

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bidang usaha yang berlangsung saat ini merupakan salah satu alasan utama terciptanya berbagai macam produk, pelayanan, serta pemasaran yang dilakukan para pengusaha bisnis. Persaingan tersebut dipacu oleh keahlian dari badan usaha sebagai pelaku ekonomi yakni Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) dan Koperasi.

Ketiga pelaku ekonomi tersebut diharapkan bisa tumbuh menjadi kegiatan usaha yang mampu menjadi penggerak utama pembangunan ekonomi di Indonesia. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 33 ayat (1) Undang-Undang Dasar Republik Indonesia 1945 yang berbunyi: **“Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas dasar kekeluargaan”**.

Salah satu tiang utama perekonomian Indonesia adalah koperasi. Koperasi di Indonesia semakin lama semakin menunjukkan perkembangannya. Pengertian dan tujuan koperasi menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, yang 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”.

Setelah Indonesia merdeka, salah satu yang dilakukan adalah memperbaiki taraf hidup rakyat dengan pelaksanaan pembangunan perekonomian sebagai usaha bersama. Menurut Ramudi Arifin (2013:2), Perusahaan koperasi adalah alat bagi anggota untuk mempertinggi efisiensi dan efektivitas di dalam mencapai tujuan ekonomi masyarakat. Demikian pula halnya dengan efektivitas ekonomi yang merupakan interaksi antar manusia dalam melaksanakan pertukaran barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Ramudi Arifin (2003:1) Koperasi yang dibentuk tersebut merupakan alat untuk mencapai tujuan individualnya secara lebih efektif dan efisien.

Dalam upaya memperbaiki taraf hidup masyarakat dan untuk memenuhi kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya maka salah satu koperasi yang ikut serta mengembangkan dan memperjuangkan perekonomian nasional adalah Koperasi Pegawai RS Mata (Koprusmat) Cicendo. Koprusmat Cicendo merupakan koperasi yang anggotanya terdiri dari Karyawan, PNS maupun Non PNS. Koprusmat adalah Koperasi Serba Usaha (KSU) yang beralamat di Jln. Cicendo NO.4 Bandung. Koperasi ini memiliki surat keputusan Badan hukum dengan nomor: 7228/BH/DK-10-1 dan berdiri pada tahun 1981. Koprusmat Cicendo dikelola oleh 4 pengurus, 19 karyawan dan 454 anggota. Sebagai bentuk upaya pemenuhan kebutuhan anggota, Koperasi Pegawai RS Mata (Koprusmat) Cicendo menjalankan beberapa kegiatan unit usaha antara lain, (1) Simpan pinjam, (2) Pengelolaan parkir, (3) Cicendomart, (4) Cicendomart 2, (5) Pengadaan Barang dan jasa, (6) Foto copy.

Namun, dalam penelitian ini penulis hanya memfokuskan penelitiannya pada unit Cicendomart saja karena frekuensi pengelolaan barang dagang dilakukan setiap hari kerja dan memiliki kontribusi tertinggi bagi koperasi. Sehingga, peneliti bisa melihat dan menemukan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan. Dengan adanya perencanaan barang yang baik dapat membantu menentukan variasi yang tepat dan persediaan barang.

Dalam upaya mengembangkan unit usahanya Koprusmat Cicendo tidak hanya melakukan komunikasi secara konvensional saja. Koprusmat juga memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang, salah satunya dengan menggunakan media sosial sebagai media untuk promosi. Hal tersebut memudahkan pengurus dalam mengelola koperasi sehingga lebih efektif.

Tabel 1. 1 Tabel Perkembangan Anggota Koperasi KOPRUSMAT Cicendo

Tahun	Jumlah Anggota (Orang)			Persentase naik/turun %
	Aktif	Baru	Keluar	
2016	480	52	30	-
2017	448	36	23	(0,07)
2018	454	48	42	0,01
2019	471	28	16	0,04
2020	454	27	16	(0,04)

Sumber: Laporan RAT Koperasi Pegawai RS Mata (koprusmat) Cicendo Tahun 2016-2020

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa terjadi kenaikan dan penurunan pada jumlah anggota. Terjadi penurunan pada tahun 2017 sebesar (0,7%) yang disebabkan oleh anggota yang pensiun dan mutasi kerja. Namun, pada tahun 2018 kembali terjadi kenaikan jumlah anggota sebesar 0,01%

dikarenakan adanya penerimaan karyawan baru. Terjadi kenaikan yang cukup signifikan pada tahun 2019 sebesar 0,04% hal tersebut dikarenakan adanya keterkaitan dari para karyawan terhadap koperasi karena adanya SHU dan pemberian doorprize ketika RAT, Dan pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar (0,04%).

