

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Koperasi merupakan salah satu sarana yang efektif dalam mendukung pembangunan ekonomi lokal (PEL). Hal ini terjadi seiring dengan perannya sebagai motor pertumbuhan ekonomi, pencipta akses pasar, dan penumbuh partisipasi demokratis (Shava & Hofisi, 2019). Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM jumlah koperasi aktif Indonesia relatif banyak, hampir 130 ribu unit dan melayani lebih dari 25 juta anggota pada tahun 2020. Meskipun demikian, capaian ini menurun dibandingkan tahun 2015, dimana dilaporkan terdapat lebih dari 150 ribu unit koperasi yang melayani lebih dari 37 juta anggota. Data juga menunjukkan bahwa modal yang dikumpulkan oleh anggota koperasi (modal sendiri) juga menurun, dari 142,6 triliun rupiah (58,8 persen) pada tahun 2015 menjadi 79,3 triliun rupiah pada tahun 2020 (46,7 persen).

Koperasi memainkan peran yang semakin penting dalam pengembangan demokrasi ekonomi di Indonesia. Koperasi bagaikan jantungnya ekonomi bangsa Indonesia. Setiap pergerakan turun naiknya perekonomian seakan terus berpacu bersama jantungnya koperasi. Koperasi telah menjadi salah satu penggerak terbesar roda perekonomian bangsa. Koperasi menjaga asas demokrasi, keramahan, kekeluargaan dan keterbukaan. Seluruh unsur koperasi, baik pengurus, pengawas, pegawai dan anggota yang berhubungan dengan koperasi, harus mematuhi kaidah dan prinsip sosial ekonomi yang berlaku, mampu menciptakan keuntungan, mengembangkan organisasi dan kegiatannya, menempatkan anggota sebagai pemilik dan pengguna. Serta produk dan layanannya yang kolaboratif juga dapat

menciptakan sistem manajemen bisnis yang mencakup keuangan, organisasi, dan informasi secara lengkap (Suryana et al., 2019).

Beberapa studi menyatakan sejumlah fakta dibalik data penurunan kinerja koperasi Indonesia tersebut. Studi Tulus & Nerang (2020) menyatakan bahwa, pada era pemerintahan Joko Widodo, sejak tahun 2014, terdapat setidaknya 60 ribu unit koperasi bermasalah yang dicabut ijinnya. Sementara itu, studi Azhari et al. (2017) dan Hardiyanti (2017) menerangkan bahwa koperasi Indonesia menghadapi serangkaian problematika terkait tata kelola serta rendahnya partisipasi anggota. Kemudian, Halilintar (2018) menyatakan bahwa koperasi Indonesia cenderung kurang kompetitif dibandingkan moda ekonomi konglomerasi Indonesia. Data dan sejumlah hasil studi tersebut mengindikasikan bahwa koperasi Indonesia cenderung semakin kurang diminati oleh masyarakat, kurang bisa bersaing, dan semakin tergantung dari pendanaan modal pihak luar (karena semakin rendahnya partisipasi anggota).

Untuk menjamin keberlangsungan usaha koperasi, maka diperlukan pengelolaan usaha yang sungguh-sungguh, baik dari anggota, pengurus, pengawas maupun pegawai. Koperasi memerlukan pengelolaan yang efisien dan produktif sebagai badan usaha yang sesuai dengan ciri khas bangsa Indonesia. Tujuan terwujudnya koperasi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan kesejahteraan masyarakat pada umumnya, serta turut andil dalam membangun tatanan perekonomian nasional. (Jenitta & Kirwani, 2014)

Koperasi memprioritaskan anggotanya untuk disejahterakan, dan koperasi juga semaksimal mungkin memberikan kontribusi untuk masyarakat di sekitarnya. Koperasi berkontribusi secara positif terhadap penguatan masyarakat, memajukan

ekonomi lokal, dan menciptakan kesempatan bagi anggotanya untuk meningkatkan kualitas hidup mereka melalui kegiatan usaha yang berdasarkan prinsip-prinsip koperasi. Namun sebagaimana halnya, anggota koperasi adalah pemilik dan sekaligus sebagai bagian dari masyarakat yang menggunakan jasa koperasi.

Selain kesamaan kewajiban dan hak yang dimiliki, maka anggota koperasi harus menjaga keseimbangan antara kewajiban dan hak tersebut. Artinya bahwa setiap anggota koperasi akan mendapatkan pelayanan yang sebaik-baiknya dari koperasi yang merupakan haknya, ketika anggota yang bersangkutan telah menyelesaikan berbagai kewajibannya. Atau dengan kata lain semakin besar pelaksanaan kewajiban anggota, maka semakin besar pula hak yang dimiliki anggota yang bersangkutan.

Dalam hal permodalan, kegiatan ekonomi koperasi tidak terlepas dari partisipasi anggota sebagai pemilik yaitu dengan setoran modal anggota berupa simpanan pokok dan simpanan wajib. Semakin baik partisipasi anggota dalam permodalan koperasi maka semakin baik pula perkembangan usaha yang dijalankan koperasi begitupun sebaliknya. Menurut UU nomor 25 tahun 1992 pasal 41 simpanan pokok adalah sejumlah uang yang sama banyaknya yang wajib dibayarkan oleh anggota kepada koperasi pada saat masuk menjadi anggota. Sementara itu simpanan wajib adalah sejumlah simpanan tertentu yang tidak harus sama yang wajib dibayar oleh anggota kepada koperasi dalam waktu dan kesempatan tertentu.

Simpanan wajib dalam koperasi merupakan kewajiban bagi setiap anggota. Simpanan ini harus dibayarkan secara rutin sesuai dengan jangka waktu yang ditentukan, misalnya sebulan sekali. Uang yang masuk pada simpanan wajib tidak

dapat ditarik kembali oleh anggota koperasi selama yang bersangkutan masih menjadi anggota koperasi. Simpanan wajib ini berperan penting dalam modal usaha koperasi, bersama dengan simpanan pokok. Simpanan wajib mempunyai peranan penting dalam membangun permodalan usaha koperasi. Melalui simpanan wajib, koperasi dapat menjamin kelangsungan operasinya dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi para anggotanya. Pembayaran simpanan wajib secara teratur dan kesadaran anggota terhadap jumlah tersebut berperan dalam pengembangan koperasi sebagai entitas ekonomi.

Dalam praktiknya di koperasi, pembayaran simpanan wajib pada anggota tidak selalu tepat waktu yaitu setiap satu bulan sekali, hal tersebut dikarenakan adanya anggota yang memiliki kemampuan namun tidak memiliki kemauan untuk membayar simpanan wajib tepat pada waktunya, sehingga memungkinkan terjadinya masalah akibat adanya kondisi tersebut seperti Sisa Hasil Usaha (SHU) semakin menurun. Oleh karena itu, diperlukan penyadaran agar anggota memiliki kemauan untuk membayar simpanan wajib tepat pada waktunya. Penyadaran perilaku ini akan membantu memastikan kelancaran operasional koperasi dan menjaga stabilitas modal koperasi, sehingga kesejahteraan ekonomi anggota dapat terus ditingkatkan. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk menyadarkan anggota akan pentingnya keteraturan dalam pembayaran simpanan wajib.

Penyadaran perilaku anggota sejalan dengan Teori Rogers (1962) mengenai perubahan perilaku menyatakan bahwa perubahan ini terjadi melalui tahapan AIEETA, yaitu *Awareness* (kesadaran), *Interest* (minat), *Evaluation* (evaluasi), *Trial* (percobaan), dan *Adoption* (adopsi). Tahap pertama *Awareness*, adalah tahap yang paling sulit dan sangat penting dalam proses perubahan perilaku. Tahap ini

merupakan tahap awal yang mempunyai arti bahwa dalam mengadakan perubahan di perlukan adanya kesadaran untuk berubah. Jika tidak ada kesadaran untuk berubah, maka tidak mungkin tercipta suatu perubahan. Kesadaran ini bisa muncul dari pengetahuan baru, informasi, atau pengalaman pribadi yang membuat seseorang menyadari bahwa perubahan diperlukan.

Komunikasi merupakan unsur yang penting dalam perubahan. Setiap orang perlu mendapat penjelasan tentang perubahan untuk menghindari rumor atau informasi yang salah. Jika semakin banyak orang mengetahui tentang keadaan, maka mereka akan semakin baik dan mampu dalam memberikan pandangan ke depan dan mengurangi kecemasan serta ketakutan terhadap perubahan. Penyampaian informasi merupakan salah satu tujuan dari proses komunikasi yaitu untuk memberi informasi (*to inform*). Fungsi komunikasi yang dikemukakan oleh Onong Effendy, “Fungsi komunikasi *to inform* (menyampaikan informasi), *to educate* (mendidik), *to entertain* (menghibur), *to influence* (mempengaruhi)”. Pada fungsi komunikasi *to inform* (menyampaikan informasi), ditujukan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak atau *public* yang dilakukan oleh komunikator guna menjadikan khalayak atau *public* atau komunikan menjadi lebih tahu. Dalam proses komunikasi tersebut bertujuan untuk membentuk kesepahaman berfikir (*mutual understanding*) antara pihak-pihak yang terlibat dalam proses komunikasi. Dalam proses komunikasi, komunikator mengirim pesan atau informasi kepada komunikan sebagai sasaran komunikasi. (Tommy Soeprapto, 2015: 5).

