

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Adanya pandemic covid-19 ini membuat keadaan perekonomian global yang terjadi saat ini menjadi sangat menurun sehingga mengakibatkan kondisi perekonomian di berbagai negara tidak stabil, terutama pada negara-negara berkembang. Kondisi perekonomian yang tidak stabil karena pandemic covid-19 ini juga berdampak di Negara Indonesia sehingga mengakibatkan berbagai badan usaha banyak mengalami kerugian bahkan sampai mengalami kebangkrutan. Agar mampu bertahan pada situasi ini, maka pemerintah harus berusaha keras untuk memperbaiki perekonomian negara demi mencapai kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat. Untuk mencapai kemakmuran dan kesejahteraan tersebut maka sangat diperlukan tindakan-tindakan yang terencana pada lembaga-lembaga perekonomian yaitu Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Koperasi.

Dalam Pasal 33 Ayat 1 Undang-Undang Dasar 1945 tentang sistem perekonomian Indonesia menegaskan bahwa

“Perekonomian Indonesia disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan.”

Koperasi merupakan lembaga perekonomin rakyat yang bersifat paling sesuai dengan pernyataan tersebut sehingga koperasi diharapkan mampu bertahan dan berdiri tegak di tengah-tengah situasi ekonomi yang tidak stabil ini. Koperasi juga memiliki peran penting dalam menumbuhkan dan mengembangkan potensi

perekonomian rakyat serta dalam mewujudkan kehidupan demokrasi ekonomi dengan ciri-ciri demokratis, kebersamaan, keterbukaan dan kekeluargaan.

Seperti dijelaskan pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Bab 1 Ayat 1 tahun 1992 tentang Perkoperasian yang menjelaskan bahwa :

“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.”

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa koperasi adalah badan usaha yang kegiatannya berdasar atas asas kekeluargaan. Antar anggota dan masyarakat akan saling bergotong-royong agar terpenuhinya tuntutan kebersamaan hingga dapat mensejahterakan segala pihak. Sehingga koperasi mampu membangun badan usaha bersama-sama dengan rakyat untuk memakmurkan rakyat banyak. Hal ini yang menjadikan koperasi sebagai soko guru perekonomian Indonesia.

Koperasi sebagai soko guru perekonomian Indonesia yang berasaskan kekeluargaan seharusnya dapat berkembang lebih baik karena keberadaan dan eksistensinya sudah dijamin oleh undang-undang. Namun pada kenyataannya koperasi di Indonesia cenderung mengalami penurunan performa seiring dengan kemajuan zaman yang semakin meningkat. Karena kebanyakan masyarakat kurang memahami tentang kegiatan koperasi, sehingga banyak yang memilih badan usaha lainnya seperti perusahaan perseorangan atau perseroan dibandingkan badan usaha koperasi. Hal yang harus diperhatikan dan dipersiapkan untuk menghadapi persaingan usaha lainnya selain koperasi, misalny adalah persaingan dalam

penjualan produk maupun jasa yang semakin banyak, karena banyak badan usaha lainnya yang menawarkan produk maupun jasa dengan berbagai cara. Oleh karena itu, untuk mencapai keberhasilan koperasi, koperasi harus mempunyai pengelolaan manajemen yang baik dan manajemen yang baik tidak terlepas dari peran anggota yang baik. Karena anggota merupakan salah satu pihak yang menentukan keberhasilan sebuah koperasi melalui partisipasi anggota. Anggota merupakan kedudukan tertinggi pada setiap pengambilan keputusan dan kebijakan karena pada koperasi anggota memiliki identitas ganda yaitu sebagai pemilik maupun pengguna/pelanggan.

Koperasi perlu diberikan kesempatan untuk membangun unit usaha seluas-luasnya agar mampu menjalankan fungsi dan perannya dan menjadi lembaga perekonomian rakyat yang mandiri, sekaligus dapat membantu terwujudnya tatanan pembangunan nasional yang maju, adil, dan makmur dan dapat dirasakan oleh seluruh rakyat Indonesia.

Hal tersebut sesuai dengan tujuan koperasi yang diuraikan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Bab 2 Pasal 3 tahun 1992 tentang Perkoperasian yaitu :

“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.”

Oleh karena itu, koperasi sebagai soko guru perekonomian Indonesia tidak bisa tinggal diam dan harus mampu bersaing dengan mengoptimalkan pada unit

usahanya, salah satunya seperti koperasi karyawan “Tirta Karya” PDAM Tirtawening Bandung.

Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung merupakan salah satu lembaga perekonomian yang dalam kegiatan usahanya dari, untuk, dan oleh anggota dengan tugas pokok membantu meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung merupakan koperasi karyawan PDAM Tirtawening Kota Bandung dan didirikan pada tanggal 25 Agustus 1980. Koperasi Tirta Karya PDAM Bandung terletak di jalan Badak Singa No. 10, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat. Koperasi Tirta Karya PDAM Bandung telah disahkan sebagai Badan Hukum dan Didaan dalam daftar umum kantor wilayah koperasi provinsi Jawa Barat pada tanggal 29 Desember 1982 dengan nomor badan hukum : **7660/BH/DK-10/1**.

Untuk menunjang kebutuhan dan kesejahteraan anggotanya, Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung membentuk berbagai unit usaha, diantaranya :

- Unit Simpan Pinjam.
- Unit Perdagangan
- Unit Pengadaan Barang

Maju atau mundurnya sebuah koperasi sangat ditentukan oleh partisipasi anggota secara aktif. Baik dalam kontribusi modal, ide, pengawasan jalannya usaha koperasi, ataupun pemanfaatan pelayanan koperasi, sebab anggota adalah pemilik sekaligus pengguna jasa koperasi. Anggota Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung merupakan Karyawan Perusahaan Daerah Air Minum Tirtawening Kota

Bandung dan berikut perkembangan jumlah anggotanya dari tahun 2016-2020 yaitu :

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Anggota Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung Tahun 2016-2020

Tahun	Jumlah Anggota	%
2016	608	-
2017	555	-9,55
2018	893	60,9
2019	879	-1,57
2020	826	-6,03

(Sumber: Laporan RAT Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung Tahun 2016-2020)

Dari tabel 1.1 diketahui bahwa jumlah anggota di Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung mengalami penurunan dari tahun 2016 sampai tahun 2017, kemudian terdapat kenaikan pada tahun 2018, hal tersebut dikarenakan adanya penambahan anggota yang merupakan karyawan baru Perusahaan Daerah Air Minum Tirtawening Kota Bandung, sesuai hasil Rapat Anggota Tahunan 2017 yaitu disetujuinya CAPEG atau 80% sebagai karyawan PDAM Tirtawening Kota Bandung masuk menjadi anggota koperasi. Lalu pada tahun – tahun berikutnya jumlah anggota kembali mengalami penurunan sampai tahun 2020. Sedangkan peran anggota dalam menyejahterakan koperasi itu sendiri harus dapat banyak berpartisipasi pada koperasi, agar tujuan koperasi dalam menyejahterakan anggotanya dapat terwujud.

Hal lain yang memengaruhi keberhasilan koperasi adalah dari perkembangan pendapatan unit usaha. Berikut adalah kontribusi Pendapatan dari unit-unit usaha Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung selama 5 tahun terakhir sebagai berikut :

Tabel 1.2 Pendapatan Unit-Unit Usaha Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung Tahun Usaha 2016-2020

Tahun	Unit Simpan Pinjam	Unit Pengadaan	Unit Perdagangan
2016	104.344.649	0	195.525.844
2017	279.836.520	0	254.589.093
2018	233.844.554	123.552.576	475.940.053
2019	308.891.019	377.092.573	159.116.606
2020	401.886.262	243.373.648	120.855.228

(Sumber: Laporan RAT Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung Tahun 2016-2020)

Secara linear pendapatan pada Unit Simpan Pinjam dan Unit Pengadaan mengalami kenaikan. Dari tahun 2016 hingga tahun 2020 Unit Simpan Pinjam mengalami kenaikan pendapatan sebesar 285,15% dan Unit Pengadaan mengalami kenaikan pendapatan sebesar 96,98%. Pada Unit Perdagangan mengalami kenaikan pendapatan yang signifikan pada tahun 2018 dengan selisih sebesar Rp221.350.960,-. Namun secara linear mengalami penurunan pendapatan hingga -38,2%. Hal tersebut dikarenakan penurunan pendapatan yang cukup signifikan pada tahun 2019 dengan selisih sebesar Rp316.823.447,- dan pada tahun 2020 terus mengalami penurunan dengan selisih sebesar Rp38.261.378,-. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh berkurangnya jumlah anggota pada tahun 2019 dan 2020. Oleh karena itu, penulis ingin mengetahui lebih lanjut hal yang menyebabkan Unit

Perdagangan mengalami penurunan Pendapatan yang signifikan selama 5 tahun terakhir dan upaya apa yang harus dilakukan oleh Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung.

Unit Perdagangan menjadi berorientasi sebagai pusat pelayanan kebutuhan anggota. Produk yang disediakan oleh Unit Perdagangan merupakan kebutuhan pangan seperti sembako. Dalam melakukan kegiatan pelayanan kepada anggotanya, Unit Perdagangan tidak bertindak sebagai pelaku tunggal, tetapi berhadapan dengan para pesaing yang juga bergerak di bidang perdagangan. Pada awal tahun usaha 2019 Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung baru saja memberlakukan program voucher sebesar Rp.100.000,- kepada anggota sesuai aturan *Take Home Pay* pada perusahaan PDAM Tirtawening Kota Bandung untuk menambah pendapatan koperasi dalam upaya meningkatkan partisipasi anggotanya sebagai pelanggan, khususnya pada Unit Perdagangan.

Partisipasi anggota yang baik salah satunya juga dapat dilihat dari jumlah transaksi anggota dan terealisasinya pendapatan yang telah direncanakan. Berikut merupakan perbandingan antara rencana dan realisasi pendapatan pada Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung tahun usaha 2016 sampai tahun 2020 :

IKOPIN

Tabel 1. 3 Rencana dan Realisasi Pendapatan pada Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung Tahun 2016-2020

Tahun	Rencana (Rp)	Realisasi (Rp)	%
2016	120.059.238	195.525.844	162,86
2017	146.372.484	254.589.093	173,93
2018	239.829.492	475.940.053	198,45
2019	277.319.149	159.116.606	57,38
2020	211.573.625	120.855.228	57,12

(Sumber: Laporan RAT Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung Tahun 2016-2020)

Pendapatan pada Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung tahun usaha 2016 sampai tahun 2018 telah terealisasi dengan baik. Sedangkan pendapatan pada tahun usaha 2019 dan 2020 tidak dapat mencapai target yang direncanakan, dimana realisasi pendapatan jauh lebih kecil dari rencana pendapatan yang telah ditetapkan.

Partisipasi dalam kegiatan usaha koperasi merupakan unsur utama dalam perkembangan usaha koperasi, berhasil atau tidaknya tergantung pada partisipasi seluruh anggota. Seperti yang dikemukakan oleh Hendar dan Kusnadi (2005: 64) yaitu :

“Partisipasi memegang peranan yang menentukan dalam perkembangan koperasi, tanpa partisipasi anggota, koperasi tidak akan dapat bekerja secara efisien dan efektif”.

Partisipasi anggota juga sangat dipengaruhi oleh manfaat yang diberikan oleh koperasi, sehingga anggota akan menjaga hubungan baiknya dengan koperasi apabila motif dan kebutuhan mereka terpenuhi.

Menurut Alfred Hanel (2005:60) bentuk partisipasi anggota yang aktif dapat terwujud dalam beberapa bentuk yaitu :

“Partisipasi anggota koperasi adalah keikutsertaan anggota dalam suatu kegiatan yang diadakan oleh koperasi, baik kedudukannya sebagai pemilik maupun sebagai pelanggan dimana keikutsertaannya dinyatakan, diwujudkan dalam bentuk pencurahan pemikiran dalam pengawasan pengambilan keputusan dalam rapat anggota tahunan, pemberian kontribusi (sumbangan) modal dan pemanfaatan pelayanan yang diberikan oleh koperasi.”

Adapun perkembangan jumlah transaksi anggota selama 3 (tiga) tahun terakhir pada Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung sebagai berikut :

Tabel 1.4 Jumlah Transaksi Anggota pada Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung Tahun 2018-2020

Tahun	Total Omzet (Rp)	Transaksi Anggota (Rp)	Persentase Transaksi Anggota (%)	Persentase Kenaikan/Penurunan (%)
2018	475.940.053	89.337.667	18,77	-
2019	159.116.606	82.655.752	51,95	-7,48
2020	120.855.228	43.969.261	36,38	-48,80

(Sumber: Laporan RAT Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung Tahun 2018-2020)

Pada tahun 2018 jumlah transaksi anggota hanya sebesar 18,77% dari total omzet Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung. Dari wawancara terdahulu hal tersebut dipengaruhi oleh lokasi yang kurang strategis

karena lokasi toko lebih sulit diakses oleh anggota dibandingkan dengan non-anggota. Sehingga koperasi harus melakukan upaya dengan pelayanan jemput bola. Pada tahun 2019 jumlah transaksi anggota menurun hingga 7,48%, namun persentase transaksi anggota meningkat hingga 51,95% daripada non-anggota.

Secara linear persentase transaksi anggota dari tahun 2018 sampai 2020 mengalami kenaikan sebesar 17,61%. Namun jumlah transaksi non-anggota masih lebih besar dari pada jumlah transaksi anggota, dengan rata-rata transaksi anggota yaitu sebesar 35,7%. Hal tersebut membuktikan bahwa partisipasi anggota sebagai pelanggan masih sedikit dalam memanfaatkan kegiatan usaha yang diselenggarakan oleh koperasi untuk memenuhi kebutuhannya.

Sedikitnya partisipasi anggota dalam memanfaatkan pelayanan koperasi juga dibuktikan melalui perbandingan dengan pengeluaran perkapita per bulan pada jenis pengeluaran makanan masyarakat kota Bandung. Berikut data table rata-rata pengeluaran perkapita perbulan pada jenis makanan masyarakat kota Bandung pada tahun 2017 sampai tahun 2019 :

IKOPIN

Tabel 1.5 Rata-rata Pengeluaran Per Kapita Per Bulan Pada Jenis Pengeluaran Makanan Masyarakat Kota Bandung Tahun 2017-2019

Jenis Pengeluaran	Nominal (Rp.)			Persentase (%)		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
1. Padi-padian	50.153	58.052	60.242	2,83	2,99	3,05
2. Umbi-umbian	6.004	6.287	7.796	0,38	0,32	0,39
3. Ikan	35,38	38.413	45.404	1,99	1,98	2,30
4. Daging	50.586	47.131	48.806	2,85	2,42	2,47
5. Telur dan Susu	45.387	47.101	47.734	2,56	2,42	2,42
6. Sayur-sayuran	41.976	39.624	40.701	2,37	2,04	2,06
7. Kacang-kacangan	15.255	14.934	16.064	0,86	0,77	0,81
8. Buah-buahan	33,8	42.879	37.472	1,91	2,21	1,90
9. Minyak dan lemak	12.031	12.306	13.891	0,68	0,63	0,70
10. Bahan minuman	20.133	21.149	22.301	1,14	1,09	1,13
11. Bumbu-bumbuan	12.243	12.792	13.829	0,69	0,66	0,70
12. Konsumsi lainnya	15.674	14.345	13.774	0,88	0,74	0,70
13. Makanan dan minuman jadi	313.376	334.017	316.492	17,67	17,18	16,03
14. Tembakau dan sirih	83.664	75.616	85.352	4,72	3,89	4,32
Makanan	735.661	764.646	769.859	41,48	39,34	38,99

(Sumber: Statistik Kesejahteraan Rakyat Kota Bandung Tahun 2018-2019)

Berdasarkan data dari BPS, rata-rata pengeluaran per kapita per bulan pada jenis pengeluaran makanan masyarakat kota Bandung dari tahun 2017 sampai tahun 2019 terus mengalami kenaikan. Rata-rata IPM kota Bandung naik sebesar 39,97% per tahunnya. Pada tahun 2019 rata-rata pengeluaran per kapita per bulan pada jenis pengeluaran makanan masyarakat kota Bandung adalah sebesar Rp769.859,- per orang. Dibandingkan dengan jumlah transaksi anggota pada tahun 2019 sebesar Rp82.655.752,-, maka rata-rata transaksi anggota setiap bulannya hanya sebesar Rp100.067,- per orang. Hal tersebut membuktikan bahwa partisipasi anggota pada Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung sangat sedikit yaitu hanya 13% dari rata-rata pengeluaran per kapita per bulan pada jenis pengeluaran makanan masyarakat kota Bandung.

Dalam menjalankan usahanya koperasi harus memperhatikan dan mempersiapkan diri untuk menghadapi persaingan usaha lainnya, Menurut Kotler (2007:417) :

“Pesaing adalah perusahaan- perusahaan yang memuaskan kebutuhan pelanggan yang sama. Konsep persaingan pasar membuka mata perusahaan terhadap kumpulan pesaing aktual dan potensial yang lebih luas”.

Oleh karena itu, koperasi harus siap menghadapi pesaing dan dapat memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada anggotanya, misalnya dengan cara memberikan produk yang kualitasnya lebih baik dari pesaing, penyerahan produk lebih cepat, harga lebih kompetitif dan terjangkau, dan pelayanan yang lebih baik dari para pesaingnya. Hal tersebut merupakan aspek bauran pemasaran dimana aspek ini memiliki peranan penting untuk keberhasilan suatu unit usaha, agar pemasaran dalam unit usaha berjalan dengan baik perlu melakukan bauran pemasaran, menurut Philip Kotler (2006:8):

“Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran”.

