

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan jaman membawa dampak terhadap aspek kehidupan, salah satu dampak tersebut ialah semakin banyaknya barang-barang kebutuhan yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan dan kemudahan hidup manusia. Banyaknya pilihan akan suatu barang-barang kebutuhan yang ada di pasar, mau tidak mau menuntut masyarakat agar mereka mempertimbangkan dengan matang atas kebutuhan-kebutuhan apa saja yang lebih diprioritaskan. Beberapa pertimbangan yang sering kali diambil oleh masyarakat dalam memilih produk menurut Hendri Ma'ruf (2005:182) adalah lokasi, *merchandise*, harga, promosi, suasana toko dan pelayanan. Pasar eceran baik itu yang tradisional ataupun modern merupakan tempat bagi masyarakat untuk membeli suatu barang-barang kebutuhan. Menurut Kotler (2003:535) menyatakan penjualan eceran adalah sebagai berikut :

“Penjualan eceran meliputi seluruh aktivitas-aktivitas yang di dalamnya terdapat proses penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk pemenuhan kebutuhan pribadi dan tidak dijual kembali”.

Pertumbuhan ritel atau pasar eceran di Indonesia berkembang sangat pesat yang ditandai dengan banyak didirikannya *departemen store*, *hypermart*, *supermarket*, maupun *minimarket* di beberapa kota di Indonesia. Bahkan untuk *minimarket* sekarang ini sudah banyak merambah ke daerah pedesaan. Perusahaan ritel yang ingin berhasil dalam usahanya, dengan banyaknya pesaing di bidang usaha yang sama harus memiliki strategi atau pengelolaan ritel yang mampu memahami perilaku belanja konsumen. Kemampuan dalam pemahaman mengenai

siapa konsumennya akan menuntun perusahaan ritel pada keberhasilan dan memenangkan persaingan.

Pelaku bisnis eceran dalam mencari keuntungannya haruslah pintar dalam memperhatikan pola perilaku belanja konsumen yang sekarang sedikit demi sedikit berubah, perlu adanya respon secara aktif oleh pengecer untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup usahanya dalam jangka panjang. Pandangan konsumen tentang berbelanja sudah menjadi aneka kegiatan rekreasi maupun pemenuhan keanekaragaman kebutuhan mereka dalam satu lokasi (*one stop shopping*), konsumen sangat memperhatikan hal-hal yang menjadi nilai tambah dari sebuah toko.

Konsumen sangatlah penting bagi keberlangsungan hidup perusahaan tanpa adanya konsumen tidak akan terjadi kegiatan transaksi. Bisnis eceran tentu sangat berorientasi pada konsumen, maka tidak dapat dihindari bahwa bauran eceran merupakan faktor penentu dari eksistensi perusahaan dalam persaingan yang ketat, jika bauran eceran tidak diperhatikan oleh perusahaan, maka konsekuensinya konsumen akan berpindah ke pesaing yang sejenis yang lebih memberikan kenyamanan dan memiliki nilai tambah. Untuk menjaga dan meningkatkan transaksi konsumen, perusahaan haruslah memperhatikan bauran eceran yang ada pada perusahaan.

Koperasi merupakan bagian dari sistem perekonomian nasional yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum Koperasi yang memiliki kepentingan ekonomi dan tujuan yang sama untuk mensejahterakan anggota-anggotanya. Koperasi sebagai gerakan ekonomi rakyat akan menjadi wadah untuk perekonomian rakyat di sekitarnya, sehingga rakyat dapat memajukan

perekonomiannya dan meningkatkan kesejahteraannya. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Bab 1 Pasal 1 yaitu:

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

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa Koperasi merupakan organisasi yang bercirikan anggota (*member based organization*), di mana anggota dari Koperasi itu memiliki tujuan yang sama dan melakukan kegiatannya dengan gotong royong untuk mencapai tujuan tersebut.

Keberhasilan Koperasi tidak terlepas dari adanya partisipasi anggota. Partisipasi anggota adalah keterlibatan anggota di dalam organisasi koperasi, baik di dalam kedudukannya sebagai pemilik maupun sebagai pengguna dari pelayanan yang diberikan oleh Koperasi. Untuk meningkatkan partisipasi anggota khususnya partisipasi anggota sebagai pengguna, Koperasi perlu mengetahui kebutuhan-kebutuhan apa saja yang diperlukan oleh anggota, koperasi harus secara aktif merespon kebutuhan dari anggota Koperasi agar partisipasi dari anggota sebagai pengguna Koperasi dapat meningkat.