Penurunan dan kenaikan jumlah anggota mempengaruhi tingkat partisipasi anggota pada setiap unit usaha yang dimiliki oleh koperasi. Adapun data pendapatan dari Unit toko Koperasi pegawai RS mata (koprusmat) cicendo.

Tabel 1. 2 Pendapatan Persentase Kontribusi Unit Usaha KOPRUSMAT Tahun 2020

No	Unit Usaha	Pendapatan (Rp)	Persentase Kontribusi (%)
1	Simpan Pinjam	65.939.463	3,42
2	Unit Parkir	230.377.750	11,9
3	Cicendomart	1.138.193.680	59,0
4	Cicendomart 2	240.097.548	12,4
5	Pengadaan dan Jasa	36.624.063	1,90
6	Foto Copy	218.972.149	11,3
	Jumlah	1.930.204.653	100

Sumber: Laporan RAT Koperasi Pegawai RS Mata (koprusmat) Cicendo Tahun 2020

Unit Cicendomart merupakan unit usaha dibidang retail yang berupaya untuk memudahkan anggota dalam mendapatkan barang-barang keperluan sehari-hari seperti makanan dan minuman dan juga kebutuhan rumah tangga lainnya. Dalam menjalankan usahanya Cicendomart berada dalam pasar persaingan sempurna yang dihadapkan oleh beberapa pesaing usaha-usaha ritel lainnya seperti indomart yang terletak disekitar lokasi koperasi, alfamart, dan lain-lainnya

yang lokasinya berada disekitar tempat tinggal anggota koperasi, yang mana setiap pesaingnya memiliki produk yang diperjual belikan bersifat homogen dengan harga yang relative sama, /sehingga membuat para anggota bisa saja berpaling dari koperasi. Berikut adalah tabel partisipasi total pada unit usaha Cicendomart.

Tabel 1. 3 Tabel Perkembangan pada Unit Usaha CICENDOMART tahun 2016-2020

Tahun	Jumlah Anggota (orang)	Transaksi Anggota (orang)	Persentase anggota yang bertransaksi	Volume Transaksi (Rp)	Rata-rata Transaksi per orang perbulan (Rp)	Perkembangan Volume Transaksi (%)
2016	480	298	62,08%	698.986.667	121352	0
2017	448	411	91,74%	1.195.399.046	222358	71,0
2018	454	376	82,82%	1.413.617.010	259474	18,3
2019	471	325	69,00%	1.452.283.118	256950	2,7
2020	454	208	45,81%	1.138.193.680	208920	-21,6

Sumber: Laporan Penjualan Unit Cicendomart 2016-2020

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat diketahui bahwa volume transaksi pada unit usaha Cicendomart terus mengalami peningkatan dari tahun 2016-2019 namun pada tahun 2020 mengalami penurunan dapat dilihat dari rata-rata transaksi per orang per bulannya.

Dari hasil survey tersebut, peneliti menemukan bahwa para anggota cenderung mencari tempat lain untuk berbelanja. Hal ini disebabkan oleh kurangnya penyediaan barang di koperasi yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan para anggota. Selain itu, sebagian anggota tidak melakukan kegiatan belanja bulanan ke Unit Minimarket Cicendomart dikarenakan letaknya cukup jauh dari rumah para anggota. Walaupun sebenarnya lokasi Minimarket Cicendomart ini terbilang cukup strategis karena terletak di *lobby* Rumah Sakit Mata Cicendo. Hal tersebut tentunya memudahkan konsumen untuk berbelanja.

Selain itu, terjadi persaingan antar Minimarket Cicendomart dengan minimarket lainnya. Beberapa tempat menawarkan diskon, hal ini menarik perhatian para anggota. Oleh sebab itu, minat anggota untuk belanja bulanan di Minimarket Cicendomart guna memenuhi kebutuhan sehari-hari jadi menurun. Hal ini menyebabkan berkurangnya partisipasi anggota dalam kontribusi terhadap koperasi. Maka dari itu, koperasi diharapkan mampu menerapkan strategi eceran yang merupakan bagian dari strategi pemasaran dengan tepat untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.

Hal tersebut menunjukkan partisipasi anggota cenderung rendah, padahal dalam hakekatnya pengembangan koperasi harus ada kerjasama antara pihak koperasi dan anggota yaitu koperasi memiliki peran untuk menyediakan kebutuhan anggota sedangkan anggota memberikan respon atau *feedback* dalam bentuk partisipasi terhadap koperasi. Dalam pengembangan unit usaha koperasi peranan partisipasi anggota sangat krusial, dan partisipasi anggota menjadi kunci keberhasilan organisasi dan keberhasilan koperasi, pertanyaan tersebut didukung

oleh jurnal peneliti terdahulu, Khoiriyah, Nuraini Asriati dan Parijo dalam penelitiannya tentang “Pengaruh partisipasi anggota terhadap keberhasilan koperasi” Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi partisipasi anggota maka semakin tinggi keberhasilan koperasi dalam mencapai tujuannya.

Penerapan bauran eceran yang tepat mampu membuat koperasi unggul dalam bersaing. Nur Selly Guntari (2009), dalam penelitiannya mengatakan “Pelaksanaan Bauran Eceran yang baik dan tepat diharapkan dapat membuat konsumen akan mempunyai perilaku positif terhadap tokonya yaitu perilaku di mana konsumen tetap harus berbelanja kembali kepada toko tersebut”.

Pemahaman yang baik tentang konsep strategi akan membantu para pelaku usaha untuk 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.

Dalam hal ini koperasi harus melakukan beberapa strategi untuk meningkatkan eksistensi usahanya sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan dan usahanya. Sehingga, partisipasi anggotanya pun meningkat. Partisipasi anggota merupakan salah satu unsur-unsur dasar dari bauran eceran. Bauran eceran merupakan sesuatu yang penting diperhatikan untuk menunjang keberhasilan unit usaha minimarket di tengah gencarnya persaingan dengan usaha serupa. Hal tersebut harus dianalisis lebih jauh untuk upaya peningkatan partisipasi anggota. Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti menagngkat

judul penelitian sebagai berikut, **“ANALISIS BAURAN ECERAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN”**

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Bagaimana tanggapan dan harapan anggota mengenai pelaksanaan bauran eceran di Unit Usaha Cicendomart pada Koprusmat Cicendo
2. Berapa tingkat partisipasi anggota dalam berbelanja di Unit Usaha Cicendomart di KOPRUSMAT Cicendo.
3. Upaya apa yang harus dilakukan Unit Usaha Cicendomart pada Koprusmat Cicendo untuk meningkatkan partisipasi anggota.

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data dan informasi yang dapat berguna untuk tujuan analisis bauran eceran dan partisipasi anggota di Unit Usaha Cicendomart pada Koprusmat Cicendo.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan dan harapan anggota mengenai pelaksanaan bauran eceran di unit Minimarket Cicendomart pada Koprusmat Cicendo.
2. Untuk mengetahui berapa tingkat partisipasi anggota dalam berbelanja di Unit Usaha Cicendomart di KOPRUSMAT Cicendo.
3. Untuk mengetahui upaya apa yang harus dilakukan Unit Usaha Cicendomart pada koprusmat cicendo untuk meningkatkan partisipasi anggota.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam aspek teoritis maupun aspek praktis bagi Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata (koprusmat) Cicendo.

1. Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini dimaksudkan sebagai kontribusi dalam pengembangan ilmu yang didukung oleh data *empiric* berupa fakta-fakta yang terjadi dilapangan (koperasi) yang diperoleh melalui kegiatan observasi untuk ilmu dibidang bisnis yang berhubungan dengan analisis bauran eceran dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.

2. Aspek Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, masukan serta menjadi pedoman bagi pengawas, pengurus, serta anggota

koperasi pegawai rumah sakit mata (koprusmat) Cicendo dalam menentukan bauran eceran yang tepat dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota pada unit Usaha Cicendomart.



IKOPIN