

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di Indonesia memiliki beberapa badan usaha diantaranya yaitu BUMN, BUMS dan tentunya koperasi. Dengan demikian eksistensi koperasi absah di Indonesia, bahkan diharapkan dapat menjadi soko-guru perekonomian Indonesia. Meskipun tujuan ideal koperasi sebagai soko guru dalam perekonomian Indonesia, namun peran koperasi kalah jauh dibandingkan BUMN apalagi dengan BUMS.

Koperasi sebagai badan usaha dituntut untuk menunjukkan keberhasilannya sebagai pelaku ekonomi dalam mengisi pembangunan dibidang ekonomi. Koperasi harus mampu menghimpun dan mengangkat masyarakat yang ekonominya lemah agar menjadi lebih kuat dan dapat bersaing di bidang usaha sehingga pada akhirnya diharapkan dapat meminimalkan kemiskinan.

Status kopearsi sebagai badan hukum jelas sekali dinyatakan dalam UU No. 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian pada pasal 1 yang menyatakan bahwa:

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

dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa koperasi dibentuk sebagai gerakan ekonomi kerakyatan yang berlandasan atas asas kekeluargaan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya dengan cara memenuhi

kebutuhan anggota. Namun, tentunya hal di atas tidak akan terjadi apabila tidak menerapkan fungsi-fungsi perusahaan yang maksimal. Salah satu fungsi perusahaan yang diterapkan untuk mencapai tujuan perusahaan yang maksimal yaitu fungsi pemasaran. Hal ini juga diterapkan pada koperasi kepegawaian pemerintah provinsi Jawa Barat (KPPP Jabar). untuk terus mampu mengembangkan usahanya.

Koperasi Pegawai Pemerintah Provinsi (KPPP) Jawa Barat berlokasi di Kelurahan Citarum Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung Jalan Diponegoro No.22 Bandung, merupakan koperasi yang memiliki Badan Hukum dengan No. 10A/BH/DK-10/1 yang didirikan pada tanggal 10 Agustus 2001 dengan beranggotakan pegawai Negeri Sipil yang berada pada sekretariat daerah dan sebagian ODP di lingkungan pemerintah Provinsi Jawa Barat.

Dalam menjalankan usahanya koperasi di bantu oleh tiga (3) orang pengawas, tiga (3) orang pengurus, 12 orang karyawan dan tidak lepas dari partisipasi anggota yang berjumlah 1.513 orang yang berkedudukan di 15 dinas/ Badan/ Lembaga di lingkungan Provinsi Jawa Barat. Adapun unit usaha yang di jalankan oleh Koperasi Pegawai Pemerintah Provinsi Jawa Barat yaitu :

1. Unit Usaha Simpan Pinjam (USP)
2. Unit Usaha Niaga Barang / Mini Market

Unit Usaha Simpan Pinjam (USP) merupakan lembaga keuangan bukan Bank dengan kegiatan usaha menerima simpanan dan memberikan pinjaman kepada anggota koperasi Pegawai Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Dalam menjalankan usahanya, USP ini mengelola modal yang berasal dari simpanan

pokok anggota koperasi, simpanan wajib dan simpanan sukarela. Selain itu, USP juga mendapatkan dana cadangan dari sisa hasil usaha (SHU) , modal pinjaman dari pengurus koperasi , dan hibah. Sedangkan Unit Usaha Niaga Barang/ mini market merupakan unit usaha di bidang retail yang berupaya untuk memudahkan anggota dalam mendapatkan barang - barang kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman dan juga barang kebutuhan rumah tangga lainnya. Dari kedua unit usaha yang dimiliki oleh KPPP Jabar, penulis berfokus pada Unit Usaha Niaga Barang/ mini market dikarenakan Kehadiran Unit Usaha niaga barang / mini market dirasakan cukup memberikan manfaat sebagai salah satu bentuk aktifitas anggota dalam rangka memenuhi kebutuhan rumah tangganya baik primer maupun sekunder.

Tabel 1.1 Elemen Elemen Strategi Ritel

tahun	Omzet penjualan (Rp)	Perubahan (%)	Laba kotor (Rp)	Perubahan (%)
2017	3.194.491.603,00	-	617.823.055,00	-
2018	3.122.271.695,00	(-2,26)	669.404.245,00	8,35
2019	2.576.621.05,00	(-17,48)	123.753.955,00	(-81,51)

Sumber: RAT KPPP Jabar 2017-2019

Dari tabel tersebut terlihat ada penurunan omzet penjualan sekitar (-17,48)% dan penurunan terbesar ada di laba kotor yaitu (-81,51)%. presentasi ini menunjukkan adanya penurunan dalam aktifitas ekonomi anggota khususnya dalam pembelian barang di unit usaha niaga barang/ mini market. Faktor utama penyebab penuruanan laba kotor ini adalah adanya renovasi ruangan kantin yang menyebabkan mini market harus tutup selama 3 bulan. Unit niaga barang memutuskan menjual barang-barang yang masih berada di gudang untuk dijual dengan harga yang murah bagi anggota. Keputusan ini diambil karena di

hawatirkan barang-barang yang tersimpan 3 bulan di gudang expired, rusak atau bahkan hilang sehingga penjualan dengan harga murah ini untuk menekan kerugian koperasi dan anggota pun dapat memperoleh ekonomi langsung dari koperasi.

Berdasarkan wawancara pendahuluan dengan pengurus koperasi perihal penyebab minimnya minat beli anggota, pihak pengurus menyatakan bahwa para anggota akan membeli barang-barang di Unit niaga barang dengan volume yang besar hanya ketika menuju lebaran dikarenakan adanya diskon yang ditawarkan oleh Unit niaga barang/ mini market KPPP Jabar dan adanya penawaran, namun pada hari-hari biasa minat beli anggota relatif kecil. Anggota hanya membeli barang-barang di mini market secara insidental saja.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan terhadap anggota, setiap bulan nya anggota yang sudah menikah menghabiskan uang sekitar 2 sampai 3 juta untuk belanja bulanan dan anggota yang belum menikah menghabiskan 200 sampai 300 ribu, namun anggota tidak menjadikan koperasi sebagai tempat belanja bulanan, anggota memilih alternatif lain seperti belanja di Superindo dan Yogya, sedangkan uang yang dihabiskan anggota untuk berbelanja di koperasi hanya sekitar 200 sampai 300 ribu perbulan.

Para anggota beralasan tidak membeli di koperasi diduga karena penyediaan barang yang kurang komplit karena tidak banyaknya variasi produk yang tersedia. Selain itu, ruangan koperasi ini tidak terlalu luas, namun lokasi terbilang cukup strategis. jika melakukan pembelian kebutuhan sehari-hari di unit niaga barang ini seperti makanan ringan dan minuman karena unit niaga barang

berada di area kantin sehingga mudah dijangkau oleh anggota maupun pengunjung, selain itu diduga karena adanya tawaran *discount* dari pesaing membuat anggota berpaling ke pesaing. Oleh sebab itu diperlukan strategi eceran yang merupakan bagian dari strategi pemasaran dengan tepat dalam upaya meningkatkan minat beli anggota sebagai pelanggan.

Penerapan strategi eceran yang tepat mampu membuat koperasi unggul dalam bersaing. Chandler dalam Freddy Rangkuti (2016:3) menyatakan bahwa: “Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya”

Pemahaman yang baik tentang konsep strategi akan membantu para pelaku usaha mampu mengimplementasikan strategi yang tepat dalam upaya meningkatkan penjualan, meningkatkan loyalitas konsumen dan lain-lain.

Masing-masing perusahaan harus menentukan strategi yang tepat dari sudut pandang posisinya di industri dan tujuan, peluang, keahlian, serta sumber dayanya.

Pemasaran memainkan peranan yang penting dalam proses perencanaan strategi perusahaan (Kotler 2000:74). Strategi eceran yang merupakan bagian dari strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan

produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Berdasarkan fenomena masalah yang terjadi pada Unit niaga barang peneliti merumuskan masalah yaitu bagaimana strategi eceran yang tepat untuk diterapkan agar dapat meningkatkan minat beli anggota sebagai pelanggan. Maka dengan ini perlunya diteliti lebih

lanjut mengenai bagaimana “Analisis Strategi Eceran Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Anggota”

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan sebelumnya maka untuk menjelaskan permasalahan lebih detail. Maka permasalahan yang ada dapat diidentifikasi kan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi eceran yang digunakan oleh Unit Niaga Barang Koperasi Pegawai Pemerintah Provinsi Jawa Barat.
2. Bagaimana minat beli anggota sebagai pelanggan di Unit Niaga Barang Koperasi Pegawai Pemerintah Provinsi Jawa Barat.
3. Bagaimana strategi eceran yang sebaiknya di laksanakan pada Unit Niagara Barang Koperasi Pegawai Provinsi Jawa Barat

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Penelitian ini disusun dengan maksud untuk mengetahui gambaran perihal penerapan strategi eceran dalam upaya meningkatkan minat beli anggota di unit niaga barang pada koperasi Pegawai Pemerintah Provinsi Jawa Barat, menentukan strategi eceran dalam upaya meningkatkan minat beli anggota sebagai pelanggan.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui:

1. Strategi eceran yang digunakan oleh Unit Niaga Barang koperasi Pegawai Pemerintah Provinsi Jawa Barat untuk meningkatkan minat beli anggota.
2. Minat beli anggota di Unit Niaga Barang koperasi Pegawai Pemerintah Provinsi Jawa Barat.
3. Strategi eceran yang tepat untuk di implementasikan pada unit niaga barang koperasi Pegawai Provinsi Jawa Barat.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Bagi koperasi, diharapkan dapat memberikan pengembangan ilmu di bidang pemasaran yang berhubungan dengan strategi eceran dan minat beli anggota.
2. Bagi penulis, sebagai sarana dalam meningkatkan keterampilan untuk memahami dan memecahkan masalah yang terdapat di koperasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta masukan bagi pengawas, pengurus dan anggota koperasi Pegawai Pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam menentukan strategi eceran yang tepat sebagai upaya meningkatkan minat beli anggota pada unit niaga barang.