha yang didirikan oleh organisasi yang memiliki tujuan untuk menjalankan usaha dan memenuhi kebutuhan di bidang sosial sesuai dengan prinsip koperasi itu sendiri. Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) adalah sebuah koperasi yang berada di PT.GGP (*Great Giant Pineapple*), yang mana kebanyakan anggota dari koperasi ini adalah Karyawan PT.GGP (*Great Giant Pineapple*) itu sendiri.

Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) tidak hanya sebagai koperasi simpan pinjam saja, akan tetapi koperasi ini menjalankan koperasi serba usaha yang mana terdapat berbagai bidang usaha di dalamnya, Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 98 dan anggota sebanyak 5.449 orang. Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) sudah memiliki sistem informasi yang mana dikendalikan oleh bagian IT yang ada di koperasi. Dengan melihat penerapan sistem tersebut, berikut sektor usaha lainnya yang dimiliki Koperasi Karyawan Dwi Karya (*KDK*)

3.4.1 Pembiayaan Kredit Motor Dan Elektronik

Kebutuhan anggota akan barang-barang seperti elektronik dan kendaraan bermotor terus meningkat setiap tahunnya. Untuk itu, Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) membuat unit usaha pembiayaan barang elektronik dan kendaraan bermotor yang berlokasi di kantor BTN depan GSG (Gedung serba guna), meski bisnis ini memberikan peluang pendapatan pada Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) bukan berarti kegiatan ini menjadi prioritas. Dalam pelaksanaannya tetap mengutamakan kelengkapan prasyarat yang harus dipenuhi, untuk itu saldo gaji anggota dan platform pinjaman 40% tetap menjadi bahan pertimbangan kelayakan pengajuan pembiayaan kendaraan bermotor dan barang elektronik.

4.4.2 Penjualan Perumahan

Unit usaha Perumahan merupakan salah satu unit usaha yang dimiliki oleh Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) yang berlokasi di Jl. Lintas Timur km 78 Desa Lempuyang Bandar, Kecamatan Way Pengubuan, Kabupaten Lampung Tengah yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan perumahan bagi anggota Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK). Bekerjasama dengan Bank Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) dapat memenuhi kebutuhan anggota khususnya di bidang perumahan, dengan minat yang rendah dan tenaga terampil di bidangnya, Koperasi Dwikarya memiliki beberapa produk di bidang perumahan, antara lain: Rumah Type 27, Type 36 Rumah, Rumah Tipe 45 & Rumah Tipe 54.

4.4.3 Penjualan Ruko

Unit usaha selanjut nya berupa Ruko yang berada di perumahan Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) untuk dipergunakan sebagai usaha penjualan sembako maupun sebagai konter untuk ukuran ruko type 60/75 itu sudah cukup luas untuk membangun usaha.

3.5 Visi dan Misi Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK)

3.5.1 Visi

Menjadi koperasi yang mandiri dalam pengelolaannya dan memiliki anggota yang berkinerja tinggi dan disiplin hingga menjadi anggota yang makmur.

3.5.2 Misi

Melalui pelatihan, pengabdian, kreativitas, perbaikan terus-menerus, dan kerjasama untuk mendorong anggota meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan. Di koperasi ini, karyawan dapat meningkatkan pendapatan dan taraf hidup serta membantu perekonomian keluarga. Hal ini sesuai dengan fungsi koperasi bagi Indonesia sebagaimana tercantum dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992, yaitu membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggotanya.

