

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pembangunan nasional bertujuan membangun masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila serta UUD 1945, salah satu pembangunan nasional yang dilakukan adalah pembangunan dibidang perekonomian yang menuntut adanya partisipasi dari seluruh rakyat guna tercapainya tujuan yang ditetapkan. Dengan adanya pembangunan tersebut diharapkan kesejahteraan masyarakat semakin meningkat terutama golongan ekonomi lemah.

Bergulirnya roda pembangunan di Indonesia khususnya bidang ekonomi, hingga saat ini masih cukup berat dalam mencapai tujuan bangsa yaitu masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945. Salah satu untuk mencapai tujuan tersebut dengan melakukan kerja sama ekonomi melalui satu wadah bernama koperasi. Koperasi yang tersebar luas di Indonesia, dipandang perlu bagi masyarakat yang memiliki tingkat sosial ekonomi lemah guna meningkatkan taraf hidup masyarakat. Hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan kemudahan-kemudahan dalam mengatasi kesulitan ekonomi yang dialami mereka.

Koperasi sebagai salah satu dari 3 pelaku ekonomi setelah Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), memiliki peran penting dalam menumbuhkan dan mengembangkan potensi rakyat guna membangun kehidupan demokrasi ekonomi yang berfungsi untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya serta masyarakat umumnya dan ikut

mengembangkan tatanan masyarakat yang maju dan makmur. Untuk itu diperlukan Kesadaran dari masyarakat betapa pentingnya sebuah kerjasama secara maksimal yang dapat menghasilkan sesuatu yang diharapkan.

Berlangsungnya kegiatan usaha yang mendasarkan dirinya sebagai organisasi ekonomi yang dilandasi oleh nilai-nilai kemasyarakatan yang menjadikan keterikatan antar sesama anggota untuk saling bekerja sama demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Koperasi memiliki tugas untuk meningkatkan kesejahteraan anggota, di masa yang akan datang koperasi diharapkan mampu menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat Indonesia. Hal ini sangatlah beralasan karena koperasi adalah anggota-anggota sebagai wadah yang dilaksanakan bersama-sama dengan cara kekeluargaan.

Hal ini berlaku pula pada Salah satu Koperasi yang beralamat di Kota Bandung yaitu Koperasi Serba Usaha Mitra Saudara. Koperasi Serba Usaha (KSU) Mitra Saudara merupakan koperasi yang bergerak dibidang serba usaha dan koperasi ini merupakan koperasi karyawan Bank Woori Saudara yang berkedudukan di Jl.Buah Batu Burangrang Kec.Lengkong Bandung Jawa Barat. KSU Mitra Saudara ini berdiri pada sejak 16 Februari 1999 oleh 45 orang pendiri. Pada awalnya koperasi ini terbentuk dari karyawan Bank Woori Saudara. KSU Mitra Saudara juga memiliki beberapa unit usaha meliputi:

1. Unit Usaha Simpan Pinjam
2. Unit Usaha Waserda

3. Unit Usaha Penjualan dan Penyewaan Kendaraan

Dari ketiga unit usaha KSU Mitra saudara Bandung tersebut, peneliti dilakukan pada unit usaha Waserda .

Dari 3unit usaha, Waserda adalah salah satu unit yang mengalami kerugian setiap tahunnya. Berikut adalah tabel kerugian yang di alami Waserda Setiap Tahunnya:

Tabel 1. 1 Kerugian Yang Dialami Waserda

Tahun	Kerugian	Keterangan
2018	207.387.400	Rugi
2019	240.088.938	Rugi
2020	69.549.590	Rugi
2021	78.433.688	Rugi
2022	18.144.722	Rugi

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa Unit Waserda mengalami kerugian. Hal ini di duga karena kurangnya partisipasi anggota dalam hal bertransaksi di Waserda sedangkan setiap tahun anggota baru yang masuksemakin meningkat. Dugaan lainnya adalah tidak puasnya anggota akan pelayanan yang di berikan oleh Waserda dalam hal memenuhi keinginan mereka.

Berikut ini merupakan tabel jumlah pendapatan unit usaha Waserda KSU Mitra Saudara Bandung

Tabel 1. 2 Perkembangan Pendapatan Unit Usaha Waserda

Tahun	Pendapatan Usaha (Rp)	Keterangan
2018	2.955.066.086	Naik
2019	2.347.809.533	Turun
2020	633.855.029	Turun
2021	398.150.800	Turun
2022	332.789.200	Turun

Berdasarkan Tabel 1,2 di atas, dapat di ketahui bahwa perkembangan unit usaha Waserda dari tahun 2018 sampai tahun 2022 adalah cenderung mengalami penurunan, dapat dilihat bahwa tahun 2019 adalah tahun dengan penurunan yang sangat tinggi dan tahun 2020 masih mengalami penurunan. Dan hal serupa pun sama yaitu tahun 2021 sampai 2022 juga mengalami penurunan.

Penyebab penurunan pendapatan unit usaha Waserda KSU Mitra Saudara berdasarkan survey pendahuluan dengan melakukan wawancara terhadap:

1. Pengurus, pengurus yang telah diwawancarai secara langsung berpendapat bahwa penyebab turunnya pendapatan adalah sebagai berikut:
 - Barang, pengurus berpendapat dan menduga kurangnya minat beli di Waserda adalah karena barang yang disediakan oleh Waserda kurang lengkap sehingga kurangnya minat beli oleh para anggota maupun masyarakat umum

- Tempat, pengurus menduga bahwa tidak strategisnya tempat berdirinya Waserda KSU Mitra Saudara Bandung menjangkau masyarakat sehingga kurangnya minat dalam membeli.
 - Modal, masalah lain yang menjadi akar masalah kurangnya pendapatan usaha ini dikarenakan kurangnya modal yang digulirkan dalam hal pengadaan barang di Waerda KSU Mitra Saudara Bandung.
2. Anggota KSU Mitra Saudara, menurut beberapa anggota yang telah diwawancarai diduga penyebab penurunan pendapatan tersebut disebabkan oleh:
- Barang, menurut beberapa anggota yang telah diwawancarai dan seluruhnya mengatakan bahwa barang yang disediakan oleh Waerda sangat kurang lengkap sehingga minat beli berkurang.
 - Harga, menurut anggota harga yang ditawarkan Waserda relatif hampir sama dengan pesaing dan cukup standart namun beberapa diantaranya mengatakan bahwa harganya lebih tinggi dari pesaing.
 - Tempat, menurut beberapa anggota telah diwawancarai menjawab kurang strategisnya Waserda menjadi alasan mereka tidak bertransaksi di Waserda tersebut.
 - Waktu pelayanan, menurut anggota yang bertransaksi di Waserda waktu buka dan tutup tidak menjadi masalah dalam melakukan transaksi pembelian.

Adapun Perkembangan Omset Penjualan dari tahun 2018-2022 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.3 Perkembangan Omset Penjualan Tahun 2018-2022

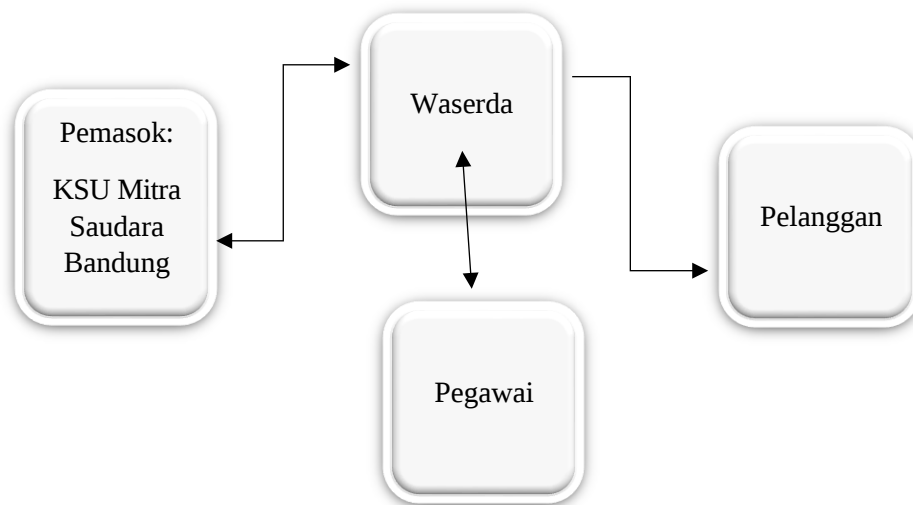
Tahun	Omset (Rp)	Persentase (%)
2018	2.747.678.686	92
2019	2.107.720.595	88
2020	564.305.439	70
2021	319.717.112	75
2022	314.644.478	73

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa penjualan yang ada di Waserda. Pada tahun 2018 omset yang di dapat Rp 2.747.678.686 selama satu tahun. Kemudian pada tahun 2019 menurun menjadi Rp 2.107.720.595 Penurunan ini di duga karena ada beberapa factor lainya. Dan di tahun 2020 pendapatan omset kembali meurun begitu melonjak menjadi Rp 564.305.439 kemudian di tahun 2021 mengalami penurunan lagi menjadi Rp 319.717.112 kemudian di tahun berikutnya Tahun 2022 mengalami penurunan lagi menjadi Rp 314.644.478 penurunan ini dikarenakan oleh berbagai factor internal maupun eksternal .

Namun melalui Tabel 1.2 dan 1.3 kita dapat melihat bahwa Pendapatan usaha Waserda begitu menurun dari tahun ke tahun di duga di karenakan kurangnya Pelayanan yang kurang bagi anggota dan pelanggan. sehingga mengalami penurunan dari tiap tahun ke tahun.

Pada konsep *Relationship Marketing*, suatu organisasi bisnis mencoba untuk membuat hubungan yang harmonis dengan tiga kontituen kunci untuk yang meliputi pelanggan, pegawai dan anggota masyarakat finansial (pemegang saham, investor, analis)

Pelaksanaan *relationship marketing* di Usaha Waserda berhubungan dengan 3 konstituen kunci yang meliputi Pelanggan, Pegawai, dan Pemasok.



Gambar 1.1 Relationship Marketing Pada Usaha Waserda

Dari gambaran di atas, kita dapat mengetahui bahwa Waserda melakukan hubungan dengan KSU Mitra Saudara sebagai pemasok barang-barang kebutuhan sehari-hari yang dijual di Waserda. Dan hubungan dengan pelanggan. Waserda mengadakan fasilitas buat pelanggan, dan untuk hubungan dengan pegawai. Waserda juga memberikan fasilitas untuk pegawai agar kinerjanya semakin baik. Hubungan dengan masing-masing konstituen kunci dari Waserda kemudian akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Pelanggan

THR. Yang diterima pelanggan Waserda adalah berupa tunjangan hari raya. Setiap tahun pada hari raya Idul Fitri, THR ini dapat berupa uang

maupun barang, ini ditentukan berdasarkan berapa jumlah pembelian yang di lakukan tiap pelanggan tersebut dalam 1 tahun.

2. Pegawai

Untuk Hubungan dengan pegawai Waserda juga memberikan fasilitas untuk meningkatkan motivasi kerjanya. Fasilitas yang di berikan adalah:

- Kendaraan
- Makanan

3. Pemasok

Untuk Hubunganya dengan Pemasok Waserda dengan baik dalam mengikuti program-program yang di adakan pemasok.

Menurut Philip Kotler dalam bukunya *Marketing Insight from A to Z*, salah satu karakteristik utama pemasaran hubungan adalah memfokuskan diri pada partner serta pelanggan dan bukannya pada produk-produk yang dihasilkan perusahaan. Jika dilihat dari uraian sebelumnya, faktor yang menyebabkan Waseda mengalami pendapatan kurang maksimal di karenakan pelayanan yang kurang efektif, oleh karena itu untuk meningkatkan pendapatan waserda perlu di adakan adanya peningkatan pelayanan dan penerapan *relationship marketing* yang baik untuk meningkatkan pendapatan usaha dengan pengadaan fasilitas-fasilitas untuk pelanggan dan pegawai serta pemeliharaan hubungan yang baik . Namun tidak menutup kemungkinan hal ini juga disebabkan oleh faktor lainnya. Jangan sampai penerapan *relationship marketing* yang selama ini dijalankan oleh perusahaan menjadi sesuatu yang tidak efektif dan menghamburkan dana. Oleh karena itu, hal ini perlu dianalisis agar nantinya pemilik dapat memutuskan langkah-langkah yang

harus diambil agar usahanya dapat maju, apakah itu dengan melakukan inovasi pada *relationship marketing* dalam meningkatkan pelayanan atau dengan hal lainnya.

Berdasarkan kondisi yang telah diuraikan, penulis telah melakukan penelitian dengan judul:

“Analisis *Relationship Marketing* Dalam Meningkatkan Pelayanan Unit Usaha Waserda” (Studi kasus Waserda KSU Mitra Saudara Bandung)

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam menganalisis *relationship marketing* terhadap pelayanan, permasalahannya dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana *Relationship Marketing* yang dilaksanakan oleh Unit Usaha Waserda KSU Mitra Saudara Kota Bandung
2. Bagaimana Penilaian anggota terhadap pelayanan yang ada pada unit usaha Waserda KSU Mitra Saudara Kota Bandung
3. Upaya apa saja yang harus dikembangkan unit usaha Waserda KSU Mitra Saudara Kota Bandung dalam *Relationship Marketing* untuk meningkatkan pelayanan yang mempengaruhi pendapatan Waserda.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian penulis dimaksud untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan usaha karena pelayanan di Unit Waserda KSU Mitra Saudara Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berikut tujuan penelitian, meliputi:

1. Untuk mengetahui *Relationship Marketing* di unit usaha waserda KSU Mitra Saudara Kota Bandung
2. Untuk Mengetahui Penilaian anggota terhadap pelayanan yang ada di Unit Usaha Waserda
3. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan unit Waserda KSU Mitra Saudara Bandung dalam pelaksanaan *Relationship Marketing* untuk meningkatkan pelayanan yang mempengaruhi Pendapatan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

Penulis berharap pada penelitian ini bisa menambahkan wawasan atau pengetahuan di bidang pemasaran, khususnya menyangkut *relationship marketing* yang dilakukan terhadap pendapatan usaha penjualan di sebuah koperasi.

1.4.2 Aspek Praktis

Diharapkan penelitian ini menjadi tambahan ilmu kepada pelaku bisnis dalam mempertimbangkan pengambilan keputusan demi keberlangsungan dan pengembangan bisnis