

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kegiatan perekonomian dan usaha tidak pernah lepas dari masyarakat baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Kebutuhan masyarakat juga sangat beragam dari tahun ke tahun. Sangat penting bagi setiap pemilik usaha untuk terus mengembangkan usahanya terutama dari sisi internal. Koperasi di Indonesia mempunyai peran yang sangat penting dalam mengembangkan perekonomian rakyat melalui kegiatannya. Peran koperasi sebagai soko guru perekonomian Indonesia juga dijelaskan oleh Sri-Edi Swasono (1985) dalam buku (hendar & Kasnadi, 2005, pp. 19-20) sebagai berikut:

1. Koperasi merupakan wadah menampung pesan politik bangsa terjajah yang miskin ekonominya dan didominasi oleh sistem ekonomi penjajah. Koperasi menyadarkan kepentingan bersama, menolong diri sendiri secara bersama dalam meningkatkan kesejahteraan dan kemampuan produktif.
2. Koperasi adalah bentuk usaha yang tidak saja menampung tetapi juga mempertahankan serta memperkuat identitas dan budaya bangsa Indonesia. Kepribadian bangsa bergotong royong dan kolektif akan tumbuh subur di dalam koperasi

Koperasi berada pada kedudukan yang sama dengan pelaku ekonomi lainnya, sehingga dalam menjalankan usahanya koperasi mengikuti hukum-hukum yang rasional dan prinsip-prinsip ekonomi perusahaan, termasuk prinsip usaha. Menurut

R.M Ramudi Arifin (2013) koperasi adalah perusahaan yang didirikan, dimodali atau dibiayai, dikelola, diawasi, dan dimanfaatkan sendiri oleh para anggotanya. Koperasi juga merupakan salah satu perilaku ekonomi yang berwatak sosial ekonomi, hal ini juga dipertegas dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 1992 pasal 1 ayat 1 tentang Perperkoperasian, yaitu:

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

Berdasarkan definisi menurut Undang-Undang tersebut, maka dapat diartikan koperasi sebagai badan usaha harus melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi yang berlaku, dan dengan kerjasama yang dibangun berdasarkan asas kekeluargaan diharapkan dapat meningkatkan perekonomian nasional sesuai dengan tujuan koperasi. Adapun tujuan dari koperasi menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 tentang perperkoperasian. Bab II, pasal 3 dinyatakan bahwa:

“Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota 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.”

Berdasarkan tujuan koperasi tersebut maka diharapkan koperasi dapat meningkatkan perekonomian anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Koperasi merupakan bagian dari struktur ekonomi, yang berarti bahwa melalui kegiatannya koperasi turut serta mewujudkan kehidupan ekonomi yang sejahtera baik bagi anggota koperasi itu sendiri maupun masyarakat sekitarnya.

Sebagai perkumpulan untuk kepentingan umum, koperasi beroperasi di bidang-bidang yang memenuhi kebutuhan bersama para anggotanya. Koperasi memainkan peran yang cukup besar dalam membangun upaya bersama melalui orang-orang dengan kemampuan keuangan terbatas. Dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan kemampuan ekonomi terbatas, pemerintah Indonesia memberikan perhatian pada tumbuh dan berkembangnya koperasi.

Cara koperasi untuk memenuhi kebutuhan anggota bisa beragam salah satu caranya adalah dengan menyediakan Unit Usaha Minimarket. Unit Usaha Minimarket ini dibentuk untuk memenuhi kebutuhan anggota sehari-hari baik untuk kebutuhan pangan, papan, dan sandang. Unit usaha minimarket termasuk ke dalam bisnis ritel. Melihat perkembangan ritel di Indonesia sekarang sudah banyak bisnis ritel yang sudah modern. Oleh karena itu koperasi yang mempunyai unit usaha minimarket harus mampu untuk menjaga kepuasan anggotanya. Keberhasilan usaha koperasi bukan hanya dari koperasi saja tapi anggota juga mempunyai peran sangat penting dalam keberhasilan, partisipasi anggota dalam memanfaatkan dan menggunakan layanan koperasi. Menurut David Griffiths (1986) mengemukakan bahwa:

“Partisipasi anggota sangat penting dalam koperasi karena anggota merupakan sumber daya utama dari koperasi. Dalam koperasi yang sukses, anggota harus aktif dalam kegiatan koperasi dan memiliki kontrol atas kegiatan koperasi.”

