

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pada era seperti saat ini, semua badan usaha baik itu usaha besar, usaha kecil menengah (UKM) maupun koperasi dihadapkan pada kondisi persaingan yang lebih kompetitif. Karena banyaknya persaingan baik dari luar negeri maupun pelaku ekonomi lain di Indonesia yang menyebabkan koperasi harus memiliki manajemen koperasi yang baik dan benar, agar koperasi dapat berjalan secara terorganisir sehingga koperasi dapat mencapai tujuannya dengan efektif dan efisien. Kondisi ini menuntut para pelaku usaha untuk lebih bersifat kreatif dan inovatif di dalam menentukan dan mengembangkan kebijakan usaha guna untuk menjaga kelangsungan hidup dalam usaha perusahaannya. Khususnya dalam industri retail, para pengusaha harus dapat menawarkan produk yang tepat, harga yang sesuai dengan pasar, cara mempromosikan barang yang akan dijual harus tepat sasaran, fasilitas pendukung harus membuat pembeli merasa nyaman, dan pelayanan kepada konsumen harus prima. Sebagai sebuah badan usaha, koperasi pun tidak dapat terlepas dari manajemen pemasaran. Koperasi sebagai unit usaha sudah selayaknya memperhatikan kepuasan konsumen. Perkoperasian menurut Undang-Undang Republik Indonesia no. 25 tahun 1992 pasal 1 ayat (1) tentang 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”.**

Penelitian terhadap konsumen harus lebih diperhatikan. Karena banyak para pemasar yang mementingkan cara memproduksi dan cara memasarkan tanpa tahu apa yang diharapkan oleh konsumen. Perusahaan non koperasi memiliki konsumen yang berasal dari masyarakat umum, sedangkan dalam koperasi khususnya koperasi konsumen, anggotalah yang menjadi konsumen. Karena didalam koperasi, anggota memiliki identitas ganda yaitu sebagai pemilik sekaligus sebagai pelanggan bagi koperasi. Sebagai pelanggan koperasi, semakin banyak dan aktif anggota sebuah koperasi maka semakin besar peluang koperasi tersebut untuk berkembang dan maju, sehingga dapat bersaing dengan badan usaha lain. Partisipasi anggota koperasi dapat dilihat dari keaktifan anggota dalam modal, memberikan pendapat di dalam maupun di luar rapat serta keaktifan dalam melakukan transaksi dalam kegiatan usaha yang diusahakan oleh koperasi tersebut.

Pada Koperasi Karyawan Wijaya Utama yang didirikan pada tanggal 10 Oktober 1985 dan disahkan dengan Badan Hukum No.8479/BH/PAD/KWK.10/IX/1997 dan beralamat di Jl. Cicukang No.8 Km 9 Cisaranten Bina Harapan 40294 Bandung. Koperasi Karyawan Wijaya Utama ini berada dilingkungan PT. Yuntex yang bergerak dibidang tekstil, koperasi ini dalam memenuhi kebutuhan anggota mempunyai 3 (tiga) bidang usaha yakni Unit Simpan pinjam, Unit Kredit Elektronik, dan juga Unit Toko.

Koperasi Karyawan Wijaya Utama dalam menjalankan operasionalnya dibagi menjadi 3 (tiga) unit usaha, yaitu:

1. Usaha Toko

Usaha toko yang dijalankan oleh Koperasi Karyawan Wijaya Utama meliputi penyediaan kebutuhan barang pangan untuk anggota dengan pembelian tunai atau dengan cara potong gaji. Bentuk usaha toko lainnya adalah kerjasama dengan beberapa grosir untuk stok penjualan di unit toko dan toko elektronik dalam penyediaan barang kebutuhan para anggota.

## 2. Usaha Simpan Pinjam

Salah satu bentuk usaha yang dilakukan oleh Koperasi Karyawan Wijaya Utama adalah dengan menyediakan jasa simpan pinjam yang dikelola oleh koperasi. Unit usaha simpan pinjam merupakan penghimpunan dan penyaluran dana kepada anggota guna meningkatkan kesejahteraan dan membantu perekonomian anggota. Kebijakan unit usaha simpan pinjam diatur pada AD ART, adapun kriteria bagi calon peminjam yaitu anggota yang berstatus pegawai tetap dan pegawai kontrak. Sedangkan bagian kepegawaian yang bersifat *Outsourcing* tidak diperkenankan untuk melakukan simpan pinjam karena bukan termasuk anggota koperasi. Maksimal peminjaman adalah Rp. 30.000.000,- (Tiga Puluh Juta Rupiah).

## 3. Pengembangan Usaha dan Jalinan Kerjasama lainnya

Bentuk usaha lainnya yaitu kredit elektronik yang mana koperasi menyediakan kebutuhan elektronik berupa Peralatan Rumah Tangga tanpa uang muka sehingga meringankan anggota dengan jangka waktu yang sudah diatur dalam AD ART.

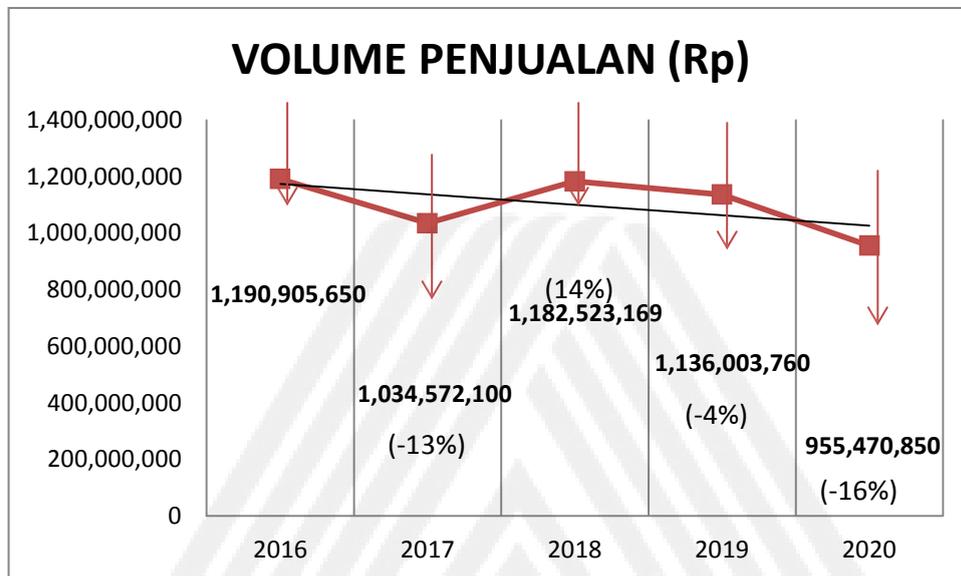
Koperasi yang didirikan pada tahun 1985 ini masih tetap aktif dan berkontribusi sesuai dengan tujuan koperasi yaitu untuk mensejahterakan

anggotanya hingga saat ini. Salah satunya pada Unit Usaha Toko yang menyediakan berbagai kebutuhan berupa barang-barang konsumsi untuk anggota termasuk bahan pangan sembako. Peneliti tertarik untuk meneliti unit toko karena terdapat beberapa masalah, berbeda dengan Unit Usaha Simpan Pinjam yang dirasa sudah sangat baik dalam menarik anggota untuk melakukan kegiatan simpan pinjam, maka dari itu peneliti ingin memberi masukan dan saran terhadap permasalahan yang ada pada unit toko. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba memahami fenomena-fenomena yang terjadi pada Unit Toko Koperasi Karyawan Wijaya Utama dengan mengumpulkan dan mempelajari data-data yang diperoleh. Fenomena yang dimaksud seperti kurangnya partisipasi anggota pada Unit Usaha Toko pada Koperasi Karyawan Wijaya Utama dikarenakan unit toko menjual barang dengan harga yang relatif lebih mahal dari non koperasi sehingga menyebabkan menurunnya hasil penjualan anggota.

Berdasarkan survey awal yang dilakukan di Koperasi Karyawan Wijaya Utama terdapat beberapa informasi yaitu perkembangan volume penjualan pada

IKOPIN

unit toko Koperasi Karyawan Wijaya Utama pada tahun 2016 s/d 2020.



