

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi sekarang ini, perkembangan dunia bisnis dan pola hidup masyarakat Indonesia semakin maju. Ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang begitu pesat seiring dengan perkembangan jaman. Hal ini menyebabkan negara Indonesia semakin penuh dengan persaingan. Pesaing tidak hanya dari pasar dalam negeri saja akan tetapi juga dari luar negeri.

Fenomena ini mengharuskan suatu badan usaha melakukan perbaikan dalam segala bidang dan meningkatkan strategi mereka sehingga mampu bertahan dan berkembang di pasar dalam jangka panjang dengan produk yang berdaya saing tinggi. Para pelaku ekonomi berupaya untuk membangun perekonomian dan dapat turut serta dalam membangun kesejahteraan rakyat di Indonesia di samping meningkatkan usaha mereka

Koperasi merupakan bagian dari pelaku ekonomi, menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian pada Bab 1 (Ketentuan Umum) pasal 1 Angka 1, menyebutkan arti koperasi sebagai berikut:

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

Secara khusus tujuan koperasi adalah untuk memajukan kesejahteraan anggotanya sebagai badan usaha dan ekonomi rakyat, secara umum bertujuan untuk memajukan kesejahteraan masyarakat. Lebih luas, tujuan koperasi adalah ikut

membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Hal tersebut menjadikan koperasi dipandang sebagai soko guru ekonomi di Indonesia, serta diharapkan dapat bersaing dengan badan usaha lainnya. Untuk mencapai tujuan tersebut koperasi menyelenggarakan berbagai usaha yang bermanfaat bagi anggotanya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi dan semangat kekeluargaan. Banyak koperasi yang tumbuh dan berkembang salah satunya adalah Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI.

Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI berbadan hukum dengan Nomor 6528 A BH/KWK 10/24. Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI juga telah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) No. 01.279.876.5-428.000, Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) No. 510/2-0452/2008/7972, dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP) 101124600270. Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI adalah lembaga ekonomi (badan usaha) yang juga lembaga kemahasiswaan, sehingga memiliki fungsi ganda yaitu sebagai wahana pelayanan dan peningkatan kesejahteraan mahasiswa, juga sebagai wahana pendidikan (tempat pembentukan kader koperasi). Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI ini merupakan koperasi mahasiswa dimana pengurus, pengawas, dan anggota koperasinya merupakan mahasiswa/i UPI, Jenis koperasi nya yaitu pengadaan *Multi Purpose* karena bergerak dalam bidang usaha perdagangan dan jasa.

Unit usaha yang ada di Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI memiliki awalan nama BS atau singkatan dari Bumi Siliwangi dan telah memiliki 14 unit

usaha/bidang bisnis. Namun mengalami penggabungan unit usaha menjadi 8 diantaranya, *BS-Stationary*, *BS-Catering and Cakes*, *BS-PG (Public Goods)*, *BS-Cell*, *BS-Copy Centre*, *BS-Rent and Production*, *BS-JNE*, dan *BS-Canteen*. Hal ini dikarenakan dalam unit usaha *BS-Canteen* terdapat unit usaha lainnya yaitu, *BS-Juice*, *BS-Ice Cream*, *BS-Cilox*, *BS-Seblak*, *BS-Bakso*, dan *KCB (Kantin Cinta Bumi)*. Alasan koperasi untuk menggabungkan unit usaha karena koperasi mengkategorikannya kedalam kelompok makanan dan minuman serta menggabungkan laporan keuangan unit usaha yang terkait kedalam unit usaha *BS-Canteen*. Berikut merupakan data total penjualan per unit usaha di Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI selama 6 tahun terakhir :

Tabel 1.1 Total Penjualan Per Unit Usaha Tahun 2013-2018

Divisi	Total Penjualan					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<i>BS-Copy Centre</i>	Rp 32.523.000	Rp 23.242.300	Rp 18.451.200	Rp 10.858.600	Rp 9.868.800	Rp 14.722.800
<i>BS-Cell</i>	Rp 196.876.401	Rp 112.388.700	Rp 86.728.000	Rp 52.982.500	Rp 31.016.500	Rp 41.337.556
<i>BS-JNE</i>	Rp 133.773.371	Rp 135.352.534	Rp 156.496.231	Rp 170.720.404	Rp 188.031.658	Rp 186.758.421
<i>BS-Cakes</i>	-	-	Rp 47.090.500	Rp 33.500.000	Rp 28.292.100	Rp 33.018.000
<i>BS-Rent</i>	-	-	Rp 45.102.000	Rp 122.429.000	Rp 80.312.000	Rp 94.027.700
<i>BS-Canteen</i>	Rp 1.520.474.335	Rp 2.224.079.700	Rp 2.513.474.050	Rp 3.167.761.025	Rp 2.924.351.167	Rp 2.802.590.072
<i>BS-Stationary</i>	Rp 33.196.650	Rp 32.833.500	Rp 31.679.800	Rp 28.996.050	Rp 23.896.150	Rp 19.057.825
<i>BS-PG</i>	Rp 85.914.550	Rp 10.765.550	Rp 105.342.300	Rp 101.528.300	Rp 101.671.000	Rp 93.077.850
Jumlah	Rp 2.002.758.307	Rp 2.538.662.284	Rp 3.004.364.081	Rp 3.688.775.879	Rp 3.387.439.375	Rp 3.284.590.224