Unit Usaha Waserda merupakan unit usaha yang menjual kebutuhan barang sehari-hari seperti sembako, sabun, pakaian, dan lainnya. Dalam menyediakan barang-barang kebutuhan anggota, Unit Usaha Waserda harus aktif merespon masukan-masukan dari anggota yang berkaitan dengan penyediaan barang apa saja yang harus disediakan.

Koperasi Pegawai Republik Indonesia Sasakadana (KP-RI Sasakadana) merupakan koperasi yang berdiri pada tanggal 15 Oktober 1953, Pengesahan akta pendirian koperasi oleh Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah

Provinsi Jawa Barat dengan No Badan Hukum : 21/KOP/2011/PN-GRT TGL.25 Februari 2011. KP-RI Sasakadana ini beralamat di Jalan Patriot No. 09 Kab.Garut. KP-RI Sasakadana merupakan koperasi primer dengan jumlah anggota yang tercatat pada 31 Desember 2018 sebanyak 772 orang. Adapun unit usaha yang dijalankan KP-RI Sasakadana Kabupaten Garut adalah :

1. Unit Usaha Simpan Pinjam
2. Unit Usaha Waserda
3. Unit Usaha Penyewaan Alat Pesta dan Tenda
4. Unit Penyewaan Wisma dan Gedung

Unit Usaha Waserda KP-RI SASAKADANA Kabupaten Garut merupakan salah satu unit usaha yang bergerak di bidang perniagaan, di mana aktivitas usahanya menyediakan barang kebutuhan sehari-hari anggotanya baik itu sembako, pakaian, sabun, dan kebutuhan lainnya.

Di bawah ini merupakan tabel data penjualan dan perkembangan partisipasi anggota dengan rata-rata transaksi anggota pada Unit Usaha Waserda KP-RI Sasakadana dari tahun 2014 sampai dengan 2018 :

Tabel 1.1. Data Penjualan dan Perkembangan Partisipasi Anggota Dengan Rata-Rata Transaksi Anggota pada Unit Usaha Waserda KP-RI Sasakadana dari tahun 2014 sampai 2018.

Tahun	Penjualan (Rp)	Jumlah Anggota KP-RI Sasakadana (Orang)	Jumlah Anggota yang Bertransaksi (Orang)	Persentase Partisipasi Anggota (%)	Rata-Rata Transaksi Anggota (Rp)
2014	367.066.440	907	136	14,99	2.699.017
2015	326.966.300	900	127	14,11	2.574.537
2016	355.522.700	839	93	11,08	3.822.824
2017	291.162.450	758	93	12,27	3.130.779
2018	347.357.100	772	87	11,79	3.992.610

Sumber : Laporan Rapat Anggota Tahunan dan data pengurus KP-RI Sasakadana

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa penjualan pada Unit Usaha Waserda KP-RI Sasakadana mengalami kondisi yang fluktuatif. Sedangkan untuk jumlah anggota yang melakukan transaksi di Unit Usaha Waserda KP-RI Sasakadana selalu mengalami penurunan setiap tahunnya. Bisa dilihat pada tahun 2018 terdapat kenaikan jumlah anggota yaitu 16 orang, akan tetapi jumlah anggota yang melakukan transaksi di Unit Usaha Waserda KP-RI Sasakadana tetap menurun. Jumlah anggota yang melakukan transaksi hanya 11,79% dari jumlah anggota keseluruhan Koperasi. Padahal apabila dilihat dari fungsi anggota sebagai pengguna atau pembeli seharusnya jumlah anggota yang melakukan transaksi pada Unit Usaha Waserda KP-RI Sasakadana bisa mendekati angka 772 orang.

