

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Koperasi merupakan salah satu wadah ekonomi dari sistem perekonomian Indonesia yang berdasarkan pada asas kekeluargaan, Koperasi juga dikenal sebagai soko guru perekonomian nasional agar dapat menunjang dalam menjalankan roda perekonomian. Keberadaan koperasi bagi Indonesia tentu memiliki peranan penting, hal ini sesuai dengan Undang Undang Dasar 1945 Pasal 33 ayat 1 yang berbunyi:

“Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan”

Berdasarkan Pasal tersebut dijelaskan bahwa badan usaha yang cocok di Indonesia adalah Koperasi. Koperasi berlandaskan kepada asas kekeluargaan, hal ini dapat mendorong pergerakan perekonomian individu menjadi lebih baik apabila individu bergabung dengan individu lainnya dengan tujuan yang sama untuk mendapatkan manfaat ekonomi dalam mensejahterakan dirinya sendiri yang bergerak secara gotong royong berdasarkan pada ekonomi kerakyatan. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 33 ayat 4 yang berbunyi:

“Perekonomian Nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional”

Koperasi sebagai salah satu bentuk lembaga ekonomi harus dibina dan dikembangkan agar mampu berperan memperlancar roda perekonomian Indonesia. Pembinaan dan pengembangan koperasi ini ditunjukkan agar koperasi tumbuh menjadi lembaga ekonomi yang kuat dan menjadi wadah utama perekonomian nasional. Oleh karena itu diperlukannya aturan ataupun Undang-Undang dalam mengatur setiap kegiatan yang diselenggarakan oleh Koperasi, seperti tercantum di dalam Undang-Undang RI Nomor 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian:

Bab I Pasal 1 ayat 1, 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 berdasarkan atas asas kekeluargaan”

Bab II Pasal 3, yang menyatakan bahwa :

“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 berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945”

Keberhasilan sebuah koperasi tergantung kepada pengelola dalam melaksanakan peranannya. Sebagai salah satu cara, koperasi harus melaksanakan kegiatan yang menguntungkan di mana kegiatan tersebut berpijak kepada kepentingan dan kebutuhan anggotanya. Berdasarkan hal tersebut koperasi dapat mendirikan unit-unit usaha yang bertujuan untuk mensejahterakan anggota, dalam upaya meningkatkan kesejahteraan anggota maka pengelolaan unit koperasi tentunya membutuhkan partisipasi dari anggota, sebab tanpa adanya partisipasi

anggota koperasi tidak akan memberikan manfaat yang berarti bagi koperasi itu sendiri maupun anggotanya.

Partisipasi anggota sangat diperlukan dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh koperasi. Hal tersebut sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia No.25 Tahun 1992 tentang Perkoprasian Bab V Pasal 17, di mana anggota koperasi adalah pemilik dan sekaligus pengguna jasa koperasi, artinya bahwa koperasi memang ditujukan untuk melayani anggota, dengan demikian apabila anggota menjadi pelanggan utama di dalam koperasi tidak ikut berpartisipasi maka esensi koperasi sebagai suatu sistem sosio-ekonomi menjadi tidak tercapai. Keberlangsungan usaha koperasi ditentukan oleh partisipasi anggotanya, apabila anggota berpartisipasi kepada usaha yang telah dibentuk oleh koperasi maka koperasi telah berhasil untuk melayani anggotanya. Menurut Ramudi Arifin (2006:53) partisipasi anggota didefinisikan sebagai berikut :

“Partisipasi anggota adalah keterlibatan anggota didalam organisasi dan perusahaan koperasi baik didalam kedudukannya sebagai pemilik maupun pelanggan.”

Menurut Panca Purna Abdi Negara Roni (2014:5) bauran pemasaran sangat diperlukan bagi keberlangsungan koperasi, hal ini dapat mempengaruhi partisipasi anggota dalam melakukan partisipasinya sebagai pelanggan terhadap koperasi, di mana partisipasi anggota dapat mempertahankan kelangsungan hidup sebuah koperasi, maka dalam hal ini dibutuhkan bauran pemasaran agar dapat mencapai

tujuan koperasi untuk memenuhi secara maksimal kebutuhan dari anggota dan agar meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.

Salah satu cara untuk meningkatkan partisipasi anggota adalah dengan cara melakukan bauran promosi, bagaimana koperasi mengelola unit usaha tersebut agar anggota tertarik dan puas untuk menggunakan pelayanan atau jasa yang di tawarkan oleh koperasi. Setiap koperasi pasti memiliki tujuan yang sama untuk mensejahterakan anggotanya, karena cikal bakal terbentuknya koperasi adalah untuk saling membantu satu sama lain, hal ini tidak akan tercapai apabila pengelolaan pada sebuah unit koperasi tidak mengimpelemtasikan bauran pemasaran. Menurut Philip Kotler, (2002:18)

“Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran”

Berdasarkan teori tersebut, maka apabila koperasi mengimplementasikan bauran pemasaran pada kegiatan usahanya maka tujuan koperasi akan mudah tercapai. Di mana koperasi sudah memiliki target pasar yang jelas yaitu anggota, tetapi apabila anggota sebagai target pasar tidak berpartisipasi pada kegiatan tersebut maka tujuan koperasi tidak akan mudah tercapai.

Demikian halnya dengan Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola atau disingkat KKMK Kamola yang beralamat di Jalan Rancaekek – Majalaya No.79 Desa Majasetra Kecamatan Majalaya Kabupaten Bandung. Koperasi ini memiliki tiga unit usaha, di antaranya Unit Simpan Pinjaman

(pinjaman jangka panjang dan pinjaman khusus) pinjaman jangka panjang adalah pinjaman yang masa pinjamannya lebih dari satu tahun dengan bunga jasa pinjaman 2% perbulan dan provisi 1%, sedangkan pinjaman khusus adalah pinjaman yang masa pinjamannya kurang dari satu tahun dengan bunga pinjaman sebesar 3% perbulan dan provisi 1%, Unit Perdagangan Jasa (konsumsi, konsumtif dan foto copy) Barang konsumsi merupakan barang yang disediakan Koperasi bagi anggotanya berupa kebutuhan sehari-hari seperti beras, telur, minyak, dll yang dapat dibayar secara kredit bagi anggota dan pembelian tunai bagi non anggota, untuk barang Konsumtif yaitu barang-barang kebutuhan anggota seperti *handphone*, mesin cuci, televisi, dll dengan bunga pinjaman sebesar 4% perbulan angsuran paling lama 10 bulan, untuk bidang foto copy dan Unit Jasa pembayaran listrik koperasi melayani anggota maupun non anggota. Untuk melayani kebutuhan anggota KKMK Kamola dikelola oleh 3 orang pengurus, 3 orang pengawas, dan 4 karyawan. Dengan jumlah pengurus yang terbatas serta mengelola beberapa unit usaha memaksakan mereka untuk bekerja lebih untuk melayani anggota. Tidak adanya kepengurusan khusus untuk bertanggung jawab pada satu unit tertentu, sehingga setiap pekerjaan dilakukan secara bahu-membahu.

Berikut adalah data anggota dan partisipasi anggota pada transaksi di KKMK Kamola.

**Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Anggota dan Transaksi Anggota pada
setiap Unit Usaha Koperasi**

Unit Usaha	Tahun	2014		2015		2016		2017	
	Jumlah anggota/orang	292		304		354		373	
Unit Perdagangan	Transaksi Konsumsi	80	18.5%	-	-	84	14%	130	18%
	Transaksi Konsumtif	-	-	-	-	51	8.6%	84	11%
Unit Simpan Pinjam	Transaksi Pjpan	231	53%	228	63%	290	49.4%	328	45%
	Transaksi Pjkhusus	122	28.5%	130	37%	162	28%	191	26%
Jumlah Transaksi anggota/tahun		433	100%	358	100%	587	100%	733	100%

Sumber : RAT KKM Kamola 2014-2017, Kab.Bandung

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa pada tahun 2014-2017 partisipasi anggota Unit Perdagangan pada transaksi konsumsi dan konsumtif belum dapat digunakan secara maksimal, pada tahun 2014 dari 292 anggota hanya 80 anggota atau 18,5% yang menggunakan jasa transaksi unit perdagangan, dan pada tahun 2016 dari 354 anggota hanya 84 anggota atau 14% anggota yang menggunakan jasa transaksi konsumsi, sedangkan untuk transaksi konsumtif hanya 51 anggota atau 8,6% anggota yang berpartisipasi pada kegiatan tersebut. Kemudian pada tahun 2017 dari 373 anggota, hanya 130 anggota atau 18% pada transaksi konsumsi dan 84 anggota atau 11% yang menggunakan transaksi konsumtif, sehingga setiap tahunnya hanya sekitar 30% anggota berpartisipasi pada Unit Perdagangan. Dalam hal ini pelaksanaan Unit Perdagangan belum dapat dioptimalkan dengan baik, karena setiap tahunnya kurang dari 70% atau tiga perempat dari anggota yang menggunakan jasa dari Unit Perdagangan. Dari Tabel 1.1 tersebut menggambarkan bahwa partisipasi anggota pada Unit Simpan Pinjam

dengan transaksi pinjaman jangka panjang, dan khusus masih menjadi primadona setiap tahunnya. Padahal apabila unit perdagangan dapat dikelola secara maksimal, unit ini dapat membantu koperasi untuk mengembangkan usahanya. Setelah dilakukan wawancara terdahulu terhadap unit perdagangan, menurut Pengurus sebab lain yang diduga penyebab rendahnya partisipasi anggota adalah:

1. Lokasi koperasi yang cukup jauh dengan anggota.
2. Kurang dari tiga perempat anggota atau 70% belum mengetahui unit perdagangan jasa dan belum pernah mencoba menggunakan pelayanan.
3. Koperasi tidak melakukan promosi untuk unit perdagangan.
4. Anggota lebih tertarik kepada *leasing* karena proses yang cepat.
5. Anggota lebih senang untuk meminjam uang kepada koperasi, kecenderungan anggota meminjam uang karena bunganya lebih kecil dari jasa perdagangan dan lebih bebas untuk membelanjakan uangnya dari pada menggunakan pelayanan jasa yang memiliki bunga sebesar 4% perbulan.
6. Pelayanan yang diberikan belum maksimal karena unit perdagangan belum memiliki staf khusus yang fokus untuk mengelola unit tersebut.
7. Produk yang bersifat *intangibile* karena koperasi tidak menyimpan stok barang dan hanya menyediakan sesuai pesanan anggota, sehingga anggota enggan untuk menggunakan jasa tersebut.

Selain itu dari tahun berdiri koperasi, partisipasi anggota pada unit perdagangan hanya pada tahun 2017 yang menunjukkan jumlah partisipasi anggota terbesar, artinya pada tahun 2017 partisipasi anggota pada unit perdagangan berada di puncak tertinggi sepanjang unit perdagangan berdiri sehingga dapat dikatakan bahwa Unit Perdagangan mengalami keterlambatan dalam pengembangan usahanya. Koperasi berharap anggota dapat menggunakan unit perdagangan ini, karena lahirnya unit perdagangan terumuskan di dalam rapat anggota, akan tetapi pada pelaksanaannya anggota enggan untuk menggunakan unit perdagangan jasa ini yang diduga dengan beberapa faktor tersebut sesuai dengan wawancara terdahulu

dengan Pengurus. Selain itu koperasi berharap anggota bisa menggunakan unit perdagangan jasa tersebut secara maksimal agar anggota tidak menggunakan jasa pembiayaan lain seperti *leasing* apabila membutuhkan barang konsumsi maupun konsumtif.

Berikut adalah data perkembangan partisipasi anggota pada setiap unit usaha KKMK Kamola pada setiap tahunnya.

Tabel 1.2 Perkembangan Partisipasi Anggota KKMK Kamola

No	Unit Usaha	Perkembangan Usaha			
		2014 (Rp)	2015 (Rp)	2016 (Rp)	2017 (Rp)
1	Unit Simpan Pinjam	536.892.250	592.597.400	652.831.100	756.000.000
2	Unit Perdagangan	40.975.302	45.971.379	83.103.744	128.005.064
3	Unit Jasa Pembayaran Listrik	8.659.300	10.235.300	9.327.700	7.941.700

Sumber : RAT KKMK Kamola 2014-2017, Kab.Bandung

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat dari perkembangan pendapatan KKMK Kamola setiap tahunnya selalu mengalami kenaikan, sedangkan pembayaran listrik mengalami penurunan karena banyaknya usaha lain yang lebih dekat dengan tempat tinggal anggota dan membuka layanan pembayaran listrik, serta kebijakan pemerintah yang meyarankan masyarakat untuk menggunakan listrik Prabayar. Unit perdagangan tidak mengalami kenaikan yang besar pada jumlah pendapatan koperasi, namun setidaknya unit perdagangan ini dapat membantu untuk menaikkan pendapatan yang wajar bagi Koperasi walaupun anggota yang berpartisipasi pada unit ini hanya sepertiga dari jumlah anggota,

untuk dapat mengoptimalkan perkembangan usaha koperasi maka partisipasi anggota pada unit perdagangan perlu ditingkatkan dan dikelola dengan baik.

Berdasarkan fenomena yang ada di dalam latar belakang, maka peneliti merumuskan masalah dengan menentukan judul penelitian berjudul **“IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN JASA DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah pada latar belakang, untuk lebih mengarahkan pembahasan serta pemecahan masalah, maka permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi bauran pemasaran jasa Unit Perdagangan Jasa KKMK Kamola.
2. Bagaimana partisipasi anggota pada Unit Perdagangan Jasa KKMK Kamola.
3. Upaya-upaya apa saja yang harus dilakukan oleh Unit Perdagangan Jasa KKMK Kamola untuk mengimplementasikan bauran pemasaran jasa dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menggambarkan implementasi bauran pemasaran jasa unit perdagangan dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota pada KKMK Kamola.

Adapun tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui:

1. Pelaksanaan bauran pemasaran jasa Unit Perdagangan Jasa KKMK Kamola.
2. Partisipasi anggota pada Unit Perdagangan Jasa KKMK Kamola.

3. Upaya-upaya yang harus dilakukan oleh Unit Perdagangan Jasa KKMK Kamola untuk mengimplementasikan bauran pemasaran jasa dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

A. Dalam aspek ini dapat memperkaya khasanah pengembangan ilmu koperasi pada umumnya serta khususnya bidang manajemen bisnis dalam pelaksanaan bauran pemasaran jasa unit perdagangan dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota.

B. Penelitian ini sebagai acuan untuk menilai seberapa jauh kemampuan dalam meneliti, menelaah serta mendeskripsikan suatu permasalahan dan sebagai cara untuk memecahkan masalah tersebut dengan menggunakan metode ilmu yang telah dipelajari.

1.4.2 Aspek Guna Laksana

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat dan masukan sebagai bahan informasi bagi koperasi yang bersangkutan serta koperasi lainnya dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pelaksanaan bauran pemasaran jasa unit perdagangan dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota.

1.5 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) Kamola, Jalan Rancaekek – Majalaya No.79 Kode pos 40382 Desa Majasetra Kec. Majalaya Kab. Bandung



IKOPIN