Sumber: Laporan Rapat Anggota Tahunan Kopma BS UPI 2013-2018

Dari 8 unit usaha yang ada di Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI peneliti hanya memusatkan penelitian di unit usaha *BS-Canteen* saja. Hal ini dikarenakan unit usaha *BS-Canteen* merupakan unit usaha utama dan memiliki total penjualan yang besar bila dibandingkan dengan unit usaha lainnya. Namun untuk

dua tahun terakhir yaitu pada tahun 2017 dan 2018 unit usaha *BS-Canteen* mengalami penurunan penjualan, bisa dilihat pada tabel 1.1. Penurunan penjualan diduga karena adanya penurunan transaksi atau pembelian konsumen di Unit Usaha *BS-Canteen*. Konsumen terdiri dari anggota dan non anggota.

Dalam pelaksanaan kegiatan usahanya unit usaha *BS-Canteen* mendapatkan pendapatan lebih banyak berasal dari non anggota dibandingkan dengan anggota karena *BS-canteen* lebih banyak melayani transaksi atau pembelian kepada non anggota. Hal ini dikarenakan jumlah anggota Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI lebih sedikit bila dibandingkan dengan jumlah non anggota yang ada di kampus UPI.

Transaksi atau pembelian anggota di unit usaha yang ada di koperasi dapat disebut juga dengan partisipasi anggota sebagai pelanggan. Berikut merupakan data perkembangan partisipasi anggota per unit usaha di Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI selama 6 tahun terakhir.

Tabel 1.2 Perkembangan Partisipasi Anggota Tahun 2013-2018

Divisi	Partisipasi Anggota					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
BS-Copy Centre	Rp 4.221.250	Rp 6.981.050	Rp 4.356.350	Rp 2.164.200	Rp 1.575.200	Rp 5.698.944
BS-Cell	Rp 2.596.630	Rp 18.756.700	Rp 13.694.000	Rp 8.657.100	Rp 1.829.000	Rp 2.783.606
JNE	Rp 5.698.930	Rp 8.962.300	Rp 6.552.000	Rp 7.679.400	Rp 5.258.000	Rp 7.903.273
BS-Cakes	-	-	-	-	Rp 5.182.800	-
BS-Rent	-	-	Rp 635.000	-	Rp 427.500	-
BS-Canteen	Rp 94.158.556	Rp 130.760.295	Rp 131.202.688	Rp 173.311.700	Rp 88.003.717	Rp 98.396.517
BS-Stationary	Rp 3.101.300	Rp 4.507.700	Rp 3.116.800	Rp 3.601.450	Rp 1.274.900	Rp 477.971
BS-PG	Rp 4.604.300	Rp 7.087.400	Rp 2.572.000	Rp 3.132.900	Rp 2.653.200	Rp 3.783.759
Jumlah	Rp 114.380.966	Rp 177.055.445	Rp 162.128.838	Rp 198.546.750	Rp 106.204.317	Rp 119.044.070

Sumber: Laporan Rapat Anggota Tahunan Kopma BS UPI 2013-2018

Berdasarkan tabel 1.2, pada tahun 2017 terjadi penurunan partisipasi anggota di unit usaha BS-*Canteen*, walaupun pada tahun 2018 mengalami kenaikan namun dapat dikatakan kenaikannya rendah bila dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Berdasarkan akumulasi point anggota jumlah anggota yang melakukan pembelian di unit usaha BS-*Canteen* pada tahun 2018 hanya sebanyak 661 orang dari total 2579 anggota, hal ini menunjukkan bahwa minimnya partisipasi anggota di unit usaha BS-*Canteen*. Partisipasi anggota yang rendah akan menyebabkan SHU (Sisa Hasil Usaha) yang didapatkan oleh anggota nya pun rendah.

Menurut Ramudi Ariffin (2013:149), “partisipasi anggota adalah keterlibatan anggota di dalam organisasi dan perusahaan koperasi baik sebagai pemilik (*owner*) yang dapat dilihat dari kontribusi anggota dalam rapat anggota yang merupakan kekuasaan tertinggi koperasi ataupun pelanggan pengguna (*user*) layanan-layanan yang disediakan oleh koperasi seperti *motto* “Dari, Oleh dan Untuk Anggota”. Jika ditinjau dalam partisipasi anggota sebagai pelanggan (*user*), anggota memiliki posisi di mana mereka merupakan pengguna produk dan jasa atas layanan-layanan yang disediakan oleh perusahaan koperasi seperti yang disediakan dalam unit-unit usahanya.