Setelah dilakukan wawancara terhadap karyawan yang bekerja pada Unit Usaha Waserda, rendahnya partisipasi anggota sebagai pembeli di Unit Usaha Waserda KP-RI Sasakadana diduga disebabkan oleh :

1. Harga yang diterapkan di Unit Usaha Waserda KP-RI Sasakadana masih mengikuti harga pasar.
2. Lokasi unit waserda yang tidak strategis, tertutup lahan parkir mobil dan lokasi toko yang tidak menghadap kejalan raya.
3. Barang kebutuhan sehari-hari yang disediakan masih terbatas baik dari segi keragaman kategori barang dan ketersediaan produk, sehingga pada saat anggota membutuhkan suatu barang ternyata jenis dan jumlah barang tersebut tidak tersedia di Unit Usaha Waserda KP-RI Sasakadana atau dengan kata lain yang dijual tidak lengkap.

4. Suasana Toko kurang nyaman, seperti tata letak Unit Usaha Waserda KP-RI Sasakadana terkesan kurang baik, barang dagangan tidak disusun dan dipisahkan berdasarkan kategori barang.

Berdasarkan keterangan di atas keempat unsur tersebut merupakan bagian dari bauran eceran. Dengan persaingan yang ada sekarang ini tidak menutup kemungkinan anggota beralih ke pengecer lain disebabkan pelayanan dari Unit Usaha Waserda KP-RI Sasakadana kurang memuaskan. Dalam hal ini perlu kiranya pengurus Koperasi lebih memperhatikan terhadap pelaksanaan bauran eceran dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pembeli.

Bauran eceran menurut Levy dan Weitz (2012:25) *The retail mix is the combination of factor retailer use to satisfy customer needs and influence their purchase decision*. Berdasarkan pengertian di atas bauran eceran adalah kombinasi dari faktor-faktor eceran/ritel yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dan mempengaruhi kebutuhan mereka untuk membeli.

Bauran eceran merupakan masalah yang sangat penting untuk ditangani dengan baik dalam mengelola Unit Usaha Waserda. Dengan penganalisaan bauran eceran yang tepat diharapkan dapat meningkatkan partisipasi anggota untuk bertransaksi di Unit Usaha Waserda KP-RI Sasakadana.

Berdasarkan fenomena di atas maka perlu dilakukan penelitian tentang masalah yang berhubungan dengan pelaksanaan bauran eceran di Unit Usaha Waserda KP-RI Sasakadana dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pembeli, oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian yang berjudul **“Analisis Bauran Eceran Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota**

Sebagai Pembeli” (Studi Kasus Pada Unit Usaha Waserda KP-RI Sasakadana Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah :

1. Bagaimana pelaksanaan bauran eceran pada Unit Usaha Waserda Koperasi KP-RI Sasakadana.
2. Bagaimana tanggapan dan harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran eceran oleh unit waserda KP-RI Sasakadana.
3. Upaya-upaya apa saja yang harus dilakukan KP-RI Sasakadana dalam meningkatkan partisipasi anggota sebagai pembeli pada Unit Usaha Waserda melalui bauran eceran.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah mengumpulkan data dan informasi yang bermanfaat dalam mendukung pemecahan masalah yang diteliti, sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pelaksanaan bauran eceran pada unit Usaha Waserda KP-RI Sasakadana
2. Tanggapan dan harapan anggota terhadap bauran eceran pada Unit Waserda KP-RI Sasakadana
3. Upaya-upaya Unit Usaha Waserda KP-RI Sasakadana dalam meningkatkan partisipasi anggota sebagai pembeli melalui bauran eceran.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis dan teoritis :

1. **Secara teoritis**, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut dalam penelitian tentang manajemen bisnis, khususnya yang berkaitan dengan bauran eceran yang berorientasi terhadap partisipasi anggota sebagai pembeli.
2. **Secara praktis**, hasil penelitian ini diharapkan berguna baik secara langsung maupun tidak langsung bagi:
 - a. Bagi Koperasi KP-RI Sasakadana sebagai bahan masukan dan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan kebijakan-kebijakan Unit Usaha Waserda yang nantinya berhubungan dengan pengelolaan Unit Usaha Waserda yang akan meningkatkan partisipasi anggota sebagai pembeli.
 - b. Bagi penulis, diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan tentang bagaimana bauran eceran dapat meningkatkan partisipasi anggota dan sebagai sarana latihan untuk menerapkan ilmu/teori yang didapatkan selama ini kedalam realita di lapangan.
 - c. Bagi pihak-pihak lain instansi, sebagai sumbangan pikiran dan informasi terutama bagi rekan-rekan mahasiswa yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut.