

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perekonomian Indonesia tidak terlepas dari era globalisasi hingga saat ini. Pemerintah di Indonesia telah membuka perdagangan bebas secara luas sehingga mengakibatkan persaingan yang semakin ketat dari berbagai bidang usaha di Indonesia. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, berbagai unit bisnis harus memperhatikan efektivitas dan efisiensi dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Salah satu sektor bisnis yang digunakan untuk menopang perekonomian di Indonesia adalah koperasi.

Anggota merupakan bagian terpenting bagi pembentukan koperasi dan anggotalah yang harus berperan aktif dalam segala kegiatan perkoperasian. Secara umum koperasi adalah perkumpulan yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup dan meningkatkan kesejahteraan anggotanya.

Koperasi memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian anggota maupun non anggota. Koperasi merupakan unit usaha yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam perekonomiannya dan menunjang kebutuhan pokok bagi keberlangsungan kehidupan masyarakat. Koperasi sangat perlu untuk didorong, dikembangkan dan ditingkatkan kemampuannya baik dari unit usaha, produk, promosi, dan jasanya. Dalam koperasi yang perlu diperhatikan adalah prinsip dan tujuan bersama. Asas kekeluargaan yang mencerminkan adanya kesejahteraan dari anggota untuk melakukan segala sesuatunya di koperasi oleh semua dan untuk semua.

Secara khusus tujuan koperasi adalah untuk mensejahterakan anggotanya. Tujuan koperasi dituangkan dalam Undang – Undang Nomor 25 tahun 1992 Bab II pasal 3, sebagai berikut:

**“Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggotanya pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang – Undang Dasar 1945”.**

Secara khusus tujuan koperasi adalah meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Untuk mencapai tujuan pada undang – undang tersebut maka perlu menyelenggarakan berbagai unit usaha yang bermanfaat dan dapat memberikan keuntungan bagi para anggota maupun pada non anggota. Peran koperasi menjadi sangat penting karena di dalam melaksanakan ekonomi secara bersama – sama dapat menggabungkan kekuatan yang lebih besar untuk mencapai kesejahteraan yang lebih baik. Sebuah produktivitas merupakan salah satu upaya yang dapat memperlihatkan kemajuan pada suatu unit usaha di koperasi, dan untuk meningkatkan dan memajukan produktivitas yang baik maka koperasi perlu dikelola dengan baik dari berbagai aspek manajemen. Koperasi harus beroperasi dengan efisien, inovatif, dan didukung oleh adanya kepemimpinan agar koperasi berkembang dengan baik. Efisiensi dapat tercapai apabila prakteknya koperasi melaksanakan salah satunya dengan fungsi manajemen pemasaran dan fungsi – fungsi manajemen lainnya.

Secara umum penjualan bagi berbagai badan usaha merupakan kunci keberhasilan untuk maju. Hal tersebut pun berlaku bagi badan usaha koperasi, jika koperasi dinilai belum berkembang dan maju, maka salah satu penyebabnya adalah belum lancarnya pemasaran. Salah satu faktor yang menyebabkan

ketertinggalannya koperasi karena belum banyak melakukan promosi terhadap produk – produk yang mengakibatkan barang maupun jasa di koperasi menjadi kurang dikenal. Upaya yang harus dilakukan koperasi untuk mengenalkan produk maupun jasa adalah dengan menggunakan kegiatan promosi.

Promosi merupakan salah satu cara dalam keberhasilan menyampaikan produk barang maupun jasa kepada calon konsumen. Karena banyak produk barang maupun jasa yang tidak melakukan promosi dapat bertahan lama. Fungsi promosi dalam koperasi adalah untuk meyakinkan anggota maupun non anggota bahwa barang dan jasa yang ditawarkan di koperasi memiliki keunggulan tersendiri.

Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung didirikan pada tanggal 11 Mei 1962 yang bertempat di Jalan Watuskencana Nomor 5 (belakang) Kota Bandung dengan hak badan hukum nomor: 518/Kep.540-BKD/2016. Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB) di dirikan untuk para pegawai negeri di kota Bandung dengan tujuan untuk meningkatkan dalam segi fungsi koperasi serta pelayanan para anggota sebagai pelanggan di koperasi.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kegiatan promosi dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan dari Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB). Di Koperasi Pegawai Pemerintahan Kota Bandung menyelenggarakan 3 unit usaha yaitu:

1. Usaha Simpan Pinjam

Melayani anggota dan memberikan plafon pinjaman sebesar Rp 1.000.000,00 s/d Rp 100.000.000,00 dengan hitungan jasa 1% perbulan

flat dengan jangka waktu pengembalian 12 bulan (1 tahun) sampai 60 bulan (5 tahun).

## 2. Usaha Niaga

Melayani anggota dan non anggota dengan penjualan tunai, bila penjualan secara tunai pada anggota diberikan kupon dengan batasan minimal Rp 50.000,00 berlaku untuk kelipatan yang akan diundi pada RAT berlangsung. Pemberian kredit barang, ditetapkan jasa sebesar 1% flat perbulan dengan persyaratan dan ketentuan berlaku.

## 3. Unit usaha jasa dan lainnya

Unit usaha jasa dan lainnya memberikan pinjaman modal usaha kepada anggota maupun non anggota.

Berikut merupakan data perkembangan partisipasi anggota tahun 2016-2020 pada unit usaha niaga Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.

**Tabel 1.1 Perkembangan Partisipasi Anggota pada Unit Usaha Niaga KPKB**

| Tahun | Jumlah anggota aktif | Jumlah anggota yang berpartisipasi | Persentase anggota yang berpartisipasi/tahun (%) |
|-------|----------------------|------------------------------------|--|
| 2016  | 5.503                | 204                                | 3,7  |
| 2017  | 5.374                | 776                                | 14,4   |
| 2018  | 5.198                | 312                                | 6,0  |
| 2019  | 5.102                | 361                                | 7,1  |
| 2020  | 4.969                | 361                                | 7,3  |

*Sumber : Laporan RAT Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung 2016-2020*

Berdasarkan tabel di atas, pada 5 tahun terakhir terjadinya penurunan anggota aktif yang cukup jauh dari tahun ke tahun dimana yang telah tercantum di dalam RAT. Pada setiap tahunnya jumlah anggota yang berpartisipasi di unit usaha

niaga KPKB cenderung fluktuasi, artinya keberhasilan suatu koperasi salah satunya ditentukan oleh faktor promosi dan partisipasi anggota dalam kegiatan – kegiatan dan pelayanan yang dilaksanakan oleh koperasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Sehubungan Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung adalah koperasi yang mengutamakan pelayanan kepada anggota dan keseluruhan dari target utama pelayanan koperasi adalah untuk mempertahankan kesejahteraan anggota sehingga diharapkan dapat bertahan menjalankan usaha niaga dalam jangka panjang, maka Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung tidak berhenti melakukan peningkatan dalam berbagai upaya untuk kesejahteraan anggota.

Partisipasi anggota sangat perlu dalam kegiatan – kegiatan yang diselenggarakan koperasi. Hal ini dikarenakan anggota sebagai pemilik dan juga sebagai pelanggan. Dengan sebagai pelanggan koperasi, anggota harus menjamin keberlangsungan unit usaha koperasi dengan selalu memanfaatkan potensi dan layanan usaha koperasi. Koperasi dimaksudkan untuk melayani anggota, dengan demikian bila anggota sebagai konsumen utama tidak turut serta berpartisipasi maka inti koperasi sebagai sistem sosial ekonomi tidak tercapai. Keberlangsungan unit usaha pada koperasi ditentukan oleh keikutsertaan anggota dalam mendukung dan memanfaatkan jasa usaha koperasi. Oleh karena itu, keberhasilan usaha koperasi sangat ditentukan oleh keikutsertaan anggota. Jumlah partisipasi anggota yang menurun cenderung akan berimbas pada volume penjualan dan SHU, dimana target yang telah ditentukan koperasi menjadi tidak tercapai.

Berikut merupakan data SHU pada tahun 2016-2020 di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.

**Tabel 1.2 SHU Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung**

| Tahun | Rencana SHU (Rp) | Realisasi SHU (Rp) | Tingkat Pencapaian SHU (%) |
|-------|------------------|--------------------|----------------------------|
| 2016  | 2.125.321.531    | 392.740.427        | 18                         |
| 2017  | 2.256.389.119,20 | 510.181.516,08     | 23                         |
| 2018  | 2.536.289.118,60 | 610.357.456,32     | 24                         |
| 2019  | 2.976.504.676,64 | 929.032.105,35     | 31                         |
| 2020  | 3.363.057.251,96 | 654.822.877,44     | 19                         |

Sumber : Laporan RAT Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung 2016-2020

Pada data tersebut dapat diketahui bahwa dengan kurangnya partisipasi anggota menyebabkan SHU yang didapatkan setiap tahunnya tidak memenuhi target dan cenderung fluktuasi.

Berikut merupakan data pertumbuhan penjualan pada unit usaha niaga tahun 2016-2020 di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.