**Gambar 1.1 Perkembangan Hasil Penjualan Unit Usaha Toko Pada Koperasi Karyawan Wijaya Utama**

*Sumber : Laporan RAT Koperasi Karyawan Wijaya Utama Tahun 2016-2020*

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas, dapat dilihat bahwa volume penjualan dari 5 tahun terakhir mengalami fluktuasi. Pada tahun 2017, volume penjualan mengalami penurunan setelah itu pada tahun 2018 mengalami kenaikan dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2019-2020 dengan persentase perkembangan cukup jauh dari tahun sebelum sebelumnya. Hal ini diduga dari kurangnya partisipasi pada unit toko yang disebabkan oleh beberapa hal, salah satunya harga barang yang cenderung mahal, jam operasional yang terbatas, sehingga menyebabkan partisipasi anggota mengalami penurunan.

**Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Anggota Koperasi Karyawan Wijaya Utama**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Anggota Sebelumnya (Orang)</b>	<b>Anggota Masuk (Orang)</b>	<b>Anggota Keluar (Orang)</b>	<b>Jumlah Tahun Ini (Orang)</b>	<b>Presentase Perkembangan (%)</b>
2016	281	62	10	333	19%
2017	333	31	13	351	5.4%
2018	351	29	22	358	2%
2019	358	14	16	356	-0.6%
2020	356	38	35	359	0.8%

*Sumber : Laporan RAT Koperasi Karyawan Wijaya Utama Tahun 2016-2020*

Perkembangan jumlah anggota dari tahun 2016-2018 mengalami peningkatan, dan pada tahun 2019 mengalami sedikit penurunan sebesar -0,6% dari tahun 2018 yaitu hanya menurun 2 orang serta kembali meningkat pada tahun 2020 sebesar 0,8% dari tahun 2019. Dari perkembangan jumlah anggota seharusnya berdampak positif terhadap Koperasi dan partisipasi anggota khususnya pada Unit Usaha Toko, namun kenyataannya partisipasi anggota mengalami penurunan pada tahun 2019 dan 2020. Meskipun jumlah Anggota meningkat dan mengalami penurunan hanya 2 orang pada 2019 diikuti juga dengan anggota yang bertransaksi terus menurun pada tahun 2019 dan 2020.

IKOPIN



**Gambar 1.2 Perkembangan Partisipasi Anggota Pada Unit Usaha Toko Koperasi Karyawan Wijaya Utama Tahun 2016-2020**

*Sumber : Laporan RAT Koperasi Karyawan Wijaya Utama Tahun 2016-2020*

Dari data Gambar 1.2 di atas dengan menurunnya partisipasi belanja anggota hal ini membuktikan bahwa kurangnya anggota dalam memanfaatkan barang-barang konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya, hal ini harus segera diperbaiki agar partisipasi anggota dapat meningkat. Pada Tabel 1.1 jumlah anggota mengalami kenaikan dan 2019 menurun hanya 2 orang, hal ini membuktikan bahwa jumlah anggota bisa dikatakan meningkat tentunya harus diimbangi dengan partisipasi dalam bentuk transaksi anggota yang terus meningkat.

**Tabel 1.2 Perkembangan Transaksi Anggota Pada Koperasi Karyawan Wijaya Pada Unit Toko**

TAHUN	VOLUME PENJUALAN	TRANSAKSI ANGGOTA	PERKEMBANGAN	TRANSAKSI NON ANGGOTA	PERKEMBANGAN
2016	1,190,905,650	1,165,779,450		25,126,200	
2017	1,034,572,100	1,027,617,900	(12%)	69,542,200	177%
2018	1,182,523,169	1,081,342,169	5%	101,181,000	45%
2019	1,136,003,760	1,034,573,760	(4%)	101,430,000	0.2%
2020	955,470,850	827,812,350	(20%)	127,658,500	26%