Berdasarkan survei pendahuluan terhadap beberapa anggota ada alasan-alasan yang menyebabkan partisipasi anggota sebagai pelanggan di Unit Usaha BS-*Canteen* mengalami penurunan diantaranya; harga yang ditawarkan BS-*Canteen* terkadang lebih mahal bila dibandingkan dengan pesaing, keterbatasan produk yang tersedia, suasana BS-*Canteen* yang kurang nyaman, dan lain sebagainya.

Menurut Yuliannisa Hidayati angkatan 2015 selaku anggota Koperasi Mahasiswa Bumi siliwangi UPI, dibandingkan dengan BS-*Canteen* dia lebih memilih untuk makan di luar karena selain tempatnya yang nyaman, ada Wi-Fi, juga selalu menyediakan promo atau potongan harga yang menarik dan bisa untuk menghemat uang saku nya.

Sebelum melakukan pembelian suatu produk seharusnya konsumen selalu merencanakan terlebih dahulu tentang barang apa yang akan dibelinya, jumlah, harga, tempat pembelian, dan lain sebagainya. Seorang konsumen melakukan pemilihan karena didorong oleh adanya suatu motif dari dalam dirinya. Motif adalah dorongan yang menggerakkan seseorang bertindak laku dikarenakan adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia. Motif juga dapat dikatakan sebagai daya penggerak dari dalam dan di dalam subjek untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu untuk mencapai suatu tujuan (Sardiman, 2007:73).

Motif ini berkaitan dengan motif beli pelindung (*Patronage Buying Motive*), yaitu selective buying motive yang ditujukan kepada tempat tertentu. Pemilihan ini bisa timbul karena layanan memuaskan, tempatnya dekat, cukup persediaan barang, ada halaman parkir, mayoritas orang-orang suka berbelanja kesitu dan sebagainya (Buchari alma 2000: 54). Disamping itu kepentingan beli dapat dipengaruhi pula oleh kondisi pesaing, diketahui pesaing yang terjadi saat ini tidak saja dalam bentuk inti produk makanan atau minuman (*core product*) tetapi sudah menjurus pada fasilitas pelayanan tambahan yang diberikan dan citra kantin.

Pengurus koperasi harus mengidentifikasi berbagai motif yang mendorong anggota dalam melakukan pembelian di BS- *Canteen* untuk meningkatkan

pencapaian volume penjualan yang diharapkan oleh koperasi. Melalui pemahaman motif beli konsumen juga diharapkan pengurus dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen khususnya anggota dan juga dapat meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan. Berdasarkan fenomena yang terjadi dan belum diketahui tentang deskripsi *patronage buying motive* dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan, peneliti berupaya mencari dan meneliti bagaimana deskripsi dari *patronage buying motive* dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan, oleh karena itu peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Patronage Buying Motive dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota sebagai Pelanggan di Unit Usaha BS-Canteen”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan dalam latar belakang, maka Peneliti akan mengembangkan pertanyaan-pertanyaan dalam bentuk identifikasi masalah dan menjadi lebih rinci, diantaranya:

1. Bagaimana *patronage buying motive* anggota pada Unit Usaha BS-Canteen di Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI?
2. Bagaimana partisipasi anggota pada Unit Usaha BS-Canteen di Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI?
3. Bagaimana hubungan dari *patronage buying motive* dengan partisipasi anggota sebagai pelanggan di Unit Usaha BS-Canteen Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI?

4. Upaya-upaya apa saja yang dilakukan pengurus untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan di Unit Usaha BS-*Canteen* Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI melalui *patronage buying motive*?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Secara spesifik maksud dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan atau mendeskripsikan *patronage buying motive* dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. *Patronage buying motive* pada Unit Usaha BS-*Canteen* di Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI.
2. Partisipasi anggota pada Unit Usaha BS-*Canteen* di Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI.
3. Hubungan dari *patronage buying motive* dengan partisipasi anggota di Unit Usaha BS-*Canteen* Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI.
4. Upaya-upaya yang dilakukan pengurus untuk meningkatkan partisipasi anggota di Unit Usaha BS-*Canteen* Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI melalui *patronage buying motive*

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, yang akan dirinci sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu dengan memasukan data empirik dan memberikan sumbangan fakta-fakta dilapangan (koperasi) untuk ilmu dibidang pemasaran yang berhubungan dengan *patronage buying motive* dan partisipasi anggota sebagai pelanggan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan memberikan kontribusi yang nyata terhadap ilmu pengetahuan pada umumnya dan bidang manajemen pemasaran khususnya.

b. Bagi Koperasi

Penelitian ini sebagai masukan serta memberikan alternatif solusi bahan untuk pemecahan masalah mengenai *patronage buying motive* dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan di Koperasi Mahasiswa Bumi Siliwangi UPI.

IKOPIN