**Tabel 1.3 Pertumbuhan Penjualan pada Unit Usaha Niaga KPKB**

| Tahun | Anggota yang bertransaksi | Volume Penjualan (Usaha Niaga) (Rp) | Peningkatan Penjualan |        |
|-------|---------------------------|-------------------------------------|-----------------------|--------|
|       |                           |                                     | Rupiah                | %      |
| 2016  | 204                       | 1.082.677.394                       | -                     | -      |
| 2017  | 776                       | 3.191.999.731                       | 2.109.322.337         | 194,82 |
| 2018  | 312                       | 2.200.885.459                       | -991.114.272          | -31,05 |
| 2019  | 361                       | 2.613.288.264                       | 412.402.805           | 18,7   |
| 2020  | 361                       | 2.443.424.354                       | -169.863.910          | -6,50  |

Sumber : Laporan RAT Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung 2016-2020

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa volume penjualan unit usaha niaga di KPKB cenderung fluktuasi. Penjualan pada tahun 2017 mengalami peningkatan

sebanyak Rp 2.109.322.337 atau sekitar 194,82% dari tahun 2016. Penjualan pada tahun 2018 sebanyak Rp 2.200.885.459 atau mengalami penurunan sebanyak Rp991.114.272 atau 31,05% dari tahun 2017, salah satu faktor yang menyebabkan penurunan pada tahun 2018 dari tahun 2017, dikarenakan di dalam Unit Usaha Niaga Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung sendiri kurang memaksimalkan kegiatan promosinya dan hanya menggunakan beberapa alternatif kegiatan promosi.

Penjualan pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebanyak Rp 412.402.805 atau 18,74% dari tahun 2018. Akan tetapi pada tahun 2020 dengan penjualan sebanyak Rp. 2.443.424.354 ini mengalami penurunan Rp 169.863.910 atau sekitar 6,50% dari tahun 2019, dikarenakan wabah Covid-19 yang melanda dunia, hal ini cukup berpengaruh terhadap keberlangsungan pada kegiatan promosi yang dilakukan Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung. Dengan demikian koperasi terus melakukan berbagai cara agar penjualannya tidak menurun secara drastis. Terdapat indikasi bahwa mengenai hal tersebut terjadi dikarenakan kurangnya partisipasi anggota pada unit usaha niaga di KPKB. Setelah dilakukan observasi secara langsung, dapat diduga bahwa penurunan partisipasi anggota Unit Usaha Niaga KPKB terjadi karena salah satu faktornya adalah promosi, mengenai hal tersebut terdapat beberapa hal, sebagai berikut:

1. Ketersediaan produk yang terlihat kurang lengkap bila dibandingkan dengan pesaing lainnya dan barang – barang yang disediakan koperasi hanya meliputi beberapa barang, mengakibatkan kesulitan Unit Usaha Niaga untuk

melakukan kegiatan promosi dengan hanya mengandalkan barang – barang yang tersedia di koperasi.

2. Informasi yang kurang sampai kepada anggota dikarenakan Unit Usaha Niaga tidak menyebarkan berbagai informasi mengenai produk yang tersedia, produk baru, ataupun mengenai kegiatan unit usaha niaga.
3. Persebaran anggota di wilayah kota Bandung meliputi (Kec. Mandalajati, Kec. Cinambo, Kec. Gede Ade, Kec. Panyileukan, Kec. Ujung beruang, Kec. Antapani, Kec. Arcamanik, Kec. Cibiru, Kec. Coblong, Kec. Cidadap, Kec. Bandung wetan, Kec. Sumur Bandung, Kec. Cibenyng kaler, Kec. Cibenyng Kidul, Kec. Regol, Kec. Batununggal, Kec. Kiaracandong, Kec. Lengkong, Kec. Rancasari, Kec. Buah batu, Kec. Bandung Kidul, Kec. Sukasari, Kec. Sukajadi, Kec. Cicendo, Kec. Andir, Kec. Babakan Ciaparay, Kec. Bojongloa Kaler, idul, Kec. Bandung kulon, dan Kec. Astana Anyar) wilayah yang cukup luas mengakibatkan informasi tidak tersebar secara menyeluruh, dikarenakan beberapa faktor yaitu: tidak terdapat sarana bagi anggota dalam mendapatkan informasikan secara Online mengenai produk di KPKB, terjadinya perubahan sistem organisasi pada beberapa tahun belakang yang mengakibatkan tidak adanya penyuluhan kepada anggota maupun calon anggota.
4. Kurang mengembangkan potensi promosi yang saat ini sangat digandrungi yaitu secara Online atau media sosial, hanya mengandalkan promosi berupa promosi penjualan, penjualan langsung dan informasi dari mulut ke mulut.



5. Kurangnya informasi pasar bagi koperasi yang meliputi informasi preferensi produk para pelanggan, informasi mengenai jenis dan kualitas barang, selera dan kemampuan calon konsumen.