*Sumber : Laporan RAT Koperasi Karyawan Wijaya Utama Tahun 2016-2020*

Dilihat dari Tabel 1.2 penurunan jumlah transaksi anggota pada tahun 2020 disebabkan karena partisipasi anggota sebagai pelanggan menurun. Selama pandemi Covid-19 Koperasi Karyawan Wijaya Utama tidak ada pengurangan karyawan, namun diliburkan hanya 1 bulan pada bulan Maret tahun 2020 karena adanya pembatasan sosial berskala besar (PSBB) sehingga kebijakan perusahaan dan koperasi yaitu tidak ada pemotongan apapun pada bulan Maret. Dapat dilihat pada Tabel 1.1 perkembangan volume penjualan pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 16% dan dapat disimpulkan bahwa tahun 2020 hanya diliburkan satu bulan saja maka  $1/12 \times 100\% = 8\%$  disebabkan karena kebijakan perusahaan dalam menangani pandemi Covid-19 dan 8% disebabkan karena hal lain. Hal ini berarti penurunan hasil penjualan pada Unit Waserda tidak sepenuhnya diakibatkan pandemi Covid-19. Partisipasi belanja anggota pada Unit Toko tidak selalu stabil terlihat dari transaksi anggota tahun 2016 ke 2017 menurun sebesar 12% tahun 2019 dan 2020 mengalami penurunan, meskipun jumlah anggota mengalami kenaikan dan penurunan pada tahun 2019 namun anggota yang bertransaksi terus menurun di 2019 dan menurun sebesar -20% pada tahun 2020, maka partisipasi belanja anggota belum dapat dikatakan meningkat. Untuk jumlah transaksi non anggota mengalami kenaikan setiap tahunnya dapat dilihat dari perkembangan 5 tahun terakhir hal ini disebabkan karena disekitar PT. Yuntex tidak ada pedagang yang menjual beragam makanan ringan dan minuman dingin yang mana memang dibutuhkan karyawan

pada jam istirahat dan hanya koperasi yang menyediakannya, dan ada juga kantin namun hanya menyediakan makanan berat dan minuman air putih dan teh.

Volume penjualan pada tahun 2020 sebesar Rp. 955.470.850 dengan jumlah anggota 359 orang, anggota tersebut memiliki rata-rata penghasilan sebesar Rp.2.000.000 dan setiap anggota memiliki 30% kebutuhan rumah tangga yang harus dipenuhi selama 1 (satu) tahun, maka untuk mengetahui target pasar pada Koperasi Karyawan Wijaya Utama dengan cara sebagai berikut:

$$\text{Target Pasar} = \text{Anggota} \times \text{Rata-rata penghasilan} \times \text{Kebutuhan RT} \times 12 \text{ Bulan}$$

$$\begin{aligned} \text{Target Pasar} &= 359 \times \text{Rp.2.000.000} \times 30\% \times 12 \text{ Bulan} \\ &= \text{Rp. 2.584.800.000} \end{aligned}$$

Maka dapat disimpulkan bahwa dengan volume penjualan Koperasi Karyawan Wijaya Utama pada tahun 2020 sebesar Rp. 955.470.850 belum dapat memenuhi target pasar, karena jumlah target pasar yang seharusnya didapatkan pada tahun 2020 sebesar Rp.2.584.800.000, sehingga jumlah transaksi anggota pada Koperasi Karyawan Wijaya Utama harus lebih ditingkatkan lagi.

Berdasarkan pernyataan dari karyawan Koperasi pada Unit Toko kebanyakan konsumen lebih banyak membeli makanan ringan dan minuman namun untuk bahan pangan seperti beras, minyak, diterjen, dan kebutuhan sehari-hari itu kurang dan lebih banyak belanja diluar koperasi. Dalam hal ini bahwa jumlah anggota mengalami kenaikan namun tidak diimbangi dengan partisipasi anggota yang tinggi dapat dilihat dari transaksi anggota yang mengalami penurunan sehingga membuat

volume penjualan Unit Toko menurun.

Menurunnya omset penjualan dan rendahnya transaksi anggota yang berbelanja mengindikasikan bahwa Unit Toko Koperasi Karyawan Wijaya Utama belum dapat menyediakan kebutuhan anggota secara maksimal, sehingga nilai penjualan menurun. Volume transaksi penjualan yang cenderung menurun diduga karena unit toko belum benar-benar mengetahui motif beli dari anggotanya, untuk itu unit toko harus berupaya meningkatkan transaksi penjualan dengan mengetahui motif beli anggotanya terlebih dahulu, dari fenomena tersebut maka dirasa perlu adanya analisis motif beli berlangganan untuk meningkatkan transaksi penjualan. Selanjutnya untuk meningkatkan transaksi penjualan tersebut maka diperlukan cara untuk meyakinkan konsumen dalam melakukan pembelian.

Motif berlangganan adalah faktor-faktor, alasan-alasan atau penyebab seseorang konsumen berbelanja pada suatu toko atau seseorang penjual, seperti yang dikemukakan oleh Winardi (1981:201), motif beli berlangganan adalah pertimbangan-pertimbangan yang menyebabkan konsumen membeli pada sebuah toko dinamakan *patronage motives*.

