

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Koperasi merupakan bagian penting dalam sistem ekonomi Indonesia, karena koperasi merupakan lembaga yang lebih berpihak kepada golongan ekonomi lemah yang jumlahnya lebih banyak dibanding golongan ekonomi menengah dan atas. Koperasi dianggap sebagai salah satu ujung tombak ekonomi kerakyatan yang diharapkan mampu membantu mengentaskan kemiskinan (Hendar, 2010: v).

Koperasi sebagai salah satu alat perjuangan ekonomi masyarakat kecil di Indonesia menurut Undang-Undang RI No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian pasal 1 ayat 1 yang berbunyi sebagai berikut :

“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang – seseorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatan berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan”.

Berdasarkan pengertian tersebut, mengamanatkan bahwa pembangunan koperasi harus diarahkan pada upaya memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 (Hendar, 2010:v).

Pada dasarnya anggota akan menilai keputusan untuk memasuki dan memelihara serta mempertahankan hubungannya dengan koperasi dan akan kontribusi secara aktif, jika seluruh intensif atau manfaat yang diterima lebih besar atau sekurang-kurangnya sama dengan kontribusi yang diberikan. Dengan demikian koperasi harus berusaha melakukan kegiatan yang mampu memberikan pelayanan optimal yang dengan demikian diharapkan akan meningkatkan partisipasi anggota. Partisipasi anggota akan meningkat, jika pelayanan yang diberikan koperasi dapat memenuhi kepentingan ekonomi anggota. Dalam memenuhi kebutuhan anggota koperasi dihadapkan kepada pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang dibutuhkan oleh anggota. Karena itu koperasi harus mampu bersaing dengan perusahaan non koperasi supaya anggota tetap mau berpartisipasi terhadap koperasi.

Euis Soliha (2008) dengan judul Analisis Industri Ritel di Indonesia. Industri ritel di Indonesia saat ini semakin berkembang dengan semakin banyaknya pembangunan gerai-gerai baru di berbagai tempat. Ramainya industri ritel Indonesia ditandai dengan pembukaan gerai-gerai baru yang dilakukan oleh pengecer asing seperti Makro (Belanda), Carrefour (Perancis), dan Giant (Malaysia, yang kemudian juga digandeng oleh PT Hero Supermarket Tbk), yang tersebar di kota-kota besar seperti Jakarta, Makassar, Semarang, Bandung, Yogyakarta, dan lain sebagainya.

Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar berdiri sejak tanggal 03 oktober 1979 dengan nama Koperasi Karyawan Depot Logistik atau disebut "*KARLOG*" dengan nomor Badan Hukum 6960/BH/DK-10/1 yang kemudian pada Tahun 1987 berganti nama menjadi Koperasi Karyawan (KOPKAR) Bina Sejahtera, Tahun 2005 berganti

menjadi KOPEL BULOG DIVRE JABAR melalui pengesahan Kantor Dinas Koperasi Kota Bandung No. : PAD 518//PAD.14-DISKOP/2005 Tanggal 27 April 2005 dan di Tahun 2017 sesuai hasil keputusan RAT tahun buku 2016 tentang perubahan Anggaran Dasar, telah dilaksanakan perubahan Anggaran Dasar melalui notaris dan PPAT Hilda Shopia Wiradireja, SH.,MH. No 17 tanggal 23 mei 2017 dan telah disahkan oleh Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 000483/PAD/M.KUKM.2/XI/2017 tanggal 3 november 2017 dan berganti nama menjadi KOPERASI KONSUMEN BULOG DIVRE JABAR. Saat ini KOPERASI KONSUMEN BULOG DIVRE JABAR memiliki 10 unit usaha yang dikelola guna melayani anggotanya yaitu :

1. Usaha Toko Kopel Mart
2. Unit Usaha Jasa USP Swamitra – I Kiaracindong
3. Unit Usaha Jasa USP Swamitra – II Cimindi
4. Jasa Apotek K-24 Kiaracindong
5. Jasa Cleanning Service
6. Jasa Angkutan Beras Karyawan
7. Jasa Pengadaan Alat Tulis Kantor
8. Jasa Fotocopy
9. Jasa Angkutan Move-Reg
10. Jasa Sewa Kendaraan (Sewa Mobil)

Dari beberapa unit usaha yang ada di Koperasi Konsumen Bulog Divre Jabar, penulis hanya akan membahas waserdanya saja yang merupakan salah satu contoh ritel modern.

