

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Koperasi merupakan badan usaha yang bergerak dalam bidang perekonomian, mempunyai perbedaan dengan badan usaha non koperasi. Perbedaan terlihat pada asas koperasi yang bersifat demokratis di mana pengelolaan koperasi adalah dari, oleh dan untuk anggota. Karena itu dalam manajemen koperasi Indonesia mempunyai unsur-unsur: Rapat Anggota, Pengurus, Pengawas.

Dalam perekonomian Indonesia, koperasi merupakan bentuk gerakan ekonomi rakyat yang kegiatannya didasari atas asas kekeluargaan dan dianggap sebagai salah satu penopang jalannya perekonomian negara dalam rangka mewujudkan masyarakat yang sejahtera. Tujuan koperasi menurut Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Pasal 4 Bab II Pasal 3 yaitu :

“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 berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945”

Dari pengertian tersebut dapat dijelaskan koperasi merupakan organisasi ekonomi rakyat yang merupakan kumpulan orang yang bergotong royong secara bersama-sama dengan secara sukarela berdasarkan persamaan derajat, hak dan kewajiban, sehingga menjadikan koperasi sebagai wadah demokrasi ekonomi sosial yang dicapai anggotanya sendiri, sehingga untuk

mencapai tujuan-tujuan koperasi, diperlukan pengelolaan yang dilakukan dengan benar dan profesional.

Penjelasan tersebut menyebutkan bahwa usaha koperasi terutama diarahkan pada bidang usaha yang berkaitan langsung dengan kepentingan anggota, baik untuk menunjang usaha dan kesejahteraan, dalam hubungan usaha maka pengelolaan koperasi harus dilakukan secara efektif dan efisien dimana koperasi harus mempunyai kemampuan untuk mewujudkan pelayanan usaha yang dapat meningkatkan manfaat sebesar-besarnya pada anggota dengan tetap mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan anggota koperasi. Sehingga terjadi umpan balik yang saling memberikan manfaat.

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang diperlukan dalam dunia bisnis, keadaan bisnis sekarang ini, pemasaran merupakan pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Pengetahuan tentang pemasaran menjadi penting bagi bisnis pada saat dihadapkan pada beberapa permasalahan, seperti menurunnya pendapatan koperasi yang diakibatkan oleh menurunnya daya beli konsumen terhadap suatu produk sehingga mengakibatkan melambatnya pertumbuhan koperasi. Sehubungan dengan permasalahan tersebut, terkait dengan pemasaran diperlukan untuk berpandangan ke depan dalam mengarahkan dan mengambil tindakan pemasaran untuk mencapai tujuan koperasi. Oleh karena itu, pada pelaksanaan aktivitas pemasaran koperasi berupaya untuk menetapkan strategi pemasaran dan target marketnya.

Retailing artinya memotong kembali menjadi bagian-bagian yang lebih kecil, *retailing may be defined as the activities incident to selling goods and service to ultimate consumers, retailing is the final link in the chain of distribution of most product from initials producers to ultimate consumers.* Artinya perdagangan eceran adalah mata rantai terakhir dalam penyaluran barang dari produsen sampai kepada konsumen. Sementara itu, pedagang eceran adalah orang-orang atau toko yang pekerjaan utamanya adalah mengecerkan barang. (Barry Berman ; 2018)

” Strategi ritel adalah keseluruhan rencana, kerangka dan tindakan yang memandu pengecer. menguraikan misi, tujuan pasar konsumen, aktivitas keseluruhan spesifik, dan mekanisme kontrol. Tanpa strategi yang jelas dan terstruktur dengan baik perusahaan tidak mampu menghadapi pasar.” (Barry Berman 2018: 72)

Dari penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa perlu adanya elemen- elemen strategi ritel berlaku untuk usaha koperasi yang mempunyai jenis usaha ritel. Untuk mewujudkan pelayanan maksimal kepada anggota, maka sebaiknya koperasi memahami elemen-elemen strategi ritel guna menerapkan strategi pemasaran yang tepat bagi koperasi.

Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Hanukarya merupakan koperasi pegawai yang terletak di Jl. Suryani No. 16, Warung Muncang, Kota Bandung, Jawa Barat. KPRI HANUKARYA didirikan tanggal 5 Februari 1968 dengan nama awal Koperasi Hati Nurani Karyawan yang disingkat Koperasi HANUKARYA, pada akhir tahun 1992 menjadi Koperasi PEGAWAI PPPTM-PPTP HANUKARYA disetujui melalui RAT ke IV tanggal 14 Mei 1994 .Di berlakukannya Undang-undang No.25 Tahun 1992 Tentang perkoperasian dan

ditetapkannya PP No. 9 tahun 1995 Tentang usaha simpan pinjam oleh koperasi, menyebabkan penggantian nama menjadi KPRI UNIT-UNIT DIREKTORAT JENDRAL PERTAMBANGAN UMUM DI BANDUNG HANUKARYA atau di singkat jadi KPRI PPTM-PPTP dengan badan hukum nomor: 3856/BH/KWdK.10/XII/1996, pada Desember 2006 berganti nama menjadi KPRI HANUKARYA sampai saat ini. Adapun data perkembangan anggota dari tahun 2018-2022 KPRI Hanukarya.

Tabel 1.1 Data Perkembangan Anggota KPRI Hanukarya

No.	Tahun	Jumlah Anggota (Orang)	Perkembangan (%)
1	2018	924	-
2	2019	830	(11,32)
3	2020	764	(7,95)
4	2021	659	(13,74)
5	2022	615	(6,67)

Sumber: Laporan RAT KPRI Hanukarya

Dilihat dari Tabel 1.1 terjadi penurunan anggota yang diakibatkan ada beberapa anggota yang meninggal dunia, anggota yang pensiun dan anggota yang pindah instansi yang mengakibatkan penurunan anggota koperasi pada tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 11,32 % sedangkan penurunan yang signifikan pada tahun 2021 sebesar 13,74% dari tahun sebelumnya.

Tabel 1.2 Anggota Koperasi Perinstansi

JUMLAH ANGGOTA KOPERASI TAHUN 2022			
INSTANSI	PNS (Orang)	ANGGOTA LUAR BIASA (Orang)	TOTAL ANGGOTA (Orang)
Balai besar pengujian mineral dan batubara (BBPMB) tekMIRA	173	77	250
Pusat pengembangan sumber daya manusia glomineral dan batubara	66	25	91
Pusat pengembangan sumber daya manusia aparatur	39	21	60
Balai besar survei dan pemetaan geologi kelautan (BBSPGL)	70	7	77
Politeknik energi pertambangan	17	6	23
Pegawai koperasi		12	12
Pensiunan	96		96
Lain-lain		6	6
Total	461	154	615

Sumber: Laporan RAT Tahun 2022

Menurut Tabel 1.2 di atas jumlah anggota yang terdaftar di KPRI Hanukarya Tahun 2022 terdiri dari beberapa instansi yang berada di lingkungan koperasi yang didominasi oleh BBPMB tekMIRA dan yang paling minim yaitu dari pegawai koperasi KPRI Hanukarya

Dalam upaya memenuhi kebutuhan anggotanya, KPRI Hanukarya ini memiliki beberapa unit usaha dan pelayanan anggota sebagai berikut :

1. Unit Usaha Simpan Pinjam

merupakan salah satu unit usaha yang melayani anggota dalam kegiatan simpan pinjam layanan simpan berupa simpanan sukarela, simpanan berjangka dan deposito, untuk layanan pinjam seperti pinjaman uang biaya pendidikan, kesehatan, perbaikan rumah dan

kebutuhan rumah tangga seperti kendaraan, barang elektronik, alat tulis kantor dan lain-lain.

2. Unit usaha pelayanan umum (Waserda)

Unit pelayanan umum yaitu unit usaha yang bergerak dalam bidang penjualan barang pokok atau kebutuhan rumah tangga seperti beras, minyak goreng, telur, susu, sabun dan lain-lain. Yang melayani anggota dan non anggota.