Dari tahun – ketahuan Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung selalu mengandalkan kegiatan promosi dengan informasi dari mulut ke mulut melalui anggota yang terlihat cukup efektif untuk meningkatkan penjualan pada unit usaha niaga, akan tetapi anggota koperasi yang sebagai pelanggan masih sangat kurang dalam berpartisipasi untuk memenuhi kebutuhannya dan melakukan transaksi pembelian pada unit usaha niaga. Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung tidak banyak melakukan perubahan ataupun inovasi yang menarik dalam strategi promosi. Koperasi memerlukan lebih dari sekedar kegiatan promosi yang berupa undian, voucher, informasi dari mulut ke mulut melalui anggota yang bertransaksi, ataupun menawarkan harga menarik. Dengan demikian, salah satu tugas koperasi agar anggota berpartisipasi dengan melakukan transaksi pembelian di Unit Usaha Niaga, koperasi harus melakukan inovasi dalam kegiatan promosi produk atau jasa untuk meningkatkan hasil penjualan dan meningkatkan partisipasi anggota dalam berkoperasi di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.



**Gambar 1.1 Undian dan Voucher Belanja Tunai**

Untuk bisa mencapai tujuan yang ditetapkan koperasi tidak terlepas dari kegiatan promosi. Kegiatan promosi yang harus dilakukan secara langsung maupun tidak langsung agar mempengaruhi minat calon pembeli untuk membeli produk atau pun jasa yang ditawarkan koperasi. Tujuan media promosi disusun untuk menstimulasi terjadinya kesadaran, keterkaitan dan berakhir dengan tindakan pembelian yang dilakukan oleh anggota terhadap produk atau jasa yang ditawarkan koperasi, selanjutnya memberi pengaruh meningkatnya penjualan.

Berdasarkan fenomena di atas, terdapat juga beberapa hal yang menarik bagi peneliti yaitu penelitian dari beberapa peneliti terdahulu. Peneliti pertama diteliti Ismiyati (2010) yang berjudul Penerapan Bauran Promosi dalam Meningkatkan jumlah anggota pada lembaga keuangan Koperasi Serba Usaha Munggur Mojogedang Karangayar, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara dari keseluruhan bauran promosi yang digunakan oleh KSU Ja'far Medika Syari'ah yang dinilai paling efektif yaitu *personal selling* dinilai berpengaruh positif dan signifikan untuk meningkatnya jumlah anggota. Peneliti kedua Novi Tri Wahyuni, Ulfa Nadra, M. Umar Mayaputra (2021) berjudul Promosi dan Kualitas Pelayanan Serta *Trust* terhadap pengambilan keputusan di Koperasi Syariah BMT Berkah

Sejahtera, hasil penelitiannya mengatakan bahwa dari hasil pengujian regresi secara simultan menunjukan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel promosi, kualitas pelayanan, dan *Trust* terhadap pengambilan keputusan di Koperasi Syariah BMT Berkah Sejahtera.

Berdasarkan fenomena – fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai kegiatan promosi dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan dengan judul “ANALISIS KEGIATAN PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pemikiran yang melatar belakangi masalah di atas, maka beberapa permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pelaksanaan kegiatan promosi yang dilakukan pada unit usaha niaga Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.
- 2) Bagaimana tanggapan pelaksanaan dan harapan anggota terhadap kegiatan promosi pada unit usaha niaga KPKB.
- 3) Upaya – upaya apa yang harus dilakukan oleh unit usaha niaga KPKB dalam kegiatan promosi untuk meningkatkan partisipasi anggota.

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kegiatan promosi dalam meningkatkan partisipasi anggota.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan maksud penelitian di atas, maka tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- 1) Pelaksanaan kegiatan promosi yang dilakukan pada unit usaha niaga Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung.
- 2) Tanggapan pelaksanaan dan harapan anggota terhadap kegiatan promosi pada unit usaha niaga.
- 3) Upaya – upaya yang harus dilakukan oleh unit usaha niaga KPKB dalam kegiatan promosi untuk meningkatkan partisipasi anggota.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung ini diharapkan dapat berguna bagi:

#### **1.4.1 Aspek Teoritis**

Aspek pengembangan ilmu ini disesuaikan dengan pengembangan ilmu manajemen. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan koperasi pada umumnya, serta pada khususnya di bidang manajemen pemasaran dalam strategi promosi.

#### **1.4.2 Aspek Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung, baik bagi pengurus, pengawas, karyawan, serta anggota dan semua pihak yang terlibat, dalam membuat kebijakan dan keputusan terhadap hal – hal yang berkaitan dengan kegiatan promosi yang efektif bagi unit usaha di koperasi. Selain itu, bagi peneliti lainnya dapat dijadikan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya.

