

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan kemajuan dunia usaha menjadi semakin cepat seiring dengan berjalannya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, hal ini ditandai oleh ketatnya persaingan diantara pelaku ekonomi yang mulai bermunculan dan bergerak dalam bidang usaha yang sama. Pada prinsipnya para pelaku ekonomi saling berlomba-lomba untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan cara mempertahankan konsumen yang ada dan memperluas jangkauan area pasar. Memasuki era milenium ini, pada saat persaingan dunia usaha semakin mengglobal dan sarat dengan persaingan yang maha dahsyat, maka mau tidak mau, setiap pelaku ekonomi tak terkecuali koperasi, bila ingin terus bertumbuh dan berkembang, harus memiliki daya saing yang berkelanjutan.

Koperasi sebagai salah satu badan usaha yang berbeda dengan badan usaha yang lainnya dituntut untuk menunjukkan keberhasilannya sebagai pelaku ekonomi dalam mengisi pembangunan di bidang ekonomi nasional. Koperasi dituntut bukan hanya untuk mencari keuntungan secara ekonomi namun harus mampu menghimpun dan mengangkat masyarakat yang ekonominya lemah agar menjadi lebih kuat dan sejahtera sehingga pada akhirnya diharapkan dapat mengentaskan kemiskinan maka dari itu koperasi sering kali dikenal sebagai gerakan ekonomi

rakyat (Subandi, 2017:31). Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Pasal 3 dicantumkan bahwa :

**“Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian Nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945.”**

Berdasarkan hal di atas dapat diartikan bahwa meningkatkan kesejahteraan anggota adalah menjadi program utama koperasi yang harus di wujudkan. Salah satu cara dalam meningkatkan kesejahteraan anggota yaitu dengan memenuhi kebutuhan anggotanya. Hal tersebut sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Abrahamson dalam Ropke (2012:13) bahwa orang-orang membentuk koperasi ialah untuk memenuhi kebutuhannya. Maka dari itu perlu ada kerjasama aktif antara koperasi dengan anggota yaitu dengan cara koperasi menyediakan barang dan atau jasa yang dibutuhkan dan diinginkan anggota, sementara itu anggota harus berpartisipasi aktif dalam memanfaatkan apa yang disediakan oleh koperasi.

Koperasi Syari'ah Baitul Mu'min (KSBM) merupakan koperasi konsumen yang beralamat di Komplek Pasir Jati, Desa Jatiendah, Kecamatan Cilengkrang, Kabupaten Bandung. Koperasi ini berdiri pada tanggal 23 Desember 2015 dan sudah menjalankan kegiatan operasional kurang lebih selama 3 tahun lamanya. Dalam menjalankan program-programnya KSBM membentuk beberapa unit usaha berdasarkan atas keinginan dan kebutuhan anggota :

1. Unit Usaha Simpan Pinjam
2. Unit Usaha Penyertaan Modal Usaha

3. Unit Usaha Pembiayaan Barang
4. Unit Usaha Perniagaan
5. Unit Usaha Payment
6. Unit Usaha Pelayanan Jasa.

Dari enam unit usaha yang di jalankan oleh KSBM, Unit Usaha Perniagaan menjadi unit usaha yang di unggulan KSBM. Unit Usaha Perniagaan bergerak pada bidang usaha ritel yang menyediakan dan menjual barang-barang kebutuhan rumah tangga seperti sembako, makanan ringan, hingga alat-alat kebersihan. Selama tiga tahun menjalankan aktivitas usahanya, tentu saja tidak berjalan dengan mudah. Terdapat berbagai macam kendala yang perlu di hadapi, dari mulai sulitnya mencari pemasok yang menyediakan barang dagang yang lengkap dan harga yang murah, mengatur jam operasional toko, belum adanya penanggung jawab untuk pembelian barang-barang dagang yang pasti, hingga barang-barang dagang yang kerap kali tidak laku terjual sampai melewati batas waktu *expired* yang tentu saja menimbulkan kerugian. Selama tiga tahun ini rata-rata hasil penjualan atau laba Unit Usaha Perniagaan per bulan berkisar antara Rp 1.800.000 – Rp 2.000.000. Hal tersebut masih jauh dari harapan, terlebih lagi kedepannya Unit Usaha Perniagaan akan memperkerjakan karyawan yang tentu saja menambah biaya maka dari itu penjualan pun perlu untuk di tingkatkan. Perbaikan demi perbaikan telah di coba untuk di lakukan untuk meningkatkan penjualan salah satunya dengan memberikan layanan *Delivery Order* bagi anggota. Namun hal tersebut belum bisa memberikan dampak yang banyak justru hasil usaha pada tahun 2018 mengalami penurunan yang cukup besar dari tahun sebelumnya yaitu sekitar 33,5 %.