Unit pelayanan umum memiliki dua *outlet* penjualan yaitu :

- a. *Outlet* kantor di Jalan Suryani No.16 Bandung
- b. *Outlet* Puslitbang geologi kelautan di Jalan Pasteur Bandung

Namun pada tahun 2021 *outlet* puslitbang geologi kelautan harus tutup karena dampak dari *COVID-19* yang dimana para pekerja harus bekerja secara *Work From Home* (WFH) sehingga tidak adanya transaksi dari anggota.

3. Unit usaha pelayanan transportasi dan sewa gedung

Unit usaha ini memberikan pelayanan transportasi seperti rental kendaraan mobil yang di khususkan untuk anggota koperasi, jasa perbaikan kendaraan, dan jasa cuci kendaraan bermotor. Kegiatan ini terpusat di Jl. Suryani No. 16 Bandung. Kemudian untuk sewa gedung gedung serba guna kepada anggota dan warga sekitar untuk keperluan kegiatan pesta pernikahan, pesta khitanan dan lain-lain.

Unit usaha pelayanan umum pada awalnya hanya melayani kebutuhan anggota, seiring dengan berjalannya waktu unit usaha pelayanan umum (waserda)

kini semakin merambah ke non anggota yang membutuhkan sembako dan keperluan lainnya. Pendapatan dari setiap tahunnya bisa dilihat dari tabel sebagai berikut:

**Tabel 1.3 Pendapatan Unit usaha Pelayanan Umum KPRI Hanukarya
Tahun 2018 - 2022**

Tahun	Pendapatan (Rp.)	Naik/Turun (Rp.)	Perkembangan (%)
2018	1.836.355.926	-	-
2019	1.474.171.080	(362.184.846)	(19,72)
2020	1.213.146.915	(261.024.165)	(17,71)
2021	844.875.050	(368.271.865)	(30,35)
2022	815.009.450	(29.865.600)	(3,35)

Sumber : Laporan RAT KPRI HANUKARYA

Dengan melihat Tabel 1.3 terjadi penurunan setiap tahunnya menurut Bapak Nurhasyim sebagai kepala unit usaha pelayanan umum diakibatkan beberapa hal pada saat *Covid-19* anggota banyak yang *Work Form Home* (WFH) tidak adanya transaksi di unit usaha pelayanan umum dari anggota, sebelum pensiun anggota banyak yang melakukan pembelian Kredit ke unit usaha pelayanan umum belum dibayar sampai saat ini dan anggota yang lebih sering berbelanja di Alfamart maupun Indomart (non koperasi). Selain itu, ada juga faktor yang mengakibatkan turunnya pendapatan dari manajemen unit usaha pelayanan umum masih saling mengandalkan dalam hal kebersihan unit usaha pelayanan umum, banyaknya barang hilang maupun rusak belum ada kemajuan dan perkembangan dari unit usaha pelayanan umum mulai dari produk belum lengkap, harga masih di atas pesaing, kurangnya pelayanan prima, orang yang

mengurus di unit usaha pelayanan umum masih kurang dan promosi media sosial belum ada.

Tabel 1.4 Transaksi Di Unit Usaha Pelayanan Umum Tahun 2022

No.	BULAN	ANGGOTA (Rp)	NONANGGOTA (Rp)	JUMLAH (Rp)
1	Januari	30.900.400	25.262.500	56.162.900
2	Febuari	19.748.800	17.221.100	36.969.900
3	Maret	28.567.500	28.822.200	57.389.700
4	April	16.595.000	11.142.200	27.737.200
5	Mei	22.766.000	20.763.000	43.529.000
6	Juni	28.254.300	32.643.100	60.897.400
7	Juli	28.541.600	33.643.100	62.184.700
8	Agustus	30.187.658	37.087.500	67.275.158
9	September	26.243.000	36.937.400	63.180.400
10	Oktober	27.782.100	34.409.500	62.191.600
11	November	27.268.000	35.525.500	62.793.500
12	Desember	27.070.900	30.354.100	57.425.000
Total		313.811.200	343.811.200	657.736.458

Sumber : Laporan Keuangan KPRI HANUKARYA Tahun 2022

Berdasarkan Tabel 1.4 transaksi anggota lebih kecil dibandingkan dengan transaksi non anggota karena menurut Bapak Nurhasyim (kepala unit usaha pelayanan umum) kurangnya kesadaran dari anggota untuk berbelanja di koperasi dan memilih berbelanja di Alfamart atau Indomart (non koperasi).