Dari pernyataan di atas koperasi tidak lepas dari partisipasi dan peran aktif para anggotanya baik kedudukannya sebagai pemilik maupun sebagai pelanggan. Sebagai bagian dari koperasi anggota memiliki dua peran penting, yaitu sebagai

pemilik dan pelanggan. Sebagai pemilik, anggota memiliki hak suara dalam mengambil keputusan dalam rapat anggota, hak atas sisa hasil usaha (SHU) yang diperoleh koperasi, dan hak untuk memilih dan dipilih sebagai pengurus koperasi. Sebagai pelanggan, anggota memiliki akses ke produk atau jasa yang ditawarkan oleh koperasi dengan harga yang lebih terjangkau dan berkualitas.

Perkembangan koperasi tidak terlepas dari strategi bisnisnya. Dalam sebuah koperasi peran strategi bisnis merupakan hal yang krusial dan tidak dapat dipisahkan darinya. Karena strategi bisnis merupakan jalan untuk mencapai target bisnis. Dengan adanya strategi bisnis, koperasi mampu menentukan arah dengan mengidentifikasi dari segi pasar, pesaing dan pelanggan.

Salah satunya koperasi yang aktif di Jawa Barat yaitu Prima Koperasi Kepolisian Satuan Brimob Polda Jabar (Primkoppol Satbrimob Polda Jabar) yang bentuk kopersinya yaitu koperasi konsumen yang mana koperasi menyelenggarakan kegiatan usaha pelayanan di bidang penyediaan barang kebutuhan anggota dan non anggota. Karena koperasi konsumen berbentuk jual-beli produk atau jasa, maka diperlukan strategi bisnis untuk meraih banyak pelanggan. Koperasi ini telah Berbadan Hukum dengan Nomor 6100/BH/DK-10/I/1975. Koperasi ini terletak di dalam kompleks Brimob Polda Jabar Jl. Kolonel Ahmad Syam No. 17 A Cikuruh Jatinangor Sumedang.

Adapun pada unit usahanya, Primkoppol Satbrimob Polda Jabar memiliki beberapa unit usaha, yaitu:

1. Usaha Minimarket
2. Usaha Barbershop

3. Usaha Tailor
4. Usaha Simpan Pinjam
5. Layanan Admin

Tabel 1.1 Keadaan Keuangan Primkoppol Brimob Polda Jabar 2019-2023

Tahun	Pendapatan Seluruh Unit	Biaya-Biaya	SHU (Rp)
2019	309,218,102	259,644,079	49,574,023
2020	411,059,747	200,544,445	210,415,302
2021	901,190,247	231,526,437	669,663,810
2022	1,174,912,136	484,849,912	690,062,224
2023	1,2007,408,856	471,494,294	735,914,562

Sumber : Laporan RAT Primkoppol Satbrimob Polda Jabar (2019-2023)

Berdasarkan Tabel diatas mengenai keadaan keuangan Primkoppol Brimob Polda Jabar pendapatan merupakan gabungan dari pendapatan dari nisbah paling banyak, provisi, denda, unit minimarket, sewa tempat, unit tailor, dan servis kunjungan, pendapatan terbanyak yaitu dari nisbah, sedangkan unit minimarket hanya sedikit menyumbang pendapatan. Biaya-biaya meliputi biaya gaji karyawan, biaya operasional, beban pembangunan dalam lainnya, perkembangan SHU mengalami peningkatan setiap tahunnya tetapi kontribusi dari unit minimarket untuk SHU sangat jauh dari harapan.

Salah satu usaha Primkoppol Satbrimob Polda adalah minimarket. Produk yang dijual di minimarket-nya mirip dengan yang dijual di indomaret dan alfamart. Mulai dari permen, es krim, pembalut hingga roti. Minimarket-nya buka dari hari Senin sampai hari Sabtu. Untuk jam buka tokonya dari jam 08:30-16:30, terkecuali hari Sabtu dari jam 08:30-15:00. Pada kesempatan ini, peneliti hanya mengambil salah satu unit usahanya yang akan dijadikan objek yaitu: Unit Usaha minimarket

Primkoppol Satbrimob Polda Jabar karena ini adalah unit usaha yang kinerjanya kurang bagus diantara unit usaha lainnya dilihat dari laporan RAT periode tahun 2019-2023. Hal tersebut tentu tidak boleh dibiarkan terus menerus mengingat unit usaha ini merupakan unit yang sangat membantu anggota terutama dalam kebutuhan pokok sehari-hari.