Hasil usaha pada tahun 2017 mencapai angka Rp 33.746.025 namun pada tahun 2018 hanya mampu menghasilkan sebesar Rp 22.451.039 yang bahkan hasil tersebut lebih rendah di bandingkan dengan hasil yang di capai pada tahun pertama usaha ini berdiri yaitu sebesar Rp 23.049.645. Hal tersebut tidak sebanding dengan jumlah anggota koperasi yang setiap tahunnya meningkat. Seharusnya semakin bertambah anggota koperasi maka akan semakin meningkatkan penjualan dan berdampak pula pada peningkatan hasil usaha. Meskipun demikian sebagian besar transaksi yang terjadi di Unit Usaha Perniagaan masih berasal dari anggota yaitu rata-rata sebesar 93% dan sisanya 7% berasal dari non anggota. Maka dari itu perbaikan-perbaikan layanan untuk anggota harus senantiasa di tingkatkan karena pelanggan utama dari Unit Usaha Perniagaan adalah anggota. Sebab apabila Unit Usaha Perniagaan sebagai pihak penyedia barang bagi anggota salah dalam menerjemahkan kebutuhan anggota maka bukan tidak mungkin partisipasi anggota dalam bentuk transaksi pembelian pada Unit Usaha Perniagaan akan sangat rendah dan bahkan mungkin anggota akan memilih untuk berbelanja di tempat lain. Hal tersebut terbukti berdasarkan data yang ada menunjukkan bahwa jumlah anggota tidak aktif berpartisipasi atau bertransaksi pada Unit Usaha Perniagaan setiap tahunnya mengalami peningkatan. Berikut ini adalah tabel partisipasi anggota dalam Unit Usaha Perniagaan:

**Tabel 1. 1 Partisipasi Anggota Pada Unit Usaha Perniagaan**

Tahun	Jumlah Anggota	Jumlah Anggota yang tidak Berpartisipasi	Persentase Anggota yang tidak Berpartisipasi	Perkembangan
2016	168	44	26,19 %	-
2017	270	74	27,41 %	Naik
2018	406	160	39,41 %	Naik

*Sumber : Buku Laporan Musyawarah Anggota Tahun 2016-2018*

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa selama tahun 2016 hingga 2018 jumlah anggota yang tidak berpartisipasi aktif dalam Unit Usaha Perniagaan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tentu hal ini tidak dapat dibiarkan terus-menerus terjadi dan perlu di cari penyebabnya oleh para pengurus koperasi. Apabila hal tersebut terus dibiarkan maka bukan tidak mungkin akan menjadi bom waktu bagi usaha ritel koperasi dan usahanya akan tertinggal dan juga di tinggalkan oleh pelanggannya. Kondisi usaha perniagaan koperasi semakin di persulit dengan fakta bahwa rata-rata nilai transaksi anggota di Unit Usaha Perniagaan masih cukup rendah dan terus mengalami penurunan setiap tahunnya. Berikut rata-rata nilai transaksi anggota selama tahun 2016-2018 :

**Tabel 1. 2 Rata-rata Nilai Transaksi Anggota Pada Unit Usaha Perniagaan Periode 2016 -2018**

Tahun	Volume Transaksi (Rp)	Rata-rata Transaksi Anggota per bulan (Rp)	Persentase Rata-rata Transaksi Anggota	Perkembangan
2016	306.311.721	205.854,65	-	-
2017	449.956.367	191.307,98	-7,1 %	Turun
2018	474.301.116	160.671,11	-16,01 %	Turun

*Sumber : Buku Laporan Musyawarah Anggota Tahun 2016-2018*

Dapat di lihat berdasarkan data dari tabel di atas menunjukkan bahwa rata-rata transaksi anggota per bulan selama tiga tahun terakhir senantiasa mengalami penurunan hingga pada tahun 2018 mencapai titik ter rendah yaitu rata-rata transaksi anggota hanya sebesar Rp 160.671,11. Hal tersebut secara tidak langsung memberikan indikasi bahwa sebagian besar transaksi anggota koperasi dalam memenuhi kebutuhan konsumsi bulanannya baik yang berupa makanan dan non makanan terjadi di luar koperasi, dan hal tersebut di dukung dengan fakta bahwa hasil evaluasi musyawarah anggota tahunan KSBM dari tahun 2016-2018 selalu menyatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi belum mengalihkan belanja kebutuhan bulanannya ke KSBM dan masih berbelanja di toko-toko ritel lain.