Memang banyak faktor yang bisa mempengaruhi konsumen dalam melakukan suatu pembelian produk, namun dalam penelitian ini yang termasuk ke dalam motif *patronage* adalah dilihat dari segi harga, tempat dan pelayanan. Fenomena ini bisa saja terjadi dikarenakan adanya sebuah kondisi di mana konsumen tidak hanya melihat produk dalam memilih dan melakukan pembelian terhadap produk, namun juga faktor-faktor pendukung lainnya.

Pembelian merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena pembelian merupakan hal yang disiapkan oleh koperasi untuk menciptakan cara-cara pemasaran yang akan dilakukan. Pembelian juga merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli atau tidaknya suatu produk, dan koperasi harus siap dalam memenuhi kebutuhan anggota agar anggota tertarik untuk membeli produk di unit toko yang telah disediakan, ketika produk di unit toko terjual maka jumlah transaksi penjualan akan mengalami peningkatan.

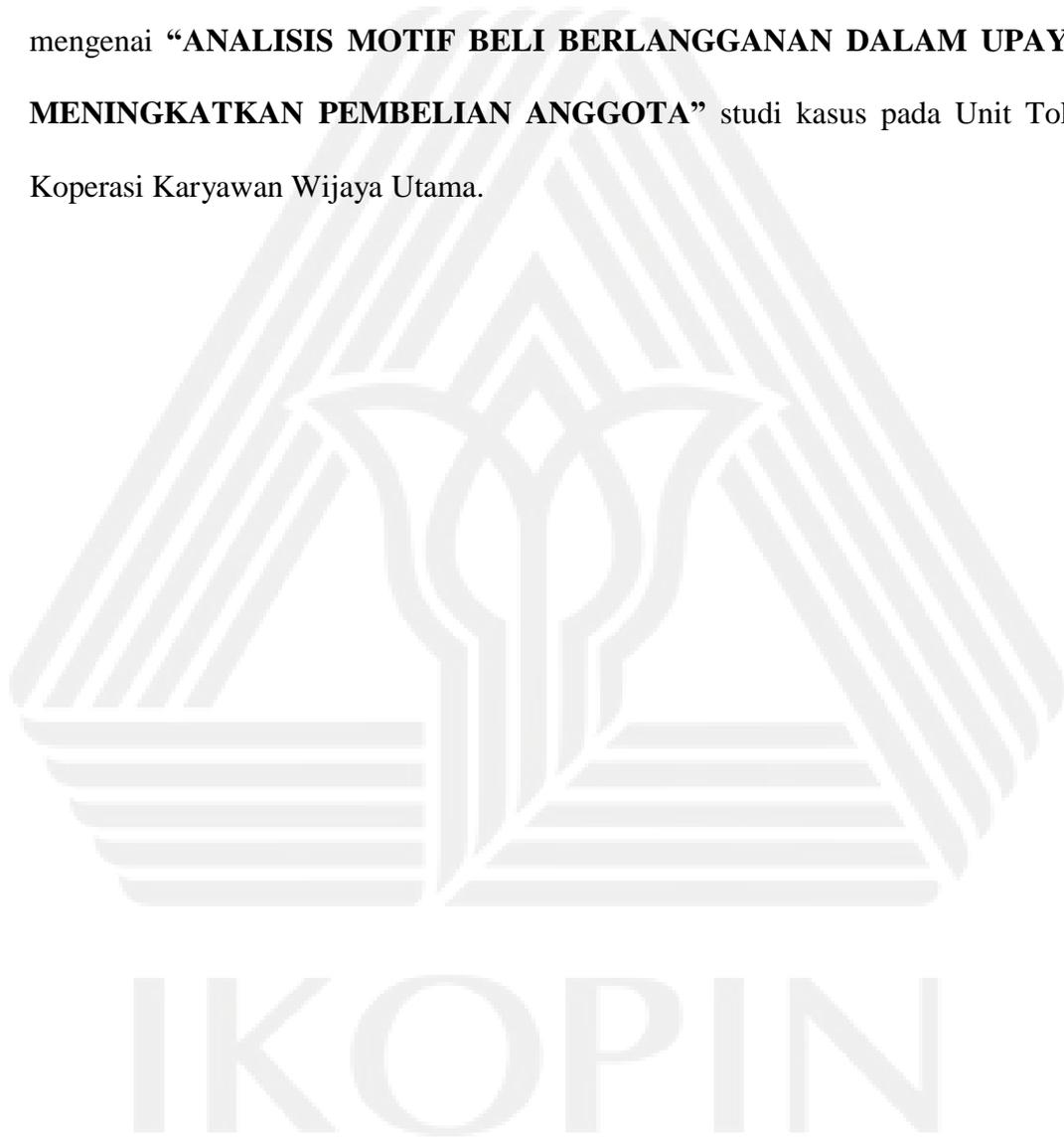
Semakin banyak dan aktif anggota sebuah koperasi maka semakin besar peluang keberhasilan koperasi tersebut untuk berkembang dan maju sehingga dapat bersaing dengan badan usaha lain (Khasan Setiaji, 2009: 22). Hal ini juga diperkuat oleh pendapat Arifin (2004: 42) yang menyebutkan, bahwa keanggotaan dalam koperasi merupakan salah satu aspek penting, karena maju mundurnya sebuah koperasi antara lain dipengaruhi oleh tingkat partisipasi anggota di koperasi. Dengan demikian partisipasi pembelian anggota merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan koperasi.