Dalam kajian sosial (sosiologi), syarat terjadinya interaksi sosial adalah dengan adanya (1) kontak sosial; (2) komunikasi. Komunikasi adalah suatu

hubungan yang melibatkan proses ketika informasi dan pesan dapat tersalurkan dari satu pihak ke pihak lain. Tanpa adanya komunikasi, perubahan anggota tidak akan membuahkan hasil yang sesuai dengan tujuan bahkan dapat menyebabkan terjadinya kesalahan dalam proses komunikasi (*Miss Communications*). Oleh sebab itu dibutuhkan model komunikasi yang tepat dalam memberi perubahan kepada para anggota koperasi untuk menciptakan kesepahaman berfikir serta menghindari terjadinya *miss communications*.

Model dibangun agar kita dapat mengidentifikasi, menggambarkan atau mengategorikan komponen-komponen yang relevan dari suatu proses. Sebuah model dapat dikatakan sempurna, jika model tersebut mampu memperlihatkan semua aspek-aspek yang mendukung terjadinya sebuah proses. Misalnya dapat melakukan spesifikasi dan menunjukan kaitan antara satu komponen dengan komponen lainnya dalam suatu proses, serta keberadaannya dapat ditunjukkan dengan nyata (Hafied. 1998: 39-40).

Komunikasi sendiri memiliki peran aktif dalam memecahkan permasalahan anggota dalam partisipasinya terhadap koperasi. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Mutia Sari (2016) dikatakan bahwa efektivitas komunikasi interpersonal berpengaruh positif terhadap partisipasi anggota. Maka dari itu komunikasi yang efektif sangat penting dalam menghadapi fenomena pembayaran simpanan wajib anggota yang tidak selalu tepat waktu yang terjadi di Koperasi Konsumen Ranca Badak Bandung, terdapat data bahwa 14.14% anggota yang tidak patuh membayar simpanan wajib dari total seluruh anggota di 2023. Koperasi Konsumen Ranca Badak Bandung merupakan salah satu koperasi primer, berlokasi Jl. Pasteur No.38, Pasteur, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat 40161, didirikan pada tanggal

21 Oktober 1976 dengan SK Direktur No. 1177/d/pers/1976. Awalnya koperasi ini merupakan Koperasi Pegawai RI RSUP DR Hasan Sadikin Bandung, lalu Koperasi Konsumen Ranca Badak Bandung beralih status sejak Juni 2023. Anggota dan juga pengurus Koperasi Konsumen Ranca Badak Bandung merupakan pegawai negeri sipil (PNS) di RSUP DR Hasan Sadikin.

Pada Koperasi Konsumen Ranca Badak Bandung sendiri simpanan wajib anggota memiliki sedikit permasalahan, hal ini disebabkan kurangnya kesadaran anggota dalam membayar simpanan wajib tepat waktu, dimana biasanya anggota lebih menunggu adanya pemotongan gaji oleh koperasi, pemotongan ketika pembagian SHU atau adanya kegagalan pembayaran karena anggota telah menarik atau membayar cicilan non koperasi dari Bank Payroll. Sehingga hal ini lah yang menjadi penyebab permasalahan dari ketidakstabilan keuangan di Koperasi Konsumen Ranca Badak Bandung. Adapun data simpanan wajib anggota di Koperasi Konsumen Ranca Badak Bandung adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Perkembangan Simpanan wajib anggota Koperasi Konsumen Ranca Badak Bandung selama 5 tahun terakhir

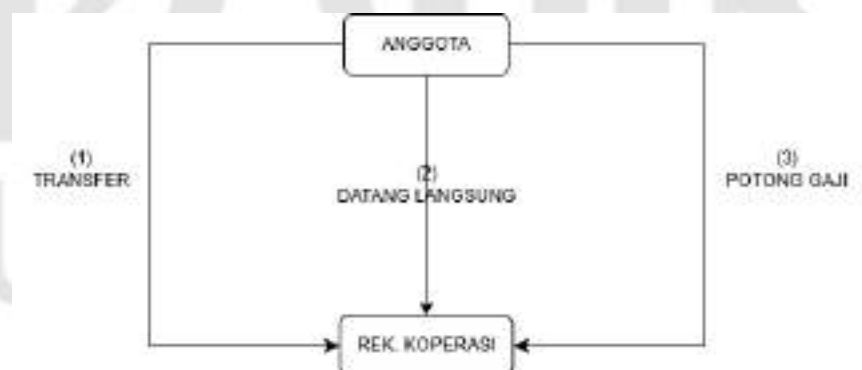
Tahun	Anggota		SW (Target) Rp	SW (Realisasi) Rp	Ketercapaian Target (%)
	Orang	$\Delta\%$			
2019	2316	-	19.260.085.983,00	17.042.064.250,00	88,49
2020	2230	4,40	20.690.928.983,00	18.240.908.250,00	88,16
2021	2137	(4,17)	19.260.267.983,00	19.180.477.250,00	99,61
2022	2155	0,84	22.180.207.331,00	21.083.010.650,00	95,06
2023	2122	(1,53)	24.868.202.733,00	23.038.318.237,00	92,64

Sumber: Laporan Pertanggungjawaban Koperasi Konsumen Ranca Badak Bandung

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa ketercapaian target simpanan wajib meningkat hal tersebut terlihat sebagai pencapaian yang positif, namun tidak demikian karena realisasi simpanan wajib setiap tahunnya selalu tidak mencapai target simpanan

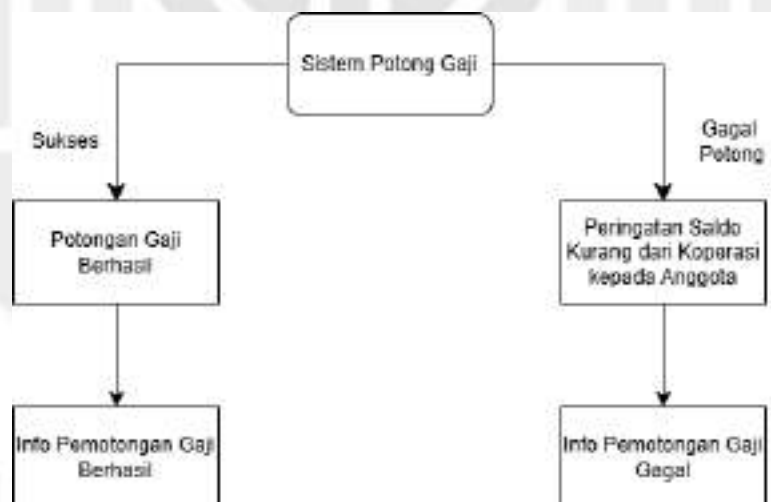
wajib. Target simpanan wajib mengalami peningkatan secara signifikan, walaupun jumlah anggota koperasi mengalami penurunan. Kenaikan target simpanan wajib ini dikarenakan adanya akumulasi piutang anggota kepada koperasi pada tahun-tahun sebelumnya, sehingga koperasi akan senantiasa melakukan peningkatan target simpanan wajib meskipun jumlah anggota mengalami penurunan.

Kenaikan simpanan wajib pada Koperasi Konsumen Ranca Badak Bandung ini dipengaruhi oleh sistem dari pembayaran simpanan wajib anggota sendiri. Koperasi Konsumen Ranca Badak Bandung sendiri memiliki tiga sistem pembayaran untuk simpanan wajib (SW) anggota. Ketiga sistem pembayaran tersebut, yaitu transfer, potong gaji, dan pembayaran langsung di kantor koperasi. Pertama, anggota dapat melakukan pembayaran simpanan wajib melalui transfer dana dari rekening pribadi ke rekening koperasi melalui mobile banking atau internet banking, sistem pembayaran ini jarang digunakan pada koperasi ini. Kedua, pembayaran langsung ke kantor koperasi, dimana anggota menyerahkan uang tunai kepada karyawan untuk disetorkan ke rekening koperasi dan diverifikasi. Ketiga, sistem potong gaji, dimana dana anggota dipotong otomatis dari gaji bulannya. Hal ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 1.1 Sistem Pembayaran Simpanan Wajib Anggota

Pada hasil observasi awal, dimana sistem pembayaran simpanan wajib anggota pada Koperasi Konsumen Ranca Badak Bandung ini dapat ditunjukkan bahwa tidak ada anggota yang melakukan pembayaran secara transfer kepada koperasi, dari 2122 anggota hanya 50 orang anggota atau 2,4 % yang membayar secara langsung kepada koperasi secara tepat waktu, sedangkan sisanya 2072 anggota atau 97,6 % dari jumlah keseluruhan anggota lebih memilih sistem potong gaji dalam membayar simpanan wajib mereka. Namun sistem pembayaran potong gaji ini sering mengalami kegagalan teknis atau administrasi pada saat berlangsung. Adapun kegagalan sistem pembayaran potong gaji ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1.2 Sistem Potong Gaji Pembayaran Simpanan Wajib

Pada Gambar 1.2 dapat dilihat bahwa sistem potong gaji anggota untuk pembayaran simpanan wajib Koperasi Konsumen Ranca Badak Bandung ini mengalami kesuksesan dan kegagalan pembayaran. Kegagalan pembayaran pada sistem potong gaji ini dikarenakan adanya kekurangan saldo anggota pada rekening yang telah terdaftar di koperasi. Sehingga anggota belum dapat tepat waktu dalam membayar simpanan wajib mereka. Meskipun sistem potong gaji ini mengalami

kegagalan dalam pembayarannya, anggota lebih memilih agar gaji mereka dipotong saat pembayaran simpanan wajib, dikarenakan anggota kurang memperhatikan dalam pembayaran simpanan wajib tepat waktu. Hal ini berakibat pada anggota tidak patuh dalam membayar simpanan wajib.

Penulis juga menduga bahwa pengurus tidak melakukan komunikasi bermedia secara memadai dengan anggota, yang seharusnya dilakukan melalui media yang sesuai. Hal ini juga terbukti dengan keberadaan *grup WhatsApp* sebagai media komunikasi, namun sulit bagi anggota karena jumlah mereka yang lebih dari lima ratus orang. Ditambah lagi, pengurus tidak melakukan komunikasi mediated kepada anggota untuk mengingatkan pembayaran simpanan wajib. Dan hal inipun disebabkan juga oleh komunikasi *face to face* (langsung) antara pengurus dan anggota jarang terjalin atau hanya terjadi satu tahun sekali ketika Rapat Anggota Tahunan (RAT) untuk mengedukasi pembayaran simpanan wajib tepat waktu. Selain itu, pengurus juga kurang proaktif dalam memberikan solusi atau opsi pembayaran alternatif kepada anggota yang menghadapi kesulitan keuangan.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan dan fenomena yang terjadi pada koperasi tersebut, maka dari itu menarik untuk diteliti lebih lanjut. Sehingga perlu dilakukan penelitian mengenai model komunikasi pengurus dengan anggota dalam upaya meningkatkan kesadaran anggota untuk membayar simpanan wajib pada Koperasi Konsumen Ranca Badak Bandung. Maka peneliti merumuskan masalah dengan pertanyaan penelitian yaitu bagaimana model komunikasi pengurus dengan anggota dalam upaya meningkatkan kesadaran anggota untuk membayar simpanan wajib.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka terdapat beberapa masalah yang dapat penulis identifikasikan ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana komunikasi pengurus dengan anggota Koperasi Konsumen Ranca Badak Bandung dalam upaya meningkatkan kepatuhan anggota dalam membayar simpanan wajib.
2. Bagaimana kepatuhan anggota Koperasi Konsumen Ranca Badak Bandung dalam membayar simpanan wajib.
3. Bagaimana model komunikasi pengurus Koperasi Konsumen Ranca Badak Bandung dalam upaya meningkatkan kepatuhan anggota dalam membayar simpanan wajib.

1.3 Maksud Penelitian

Penelitian ini mempunyai maksud dan tujuan yang akan dijelaskan pada subbab berikut ini:

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menggambarkan model komunikasi pengurus dengan anggota dalam upaya meningkatkan kesadaran anggota terhadap pembayaran simpanan wajib pada Koperasi Konsumen Ranca Badak Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan beberapa identifikasi masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana:

1. Komunikasi pengurus dengan anggota Koperasi Ranca Badak dalam upaya meningkatkan kesadaran anggota terhadap pembayaran simpanan wajib.
2. Kesadaran anggota Koperasi Konsumen Ranca Badak Bandung terhadap pembayaran simpanan wajib.

3. Model komunikasi pengurus dalam upaya meningkatkan kesadaran anggota terhadap simpanan wajib.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki kegunaan bagi aspek teoritis maupun aspek guna laksana yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen komunikasi pada organisasi koperasi khususnya, terutama dalam meningkatkan efektivitas komunikasi antara pengurus dan anggota. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kepatuhan anggota dalam membayar simpanan wajib. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi para peneliti yang tertarik untuk menyelidiki masalah yang serupa.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yang signifikan bagi Koperasi Konsumen Ranca Badak Bandung, termasuk bagi pengurus, pengawas, karyawan, dan anggota, terkait penyelesaian masalah piutang simpanan wajib melalui komunikasi yang efektif antara pengurus dan anggota. Dengan tujuannya adalah untuk meningkatkan kepatuhan anggota dalam membayar simpanan wajib.