

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pada era globalisasi saat ini dengan berkembangnya dunia bisnis terlihat semakin beragamnya persaingan yang membuat suatu usaha harus melakukan perbaikan disegala bidang agar bisa tetap bertahan dipasar dalam jangka panjang dengan produk yang mempunyai daya saing. Persaingan usaha tidak hanya ada dalam negri saja akan tetapi luar negri juga. Tentunya dalam keadaan di era saat ini persaingan usaha semakin berat dan ketat, Para pelaku usaha dituntut untuk harus meningkatkan strategi yang tepat dan harus lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan usahanya.

Para pelaku usaha berperan sangat vital dalam perekonomian di Indonesia. Ada tiga pilar dalam ekonomi Indonesia yaitu Koperasi, BUMN dan BUMS, yang merupakan bagian dari pelaku ekonomi tentunya berupaya untuk membangun perekonomian serta menunjukkan usaha mereka., koperasi sangatlah penting bagi Indonesia, sebab inilah yang membuat koperasi dipandang sebagai soko guru perekonomian di Indonesia, dan diharapkan dapat bersaing dengan badan usaha lainnya.

Agar tujuan tersebut bisa tercapai koperasi menyelenggarakan berbagai jenis usaha yang bermanfaat bagi anggotanya, karena hal itulah ada beberapa jenis koperasi yang sesuai dengan kondisi dan keadaan disekitarnya. Akan tetapi sekarang ini badan usaha koperasi kurang mendapatkan perhatian masyarakat dan koperasi kurang dikenal oleh publik, banyak koperasi yang tidak lagi aktif atau terbengkalai. Maka dari itu koperasi harus bisa berperan aktif dalam memajukan dan mengembangkan koperasi dan secara tidak langsung mengingatkan kembali keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh apabila menjadi anggota koperasi agar koperasi di Indonesia dapat dipandang oleh masyarakat, dan masyarakat akan tertarik menjadi anggota karena mengetahui keuntungan menjadi anggota.

Koperasi menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.25 Tahun 1992 pasal 1 ayat (1) perkoperasian menyatakan 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 diatas dapat disimpulkan bahwa koperasi merupakan organisasi yang bercirikan (member based organization). Dalam Undang-Undang Perkoperasian anggota koperasi sebagai pemilik sekaligus pengguna jasa koperasi. Koperasi memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian rakyat. Pembentukan badan usaha koperasi tersebut dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa bagi para anggota.

Adapun Tujuan koperasi tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992, di jelaskan bahwa :

**“Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat dan masyarakat pada umumnya serta ikut membantu tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang dasar 1945”.**

Salah satu koperasi yang masih aktif sampai saat ini adalah Koperasi Serba Usaha Budi Daya yang didirikan pada tanggal 12 juli 1978 dengan kegiatan usaha simpan pinjam dan Unit Toko dan memilih Badan Pengurus dan Badan Pemeriksa masa Bakti 1978-1980. Setahun setelah berdirinya KSU Budi Daya, Departemen Perdagangan dan Koperasi Republik Indonesia menerbitkan Akte Hak Badan Hukum KSU Budidaya Nomor : 6995/BH/DK-10/1 Tanggal 17 Agustus 1979. Selanjutnya berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia NO. 9/1995 dan Surat Keputusan Menteri dan Pembinaan Usaha Kecil RI No.226/Kep/M/V/1996 serta Perkembangan organisasi Koperasi.

Koperasi Serba Usaha Budidaya Kota Bandung beralamatkan di Perumahan PT. Puteraco Indah, Jalan Rajamantri II/9 Buah Batu, Kelurahan Turangga, Kecamatan Lengkong, Kota Bandung. Adapun yang menjadi wilayah kerja Koperasi Serba Usaha Budidaya meliputi wilayah kelurahan Turangga. Unit Toko KSU Budi Daya mempunyai luas sekitar 80 m<sup>2</sup> dengan jam layanan yaitu dimulai pada pukul 08:00 sampai dengan pukul 16.00 Wib, Unit Toko buka setiap hari

Adapun unit usaha yang dijalankan KSU Budi Daya saat ini adalah :

- Simpan Pinjam
- Unit usaha Toko

Salah satu cara KSU Budi Daya dalam memenuhi kebutuhan anggotanya adalah menyediakan Unit usaha Toko. Unit Toko ditujukan sebagai pelayanan kepada anggota dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari maupun barang-barang konsumsi lainnya bagi anggota koperasi itu sendiri. Akan tetapi seiring perkembangannya unit toko selain memenuhi kebutuhan anggotanya juga bisa melayani masyarakat umum yang ada disekitar koperasi.

Salah satu kegiatan pelayanan adalah pemenuhan kebutuhan rumah tangga anggota pada setiap bulan dengan cara “door too door” yaitu dengan cara mencatat kebutuhan rumah tangga anggota, kemudian *delivery service* dan pemberian kredit, jemput bola (*door to door*) adalah kebutuhan bulanan anggota dituliskan pada sebuah buku pesanan dan menuliskannya di dalam buku pesanan, buku tersebut kemudian di ambil petugas untuk kemudian melakukan kembalian sesuai yang tertera pada buku pesanan masing-masing anggota. Pengantaran barang (*delivery service*), adalah pemberian kredit dari koperasi yang diperuntukkan kepada anggota yang ingin berbelanja bulanan sepanjang persyaratan terpenuhi.

Adapun volume perkembangan penjualan unit Toko KSU Budi Daya dari tahun 2015-2019 dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.1 Perkembangan Volume Penjualan unit usaha Toko KSU BudiDaya**

No	Tahun	Penjualan	Perkembangan %
1	2015	149.390.735	-
2	2016	163.319.237	8,53%
3	2017	117.364.061	-39,16%
4	2018	150.579.295	22,06%
5	2019	148.389.195	-1,48%

*Sumber : Laporan RAT Tahun (2015-2019)*

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui bahwa hasil volume penjualan pertahun mengalami naik-turun (fluktuasi) dan mencapai titik terendahnya selama 5 tahun terakhir pada tahun 2017.

Dalam menjalankan organisasi koperasi untuk mencapai tujuannya, peran aktif anggota sangatlah penting, partisipasi anggota memiliki hubungan sebab akibat dengan dampak pada koperasi dan manfaat yang diterima anggotanya.

**Tabel 1.2 Perkembangan Partisipasi Anggota Unit Usaha Toko KSU Budi Daya Tahun 2015-2019**

No	Tahun	Jumlah Anggota (Orang)	Partisipasi Anggota (Orang)	Partisipasi Anggota (%)
1	2015	296	104	34,80
2	2016	296	94	32,87
3	2017	248	81	32,67
4	2018	235	83	35,31
5	2019	238	91	38,24

*Sumber : Laporan RAT Tahun 2015-2019*

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa perkembangan jumlah anggota mengalami penurunan dari tahun 2015-2018, dan pada tahun 2019 hanya bertambah sebanyak 2 orang, berdasarkan hasil wawancara penurunan jumlah anggota ini diduga disebabkan oleh beberapa faktor seperti anggota yang tempat

domisilinya berpindah ataupun disebabkan faktor alami seperti adanya anggota yang meninggal dunia. Jumlah anggota sangat penting untuk keberlangsungan dan kesuksesan koperasi yang mana anggota memiliki peran penting sebagai pemilik dan pelanggan.

Sedangkan partisipasi anggota yang memanfaatkan unit usaha toko mengalami penurunan dari tahun-ketahun dan hanya terjadi peningkatan sebesar 2 orang pada 2018 dan 8 orang pada 2019. Perlu digaris bawahi adalah secara umum partisipasi anggota terhadap unit usaha toko masih relatif rendah masih di bawa (50%) karena unit Toko KSU Budi Daya ini mempunyai target sekitar 60% dari jumlah anggota yang harus aktif melakukan pembelian pada unit usaha toko ini dan hal tersebut sampai saat ini masih belum bisa tercapai. Dalam mensukseskan koperasi anggota harus banyak berpartisipasi pada koperasi. Agar tujuan koperasi dalam mensejahterakan anggotanya bisa terwujud.

Dalam menjalankan usahanya koperasi harus melihat dari aspek bauran pemasaran yang mana aspek ini memiliki peran penting dalam keberhasilan suatu unit usaha, agar pemasaran dalam unit usaha berjalan dengan baik maka perlu melakukan bauran pemasaran, menurut Phillip Kotler (2005:17) **“Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran”**.

Menurut Philip Kotler & Armstrong (2006:62) Unsur-unsur bauran pemasaran terdiri dari :

1. Product (Produk)
2. Price (Harga)
3. Place (Tempat)
4. Promotion (Promosi)

Unit usaha Toko Menitikberatkan pada penjualan produk/barang, maka dari itu penelitian ini berfokus kepada bauran pemasaran yang meliputi unsur product (produk), price (harga), place (tempat) dan promotion (promosi). Setelah dilakukan observasi dan wawancara secara langsung pada unit toko KSU Budi

Daya dapat diduga terdapat beberapa faktor yang menyebabkan rendahnya partisipasi anggota, yaitu sebagai berikut :

1. Produk

Ketersediaan Produk yang di tawarkan oleh koperasi terlihat kurang lengkap terdiri dari sembako, makanan, minuman, perlengkapan mandi dan alat tulis. Kekurangan dari produk yang tersedia juga terlihat kurang beragam dan bervariasi

2. Harga

**Tabel 1.3 Perbandingan Harga Produk di Unit Toko KSU Budi Daya, Indomaret, Alfamart**

<b>Nama Produk</b>	<b>KSU Budi Daya</b>	<b>Indomaret</b>	<b>Alfamart</b>
Pristine Minuman Botol	Rp. 5.000	Rp. 4.200	Rp. 3.900
Indomie Goreng	Rp. 3.000	Rp. 2.500	Rp. 2.700
Rinso Anit Noda 800 Gram	Rp. 23.000	Rp. 21.000	Rp. 20.000
Bimoli Minyak Goreng 2 L	Rp. 29.000	Rp. 28.200	Rp. 27.700

*Sumber: Daftar Harga Unit Toko KSU Budi Daya, Indomaret, Alfamart*

Berdasarkan tabel diatas bahwa terdapat perbedaan dimana Harga produk pada Unit Toko relatif lebih mahal dari pesaing seperti (Alfamart, Indomart, Griya, Yogya), namun perbedaan harga produk yang ditawarkan tidak terlalu jauh selisihnya. dan anggota juga belum merasakan manfaat lebih dari berbelanja di Unit Toko dikarenakan tidak ada perbedaan harga antara anggota dan non anggota.

3. Tempat

Lokasi yang tidak begitu luas, dan tidak tersedianya lahan parkir bagi anggota

4. Promosi

Kurangnya promosi kepada anggota, dimana kegiatan promosi dapat menarik dan meningkatkan minat membeli anggota.

Bila dilihat dari hasil observasi tersebut, faktor-faktor yang disebutkan merupakan aspek dari bauran pemasaran. Sehingga dapat diduga bahwa faktor-faktor tersebut merupakan faktor yang menyebabkan bauran pemasaran pada Unit Toko KSU Budi Daya menjadi kurang baik sehingga berimbas pada penurunan penjualan/transaksi

Keberadaan Unit Toko KSU Budi Daya harus dimanfaatkan anggota koperasi seoptimal mungkin sehingga bauran pemasaran dapat diterapkan dengan baik agar usaha koperasi terus berjalan dengan partisipasi anggota yang tinggi.

menurut Davis (dalam Rully Indrawan, 2013:47) partisipasi adalah :

*“participation is defined as an individual’s mental and emotional involment in a group situation that encourages him to contribute to group goals and to share responsibility for them”.*

Dari definisi diatas dapat dipahami bahwa partisipasi merupakan suatu hal yang melibatkan mental serta emosi dari masing-masing individu dalam suatu kelompok, yang dalam hal ini merupakan koperasi. Partisipasi tersebut dibutuhkan guna mencapai tujuan koperasi (*member promotion*) serta turut bertanggung jawab atas segala hal yang dialami koperasi. Salah satu unsur yang membuat anggota ingin selalu berpartisipasi yaitu kepuasan yang didapatkan dengan bertransaksi di kedua unit usaha.

Sedangkan Menurut (Herman Soewardi (1985) mengemukakan bahwa partisipasi anggota koperasi yang ideal adalah, jika keikutsertaan para anggota secara menyeluruh dalam pengambilan keputusan, penetapan kebijakan arah dan langkah usaha dalam pengambilan keputusan, penetapan kebijakan arah dan langkah usaha dalam pengawasab terhadap jalannya usaha, dalam pemanfaatan pelayanan usaha dan menikmati sisa hasil usaha.

Berdasarkan dari pendapat diatas tentang partisipasi dapat ditarik kesimpulan bahwa, partisipasi anggota adalah pelaksanaan kewajiban dan pemanfaatan layanan usaha dan menikmati sisa hasil usaha.

Peranan partisipasi anggota dalam kesuksesan koperasi sangat berperan penting dan menentukan terhadap perkembangan koperasi, karena dengan partisipasilah usaha koperasi dapat diterima dan dirasakan secara nyata oleh anggota. Oleh karena itu perlu adanya analisa dalam penerapan bauran pemasaran apakah sesuai dengan harapan anggota. Oleh karena itu berdasarkan fenomena di atas, peneliti tertarik untuk meneliti bauran pemasaran pada Unit Toko KSU Budi Daya dan mengambil judul **“ANALISIS BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN”** (Studi Kasus Pada Unit Toko Koperasi Serba Usaha Budi Daya JlnRajamantriII/9 Buah Batu, Bandung).

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan di latar belakang maka peneliti akan menganalisis Bauran Pemasaran dalam Upaya meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan pada Unit Toko KSU Budi Daya, dengan identifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana Bauran Pemasaran yang di laksanakan Unit Toko KSU Budi Daya.
2. Bagaimana Tingkat Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan yang ada di Unit Toko KSU Budi Daya
3. Bagaiman tanggapan dan harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran pemasaran Unit Toko KSU Budi Daya.
4. Upaya apa saja yang harus dilakukan KSU Budi Daya untuk memperbaiki pelaksanaan bauran pemasaran dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelangga

### **1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian**

Dalam pelaksanaan penelitian ini, disusun untuk menganalisis atau mendeskripsikan tentang Analisis Bauran Pemasaran dalam upaya meningkatkan Partisipasi Anggota di Unit Toko Koperasi Serba Usaha Budi Daya. Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini akan dipaparkan sebagai berikut :

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dilakukanya penelitian pada Unit Toko KSU Budi Daya yaitu mendeskripsikan, mencari dan mengolah data dan informasi yang berhubungan dengan masalah yang telah diidentifikasi, yaitu mengenai bauran pemasaran dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian pada KSU Budidaya ini adalah untuk mengetahui:

1. Bauran pemasaran yang di laksanakan unit Toko dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan di KSU Budi Daya
2. Tingkat Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan Di Unit Toko KSU Budi Daya
3. Tanggapan dan harapan anggota terhadap bauran pemasaran yang dilaksanakan oleh unit Toko KSU Budi Daya
4. Upaya yang harus dilakukan unit Toko KSU Budi Daya untuk memperbaiki pelaksanaan bauran pemasaran agar partisipasi anggota meningkat

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam aspek teoritis maupun aspek praktis bagi Koperasi Serba Usaha Budi Daya

### **1.4.1 Aspek Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen khususnya manajemen bisnis mengenai bauran pemasaran yang dihubungkan dengan partisipasi anggota

### **1.4.2Aspek Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pengawas, pengurus, serta anggota Koperasi Serba Usaha Budi Daya dalam menentukan pelaksanaan bauran pemasaran yang tepat dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota.