

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dengan adanya perkembangan kebutuhan dan pola hidup masyarakat yang semakin menginginkan kenyamanan saat berbelanja, kepastian dalam harga, dan keanekaan ragam barang kebutuhan yang terdapat dalam satu toko yang sama untuk meningkatkan baik dari pengelolaan, penampilan toko, maupun cara pelayanan. Oleh karena itu, pada saat sekarang banyak dikenal ritel modern dengan cara pengolahan secara profesional untuk jaringan toko mencakup *deparment store* dan *supermarket*, Konsep berbelanja dengan nyaman merupakan faktor utama yang ditawarkan oleh pasar modern saat ini.

Pada era saat ini persaingan di maknai sebagai tantangan karena menuntut inovasi yang sungguh-sungguh. Namun disisi lain juga bisa dimaknai sebagai ancaman, karena para pesaing mulai bermunculan dengan berbagai kekuatan dan kreatifitas yang dimiliki. Maka pesaing itu pula yang harus dihadapi para peritel saat ini. Disaat perdagangan bebas dibuka, dan ketika impor barang dan jasa nyaris tanpa hambatan masuk ke tanah air, begitu pula dengan masyarakat ritel asing di Indonesia, maka dengan adanya hal ini peritel tidak bisa hanya berdiam diri. Justru disinilah saatnya untuk peritel menunjukkan bahwa mereka bisa bersaing di pasar Asia. Dengan adanya gerakan koperasi mendapatkan peluang untuk memperkenalkan diri tentang peran dan fungsi masyarakat dengan konsep yang telah diberlakukan. Dimana koperasi diharapkan mendapat peluang dengan semangat kerjasama dikalangan masyarakat agar memperkuat daya saing koperasi sebagai soko

guru ekonomi nasional, koperasi akan mampu menjadikan keadaan masyarakat adil dan makmur dan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat serta distribusi pendapatan merata bagi rakyat Indonesia.

Koperasi adalah organisasi ekonomi rakyat yang berwatak sosial. Karena pada dasarnya koperasi memiliki keunikan yaitu anggota selain menjadi pemilik sekaligus juga menjadi pengguna. Dengan kata lain pemilik koperasi adalah semua anggotanya bukan perorangan dan diharapkan anggota juga dapat berperan sebagai pelanggan untuk memberikan bentuk partisipasinya kepada koperasi agar tercipta manfaat ekonomi bagi para anggotanya sesuai dengan tujuan koperasi itu sendiri. Koperasi lahir dengan jati diri untuk membangun perekonomian masyarakat, oleh sebab itu koperasi memiliki peranan penting dalam upaya membangun usaha sekumpulan orang yang memiliki kepentingan ekonomi yang sama dan bekerjasama dalam mencari solusi mengenai permasalahan modal yang sesuai dengan jati diri koperasi yang tertuang dalam UURI No. 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian bahwa:

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

Dengan adanya pengertian di atas dapat disimpulkan koperasi merupakan salah satu badan usaha yang beranggotakan sekumpulan orang atau badan hukum koperasi yang memiliki kepentingan serta kebutuhan yang sama, dalam menjalankan usahanya serta tujuan bersama berdasarkan prinsip koperasi dan asas kekeluar-

gaan. Tujuan yang ingin dicapai koperasi adalah mensejahterakan anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya sebagaimana yang disebutkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian Bab II Pasal 3 :

“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”.

Dengan adanya pengertian diatas bahwa koperasi bertujuan untuk mampu mengangkat anggota bahkan masyarakat yang ekonominya lemah agar menjadi kuat. Sehingga dapat mengatasi kemiskinan dan dapat membangun tatanan perekonomian nasional. Hal ini yang membuat koperasi menjadi soko guru perekonomian rakyat Indonesia, dan pada dasarnya koperasi terbentuk oleh dan untuk melayani kepentingan anggotanya agar dapat meningkatkan kesejahteraannya.

Agar dapat memenuhi kebutuhan serta meningkatkan kesejahteraan anggota maka koperasi perlu membentuk unit bagian kecil (unit usaha) dengan spesifikasi pelayanan tertentu sesuai dengan kebutuhan anggota. Keberhasilan usaha koperasi ditentukan oleh partisipasi anggota dalam mendukung dan memanfaatkan layanan koperasi, dan peran aktif anggotanya baik kedudukannya sebagai pemilik maupun sebagai pelanggan.

Salah satu cara untuk meningkatkan partisipasi anggota dalam memanfaatkan layanan usaha koperasi khususnya toko atau ritel yaitu dengan melihat bauran ecerannya. Bauran eceran adalah strategi pemasaran yang mengacu pada beberapa variabel yang dapat dikombinasikan dan dapat menjadi jalan alternatif dalam upaya

menarik konsumen. Pelaksanaan bauran eceran yang tepat dapat membuat unit toko mampu menjadikan dirinya sebagai ritel yang memberikan pelayanan yang maksimal dan sesuai dengan harapan. Itu sebabnya dalam melakukan kegiatan usaha koperasi harus terus melakukan perubahan baik dalam perkembangan untuk dapat melayani kebutuhan anggota.

Koperasi KPDK 12 Juli memiliki beberapa unit usaha di antaranya:

1. Unit Waserda
2. Unit Simpan Pinjam
3. Unit Fotocopy
4. Unit Rental Mobil

Setelah dilakukan analisis dari data RAT 5 Tahun kebelakang dapat diketahui dari ke-6 unit usaha yang dijalankan oleh koperasi KPDK 12 Juli. Pada unit Waserda mengalami permasalahan dalam partisipasi anggota sehingga harus ditingkatkan lagi agar partisipasi anggota dalam menfaatkan pelayanan dapat maksimal.

Tabel 1.1 Data perkembangan pendapatan Masing-Masing Unit Koperasi KPDK 12 Juli

TAHUN	FOTOCOPY	WASERDA	SIMPAN PINJAM	RENTAL KENDARAAN
2015	43.647.950	292.288.000	475.386.028	24.416.335
2016	75.527.125	206.473.288	534.371.853	23.225.000
2017	40.254.500	38.398.793	629.800.286	2.869.000
2018	15.333.575	45.119.058	765.669.180	6.060.000
2019	23.811.850	54.698.650	772.112.450	1.700.000
Total	198.575.000	636.977.789	3.177.285.797	58.270.335

Sumber: Laporan RAT Tahun 2015-2019 Koperasi KPDK 12 Juli

Dilihat dari data pendapatan pada keempat unit usaha yang ada pada koperasi KPDK 12 Juli, untuk unit fotocopy pada tahun 2015-2016 mengalami kenaikan, tetapi pada tahun 2017-2018 mengalami penurunan pendapatan, dan kembali mengalami kenaikan pada tahun 2019. Untuk unit yang kedua yaitu unit waserda pada tahun 2015-2017 mengalami penurunan pada pendapatan yang cukup drastis, kemudian mengalami peningkatan kembali pada tahun 2018-2019. Unit ketiga yaitu simpan pinjam untuk pendapatannya sendiri dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan. Dan yang terakhir pada unit rental kendaraan tahun 2015-2017 mengalami penurunan pendapatan, tetapi pada tahun 2018 mengalami kenaikan dan kembali turun pada tahun 2019. Jika dilihat dari total pendapatan keseluruhan unit yang ada, unit simpan pinjam memiliki total pendapatan yang paling besar dari tahun 2015-2019, dan untuk pendapatan yang paling kecil adalah unit rental kendaraan.

Dan unit yang dipilih pada pembahasan adalah unit waserda, karena selain unit waserda sangat diperlukan unit waserda juga menyediakan kebutuhan sehari-hari bagi anggota. Dan yang menjadi masalahnya adalah anggota yang berpartisipasi masih sedikit hanya sebesar 33,58% padahal potensi pasar yang dimiliki koperasi banyak. Hal ini disebabkan masih terdapat beberapa pelayanan yang harus diperbaiki dan dikembangkan pada unit waserda tersebut, seperti pelayanan produk yang disediakan oleh unit waserda belum lengkap, penataan/penempatan produk yang belum teratur, dan keramahan dalam melayani anggota yang belum maksimal. Hal ini yang menyebabkan omset waserda tersebut mengalami naik turunnya pada lima tahun kebelakang.

Tabel 1.2 Data Partisipasi Anggota Unit Waserda Tahun 2015-2019

Tahun	Total Anggota	Jumlah Anggota yang Bertransaksi (Orang)	Persentase Jumlah yang Bertransaksi
2015	200	184	92
2016	210	180	85,71
2017	214	160	74,77
2018	246	84	34,15
2019	268	90	33,58

Sumber: RAT Koperasi KPDK 12 Juli Tahun 2015-2019

Jika dilihat dari tabel partisipasi anggota lima tahun ke belakang terdapat potensi konsumen yang baik karena dari tahun ke tahun selalu mengalami kenaikan dari jumlah anggota koperasi. Tetapi terdapat masalah dalam partisipasi dimana dari tahun ketahun mengalami penurunan dan bahkan pada tahun 2019 yang bisa dikatakan kurang, karena dilihat tahun 2019 bahwa jumlah anggota yang berpartisipasi hanya sebesar 33,58%.

Pada data tersebut menunjukkan partisipasi anggota yang cenderung rendah, padahal pada hakekatnya dalam pengembangan koperasi harus adanya kerjasama antara pihak koperasi dan anggota yaitu koperasi memiliki peran untuk menyediakan kebutuhan anggota sedangkan anggota memberikan respon dalam bentuk partisipasi terhadap koperasi. Peranan partisipasi anggota sangat penting dalam pengembangan unit usaha koperasi, karena partisipasi anggota adalah kunci keberhasilan organisasi atau koperasi, dalam penelitiannya khoiriyah, Nuraini Asriati dan Parijo 2002:13 dalam jurnal tentang “pengaruh partisipasi anggota terhadap keberhasilan koperasi” menunjukkan bahwa semakin tinggi partisipasi anggota maka semakin tinggi keberhasilan koperasi dalam mencapai tujuannya. Koperasi bisa

berhasil dalam kompetisi (bersaing dengan perusahaan no koperasi), tetapi tidak akan ada artinya bila anggota tidak memanfaatkan keunggulan yang dimiliki.

Berdasarkan dari hasil survey pendahuluan dengan melakukan wawancara kepada pengelola, manajer, dan anggota waserda. rendahnya partisipasi anggota pada koperasi, diduga disebabkan oleh:

1. Kelengkapan produk masih terbatas atau kurang lengkap.
2. Harga yang ditawarkan cenderung sama atau bahkan lebih besar dari pesaing disekitarnya.
3. Penataan barang masih belum maksimal (tidak rapih dan berantakan).
4. Promosi yang digunakan saat ini menggunakan grub WA.

Unsur-unsur tersebut jika disimpulkan bahwa penyebab rendahnya partisipasi anggota sebagai pelanggan adalah unsur bauran eceran yang belum dilaksanakan secara optimal. Mengarah kepada unsur bauran eceran. Dimana bauran eceran adalah elemen-elemen yang menjadi faktor-faktor penentu dalam implementasi strategi dan teknik yang terpadu agar didalam suatu pengambilan keputusan tidak menyebabkan kerugian bagi perusahaan/koperasi. Retailing mix (bauran penjualan eceran) yang pada dasarnya mempunyai ciri-ciri yang sama dengan bauran pemasaran (marketing mix). Bauran penjualan eceran terdiri dari unsur-unsur strategi penting yang digunakan untuk mendorong anggota melakukan partisipasi.

Menurut (Herman Soewardi 1985) mengemukakan bahwa partisipasi anggota koperasi yang ideal adalah jika keikutsertaan para anggota secara menyeluruh

dalam pengambilan keputusan, pendapatan kebijakan arah dan angkah usaha, dalam pengawasan terhadap jalannya usaha, dalam pemanfaatan pelayanan usaha dan menikmati sisa hasil usaha.

Penelitian terdahulu yang ditulis oleh Devy Budi Pertiwi 2019, dengan judul Analisis Bauran Eceran Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota. Diperoleh hasil penelitiannya menunjukkan bahwa bauran eceran sangat berpengaruh terhadap partisipasi anggota dengan pengaruh 56,0%.

Penelitian lain yang ditulis oleh Suciati 2017, dengan judul “Analisis Bauran Eceran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Transaksi Anggota” menunjukkan hasil bahwa masih rendahnya transaksi anggota di KPN Koperda Pamalang disebabkan lokasi waserda yang terlalu jauh dari tempat tinggal dan kantor anggota sehingga akan membuang waktu jika hanya untuk berbelanja saja, harga yang mengikuti pasar dan cenderung mahal, ketersediaan produk yang masih dilihat kurang lengkap, dan pelayanan yang diberikan waserda kepada anggota yang masih belum memuaskan.

Dari hasil penelitian terdahulu diatas dapat diterik kesimpulan bahwa dalam usaha ritel, partisipasi anggota sangat dipengaruhi oleh pelaksanaan bauran eceran dimana anggota akan merasa loyal dalam bertransaksi atau berpartisipasi jika dalam pada unit usaha dapat memberikan unsur bauran eceran yang diterapkan dengan baik. Partisipasi anggota diharapkan dapat menjalin hubungan timbal balik yang semakin erat antara koperasi dengan anggota serta dapat membangun kesejahteraan untuk anggota maupun koperasi.

Jika dilihat dengan adanya fenomena-fenomena seperti masalah omsed yang rendah padahal dalam koperasi memiliki potensi konsumen yang besar pada unit waserda tersebut. Tetapi memang jumlah anggota yang berpartisipasi kecil, maka akan dilakukan penelitian dengan judul **“Analisis Bauran Eceran Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang penelitian, maka terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana bauran eceran yang dilaksanakan oleh unit waserda KPDK 12 Juli.
2. Bagaimana partisipasi anggota pada unit waserda.
3. Bagaimana tanggapan anggota terhadap pelaksanaan bauran eceran.
4. Bagaimana harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran eceran di unit waserda.
5. Upaya-upaya yang harus dilaksanakan oleh koperasi dalam meningkatkan partisipasi anggota melalui pelaksanaan bauran eceran.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini yaitu untuk pengumpulan data dan menganalisis bagaimana bauran pemasaran yang digunakan dalam peningkatan partisipasi anggota khususnya di unit usaha waserda yang dilakukan oleh koperasi KPDK 12 Juli.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan kenapa dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui:

- 1) Bauran eceran yang di laksanakan oleh unit waserda KPDK 12 Juli.
- 2) Partisipasi anggota pada unit waserda.
- 3) Tanggapan anggota terhadap pelaksanaan bauran eceran.
- 4) Harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran eceran di unit waserda.
- 5) Upaya-upaya apa saja yang harus dilaksanakan oleh koperasi dalam meningkatkan partisipasi anggota melalui pelaksanaan bauran eceran.

1.4 Kegunaan Penelitian

Setelah dilakukannya penelitian ini di harapkan dapat memberikan kegunaan atau manfaat baik secara teoritis maupun praktis khususnya yang berkaitan dengan kinerja koperasi serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.1. Kegunaan Teoritis (Keilmuan)

Bagi aspek keilmuan (Teoritis), yaitu dapat berguna bagi peneliti sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang manajemen pemasaran maupun bidang perkoperasian. Serta bagi pihak lain, instansi serta penelitian selanjutnya, sebagai sumber informasi awal atau bahan pertimbangan penelitian selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis (Guna Laksana)

Bagi aspek guna laksana (Praktis), yaitu dapat berguna bagi unit waserda koperasi KPDK 12 juli sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan khususnya pada unit eceran yang berkaitan dengan bauran eceran agar menjadi pertimbangan yang lebih baik lagi kedepannya