Tabel 1. 1. Rekapitan Transaksi Pada Unit Usaha Kopel Mart Periode 2013-2017

Tahun	Nilai Transaksi (Rp)	Naik/Turun (%)
2013	615.967.497,88	-
2014	661.913.396,79	6,94
2015	567.656.932,68	(16,60)
2016	642.681.365,40	11,67
2017	628.920.716,10	(2,19)

Sumber : Laporan Transaksi Pada Unit Usaha Toko Kopel Mart Periode 2013-2017

Berdasarkan tabel 1.1. dapat dilihat mengenai besarnya jumlah volume transaksi pada unit usaha Toko Kopel Mart. Pada tahun 2014 terjadi kenaikan volume transaksi sebesar 6,94% dibanding tahun 2013, pada tahun 2015 terjadi penurunan yang relatif cukup besar yaitu sebesar 16,60%, lalu pada tahun 2016 terjadi kenaikan sebesar 11,67% meskipun tidak melampaui pencapaian volume transaksi pada tahun 2014 dan pada tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 2,19%. Berdasarkan dengan hal tersebut penulis menduga penurunan yang terjadi pada tahun 2015 dan 2017 tersebut terjadi karena kurangnya partisipasi anggota dalam melakukan pembelian sebagai pelanggan koperasi. Sebagai pelanggan anggota belum sepenuhnya mau memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh koperasi dan hal inilah yang menyebabkan pertumbuhan waserda Kopel Mart menjadi lambat.

Tabel 1. 2. Transaksi Belanja pada Unit Usaha Toko Kopel Mart 2014-2017

Tahun	Transaksi Non Anggota (Rp)	Transaksi Anggota (Rp)	
		Kredit	Paket
2014	283,514,155.30	199,258,097.50	141,272,695.00
2015	224,781,162.70	185,523,602.90	151,867,551.70
2016	190,290,967.00	166,652,075.60	250,715,704.80
2017	173,705,337.90	162,602,426.40	292,653,114.80

Sumber : Laporan Transaksi Kopel Mart 2014-2017

Berdasarkan tabel 1.2. dapat dilihat besaran jumlah transaksi anggota dan non anggota yang dimana transaksi anggota terbagi menjadi 2, yaitu secara langsung atau kredit dan secara paket. Anggota bertransaksi secara paket yaitu dimana Perum Bulog memberikan tunjangan kepada karyawan Bulog yang dapat dibelanjakan di unit usaha Toko Kopel Mart. Dari tabel tersebut transaksi non anggota selalu lebih besar setiap tahunnya dibanding dengan transaksi anggota secara langsung atau kredit. Dan juga dapat dilihat transaksi anggota secara langsung atau kredit dari tahun 2014-2017 mengalami penurunan yang cukup signifikan pada setiap tahunnya.

Faktor penyebab rendahnya partisipasi anggota diduga karena belum optimalnya atau belum sesuai pelaksanaan bauran ritel (*retail mix*) yang ada di unit usaha Toko Kopel Mart. Dimana pesaing melakukan pelaksanaan bauran ritel yang baik maka sangat perlu unit usaha toko Kopel Mart untuk mengatasi permasalahan tersebut, pengelola unit usaha toko Kopel Mart perlu mengusahakan bauran ritel yang dapat menarik loyalitas dan merangsang partisipasi anggota yang dapat mendorong anggota untuk melakukan pembelian di unit usaha toko Kopel Mart dibanding dengan pesaing yang ada disekitar unit usaha Kopel Mart.

Berdasarkan survey pendahuluan dapat dikemukakan bahwa :

1. Ketersediaan produk yang kurang lengkap dilihat dari kuantitas dan kualitasnya.
2. Promosi yang dilakukan Unit Usaha Kopel Mart belum optimal.
3. Karyawan belum optimal dalam melaksanakan senyum, sapa, salam kepada anggota ketika bertransaksi.

Berdasarkan survey pendahuluan di atas maka unit waserda perlu mengetahui langkah-langkah apa saja yang perlu diupayakan dalam meningkatkan partisipasi belanja anggota dengan memperhatikan kondisi-kondisi yang dapat mempengaruhi anggota dalam bertransaksi. Adapun langkah-langkah tersebut berhubungan dengan produk serta pelayanan yang ditawarkan oleh waserda. Dari unsur produk menyangkut kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau. Sedangkan dari unsur pelayanan menyangkut kelengkapan produk yang ditawarkan, lokasi toko yang dapat mudah dijangkau oleh konsumen, suasana toko yang dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen dalam melakukan transaksi, area parkir yang cukup bagi kendaraan, serta pramuniaga toko dalam melakukan pelayanan terhadap konsumen. Langkah-langkah yang dilakukan oleh toko diharapkan dapat mendorong pembelian anggota terhadap produk yang ditawarkan, karena apabila pembelian anggota meningkat maka partisipasi belanja anggota ikut meningkatkan dan laju pertumbuhan koperasi akan berkembang.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti bauran ritel (*retail mix*) yang belum optimal di unit usaha Toko Kopel Mart yang diduga

menjadi penyebab rendahnya tingkat partisipasi anggota dalam berbelanja pada unit waserda. Adapun judul penelitian yang diambil adalah :

“ANALISIS BAURAN RITEL UNIT WASERDA DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI BELANJA ANGGOTA”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat dalam latar belakang penelitian maka menulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana bauran ritel (*retail mix*) yang ada di unit usaha Toko Kopel Mart.
2. Bagaimana partisipasi belanja anggota di unit usaha Toko Kopel Mart.
3. Upaya apa yang harus dilakukan unit usaha Toko Kopel Mart untuk meningkatkan minat partisipasi belanja anggota.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari, mengumpulkan data dan informasi yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Bauran ritel (*retail mix*) di unit usaha Toko Kopel Mart.
2. Tingkat partisipasi belanja anggota di unit usaha Toko Kopel Mart.
3. Upaya yang harus dilakukan unit usaha Toko Kopel Mart untuk meningkatkan minat partisipasi belanja anggota.

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

Sebagai upaya untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang manajemen bisnis dalam bauran ritel antara teori dengan prakteknya dilapangan khususnya yang berkaitan dengan bauran ritel.

1.4.2. Aspek Manfaat Praktis

Penelitian yang penulis kerjakan di Kopel Bulog Divre Jabar ini diharapkan dapat memberikan kegunaan :

a) Bagi Penulis

Dapat memberikan sumbangan pikiran kepada instansi dalam hal ini Toserba Kopel Mart Bulog Divre Jabar dimana penulis melakukan penelitian dalam upaya membantu unit Toserba ini bagaimana cara meningkatkan kesadaran dalam hal partisipasi belanja atau transaksi anggota untuk meningkatkan volume transaksi, menambah wawasan serta pengetahuan penulis dalam penerapan antara teori dengan prakteknya dilapangan.

b) Bagi Unit Usaha Kopel Mart

Diharapkan dapat memperoleh berbagai macam informasi dan masukan untuk pengembangan unit usaha waserda khususnya dalam masalah rendahnya tingkat partisipasi belanja anggota.

c) Bagi Pembaca

Dapat dijadikan bahan kajian atau referensi serta sebagai bahan perbandingan dan informasi untuk penelitian selanjutnya khususnya dalam masalah rendahnya tingkat partisipasi belanja anggota.