Pada unit usaha pelayanan umum, koperasi belum dapat sepenuhnya mampu mengembangkan kegiatan usahanya karena belum dimilikinya kemampuan untuk memanfaatkan kesempatan usaha yang tersedia. Namun, dalam wawancara yang dilakukan pada survei pendahuluan pada beberapa anggota. Unit usaha pelayanan umum dinilai pengelolaannya kurang baik dan unit usaha pelayanan umum perlu adanya perbaikan pengelolaan secara

keseluruhan, mulai dari kurang menariknya tampilan unit usaha pelayanan umum, kebersihan unit usaha pelayanan umum, kurang rapih dari *display* barang, pramuniaga unit usaha pelayanan umum yang perlu ada pelatihan terlebih dahulu sampai promosi di media sosial.

Dengan demikian perlu adanya strategi ritel yang efektif untuk meningkatkan pelayanan anggota. Namun, untuk menentukan strategi ritel selain koperasi harus mengetahui *needs* dan *wants* anggota, koperasi juga harus menganalisis elemen-elemen strategi ritel terlebih dahulu, dengan demikian maka strategi ritel dapat di rancang lebih tepat.

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti jelaskan sebelumnya, menunjukkan bahwa data pendapatan di unit usaha pelayanan umum dari tahun 2018 - 2022 mengalami penurunan, dengan data yang didapat maka perlu adanya perbaikan dari elemen-elemen strategi ritel untuk meningkatkan transaksi anggota, maka hal ini sangat penting untuk diteliti.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas maka pokok permasalahan di penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Tanggapan dan Harapan anggota dalam penerapan elemen-elemen strategi ritel di unit usaha pelayanan umum (waserda) untuk meningkatkan transaksi anggota di KPRI Hanukarya.
2. Upaya apa yang dapat dilakukan untuk penerapan elemen-elemen strategi ritel untuk meningkatkan transaksi anggota di unit usaha pelayanan umum (waserda) KPRI Hanukarya.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Penelitian bermaksud untuk menganalisis elemen-elemen strategi ritel secara efektif guna meningkatkan transaksi anggota serta untuk meningkatkan sisa hasil usaha dengan seoptimal mungkin dan manfaat ekonomi bagi anggota.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan maksud penelitian di atas, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pengetahuan ilmiah berupa deskripsi dari:

1. Penerapan elemen-elemen strategi ritel di unit usaha pelayanan umum (waserda) untuk meningkatkan Transaksi Anggota di KPRI Hanukarya.
2. Upaya yang dapat dilakukan koperasi untuk meningkatkan Transaksi Anggota dalam penerapan elemen-elemen strategi ritel di unit usaha pelayanan umum KPRI Hanukarya.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik dari segi aspek teoritis maupun aspek praktis.

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi mengenai manajemen pemasaran bagi KPRI Hanukarya. Khususnya yang berhubungan dengan elemen-elemen strategi ritel dan peningkatan transaksi anggota pada KPRI Hanukarya, serta hasil dari penelitian ini dapat menambah referensi dan informasi yang dapat

digunakan untuk penelitian lebih lanjut atau penelitian lainnya mengenai masalah ini.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan analisis dan diagnosis untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan elemen - elemen strategi ritel dan transaksi anggota dalam upaya meningkatkan pendapatan pada koperasi KPRI Hanukarya. Harapannya hasil penelitian ini berguna sebagai bahan pertimbangan, masukan serta rekomendasi untuk penerapan strategi pemasaran khususnya elemen-elemen strategi ritel bagi KPRI Hanukarya.