

STRATEGI PEMASARAN DALAM PENGEMBANGAN USAHA KOPERASI UNIT BAJOE DI KABUPATEN BONE

Andi Irfan
STIM LPI Makassar

ABSTRAK

Program perencanaan dan kebijaksanaan pemasaran tidak terlepas dari adanya orientasi dari konsumen mempunyai suatu bagian yang bertugas mengumpulkan data dengan konsumen, suatu penelitian yang berusaha untuk mengerti tentang sesuatu dari konsumen, suatu bagian penelitian yang berusaha untuk mengerti tentang sesuatu dari konsumen, suatu bagian yang mengumpulkan informasi dari luar, bahkan ada pula yang mempunyai suatu bagian yang mengumpulkan data agar benar dapat mengetahui apa kemauan pasar, apa yang diinginkan konsumen, dan bagaimana cara menguasainya, demi kesenangan, kenikmatan, dan kepuasan konsumen.

Koperasi unit desa (KUD) Bajoe yang orientasinya pada pemasaran memadukan segala aspeknya pada situasi pasar yang ada di wilayah Kecamatan Tanete Riattang Timur. Tiap-tiap bagian KUD Bajoe harus mengerti bahwa kegiatan-kegiatannya itu pada hakekatnya diharapkan pada satu orientasi yaitu pasar, konsumen, pemakai atau pembeli, oleh sebab itu KUD Bajoe berorientasi pada pemasaran, melakukan apa yang disebutnya pemasarannya terpadu. Karena adanya berbagai orientasi perusahaan atau koperasi, ada berbagai pikiran atau konsep tentang pemasaran. Hal ini tergantung pada orientasi, falsafah atau tujuan perusahaan / koperasi.

Kata Kunci: Konsep penjualan, Marketing pemasaran, dan Titik tolak marketing pemasaran

Abstract

Program planning and marketing wisdom is inseparable from the orientation of consumers have a section in charge of collecting data by consumers, a study that seeks to understand something of the consumer, a part of the research are trying to understand something of the consumer, a section that gathers information from the outside, some even have a section that collects the data in order to really be able to know what the will of the market, what the consumers want, and how to master it, for the sake of pleasure, enjoyment, and satisfaction of consumers.

Village unit cooperatives (KUD) Bajoe orientation in marketing combines all aspects of the existing market situation in the region of Tanete District of East Riattang. Each section KUD Bajoe must understand that the activity was essentially an orientation that is expected on the market, the consumer, the user or purchaser, therefore KUD Bajoe oriented marketing, doing what he called marketing terpadu. Because the various orientations of companies or cooperatives, there are different thoughts or concepts about marketing. It depends on the orientation, philosophy or objectives of the company / cooperative.

Keywords: Concepts Sales, Marketing marketing, and marketing starting point pemasaran

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi sekarang ini perusahaan atau badan usaha sedapat mungkin untuk bertahan pada keadaan atau situasi persaingan yang semakin tajam. Untuk itu perusahaan atau badan usaha harus mampu menyusun strategi atau kebijaksanaan yang memadai untuk mendukung tercapainya tujuan.

Keadaan tersebut berlaku umum baik terhadap perusahaan atau badan usaha yang didirikan dengan tujuan untuk mencari keuntungan atau profit maupun terhadap perusahaan atau badan usaha yang didirikan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pada anggotanya seperti koperasi, Yayasan, dan Lembaga sosial lainnya yang dalam pendiriannya mempunyai maksud dan tujuan tertentu, maka ia harus lebih agresif dalam menghadapi persaingan pasar dewasa ini.

Dalam perusahaan atau badan usaha dikenal beberapa fungsi antara lain : Fungsi produksi, fungsi keuangan, fungsi sosial, serta fungsi pemasaran. Bagi perusahaan atau badan usaha yang memproduksi berdasarkan permintaan pasar maka fungsi pemasaran lebih menonjol dibanding fungsi lainnya.

Pemasaran merupakan ujung tombak untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu untuk memperoleh keuntungan atau profit semaksimal mungkin untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Keadaan tersebut di atas tidak kalah pentingnya pada Koperasi Unit Desa Bajoe Kabupaten Bone, sebagai wadah ekonomi rakyat yang mampu memasarkan hasil produksi pertanian dan juga mengadakan pengadaan barang-barang untuk memenuhi kebutuhan para anggotanya dan masyarakat sekitarnya. Sebagai lembaga ekonomi rakyat yang berwatak sosial dan beranggotakan orang-orang untuk mencapai tujuan bersama.

B. Rumusan Masalah

Agar pembahasan lebih terarah, maka dalam penulisan kertas karya ini, penulis mengemukakan beberapa masalah pokok sebagai berikut :

“Sejauhmana strategi pemasaran dapat mengembangkan usaha pada Koperasi Unit Bajoe Kabupaten Bone”.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam rangka penyusunan kertas karya ini adalah sebagai berikut :

“Untuk mengetahui sejauhmana strategi pemasaran dalam mengembangkan usaha pada Koperasi Unit Desa (KUD) Bajoe Kabupaten Bone”.

Sedangkan kegunaan penelitian ini adalah :

1. Sebagai bahan masukan kepada Koperasi Unit Desa (KUD) Bajoe Kabupaten Bone dalam meningkatkan usaha.
2. Sebagai salah satu bahan referensi untuk bisa memahami tentang KUD yang berbasis di pedesaan.

KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS

A. Kerangka Pikir

B. Hipotesis

Berdasarkan masalah pokok yang dikemukakan di atas maka penulis menyimpulkan beberapa hipotesis sebagai berikut :

“Diduga bahwa strategi pemasaran yang diterapkan untuk meningkatkan usaha Koperasi Unit Desa (KUD) Bajoe belum optimal”.

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Kegiatan penelitian yang dilakukan pada KUD Bajoe Kabupaten Bone selama 2 Bulan.

B. Metode Pengumpulan Data

Kegiatan penelitian yang penulis lakukan pada KUD Bajoe adalah untuk mengumpulkan data dalam penyusunan kertas karya ini adalah sebagai berikut :

1. Field Research : metode penelitian untuk memperoleh bahan atau data langsung ditempat penelitian dengan cara mengumpulkan bahan-bahan yang berkaitan dengan penulisan karya tulis ini dan melakukan wawancara langsung kepada pihak-pihak yang berkaitan atau berkompeten.
2. Library Research : yang mana metode ini berpatokan pada tinjauan pustaka, yaitu sesuai dengan kebutuhan literatur-literatur atau buku-buku yang berkaitan dengan materi dan maksud penelitian ini.

C. Jenis Dan Sumber Data

1. Data Primer : Yakni suatu data yang untuk memperolehnya harus langsung kelokasi penelitian atau di KUD Bajoe khususnya.
2. Data Sekunder : Yakni suatu data yang untuk memperolehnya harus melalui serangkaian usaha atau tindakan penelitian yang dilaksanakan secara penjiplakan data berdasarkan teori dan literatur-literatur yang berkaitan langsung dengan kebutuhan pokok-pokok pembahasan.

D. Metode Analisis

Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan metode analisis marketing mix.

E. Defenisi Operasional

Usaha KUD Bajoe dalam mengembangkan aspek produksinya, maka kegiatan manajer dalam hal ini telah memprogramkan usaha produk planning yang harus menjamin berbagai / aspek yakni:

- a. Kualitas produksi harus ditingkatkan .
- b. Desaian barang yang baik.
- c. Selalu menimbulkan kegunaan baru terhadap produksi
- d. Selalu berpedoman pada animo masyarakat.

Dari beberapa hal tersebut maka manajer KUD Bajoe selalu mempunyai analisa langsung terhadap informasi-informasi pemasaran tentang jumlah / kadar peminat terhadap produksi yang dimiliki oleh KUD Bajoe dan kebutuhan akan daya beli dari konsumen.

Oleh sebab itu aspek pemasaran yang harus diperbaiki oleh manajer KUD Bajoe senantiasa memiliki pengetahuan dan penguasaan dari aspek geografis oleh KUD Bajoe atau dipandang lebih kurang sebagai suatu kumpulan orang-orang yang diorganisir untuk membuka terjadinya permintaan dan penawaran untuk menciptakan harga yang serasi dan dapat dijangkau oleh masyarakat.

Aspek produksi dan pemasaran secara analisis marketing tidak akan terlepas dari faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya seperti :

1. Faktor Pemerintah.

Pihak pemerintah dalam proses pengembangan aspek pemasaran dirasakan sangat. Besar pengaruhnya, karena mungkin sekali disatu pihak, dan pihak lain sebagai subyek pelaksana perekonomian itu sendiri,. Apabila diketahui bahwa sektor-sektor ekonomi yang perlu dikuasai dan dikoordinir oleh pemerintah, maka proses pemasaran akan terasa bahwa semuanya ditentukan oleh kebijaksanaan pemerintah.

2. Faktor adanya Persaingan dari badan usaha lain.

Yakni merupakan salah satu faktor yang sangat penting dan bahkan menentukan sekali, hal ini disebabkan oleh karena KUD Bajoe harus senantiasa mampu

menyesuaikan diri dalam mengimbangi akan kebutuhan konsumen. Dari kegiatan KUD Bajoe maka masalah yang penting adalah bagaimana cara mengatasi masalah tersebut hingga dapat ditemukan satu titik yang harmonis dimana satu pihak konsumen mempunyai beraneka ragam kebutuhan barang dari konsumen yang harus dipenuhi, maka dalam hal persaingan yang dihadapi oleh KUD Bajoe sangat mengalami hambatan.

3. Aspek Konsumen.

Hal ini merupakan yang tak kalah pentingnya didalam mengembangkan KUD Tamaruanglelalui penerapan manajemen pemasaran karena tidak semua konsumen memakai itu melakukan pembelian atas kepuasan sendiri. Didalam suatu keluarga misalnya konsumen beras adalah tidak tertutup kemungkinan mempunyai selera terhadap jenis / varietas itu yang berbeda-beda. Dalam hal ini ada beberapa faktor untuk mengetahui sampai sejauh mana pengaruhnya terhadap aspek produksi yakni :

- a. Adanya pengaruh atau bujukan dari pihak lain
- b. Pengembalian keputusan terhadap produksi yang akan dibeli.
- c. Pelaksana yang melakukan transaksi pembelian.
- d. Konsumen itu sendiri.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Kebijakan Pemasaran

Sesuai pengamatan dan penganalisaan yang dirampungkan dalam kebijaksanaan pemasaran KUD Bajoe Kecamatan Tante Riattang Timur Kabupaten Bone, yang terdiri dari 3 (desa) sebagai wilayah kerja dan mempunyai sumber produksi yang menjadi unit usahanya.

Adapun desa yang dimaksud adalah :

1. Desa Panyula
2. Desa Barebbo
3. Desa Pallette

Sumber produksi yang dapat dikelola adalah : pengelolaan gab, penyediaan pupuk, penjualan barang konsumsi, dan bunga KCK. Sumbu produksi tersebut berhasil menciptakan volume penjualan (tahun 2000) dengan hasil sebagai berikut :

- Penjualan Gabah	Rp. 247.376.597,-
- Penyediaan / penyaluran pupuk	Rp. 152.343.200,-
- Penjualan barang konsumsi	Rp. 11.078.572,-
- Bunga KCK	Rp. 43.421.025,-

Sehubungan dengan keadaan kebijaksanaan yang diterapkan oleh KUD Bajoe maka secara terperinci mempunyai dan menerapkan kebijaksanaan pemasaran sesuai arti dan maksud pemasaran itu sendiri. Kebijaksanaan pemasaran adalah suatu aktivitas yang membuat suatu barang yang ditentukan kualitasnya. Bentuk susunan kimiawi, dan sebagaii ada tugas yang diberikan kepada bagian produksi.

Unutk mengetahui secara operasional sampai sejauh mana kebijaksanaan terhadap pemasaran pada KUD maka dilihat dari faktor pendekatan dalam pemasaran meliputi 3 (tiga) aspek.

Aspek yang dimaksud adalah :

1. Pendekatan institusional / lembaga yakni suatu pendekatan yang mempelajari pemasaran suatu barang tertentu secara mendalam, sejak dari produsen hingga konsumen-konsumennya, seluk beuk distribusinya, pembelanjaannya, dan segala sesuatu yang berhubungan engan arus komoditi tetentu. Jadi dengan demikian pendekatan serba barang, dan hal ni pula daat dilihat pada KUD Bajoe yang unit-unit usahanya memang lebih dari satu komoditi.

2. Pendekatan sebab lembaga : yakni suatu pendekatan yang mempelajari hanya satu segmen saja dari satu mekanisme marketing/pemasaran yaitu lembaganya. seperti pada KUD Bajoe dapat dikatakan pada tahun berikut ini telah nyata dalam memberikan pembinaan dan pengembangan pada KUD Bajoe, begitu pula dengan keikutsertaan Bank dalam mensukseskan masalah-masalah Perkreditan (KCK), karena pada saat sekarang ini piutang KCK dari KUD Bajoe berjumlah Rp. 12.820.000,-. Maka hal semacam ini pengurus dan manajer KUD Bajoe harus mengadakan pendekatan secara terorganisir dengan lembaga-lembaga yang ada kaitannya dengan proses pengembangan unit-unit usaha KUD Bajoe.
3. Pendekatan Fungsi yakni : suatu pendekatan yang mempelajari tentang bagaimana memungksikan seluruh fungsi-fungsi yang ada dalam pemasaran.

B. Kebijakan Harga Dan Pemotongan Penjualan

Bebicara tentang kebijaksanaan harga yang terjadi pada KUD Bajoe, akan kembali pada berbagai macam permasalahan diantaranya adalah adanya kepercayaan masyarakat diwilayah kerja KUD Bajoe yang masih dibayang-bayangi oleh kecenderungan membeli sarana-sarana produksi pada orang-orang tertentu, misalnya pembelian pupuk pada kebutuhan lahan pertanian mereka lebih condong pada rentenir-rentenir (pemilik modal) yang sudah barang tentu mempunyai tingkat bunga yang lebih jauh besar dibandingkan dengan bunga melalui Bank (Kredit Canda Kulak).

Dengan demikian pengurus dan manajer KUD Bajoe tak pernah berhenti dan putus asa dalam memberikan suatu pembinaan dan pengembangan usaha KUD Bajoe dalam mengatasi masalah tersebut, sehingga pada tahun 1999 usaha KCK mempunyai dana sebesar Rp. 22.280.000,- berhasil ditingkatkan menjadi Rp.33.413. 950,- yang juga merupakan saldo piutang pada tanggal 31 Desember.

Bebicara dengan tentang potongan penjualan dilakukan/diproses pada KUD Bajoe, dapat terlihat pada usaha pembelian gabah yang sesuai dengan ketetapan, kebijaksanaan pemerintah maka dapat terlihat pada perincian dibawah ini:

PERSYARATAN KUALITAS	GKP	GKD	GKL	GKG
- Kadar air maksimum	26%	19%	16%	24%
- Hampa maksimum	10%	8%	6%	3%
- Butir hijau/kapur maks	15%	10%	9%	5%
- Butir kuning/rusak maks	3%	3%	3%	3%
- Butir merah maksimum	3%	3%	3%	3%

Persyaratan kualitas tersebut dilakukan penetapan harga pembelian dalam rupiah(Rp) seperti di bawah ini :

- | | |
|----------------|-----------------|
| a. GKP= 105/kg | c. GKL = 150/kg |
| b. GKD= 135/kg | d. GKG = 175/kg |

Keterangan :

GKP = Gabah Kering Panen

GKG = Gabah Kering Giling

GKD = Gabah Kering Desa

GKL = Gabah Kering Lumbung

Sebagai an kita ketahui bahwa potongan penjualan merupakan bagian dari pemasaran. Sama halnya pada KUD Bajoe didalam melakukan kegiatan pemasaran hasil produksinya yang terdiri 2 (dua) jenis barang antara lain :

- a. Gabah
- b. Beras

Diantara dua jenis komoditi tersebut msing-masing dikenakan potongan penjualan :

- a. Potongan penjualan gabah : KUD Bajoe di dalam penjualan gabah memberikan potongan penjualan sebesar Rp. 7,-/kg, dengan harga bersih sebesar Rp. 187.70/kg maka hasil bersih yang diterima oleh KUD Bajoe Rp. 180.70,-/kg.

- b. Potongan penjualan beras : yaitu sebesar Rp. 7,-/kg harga bersih sebesar Rp. 521 kg maka hasil bersih yang diterima KUD Bajoe sebesar Rp. 514/kg. Selain dari pada itu masih ada penyaluran yang dikeluarkan antara lain ongkos angkut kedolog sebesar Rp. 4,-/kg. Inilah merupakan perincian mengenai potongan penjualan KUD Bajoe.

C. Saluran Distribusi Dan Motivasinya

Saluran distribusi yang dimiliki oleh KUD Bajoe mempunyai empat fokus perhatian yakni penyaluran hasil produksinya berdasarkan unit-unit usaha yang dianggap produktif, usaha tersebut yakni:

1. Pengadaan Pangan
2. Penyaluran saluran produksi
3. Simpan pinjam
4. Kredit Candak Kulak (KCK)

Keempat unit usaha tersebut mempunyai penyaluran yang telah ditentukan baik oleh pemerintah sebagai usaha penyediaan stock nasional, maupun oleh keputusan-keputusan yang akan diusahakan oleh ketetapan rapat anggota/pengurus KUD Bajoe tersebut.

