

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Koperasi adalah kumpulan orang yang bekerja sama untuk mencapai satu tujuan yaitu kesejahteraan bersama dengan asas kekeluargaan. Koperasi di Indonesia sudah terjamin keberadaannya dengan adanya Pasal 33 Ayat 1 Undang-Undang Dasar 1945 yang berbunyi, “Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan.” Selain tercantum dalam UUD 1945, koperasi juga memiliki peraturan khusus di dalam penyelenggaraannya yaitu UU No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian.

Koperasi adalah organisasi bisnis yang tujuannya adalah menyejahterakan anggota dengan manfaat yang diberikan, anggota dapat berbelanja atau memperoleh sisa hasil usaha (SHU). Di dalam koperasi juga terdapat unit-unit usaha diantaranya terdapat unit simpan pinjam, unit toko.

Kondisi persaingan yang semakin luas menyebabkan perlunya strategi pemasaran yang dapat membuat koperasi tetap berkembang. Supaya berhasil, koperasi harus melakukan tugasnya melebihi pesaing dalam memuaskan konsumen. Maka, strategi pemasaran harus disesuaikan menurut kebutuhan konsumen maupun kebutuhan strategi pesaing, kegiatan pemasaran umumnya memfokuskan diri pada produk, penetapan harga, kebijakan distribusi, promosi yang dalam hal ini dikenal sebagai bauran pemasaran. Aktivitas bauran pemasaran memegang peranan penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Penggunaan konsep pemasaran yang baik dapat menyebabkan berhasilnya bisnis yang dilakukan perusahaan.

Salah satu indikator berhasilnya tidaknya suatu aktivitas pemasaran dari suatu produk dapat dilihat dari besar kecilnya penjualan yang dicapai dalam suatu periode berikutnya. Umumnya bila penjualan rendah maka keuntungan nya akan rendah pula.

Pengelolaan unit usaha dalam suatu koperasi tidak selalu stabil, pasti terdapat faktor kenaikan maupun penurunan penjualan di dalam setiap tahun nya, tak terkecuali dalam Koperasi Dharma Nirmala Mandiri.

Adapun perkembangan penjualan dapat dilihat di dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1 Penjualan Unit Toko

No	Tahun	Jumlah Total pendapatan
1	2019	Rp 3.658.093.796
2	2020	Rp 3.417.649.069
3	2021	Rp 2.361.542.352

Sumber : RAT

Koperasi

Dharma Nirmala Mandiri

Dapat dilihat melalui Tabel 1 bahwa pendapatan unit usaha di Koperasi Dharma Nirmala Mandiri mengalami penurunan sejak tahun 2019. Penurunan pendapatan yang paling signifikan terjadi pada tahun 2021 yakni mencapai 30% dari total pendapatan di tahun sebelumnya. Salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi perolehan pendapatan pada unit toko tentu ialah faktor penjualan di toko tersebut. Pendapatan yang menurun kemungkinan besar adalah akibat dari berkurangnya penjualan dalam sebuah unit toko.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi penjualan seperti produk, harga, lokasi, dan promosi atau yang dikenal juga sebagai bauran pemasaran. Semua perusahaan maupun koperasi pasti akan menghadapi berbagai kendala dalam upaya meningkatkan penjualan. Dalam hal ini aspek bauran pemasaran memiliki peranan penting untuk keberhasilan suatu unit usaha.

Konsumen di toko yang dimiliki oleh Koperasi Dharma Nirmala sendiri hampir seluruhnya merupakan anggota. Koperasi Dharma Nirmala Mandiri itu sendiri merupakan Koperasi PD Kebersihan di Kota Bandung yang berarti seluruh anggotanya merupakan pekerja di Dinas Kebersihan Kota Bandung. Adapun jumlah anggota aktif yang terdata di Koperasi Dharma Nirmala Mandiri dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut

Tabel 2 Anggota Yang Aktif Bertransaksi

No	Tahun	Jumlah anggota
1	2019	1197 orang
2	2020	1018 orang
3	2021	977 orang

Sumber : RAT Koperasi Dharma Nirmala Mandiri

Jika anggota aktif bertransaksi di unit toko maka penjualan akan semakin meningkat, ada banyak faktor yang menjadi penyebab kurangnya daya minat atau daya beli anggota dan konsumen dalam berbelanja di unit toko koperasi Dharma Nirmala Mandiri. Berdasarkan informasi yang didapatkan melalui beberapa narasumber, selain anggota yang berbelanja menggunakan *voucher*, anggota yang aktif berbelanja adalah anggota yang jarak tempat tinggalnya tidak jauh dari lokasi toko.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, dapat dipaparkan identifikasi masalah penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana bauran pemasaran yang ada di unit toko Dharma Nirmala?

2. Upaya apa yang diperlukan untuk meningkatkan penjualan di unit toko Dharma Nirmala?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis data dan informasi untuk digunakan dalam pemecahan masalah-masalah yang telah diidentifikasi.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bauran pemasaran di unit toko Dharma Nirmala.
2. Untuk mengetahui upaya-upaya apa yang diperlukan untuk meningkatkan penjualan di unit toko Dharma Nirmala.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Dalam setiap penelitian diharapkan mempunyai beberapa kegunaan yang dapat menjadi motivasi bagi peneliti seperti:

1. Dapat memberikan pengetahuan baru terkait masalah yang ada di dalam koperasi khususnya mengenai bauran pemasaran di unit toko dan upaya-upaya meningkatkan pendapatan usaha toko.
2. Dapat dijadikan acuan untuk menilai seberapa jauh kemampuan peneliti, seberapa jauh kemampuan dalam meneliti, menelaah, serta menganalisis suatu masalah dan

bagaimana caranya untuk memecahkan masalah tersebut dengan menggunakan metode ilmu yang telah dipelajari.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi kepada koperasi lain khususnya terkait dengan bauran pemasaran dalam usaha toko yang dimiliki oleh koperasi. Bagaimana usaha toko dapat mengusahakan agar penjualannya tetap stabil baik secara penjualan maupun pendapatan toko. Penting sekali bagi usaha toko yang ada di usaha koperasi memahami bagaimana mempertahankan bahkan meningkatkan penjualannya dengan berbagai strategi. Akan lebih mudah untuk membuat sebuah perencanaan apabila koperasi memahami bagaimana bauran pemasaran yang ada di unit toko, akan lebih memudahkan koperasi untuk mengetahui secara detail aspek yang perlu ditingkatkan. Demikian pula dengan upaya-upaya yang dapat dilakukan khususnya untuk meningkatkan penjualan apabila terjadi penurunan. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus pada analisis bauran pemasaran dan upaya meningkatkan pendapatan pad