Di bawah ini adalah Perkembangan Partisipasi Anggota minimarket Primkoppol Satbrimob Polda Jabar dari tahun 2019-2023:

Tabel 1.2 Perkembangan Partisipasi Anggota Pada Unit Usaha Minimarket Primkoppol Brimob Polda Jabar 2019-2023

Tahun	Total Anggota	Jumlah Anggota yang aktif berpartisipasi (orang)	Persentase Anggota yang berpartisipasi (%)
2019	1806	125	7%
2020	1769	156	9%
2021	1695	146	9%
2022	1810	140	8%
2023	1814	145	7,9%

Sumber : Laporan RAT Primkoppol Satbrimob Polda Jabar (2019-2023)

Berdasarkan Tabel di atas, dapat dilihat bahwa perkembangan anggota Primkoppol Satbrimob Polda Jabar berfluktuasi setiap tahunnya. Penurunan yang terjadi pada tahun 2021 dengan persentase 8% dan 2023 sebesar 7,9%. Dari penurunan jumlah anggota berdampak negatif terhadap koperasi dan khususnya partisipasi anggota pada unit usaha minimarket Primkoppol Brimob Polda Jabar , selain itu jumlah anggota yang berpartisipasi sangat berpengaruh dalam peningkatan SHU. Partisipasi anggota terhadap usaha minimarket tidak lebih dari

10% tiap tahunnya hal tersebut diduga banyak kekurangan dari usaha minimarket sehingga anggota memilih belanja ke pesaing.

Tabel 1.3 Nilai Pemanfaatan Partisipasi Anggota Pada Usaha Minimarket Primkoppol Satbrimob Polda Jabar

Tahun	Total Pendapatan Minimarket (Rp)	Perubahan (%)	Rata-Rata Nilai Pemanfaatan Anggota	
			Pertahun (Rp)	Perbulan (Rp)
2019	159.987.000	-	1.279.896	106.000
2020	174.568.000	9.11	1.119.025	93.252
2021	168.231.000	(3.63)	1.152.267	96.022
2022	182.434.912	8.44	1.303.106	108.592
2023	177.293.537	(2.81)	1.222.714	101.892

Sumber : Laporan RAT Primkoppol Satbrimob Polda Jabar (2019-2023)

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas dapat diketahui pada tahun 2023 angka nilai pemanfaatan dari anggota menurun dari pada tahun sebelumnya hal tersebut terjadi karena unit minimarket tidak mampu mengembangkan usahanya dibandingkan pesaing bisa dilihat dari total pendapatan Minimarket Primkoppol hanya sebesar Rp 177,293,537 hal tersebut mempengaruhi penurunan volume pemanfaatan karena manajemen toko yang belum bisa ditangani dengan baik dan banyak anggota yang memilih untuk berbelanja ke minimarket lain dari pada ke minimarket Primkoppol Satbrimob Polda Jabar sendiri. Hal ini harus segera dibenahi, dengan cara memperbaiki strategi bauran eceran, agar koperasi dapat terus eksis dan berkembang.

Unsur-unsur yang menjadi penyebab rendahnya partisipasi anggota sebagai pelanggan pada unit minimarket merupakan unsur bauran eceran yang belum dilaksanakan secara maksimal. Menurut Utami (2017:104) Bauran eceran (retailing mix) adalah strategi pemasaran yang mengacu pada beberapa variabel, di mana

variabel-variabel tersebut dikombinasikan yang menjadi alternatif dalam upaya menarik konsumen. Pada umumnya variabel tersebut meliputi beberapa faktor seperti produk, harga, promosi, pelayanan, dan fasilitas fisik. Penerapan bauran eceran yang tepat dapat meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan dan membantu koperasi dalam mencapai tujuan keberlangsungan operasional.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara pada saat survey pendahuluan di unit usaha Unit Usaha minimarket Primkoppol Satbrimob Polda Jabar maka fenomena masalah yang ditemui mengenai bauran eceran antara lain:

1. Produk, Kelengkapan produk di koperasi masih kalah komplit dengan pesaing seperti indomaret atau alfamart
2. Harga, lebih mahal dari pada pesaing juga mempengaruhi partisipasi anggota untuk berbelanja di minimarket.
3. Pelayanan, mengenai pelayanan yang diberikan oleh koperasi terhadap anggota masih kurang maksimal karena tidak memiliki stok barang yang sesuai dengan keperluan anggota.
4. Promosi, promosi yang dilakukan secara direct selling melalui direct marketing yaitu grup whatsapp dan sudah ada promosi penjualan seperti diskon atau voucher.
5. Fasilitas fisik, tempat yang kurang menarik untuk dijadikan tempat nongkrong bagi para konsumen minimarket sehingga lebih memilih berbelanja ke tempat yang lain.

Fenomena-fenomena yang terjadi di atas diduga mengakibatkan penurunan partisipasi anggota Primkoppol Satbrimob Polda Jabar. Koperasi sebagai penyedia pelayanan harus memperhatikan permasalahan di atas agar diperbaiki supaya partisipasi anggota kembali meningkat

Faktor yang mengakibatkan turunnya persentase pemanfaatan dari unit usaha minimarket yang masih kurang dibandingkan toko pesaing yaitu dari segi perkembangan dari toko. Menurut Lukman Hakim, (2017) menyatakan bahwa penurunan pendapatan pada pelayanan dapat menghambat inovasi dan pengembangan koperasi. keterbatasan sumber daya keuangan dapat menghalangi koperasi untuk mengadopsi teknologi baru atau mengembangkan produk dan layanan yang relevan dengan kebutuhan anggota. pandangan dari teori tersebut menunjukkan bahwa penurunan pendapatan pada pelayanan dapat berdampak negatif pada pelayanan koperasi keterbatasan sumber daya, penurunan kualitas pelayanan, ketidakmampuan untuk memenuhi kebutuhan anggota, hambatan inovasi, dan ketergantungan, pada pendapatan utama menjadi beberapa aspek yang perlu diperhatikan oleh koperasi dalam menghadapi penurunan pendapatan yang diakibatkan kurang anggota koperasi yang berpartisipasi.

Berdasarkan data dan survei yang telah dilakukan dan telah diuraikan maka dapat diketahui bahwa hal tersebut menimbulkan fenomena yang terjadi, menunjukkan perlu adanya penelitian mengenai judul: **Analisis Bauran Eceran Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan**, kemudian dinyatakan dalam kalimat bagaimana strategi bauran eceran dalam upaya

meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan Minimarket Primkoppol Satbrimob Polda Jabar.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang ada dalam latar belakang di atas yang menguraikan permasalahan yang terjadi di Koperasi, maka untuk membatasi permasalahan yang akan dibahas diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan bauran eceran Minimarket Primkoppol Satbrimob Polda Jabar.
2. Bagaimana tingkat partisipasi anggota pada Primkoppol Satbrimob Polda Jabar.
3. Bagaimana pelaksanaan dan harapan anggota terhadap bauran eceran Pada Minimarket primkoppol Satbrimob Polda Jabar.
4. Upaya-upaya apa saja yang seharusnya dilakukan dalam pelaksanaan bauran eceran pada Minimarket Primkoppol Satbrimob Polda Jabar dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota.

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan secara jelas mengenai masalah yang akan diteliti yaitu untuk menganalisis strategi Bauran eceran yang dilakukan untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pelaksanaan bauran eceran Minimarket Primkoppol Satbrimob Polda Jabar.
2. Tingkat partisipasi anggota pada Primkoppol Satbrimob Polda Jabar.
3. pelaksanaan dan harapan anggota terhadap bauran eceran pada Minimarket primkopol Satbrimob Polda Jabar.
4. Upaya yang seharusnya dilakukan dalam pelaksanaan bauran eceran pada Minimarket Primkoppol Satbrimob Polda Jabar dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

Sebagai bahan masukan yang memberikan sumbangan pikiran yang berkaitan dengan ilmu manajemen bisnis, khususnya yang berhubungan dengan meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pengurus, karyawan dan anggota Primkoppol Satbrimob Polda Jabar.

1.4.2 Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

- a. Bagi Koperasi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi koperasi selain masukan dan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan di masa mendatang.

b. Bagi Universitas Ikopin

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi civitas akademis universitas Koperasi Indonesia khususnya mahasiswa sebagai generasi calon pemimpin bangsa kedepannya, khususnya dalam bidang ekonomi dan koperasi agar dapat dijadikan acuan bagi pembangunan koperasi untuk kedepannya.