Situasi dari keempat unit usaha diatas mempunyai pembahasan dan penggarisan antara lain ;

1. Penyaluran hasil produksi pengadaan pangan yang berupa gabah sebesar Rp. 247.376.597,- termasuk penyalurannya ke Dolog.
2. Penyaluran sarana produksi, antara lain berupa :
 - a. Penyaluran pupuk sebesar Rp. 112.343.200,-
 - b. Penyaluran pupuk (giro bank) sebesar Rp. 111.458.690,-. Keduanya dapat dilihat pada laporan pertanggung jawaban KUD Bajoe 1999/2000.
3. Unit simpan pinjam : Unit KUD Bajoe dikelola melalui aktifitas dari besarnya simpana-simpanan anggota KUD yang pada laporan terakhir ini mempunyai besar anggota 351 orang dengan rencana penerimaan seperti dibawah ini :
 - a. Simpanan pokok sebesar Rp. 150.000,-
 - b. Simpanan wajib sebesar Rp. 180.000,-
 - c. Simpanan sukarela sebesar Rp. 375.500,-
4. Unit kredit Candak Kulak : Hal ini pada KUD Bajoe terutama ditujukan pada anggota-anggota KUD dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Membeikan pinjaman sesuai dengan dasar usaha dan anggota memberikan jaminan berupa surat-surat berharga.
 - b. Memberikan pinjaman setelah dteliti budang usahanya dengan mengutamakan kelayakan usaha dari pemita kredit,dan
 - c. Mengembalikan bunga sesuai dengan peraturan yang dikeluarkan ole pemerintah ataupun peraturan darpengurus KUD Bajoe. Bulanan, dan triwulan. Dengan kriteria ini KUD Bajoe dalam tahun memperoleh keuntungan sebesar Rp. 121.92.039,-.

Dalam usaha distribusi dan motivasinya ini, dengan maksud menjual bersas dan membagi hasil penjualan bersama ada tiga macam cara yang biasanya dijalankan:

1. Semua hasil produksi tidak digrade sama sekali,dimasukkan dalam satu pool, harga rata-rata yang sam diberikan kepada semua anggota.
2. Semua barang-barang digrade lebih daulu dipisahkan menurut sifat masing-masing anggota pool akan menerima harga yang berbeda-beda sesuai dengan kualitas masing-masing.
3. Semua hasil produksi digrade dari macam dan bentuk, kelas dimasukkan dalam pool yang bebeda-beda pembayarannya dilakukan dengan dua cara :

- a. Pembayaran untuk masing-masing grade atau pool dapat dilakukan sesuai harga bersih yang diterima sungguh-sungguh.
- b. Pembayaran masing-masing grade dapat dijalankan dengan dasar yang berbeda-beda.

D. Jenis Dan Unit Usaha

Jenis dan unit usaha KUD Bajoe berdasarkan Undang-undang Perkoperasian No.25 Tahun 1992, maka usaha pembinaan KUD Bajoe sesuai dengan usaha pengembangan unit usaha maka KUD Bajoe harus menjalankan peraturan-peraturan yang mengatur tentang kriteria suatu penambahan unit usaha serta pengkombinasian dengan situasi dan kondisi KUD Bajoe.

Pada tahun 1999 telah sempat menjalankan beberapa kegiatan usaha antara lain :

- a. Pengadaan pangan
- b. Penyaluran saluran produksi
- c. Penkreditan Candak Kulak
- d. RMU

Adapun keuntungan yang diperoleh KUD Bajoe setelah melakukan RAT 1999/2000, dengan mengelola unit-unit usaha tersebut di atas, keuntungan sebanyak Rp. 124.924.039.50,- setelah melakukan kalkulasi biaya penyusutan pembangunan perlengkapan mesin-mesin dan alat-alat kantor.

Sesuai dengan rencana kerja KUD Bajoe tahun 2001 akan lebih meningkatkan unit usahanya antara lain :

1. Bidang usaha
2. Bidang organisasi
3. Bidang permodalan dan usaha

ad.1. Bidang usaha : yakni meningkatkan hubungan kerja antara koperasi, bidang usaha dan permodalan antara hubungan-hubungan baik kepada pihak pemerintah maupun pihak lainnya. Dari kepentingan organisasi dan usaha serta kesejahteraan para anggota dan masyarakat maka dapatlah diwujudkan sedikit demi sedikit dan dapat dilihat dari peningkatan hasil perhitungan neraca akhir antar dua periode yakni tahun 1999/2000 sebesar Rp.