Mengacu pada hasil evaluasi tersebut tentunya hal ini menjadi suatu permasalahan mengapa hal itu bisa terjadi, padahal koperasi lahir dari anggota dan usaha ritel pada koperasi pun di bentuk atas keinginan anggota yang sama-sama memiliki kepentingan ekonomi yang sama. Seharusnya anggota bertanggung jawab dengan keputusan yang telah dibuatnya untuk membuat usaha ritel dengan cara aktif melakukan pembelanjaan di koperasi. Namun sayang hal itu belum cukup untuk menarik minat anggota untuk mengalihkan belanja bulanannya ke koperasi. Tentunya hal ini tidak begitu saja terjadi, pasti terdapat penyebab mengapa anggota enggan mengalihkan belanja bulanannya ke koperasi. Menurut Veithzal Rivai *et.al* (2018:493) terdapat beberapa faktor pendorong yang dapat membawa kemajuan bagi usaha ritel dan juga menjadi sebab seseorang belanja pada tempat atau toko ritel tertentu diantaranya :

1. Lokasi atau tempat yang mudah di akses

## 2. Kelengkapan barang

## 3. Ketepatan Harga

Berdasarkan 3 hal yang di ungkapkan di atas KSBM dalam pengelolaan usaha perniagaan ritelnya sudah cukup memiliki lokasi yang sangat mudah untuk diakses karena berada di tengah-tengah tempat tinggal pelanggannya. Selain itu untuk permasalahan lokasi pun sudah tertutupi dengan adanya layanan pesan antar yang di berikan. Sehingga kemungkinan besar anggota atau pelanggan enggan berbelanja di koperasi karena barang yang kurang lengkap dan harga yang tidak sesuai dengan yang di harapkan. Permasalahan-permasalahan tersebut berkaitan erat dengan kegiatan pengadaan barang dagang (*Merchandising*). Menurut Utami (2017:14) salah satu fungsi penting dalam ritel yang dapat menambah manfaat nilai produk bagi konsumen adalah melalui kegiatan pengadaan barang yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, baik dari segi waktu, jenis, harga, kuantitas dan kualitas produknya, karena pelanggan senantiasa mempunyai pilihannya sendiri terhadap berbagai macam produk. Maka dari itu kegiatan pengadaan barang ini menjadi suatu kegiatan yang sangat penting bagi Unit Usaha Perniagaan KSBM karena akan menentukan berkembang atau tidak nya usaha tersebut. Terlebih lagi menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewa (2012) dan Febirsa (2015) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara kegiatan *merchandising* dengan pembelian konsumen. Kegiatan pengadaan barang dagang yang baik akan meningkatkan pembelian pelanggan atau dalam koperasi disebut dengan partisipasi. Maka dari itu atas dasar fenomena diatas dan di dukung oleh hasil penelitian terdahulu, maka akan dilakukan penelitian yang difokuskan

pada judul “**Analisis Pengadaan Barang Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota**”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya maka rumusan masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan pengadaan barang dagang yang dilakukan oleh Unit Usaha Perniagaan KSBM ?
2. Bagaimana tanggapan dan harapan anggota terhadap pengadaan barang di Unit Usaha Perniagaan KSBM ?
3. Bagaimana partisipasi anggota koperasi pada Unit Usaha Perniagaan baik sebagai pemilik maupun sebagai pelanggan ?
4. Upaya perbaikan pengadaan barang dagang apa saja yang harus dilakukan oleh koperasi melalui Unit Usaha Perniagaan KSBM untuk meningkatkan partisipasi anggota ?

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Penelitian ini bermaksud untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan untuk menganalisis pengadaan barang dagang yang dilakukan oleh Unit Usaha Perniagaan KSBM dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian pada Unit Usaha Perniagaan Koperasi Syari'ah Baitul Mu'min adalah untuk mengetahui hal-hal yang telah dikemukakan pada identifikasi masalah, yaitu :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan pengadaan barang di Unit Usaha Perniagaan KSBM.
2. Untuk mengetahui tanggapan dan harapan anggota terhadap pengadaan barang di Unit Usaha Perniagaan KSBM.
3. Untuk mengetahui partisipasi anggota pada Unit Usaha Perniagaan KSBM baik sebagai pemilik maupun sebagai pelanggan.
4. Untuk mengetahui upaya-upaya perbaikan pengadaan barang dagang yang harus dilakukan oleh koperasi melalui Unit Usaha Perniagaan KSBM untuk meningkatkan partisipasi anggota.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Aspek Teoritis**

Hasil yang di dapat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, informasi, referensi dan bahan masukan bagi penelitian selanjutnya khususnya penelitian yang berkaitan dengan pengadaan barang.

### **1.4.2 Aspek Praktis**

1. Bagi koperasi, sebagai bahan informasi dan masukan tentang pengadaan barang yang sesuai dengan ilmu pengetahuannya.

2. Bagi peneliti, sebagai bahan pembelajaran dan aplikasi selama perkuliahan.
3. Bagi institut, sebagai tambahan pengetahuan dan referensi skripsi untuk masa yang akan datang.



IKOPIN