Konsep bauran pemasaran yang dilakukan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung dirasa belum maksimal. Dengan demikian, hal ini harus segera diperbaiki agar partisipasi anggota pada Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung khususnya unit Perdagangan dapat meningkat. Berdasarkan wawancara pendahuluan dengan beberapa pengurus dan karyawan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung pada hari Jumat tanggal 12 Maret 2021, diperoleh data yang menjadi penyebab kurangnya partisipasi anggota dalam bertransaksi sehingga

terjadi penurunan pendapatan di unit perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung yaitu :

1. Keragaman merek dan jenis produk yang tersedia di unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung ini masih belum lengkap.
2. Harga yang ditawarkan pada unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung sama dengan harga yang ditawarkan di toko pesaing sekitar koperasi.
3. Lokasi unit Perdagangan yang kurang strategis karena jauh dari akses anggota sehari-hari.
4. Promosi yang dilakukan oleh koperasi kurang maksimal hal ini terlihat dari sedikitnya partisipasi anggota dalam memanfaatkan promo voucher Rp100.000,- untuk setiap anggota.

Dilihat dari hasil hipotesis tersebut, faktor-faktor yang disebutkan merupakan factor yang menyebabkan bauran pemasaran pada unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung menjadi kurang baik yang pada akhirnya berimbas pada penurunan pendapatan/transaksi anggota. Hal ini dapat di hubungkan dengan teori Basu Swastha (2001:22) yang menyatakan bahwa :

“Penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut : Produk, harga, distribusi (tempat), dan promosi”.

Dengan kelengkapan produk yang beragam dan pelayanan yang berkualitas, harga yang terjangkau, koperasi tersebut akan mendapat penilaian yang bagus dimata anggota sehingga anggota mendapatkan manfaat yang lebih dari koperasi sekaligus dapat meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan untuk bertransaksi pada unit usaha koperasi. Tujuan dari penetapan suatu harga adalah

untuk mencapai target dan laba penjualan, meningkatkan serta mengembangkan produk, serta meluaskan target pemasaran. Semakin luas pendistribusian maka akan mempengaruhi penjualan. Hal lainnya berupa lokasi toko yang mudah dijangkau oleh anggota koperasi. Dengan promosi, koperasi bisa mengenalkan produk yang dipasarkan, menarik minat anggota untuk membeli sehingga dapat meningkatkan pendapatan koperasi/transaksi anggota.

Apabila factor-faktor tersebut dinilai sudah baik oleh anggota maka akan mendorong mereka untuk berpartisipasi di unit perdagangan tersebut. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka perlu diketahui bagaimana pengelolaan unit perdagangan yang kurang baik di Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung dan diduga menjadi penyebab rendahnya tingkat partisipasi anggota sebagai pelanggan dalam berbelanja.

Menurut Ropke dalam limbong (2010:249) mengemukakan :

“Kualitas partisipasi anggota sangat tergantung dari tiga variable, yaitu anggota, manajemen koperasi dan program partisipasi dalam melaksanakan pelayanan yang disediakan koperasi”.

Sementara itu menurut Hendar (2010:175) mengemukakan :

“Partisipasi dalam melaksanakan pelayanan yang disediakan oleh koperasi akan berhasil apabila ada kesesuaian antara anggota, program dan manajemen”.

Dari dua pendapat yang telah dikemukakan dapat disimpulkan bahwa partisipasi anggota akan berhasil apabila ada kesesuaian antara anggota, manajemen, dan partisipasi. Bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi perlu di evaluasi kembali, karena dilihat dari tabel jumlah transaksi anggota yang menurun selama 3 (tiga) tahun terakhir. Implementasi

manajemen pemasaran koperasi dilakukan dengan baik, maka kemungkinan besar jumlah transaksi anggota dari unit perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung tersebut dapat meningkat sehingga meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan. Untuk itu, dalam menetapkan bauran pemasaran yang akan dijalankan haruslah terlebih dahulu menilai situasi dan kondisi pasar. Dengan mengetahui keadaan dan situasi pasar dapat ditentukan kegiatan pemasaran yang harus dilaksanakan.

Penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

1. Skripsi Medi Narendra Kusuma (2019) berjudul Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan Pada Waserda (Studi Kasus Pada Unit Waserda Koperasi Pegawai Negeri Republik Indonesia Guru “Sejahtera” Brebes Jawa Tengah) yang menyimpulkan bahwa upaya apa yang harus dilakukan oleh Unit Waserda untuk bauran pemasaran yaitu dengan melengkapi produk-produk yang ditawarkan oleh Unit Waserda sesuai dengan kebutuhan anggota, mencari strategi kebijakan harga sehingga anggota dapat merasakan manfaat langsung sebagai anggota koperasi dan juga harus sering berinteraksi dengan para anggota untuk mengetahui kritikan dan saran demi kemajuan unit waserda.
2. Skripsi Febrina Adellia (2018) berjudul Strategi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Nasabah yang menyimpulkan bahwa penerapan strategi bauran pemasaran dalam upaya meningkatkan pelanggan di BNI Syariah

Cabang Jambi dilakukan dengan beberapa strategi yang mengacu pada pembaruan pemasaran yaitu dengan menerapkan strategi meningkatkan kualitas produk, mengatur strategi harga, memaksimalkan strategi distribusi dan lokasi serta melakukan strategi promosi dengan beberapa langkah diantaranya melalui periklanan (*advertising*), menerakan publisitas (*publicity*) dan melakukan penjualan pribadi (*personal selling*).

3. Skripsi Triris Sudrartono (2018) berjudul Dampak Strategi Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Partisipasi Anggota Sebagai Pengguna Koperasi (PT. Polyfin Canggih Bandung Jawa Barat) yang menyimpulkan bahwa Strategi Bauran Pemasaran yang meliputi Produk, Harga, Promosi dan Distribusi secara parsial berdampak positif terhadap Tingkat Partisipasi Anggota sebagai Pengguna Koperasi dan dinyatakan oleh responden telah sesuai penerapannya di unit mini market koperasi karya sejahtera, terdapat Indikator yang memperoleh persentase tertinggi dari penilaian responden yaitu bahwa harga produk yang ditawarkan mini market koperasi mahal dan indikator bahwa harga yang harus dibayar secara tunai dan kredit sudah sesuai.

Dari latar belakang diatas, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut bahwa bauran pemasaran dapat meningkatkan partisipasi dan transaksi anggota. Maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Mengacu pada latar belakang penelitian yang telah dijelaskan serta sebagai batasan terhadap permasalahan yang akan dibahas, maka pokok permasalahan yang akan diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan bauran pemasaran yang dilakukan oleh unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening Kota Bandung.
2. Bagaimana tingkat kesesuaian antara pelaksanaan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening kota Bandung dengan harapan (kepentingan) anggota.
3. Upaya-upaya yang harus dilakukan oleh unit Perdagangan Koperasi kKaryawan Tirta Karya PDAM Tirtawening kota Bandung untuk meningkatkan partisipasi anggota.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari pemelitian ini adalah untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan masalah yang diteliti untuk menganalisis bauran pemasaran yang dilakukan unit Pedagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening kota Bandung dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui penerapan bauran pemasaran pada unit perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening kota Bandung.

2. Untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara pelaksanaan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening kota Bandung dengan harapan (kepentingan) anggota.
3. Untuk mengetahui upaya-upaya yang harus dilakukan oleh unit Perdagangan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Tirtawening kota Bandung untuk meningkatkan partisipasi anggota.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi ilmu dan informasi yang bermanfaat khususnya di bidang koperasi dan manajemen pemasaran bagi :

1.4.1 Aspek Teoritis

Salah satu wadah untuk menambah wawasan serta mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran dan koperasi bagi penulis dan Koperasi Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung mengenai bauran pemasaran. Dan juga sebagai acuan menilai seberapa jauh kemampuan dalam meneliti, menelaah, serta mendeskripsikan suatu permasalahan dan sebagai cara untuk memecahkan masalah tersebut dengan ilmu yang telah dipelajari. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut.

1.4.2 Aspek Praktis

Dapat memberikan gambaran mengenai kondisi koperasi mengenai permasalahan yang dihadapi oleh koperasi dan diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan bahan evaluasi khususnya permasalahan yang sedang dihadapi oleh objek penelitian yaitu terhadap pelaksanaan unit perdagangan Koperasi

Karyawan Tirta Karya PDAM Bandung dan menjadi bahan pertimbangan pengambilan keputusan dimasa yang akan datang demi kemajuan perusahaan dan pengembangan usahanya.



IKOPIN