179 054.076.69,-.

ad.2. Bidang organisasi sebagai salah satu organisasi ekonomi maka KUD Bajoe harus melakukan kegiatan usaha-usaha produktif. Untuk maksud itu KUD Bajoe memerlukan faktor-faktor produksi yang ada dasarnya terdiri atas tiga macam yakni :

- a. Faktor alam (tanah) dengan nilai sebesar Rp. 152.785.247,- ditambah dengan kedudukan wilayah yang potensial di wilayah tersebut.
- b. Faktor tenaga kerja/anggota KUD Bajoe :

- Anggota penuh sebanyak	251 (tahun)
- Pengurus	5 orang
- Karyawan	6 orang
- Manajer	1 orang

Dengan melihat jumlah anggota KUD Bajoe, maka tidak tertutup kemungkinan jika masalah pengembangan unit agar bisa memenuhi kebutuhan-kebutuhan anggota dan masyarakat pada umumnya.

ad.3. Bidang permodalan ini bisa dimaksudkan sebagai usaha memperoleh dan mengefektifkan dan dalam penggunaan modal untuk guna membiayai kelangsungan hidup dari unit-unit usaha KUD Bajoe. Permodalan ini tidak akan terlepas dari mana modal itu diperoleh, maka sumber tersebut dapat dilihat dari simpanan-simpanan anggota KUD Bajoe yakni :

- a. Simpanan pokok Rp. 420.000,-

b. Simpanan wajib	Rp. 300.000,-
c. Cadangan	Rp. 5.191.090,-
d. Modal donasi	Rp. 54.356.700,-
e. Dana pengembangan	Rp. 42.250.400,-
f. Rugi/laba	<u>Rp. 111.924.029,-</u>
Total	Rp. 202.321.219,-

Atas modal sendiri diperoleh dari neraca tahun 1999/2000 Pada KUD Bajoe usaha untuk lebih memantapkan usaha permodalan ini, maka pengurus berusaha :

- Mengintensifkan pemupukan simpanan-simpanan dari anggota KUD Bajoe.
- Memperluas unit-unit usaha menurut potensi wilayah kerja KUD Bajoe.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang dikemukakan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Seperti yang diduga dan dimasukkan bahwa didalam memasarkan hasil produksi diwilayah kerja KUD Bajoe masih sering dihadapkan oleh kegoncangan ekonomi yang tak menentu sehingga dapat menghambat didalam pelaksanaannya.
2. Dengan tidak menentunya, harga dipasaran merupakan salah satu faktor penghambat bagi KUD Bajoe dalam menambahkan mengembangkan unit-unit usahanya.
3. Keberhasilan KUD Bajoe ditengah-tengah masyarakat tidak terlepas dari kesuksesannya menerpakan manajemen dan fungsi-fungsi pemasaran dalam aktifitas sehari-hari.
4. Salah satu persepsi perusahaan sudah tampak secara nyata melalui KUD Bajoe dimana persepi itu adalah membuat sesuatu yang meyenangkan hati orang lain (pelayanan), yang akhirnya akan membuat diri sendiri juga merasa senang.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaniago Arifinal, Drs, Pendidikan Koperasi Indonesia Penerbit Angkasa, Bandung, Tahun 1982.
- Departemen Koperasi, Pengetahuan Koperasi, Sebuah Direktorat Penyuluhan Koperasi, Jakarta, Tahun 1984.
- Departemen Perdagangan Koperasi, Koperasi Sebuah Pengantar, Jakarta, Tahun 1981.
- Manullang. M, Drs, Dasar-dasar Manajemen, Penerbit Gunung Agung, Jkarta, Tahun 1981.
- Soewarno Handyaningrat, Drs, Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen, Penerbit Gunung Agung, Jakarta, 1982.
- Soekarno K, Drs, Dasar-Dasar Manajemen, Penerbit Miswar, Jakarta, 1979.
- Soehardi Sigi, Drs, Marketing Praktis, Penerbit Armurita, Yogyakarta, 1982.
- Winardi, Drs, Azas-Azas Marketing, Bandung, Penerbit Alumni, Bandung, Tahun 1980.

Bahan-bahan lain

Instruksi Presiden No. 4 Tahun 1984, Tentang embinaan dan Pengembangan KUD, Jakarta, Tahu 1984.

Undang-undang No. 25 Tahun 1992, Pokok-Pokok Perkoperasian,