Penjelasan yang telah dijabarkan diatas memunculkan pertanyaan, seperti : mengapa jumlah partisipasi pembelian anggota mengalami penurunan yang sangat drastis pada saat jumlah anggota yang terus mengalami kenaikan? Apakah faktor para anggota mau bertransaksi dengan koperasi? Dan bagaimana cara koperasi memberikan pengaruh kepada anggota agar anggota selalu bertransaksi dengan koperasi?

Seperti yang telah diketahui sebelumnya bahwa anggota koperasi adalah para karyawan PT Yuntex dari berbagai bagian pastinya mempunyai perilaku

konsumen yang berbeda. Perbedaan ini dapat terjadi karena jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan, gaya hidup dan kebutuhan. Sehingga sudah tentu mereka berbeda pula motif belinya.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka perlu adanya penelitian mengenai **“ANALISIS MOTIF BELI BERLANGGANAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PEMBELIAN ANGGOTA”** studi kasus pada Unit Toko Koperasi Karyawan Wijaya Utama.



## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan dalam latar belakang penelitian, maka penulis mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang hendak diteliti, antara lain sebagai berikut :

1. Bagaimana motif beli berlangganan pada Unit Usaha Toko Koperasi Karyawan Wijaya Utama?
2. Bagaimana tanggapan dan harapan anggota terhadap pelayanan Unit Usaha Toko Koperasi Karyawan Wijaya Utama?
3. Strategi yang bagaimana yang harus diterapkan dalam meningkatkan partisipasi pembelian anggota kaitannya dengan motif beli pada Unit Usaha Toko Koperasi Karyawan Wijaya Utama?

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Penelitian ini dimaksud untuk mengumpulkan data dan informasi yang bermanfaat untuk memperoleh gambaran mengenai motif beli konsumen dalam upaya meningkatkan volume penjualan produk pada Unit Usaha Toko Koperasi Karyawan Wijaya Utama.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui motif beli berlangganan pada Unit Usaha Toko Koperasi Karyawan Wijaya Utama.

2. Tanggapan terhadap pelayanan Unit Usaha Toko Koperasi Karyawan Wijaya Utama.
3. Strategi yang harus diterapkan Unit Usaha Toko Koperasi Karyawan Wijaya Utama dalam upaya meningkatkan partisipasi pembelian anggota kaitanya dengan motif beli konsumen anggota pada Unit Usaha Toko Koperasi Karyawan Wijaya Utama.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian yang dilaksanakan ini diharapkan memberikan kegunaan atau manfaat baik terhadap upaya pengembangan koperasi pada umumnya yaitu sebagai berikut:

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil dari penelitian dapat memberikan sumbangsih bagi ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran mengenai motif pembelian konsumen.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

1. Para pengurus dan karyawan koperasi, sebagai bahan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan usaha dan sistem manajemennya sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam memberikan kebijaksanaan yang berkaitan dengan penyusunan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan partisipasi pembelian anggota.

2. Peneliti lainnya, yaitu dengan adanya penelitian ini semoga dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk penelitian selanjutnya.