3.5.3 Logo Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah di Tampilkan pada gambar 3.5.3-1

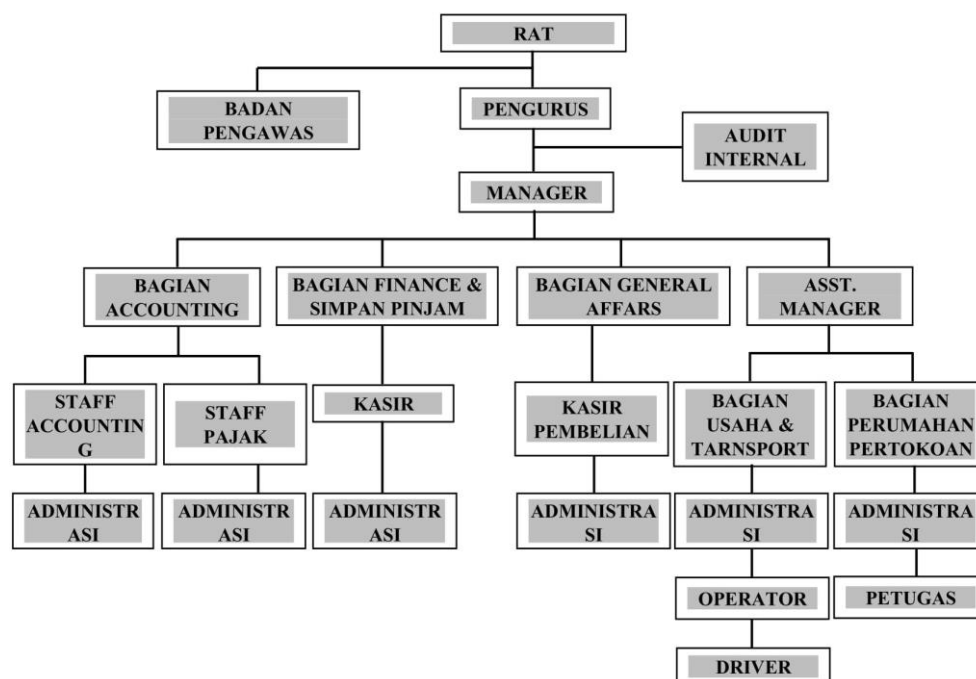


Gambar 3.5.3-1 Logo Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah

3.6 Struktur Organisasi



ORGANIZATION STRUCTURE
KOPERASI KARYAWAN DWI KARYA



Gambar 3.6-1 Struktur Organisasi Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Kabupaten Lampung Tengah

3.6.1 Rapat Anggota Tahunan (RAT)

Berdasarkan Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, rapat anggota memiliki kewenangan untuk menetapkan: Fungsi rapat anggota tahunan (RAT)

1. Menetapkan Anggaran Dasar (RAT).
2. Menetapkan Kebijakan Umum di bidang organisasi manajemen
3. Menyelenggarakan pemilihan, pengangkatan, pemberhentian, pengurus dan atau pengawas.
4. Menetapkan anggaran dan laporan keuangan.
5. Mengesahkan Laporan Pertanggung jawaban Pengurus dan pengawas dalam melaksanakan tugasnya.
6. Menentukan pembagian Sisa Hasil Usaha.
7. Menetapkan keputusan koperasi.

3.6.2 Pengurus

Pasal 32 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Pengurus dipilih langsung dari anggota koperasi untuk mengurus koperasi dan dapat dipercaya. Pengurus dapat mengangkat pengurus dan pegawai sebagai pengurus untuk menjalankan fungsi-fungsi usaha sesuai dengan ketentuan yang ada. Pengurus wajib melaksanakan segala keputusan RAT dalam rangka memberikan manfaat kepada anggota koperasi. Manajemen merumuskan berbagai kebijakan yang harus dijalankan oleh manajer (*Tim Manajemen*) dan menjalankan tugasnya sebagai berikut:

1. Mengelola organisasi koperasi dan usahanya.
2. Membuat dan mengajukan rancangan RPBAK (*Rencana Kerja Dan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Koperasi*).
3. Menyelenggarakan Rapat Anggota Mengajukan laporan dalam pelaksanaan tugas.
4. Dibuatnya pembukaan keuangan dan inventaris.
5. Menjaga buku anggota, pengurus dan pengawas.
6. Memberikan pelayanan yang baik kepada anggota dan koperasi.
7. Mendelegasikan tugas kepada manajer.

8. Meningkatkan pengetahuan perangkat pelaksanaan dan anggota.
9. Meningkatkan penyuluhan dan pendidikan kepada anggota.

Fungsi dan peran pengurus dalam koperasi sebagai berikut :

1. Pengurus sebagai pusat pengambilan keputusan tertinggi Fungsi Pengurus sebagai pusat pengambilan keputusan tertinggi diwujudkan dalam menentukan tujuan organisasi, merumuskan kebijakan organisasi, menentukan target rencana dan program kerja untuk organisasi koperasi, memilih dan mengawasi tindakan manajer dan karyawan dalam mengelola usaha koperasi. Organisasi koperasi yang diharapkan dapat membawa perubahan dan pertumbuhan organisasi sekaligus menjadi sumber prakarsa dan inspirasi bagi pengembangan usaha koperasi. Dalam menilai semua hasil kerja, kegiatan pengelolaan operasional koperasi menjadi tanggung jawab pengelola.
2. Fungsi sebagai penasihat ini berlaku bagi para manajer untuk meminta penjabaran kebijakan operasional di organisasi.
3. Pengurus sebagai pengawas yang dipercayai di organisasi.
4. Pengurus sebagai penjaga koperasi dengan baik dan yang dilakukan pengurus adalah:
 - a. Menyediakan manajer yang cakap dalam koperasi.
 - b. Memilih manajer dan eksekutif dengan sangat efektif.
 - c. Memberikan pengarahan kepada manajer supaya lebih profesional.
 - d. Menetapkan anggota yang mampu membimbing dan mengarahkan Organisasi.
5. Mengikuti perkembangan pasar, mengarahkan secara tepat berbagai jenis jasa arang atau jasa yang dihasilkan koperasi sesuai dengan dinamika pasar dan tingkat kelayakan dan profitabilitas usaha. Manajemen sebagai simbol, langkah langkah yang sistematis oleh pengurus, manajemen memperoleh dan menyajikan informasi koperasi secara cermat dalam mendukung kinerja usaha.
6. Kesesuaian dengan prinsip bisnis yang digunakan Penilaian kesehatan koperasi dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif minimal setahun sekali melalui rapat manajemen. Hasil penilaian kesehatan pengurus disampaikan kepada anggota secara terbuka melalui surat edaran atau papan pengumuman, selambat-lambatnya satu bulan dari setiap masa jabatan pengurus sebagai

tanggung jawab pengurus kepada seluruh anggota. Pengelola berhak mengkonfirmasi dengan anggota. Untuk mengefektifkan usaha dan berfungsinya fungsi pengendalian manajemen koperasi, manajemen melakukan pemeriksaan secara berkala minimal tiga bulan sekali atas semua transaksi yang terjadi. Hasil kegiatan ini menjadi masukan untuk perbaikan atau peningkatan pelaksanaan kinerja usaha koperasi kepada pengurus koperasi, serta pengendalian terhadap kemungkinan penyimpangan dan kesalahan pembukuan. Pengurus juga melaporkan kinerja pelaksanaan kebijakan, program kerja, dan realisasi RAPBK (*Rapat Anggaran Pendapatan dan Belanja*) untuk tahun buku berjalan (1 Januari – 31 Desember). Kinerja kebijakan, program dan (*RAPBK*) meliputi:

- a. Organisasi dan kelembagaan.
- b. Pelayanan dan usaha koperasi.
- c. Neraca pelayanan koperasi anggota dan non anggota.
- d. Kinerja keuangan.

3.6.3 Pengawas

Berdasarkan Undang-undang Nomor 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian, pengawas yakni Fungsi dan tugas wewenang pengawas koperasi:

1. Melaksanakan pengawasan dalam kebijakan koperasi.
2. Membuat laporan tertulis tentang hasil pengawasannya.
3. Meneliti catatan yang ada pada koperasi.
4. Mendapatkan segala keterangan yang diperlukan.
5. Merahasiakan hasil pengawasannya terhadap pihak ketiga.
6. Memeriksa keuangan dan berita acara.
7. Memberikan saran dan pendapat tentang kehidupan koperasi.
8. Memperoleh biaya dalam tugas pelaksana sesuai rapat anggota.
9. Mempertanggungjawabkan hasil pemeriksaan kepada RAT.

3.6.4 Manager

Berdasarkan Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, Kewajiban manajer antara lain :

1. Melaksanakan kebijakan yang ditetapkan pengurus.
 2. Memimpin pelaksanaan kegiatan usaha.
 3. Membimbing dan mengarahkan tugas karyawan di bawah nya seefisien mungkin.
 4. Mengusulkan kepada pengurus tentang pemberhentian karyawan dalam tugasnya.
 5. Menyusun RAPBK (*Rencana Kerja Dan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Koperasi*) anggota tahunan.
 6. Membuat laporan pertanggung jawaban akhir tahun.
 7. Melaksanakan dokumen-dokumen usaha atau organisasi koperasi.
- Fungsi utama Manajer :
- a. Melaksanakan tugas sehari-hari sesuai bidangnya.
 - b. Bertanggung jawab atas perusahaan atau koperasi.
 - c. Mengembangkan dan mengelola secara efisien dan efektif.

3.6.5 KEPALA BAGIAN

Berdasarkan Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, Kepala Bagian adalah orang yang berwenang untuk mengatur keadaan di lapangan untuk memastikan kelayakan calon debitur yang akan meminjam di Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Tugas Kepala Bagian adalah :

- a. Menilai kelayakan calon debitur
- b. Memilah-milah calon debitur yang akan mengkredit modal
- c. Mengatur Anggota PDL (*Petugas di lapangan*).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari uraian dan pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan Pada kondisi awal tahun 2019, sebagai distributor Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) memiliki keleluasaan untuk mengelola dan menjual buah dengan optimal tanpa ada batasan wilayah penjualan, skala penjualan cukup besar dengan jangkauan wilayah penjualan buah meliputi Kota Bandar Lampung-Kota Metro.

Namun pada tahun 2020, Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) mengalami penurunan status menjadi sub-distributor, penurunan status sub-distributor tersebut menyebabkan penurunan pendapatan (*decrease in income*) pada penjualan buah. Skala operasi penjualan buah pada koperasi menjadi lebih kecil karena cakupan penjualan buah hanya di fokuskan pada wilayah-wilayah tertentu yang tidak terjangkau pendistribusianya oleh distributor

Meskipun mengalami penurunan pendapatan namun Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) tetap melakukan upaya untuk mengurangi dampak akibat penurunan status sub-distributor dengan cara:

1. Melakukan evaluasi

Dalam menjalankan bisnis penjualan buah melakukan evaluasi sangatlah penting untuk menyelesaikan permasalahan khususnya kerugian penjualan pada Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK), dari hasil evaluasi tersebut akan didapat dua hasil, yaitu hasil positif dan negatif. Hasil positif dari evaluasi kerja akan dipertahankan dan di-*upgrade* untuk mendapatkan hasil yang lebih baik lagi kedepannya, sedangkan hasil negatif dari evaluasi kerja akan dibahas untuk kemudian diperbaiki.

2. Memperbaiki sistem bisnis

Salah satu penyebab penurunan pendapat penjualan buah adalah kurang tepatnya sistem bisnis yang dijalankan pada Koperasi Karyawan Dwi Karya (*KDK*). Sistem bisnis ini berkaitan dengan sumber daya manusia yang ada di dalam koperasi, ketidaksiapan sdm yang dimiliki koperasi dalam menghadapi penurunan status sub-distributor menyebabkan kinerja karyawan menjadi tidak optimal.

3. Melakukan perubahan

Untuk mengembalikan pendapatan penjualan buah seperti semula tidaklah mudah, penurunan status sub-distributor mengharuskan koperasi untuk melakukan perubahan pada sistem bisnis, sasaran lokasi usaha yang tidak terjangkau, dan strategi pemasaran, yang tentunya akan berpengaruh pada aset yang dimiliki menjadi aset yang produktif.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan tentang dampak penurunan status sub-distributor yang mempengaruhi pendapatan penjualan buah pada Koperasi Karyawan Dwi Karya (*KDK*), penulis memberikan saran dengan cara membuka dan menambah cabang toko pada wilayah-wilayah yang sulit terjangkau pendistribusiannya di Kabupaten Lampung Tengah serta memperbaiki sistem bisnisnya. Upaya tersebut tentunya sangat efektif karena dengan adanya cabang baru pada wilayah yang sulit terjangkau sangat mempermudah konsumen dalam memenuhi kebutuhan buah. Meskipun permintaan buah cukup tinggi pada wilayah yang sulit terjangkau namun dengan cara membuka cabang baru dapat menunjukkan bahwa koperasi siap untuk memenuhi kebutuhan permintaan buah tersebut. Meskipun skala operasi penjualan menjadi lebih kecil dikarenakan penurunan status sub-distributor, namun bertambahnya cabang baru di harapkan dapat menambah pendapatan sehingga bisa mencapai target yang telah ditentukan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Dari Literatur

Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Basu Swastha. (2015:129). *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*. Yogyakarta: BFFE

Priyanto, Dwi. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.

Kotler, Philip & Lane, Kevin Keller. (2016). *Marketing Management - 15/E*, Harlaw, Pearson Education, Inc.

Silaen, Sofar. (2016). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: IN MEDIA.

Tjiptono, Fandy dan Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi 2. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Sumber Dari Website

Undang Undang Tentang Perkoprasian. (1992). Diakses Pada 15 September 2021. dari [https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1992/25 TAHUN~1992 UU.htm](https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1992/25%20TAHUN~1992%20UU.htm)

Rapat Anggota Koperasi. (2020). Diakses Pada 15 September 2021. dari <https://www.kompas.com/skola/read/2020/03/23/200000569/rapat-anggota-koperasi?page=all>

Peran Dan Tanggung Jawab Pengurus Dan Anggota Koperasi. Diakses Pada 15 September 2021. dari <https://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/20921/150200197.pdf?sequence=1>

Tugas Dan Wewenang Pengawas Koperasi. Diakses Pada 15 September 2021. dari <https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/579/tugas-dan-wewenang-pengawas-koperasi>

Tugas Manager Dan Peranya Di Perusahaan. Diakses Pada 16 September 2021. dari <https://employers.glints.id/resources/tugas-manajer-dan-perannya-di-perusahaan/>

Sumber Dari Koperasi

Struktur Organisasi Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK)

Software Minimarket Penjualan buah Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) 2019-2020

Sumber Dari Wawancara

Sari, diwawancarai oleh Deny Prasetyo. 25 maret - 26 maret Koperasi Karyawan Dwi Karya (KDK) Lampung Tengah