

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Koperasi diharapkan menjadi soko guru perekonomian Indonesia, sehingga koperasi dianggap sangat penting khususnya bagi para anggota dan masyarakat pada umumnya. Pembangunan koperasi diarahkan agar koperasi memiliki kemampuan untuk menjadi badan usaha yang efisien dan menjadi gerakan ekonomi rakyat yang tangguh dalam masyarakat.

Koperasi dalam tata perekonomian nasional Indonesia diharapkan dapat menempati tempat dan posisi yang penting. Koperasi Indonesia memiliki dasar konstitusional yang kuat, yaitu Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 33 ayat 1 yang berbunyi:

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

Definisi Koperasi menurut H.E Erdman dalam Subandi (2015:19)

**“Koperasi ialah usaha bersama, merupakan badan hukum, anggota ialah pemilik dan yang menggunakan jasanya dan mengembalikan semua penerimaan di atas biayanya kepada anggota sesuai dengan transaksi yang mereka jalankan dengan koperasi”.**

Sedangkan menurut Bung Hatta dalam Arifin Sitio dan Halomoan Tamba (2001:17) yakni:

**“Koperasi adalah usaha bersama untuk memperbaiki nasib penghidupan ekonomi berdasarkan tolong menolong. Semangat tolong menolong tersebut didorong oleh keinginan memberi jasa kepada kawan berdasarkan seorang buat semua dan buat semua orang”.**

Adapun pengertian koperasi menurut konferensi ILO (*Internasional Labour Organization*) dalam Arifin Sitio dan Halamoan Tamba (2001:16) dicantumkan bahwa :

**“Koperasi merupakan suatu perkumpulan orang-orang yang secara sukarela bersama-sama ingin mencapai tujuan akhir yang sama melalui pembentukan organisasi yang dikendalikan secara demokratis dengan memberikan kontribusi yang sama terhadap modal yang dibutuhkan dan menerima risiko ataupun keuntungan bersama secara adil dari usaha yang melibatkan partisipasi anggota secara aktif”.**

Pengertian di atas menunjukkan bahwa koperasi merupakan lembaga ekonomi rakyat yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya.

Sebagai organisasi ekonomi rakyat, koperasi hendaknya menjadi sokoguru perekonomian nasional, dalam arti keberadaan koperasi di tengah-tengah pembangunan diharapkan akan menunjukkan peranannya, sehingga benar-benar memberikan sumbangsih yang besar terhadap perekonomian Indonesia. Oleh karena itu, koperasi harus benar-benar berusaha untuk melakukan kegiatan usaha yang bermanfaat agar kebutuhan anggota dapat terpenuhi.

Salah satu cara koperasi dalam pemenuhan kebutuhan anggotanya adalah dengan menyediakan unit usaha yang sesuai dengan kebutuhan anggota, salah satunya yaitu Unit Perdagangan. Unit Perdagangan ditujukan sebagai unit usaha pelayanan untuk memenuhi kebutuhan baik sehari-hari maupun kebutuhan barang-barang konsumsi lainnya bagi anggota koperasi itu sendiri. Akan tetapi pada perkembangannya, Unit perdagangan selain memenuhi kebutuhan sehari-hari anggota koperasi, juga bisa melayani masyarakat umum di sekitar koperasi itu berada.

Partisipasi anggota sangat diperlukan dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan koperasi. Hal tersebut sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia No.25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Bab V Pasal 17, di mana anggota koperasi adalah pemilik dan sekaligus pengguna jasa koperasi, artinya bahwa usaha koperasi memang ditujukan terutama untuk melayani anggota, dengan demikian apabila anggota sebagai pelanggan utama yang dilayani koperasi tidak ikut berpartisipasi, maka esensi koperasi sebagai suatu sistem sosio-ekonomi menjadi tidak tercapai. Keberlangsungan usaha koperasi ditentukan oleh partisipasi anggota dalam mendukung dan memanfaatkan layanan usaha koperasi, oleh karena itu keberhasilan dalam mendukung dan memanfaatkan layanan usaha koperasi sangat ditentukan oleh partisipasi anggota koperasi.

Alfred Hanel dalam Ramudi Arifin (2002:66) mengemukakan pengertian partisipasi anggota sebagai berikut:

**“Partisipasi anggota koperasi adalah keikutsertaan anggota dalam suatu kegiatan yang diadakan oleh koperasi, baik kedudukannya sebagai pemilik maupun sebagai pelanggan, di mana keikutsertaannya dinyatakan, diwujudkan dalam bentuk pencurahan pikiran dalam pengawasan, pemberian kontribusi (sumbangan) modal, dan pemanfaatan pelayanan yang diberikan oleh koperasi”.**

Salah satu cara untuk meningkatkan partisipasi anggota adalah dengan meningkatkan pelayanannya. Pelayanan yang diberikan dalam memasarkan suatu produk mencakup pelayanan dari penawaran produk, pelayanan pada saat pemberian produk yang dijual dan pada saat produk diantarkan. Perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang mampu hidup terus dengan kekuatannya sendiri dalam memberikan pelayanan pada konsumen, sehingga konsumen akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Menurut Philip Kotler (2002:83) tentang pelayanan adalah:

**“Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”.**

Melihat pada jenis-jenis koperasi maka Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya merupakan perwujudan dari koperasi konsumen. Koperasi konsumen adalah sebuah koperasi yang menjual berbagai barang kebutuhan pokok untuk para anggotanya. Kegiatan utama Koperasi Konsumen adalah membeli barang atau jasa. Koperasi konsumen menjembatani produsen dengan konsumen yang membutuhkan barang-barang atau jasa.

Koperasi yang terbentuk diberi nama Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya dengan nama singkat KOPMEN MULIA yang disahkan dengan akta pendirian Badan Hukum No.230/BH/518-KOP/V/1999. Tanggal 03 Mei 1999 yang bertempat di Jalan Cipaku-Majalaya Rt. 01/03 Desa Cipaku Kecamatan Paseh Kabupaten Bandung. Koperasi ini memiliki beberapa unit usaha yaitu:

1. Unit Rekanan dan Jasa
2. Unit Perdagangan
3. Unit Simpan Pinjam

Koperasi Konsumen Mulia Majalaya dari Tahun 1999 aktif dan terus berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan anggotanya sampai saat ini. Dalam perkembangan jumlah anggota Koperasi Konsumen Mulia mengalami penurunan.

Adapun penelitian ini akan difokuskan pada Unit Perdagangan, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1. 1 Perkembangan Jumlah Anggota Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya Tahun 2016-2020**

Tahun	Jumlah Anggota Sebelumnya (Orang)	Anggota Masuk (Orang)	Anggota Keluar (Orang)	Jumlah Tahun ini (Orang)	Perkembangan (%)
2016	485	69	12	542	-
2017	542	64	23	583	7,6
2018	583	41	19	605	3,8
2019	605	36	30	611	1,0
2020	611	44	66	590	(4)

Sumber: Laporan RAT Koperasi Konsumen Mulia Tahun 2016-2020

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 4% dilihat dari perkembangan jumlah anggota Koperasi Konsumen Mulia selama 5 tahun kebelakang tentunya hal ini sangat berpengaruh terhadap partisipasi anggota sebagai pelanggan dalam memanfaatkan layanan yang disediakan koperasi dalam Unit perdagangan. Apabila partisipasi anggota sebagai pelanggan rendah maka tentunya menjadi ancaman bagi keberlangsungan dari unit usaha yang dijalankan oleh Koperasi Konsumen Mulia.

Unit usaha perdagangan Koperasi Konsumen Mulia bergerak dalam bidang usaha eceran dan berfungsi untuk menyediakan berbagai kebutuhan pokok sehari-hari dan barang elektronik, sehingga para anggota dapat dengan mudah mendapatkannya di Koperasi.

Anggota dilayani oleh satu pramuniaga yang bertugas melakukan pelayanan kepada anggota dan melakukan pencatatan untuk setiap transaksi

anggota dan *non* anggota. Sedangkan untuk sistem pembelian yang diterapkan oleh Koperasi Konsumen Mulia yaitu pembelian secara tunai dan kredit, di mana setiap anggota dapat berbelanja semua kebutuhannya yang tersedia pada unit perdagangan dan kemudian akan dicatat setiap transaksi anggota dan untuk pembelian secara kredit akan dilakukan pemotongan gaji karyawan sesuai dengan besaran transaksi atau jumlah belanja anggota selama satu bulan.

**Tabel 1. 2 Perkembangan Partisipasi Pembelian Anggota Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya Tahun 2016-2020**

Tahun	Jumlah Anggota KOPMEN MULIA (Orang)	Jumlah Anggota yang Bertransaksi (Orang)	Presentase Jumlah Anggota yang Bertransaksi (%)
2016	542	369	68,1
2017	583	362	62,1
2018	605	305	50,4
2019	611	373	61,0
2020	590	358	60,0

Sumber : Laporan RAT Koperasi Konsumen Mulia Tahun 2016-2020

Dilihat dari jumlah anggota yang berbelanja pada tabel 1.2 di atas terlihat jumlah anggota yang berpartisipasi sebagai pelanggan di Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia tahun 2020 masih relatif rendah yaitu 60%. Berdasarkan hasil wawancara dengan Asisten Manager Koperasi Konsumen Mulia ini menargetkan partisipasi anggota sebagai pelanggan yaitu sebesar 80-100%. Hal ini menunjukkan bahwa koperasi belum optimal dalam menyediakan kebutuhan para anggotanya.

Adapun mengenai perkembangan volume transaksi Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 1. 3 Perkembangan Penjualan pada Unit Perdagangan Koperasi  
Konsumen Mulia Tahun 2016-2020**

Tahun	Jumlah Anggota (Orang)	Transaksi Anggota (Orang)	Volume Transaksi (Rp)	Rata-rata Transaksi per orang perbulan (Rp)	Perkembangan Volume Transaksi (%)
2016	542	369	1.972.548.000	303.282	5
2017	583	362	2.006.580.000	286.818	2
2018	605	305	2.392.358.000	329.526	19
2019	611	373	2.571.155.000	350.676	7
2020	590	358	2.044.106.000	288.716	(20)

Sumber : Laporan RAT Koperasi Konsumen Mulia Tahun 2016-2020

Pada tabel 1.3 dapat diketahui bahwa volume transaksi pada unit perdagangan Koperasi Kosumen Mulia terus mengalami peningkatan dari tahun 2016-2019 namun pada tahun 2020 mengalami penurunan dapat dilihat juga dari rata-rata transaksi per orang per bulannya. Dari data yang diperoleh berdasarkan wawancara dari 5 orang anggota menyatakan bahwa dilihat dari jumlah kebutuhan dan jumlah uang yang dibelanjakan per bulannya mencapai kurang lebih Rp.1.000.000,00 s/d Rp.1.300.000,00 per orang, Menurunnya partisipasi anggota sebagai pelanggan pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia setelah dilakukan observasi dan wawancara secara langsung dapat diduga bahwa penurunan partisipasi anggota sebagai pelanggan terjadi karena beberapa hal, yaitu sebagai berikut :

1. Ruang Unit Usaha Perdagangan relatif sempit
2. Harga yang ditetapkan koperasi sebagian relatif lebih mahal dibandingkan dengan pesaing
3. Ketersediaan jenis produk masih kurang banyak

4. Merek yang tersedia kurang beragam
5. Kurangnya lahan parkir yang tersedia
6. Tata letak rak ataupun barang yang akan dijual tidak tersusun rapih
7. Ketanggapan pramuniaga kurang cepat, karena hanya satu orang yang bertugas melayani anggota dan non anggota.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Muhammad Rizki Maulana pada tahun 2018 tentang Analisis Kualitas Pelayanan dan Manfaat yang diterima Anggota dalam upaya Meningkatkan Jumlah Anggota, partisipasi dan Volume Bisnis Koperasi, menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang kurang baik menurunkan partisipasi anggota sebagai pelanggan, sehingga pendapatan yang diterima oleh koperasi semakin menurun mengakibatkan koperasi sulit untuk berkembang.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang lain juga tentang Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Partisipasi Anggota yang disusun oleh Inten Rinjani pada tahun 2020, menyatakan bahwa kurang baiknya partisipasi Anggota pada KUD Setia Manggung dikarenakan kurang baiknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh KUD Setia Manggung, dibuktikan dengan hasil kuisisioner berdasarkan tanggapan dan harapan anggota mengenai indikator pada kualitas pelayanan.

Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti akan mengambil judul penelitian :

**“ANALISIS PELAYANAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN”** Studi kasus pada Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia Majalaya Kab. Bandung Jawa Barat.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan pelayanan oleh Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia.
2. Bagaimana tanggapan dan harapan yang dirasakan oleh anggota yang berpartisipasi sebagai pelanggan mengenai pelaksanaan pelayanan pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia.
3. Upaya-upaya apa saja yang harus dilakukan untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan melalui pelayanan yang diberikan Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia.

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran tentang pelaksanaan pelayanan Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pelaksanaan pelayanan oleh Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia

2. Tanggapan dan harapan yang dirasakan oleh anggota yang berpartisipasi sebagai pelanggan terhadap pelaksanaan pelayanan pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia.
3. Upaya-upaya apa saja yang harus dilakukan untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan melalui pelayanan pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Mengacu pada tujuan yang ditetapkan, maka output dari aktivitas penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan-kegunaan sebagai berikut :

##### **1.4.1 Aspek Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Manajemen Koperasi dalam meningkatkan partisipasi anggota pada Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya.

##### **1.4.2 Aspek Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan atau dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan dalam menentukan pelayanan yang tepat dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan pada Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya.