

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam upaya memperbaiki taraf hidup masyarakat dan memenuhi kebutuhan bersama dalam bidang ekonomi, sosial dan budaya maka salah satu koperasi yang ikut serta mengembangkan dan memperjuangkan perekonomian nasional adalah koperasi. Persaingan dalam bidang usaha yang berlangsung saat ini merupakan salah satu alasan utama terciptanya berbagai macam produk, pelayanan, serta pemasaran yang dilakukan para pengusaha bisnis. Persaingan tersebut, dipacu oleh keahlian dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) dan juga Koperasi. Ketiga pelaku ekonomi tersebut diharapkan bisa tumbuh menjadi penggerak utama dalam upaya pembangunan ekonomi di Indonesia apalagi sekarang ekonomi di Indonesia semakin memburuk dan melemah karena keadaan saat ini maka ketiga sektor usaha tersebut tugasnya semakin besar karena mereka harus bisa meningkatkan kembali keadaan ekonomi di Indonesia. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 33 Ayat (1) Undang-undang Dasar RI 1945 yang mengatakan; **“Ekonomi yang telah diatur sebagai usaha bersama berdasarkan atas dasar kekeluargaan”**.

Salah satu tiang perekonomian Indonesia yang besar adalah koperasi. Koperasi di Indonesia semakin lama semakin menunjukkan perkembangannya. Pengertian dan

tujuan koperasi menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang:

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

Dalam upaya memperbaiki keadaan ekonomi masyarakat dan untuk memenuhi kebutuhan bersama di bidang ekonomi salah satu koperasi yang ikut serta dalam mengembangkan dan memperjuangkan perekonomian nasional adalah Koperasi KSU Cilengkrang. Koperasi KSU Cilengkrang berdiri pada tanggal 10 Mei 1950 dengan Badan Hukum : No.1105/BH/PAD/KWK . 10/VIII/1997, tanggal 21 Agustus 1997 di Kecamatan Ujung berung dibentuk suatu usaha koperasi yang jenis Usahanya termasuk kedalam serba usaha (Multi Purpose), yang terletak di Desa Cilengkrang, Kecamatan Cibiru, Kabupaten Bandung yang menjadi pelopor pendirinya Koperasi terebut adalah bapak Suwita, Bapak KM Saman, Bapak Arta, Bapak Sukarta dan Bapak Enda. Hampir 50% dari kepala keluarga yang ada di desa Cilengkrang menjadi anggota, bahkan masyarakat dari luar Desa juga banyak yang ikut bergabung menjadi anggota koperasi. Koperasi ini juga memiliki karyawan sebanyak 6 orang dan pengawas sebanyak 3 orang. Koperasi tersebut memiliki 3 unit usaha yang aktif berjalan, yaitu unit usaha Simpan Pinjam Manasuka, Simpanan 12 Juli dan juga unit usaha waserda.

Cara koperasi dalam memenuhi kebutuhan anggotanya adalah dengan menyediakan unit usaha yang sesuai dengan kebutuhan anggota, salah satunya yaitu Unit Perdagangan. Unit Perdagangan ditujukan sebagai unit usaha pelayanan untuk memenuhi kebutuhan baik sehari-hari maupun kebutuhan barang-barang konsumsi lainnya bagi anggota koperasi itu sendiri. Pada praktik perkembangannya Unit perdagangan selain memenuhi kebutuhan anggotanya koperasi juga dapat menjual produk untuk masyarakat lain selain anggota yang berada di sekitaran koperasi tersebut.

Partisipasi anggota sangat diperlukan dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan koperasi. Hal tersebut dinyatakan dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Bab V Pasal 17, dimana anggota koperasi dapat memiliki dan sekaligus dapat memanfaatkan jasa koperasi, yang berarti bahwa usaha koperasi selayaknya ditujukan untuk melayani anggota, dengan demikian apabila anggota sebagai pelanggan utama yang dilayani koperasi tidak ikut berpartisipasi maka esensi koperasi menjadi sistem ekonomi yang tidak tercapai. Kelangsungan ekonomi koperasi dijalankan oleh keaktifan anggota dalam mendukung dan memanfaatkan layanan usaha koperasi, oleh karena itu keberhasilan dalam mendukung dan memanfaatkan layanan usaha koperasi sangat ditentukan oleh partisipasi anggota koperasi.

Dalam upaya mengembangkan unit usahanya KSU Cilengkrang tidak hanya melakukan komunikasi secara konvensional saja. KSU Cilengkrang juga memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang salah satunya dengan

menggunakan media sosial dan market place sebagai sarana promosi dan juga sebagai sarana penjualan. Hal tersebut memudahkan pengurus dalam mengelola koperasi sehingga lebih efektif dan efisien dalam melakukan promosi dan juga penjualan.

Melihat pada jenis-jenis koperasi maka Koperasi Konsumen KSU Cilengkrang merupakan perwujudan dari koperasi konsumen. Koperasi konsumen merupakan koperasi yang menjual berbagai barang keperluan sehari-hari untuk para anggota koperasi tersebut. Kegiatan utama Koperasi Konsumen adalah membeli barang atau jasa.

Koperasi ini memiliki beberapa unit usaha yaitu:

1. Unit Perdagangan
2. Unit Simpan Pinjam

Koperasi Konsumen KSU Cilengkrang dari Tahun 1950 masih aktif dan terus berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan anggotanya sampai saat ini. Dalam perkembangan jumlah anggota Koperasi Konsumen mengalami penurunan dalam jumlah anggota.

Adapun penelitian ini akan difokuskan pada Unit Perdagangan, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. 1 Jumlah Anggota KSU Cilengkrang Tahun 2017-2021

Tahun	Jumlah anggota (Orang)			Persentasi Naik/Turun
	Anggota	Masuk	Keluar	
2017	1.294	70	116	-8,5%
2018	1.248	58	170	-13,1%
2019	1.136	72	53	4,3%
2020	1.155	51	131	-10,8%
2021	1.075	57	99	-8,8%

Sumber : Laporan RAT Koperasi KSU Cilengkrang Tahun 2017-2021

Dari Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa terjadi kenaikan dan penurunan pada jumlah anggota. Jumlah anggota yang masuk terbanyak ada pada tahun 2019 dengan jumlah 72 orang, sedangkan untuk jumlah anggota keluar terbanyak adalah pada tahun 2018 dengan jumlah 170 orang anggota yang keluar. Jadi dengan total anggota yang masih aktif dan terdaftar saat ini pada tahun 2021 adalah sebanyak 1.702 orang.

Penurunan dan kenaikan jumlah anggota tersebut mempengaruhi tingkat partisipasi anggota pada setiap unit usaha yang dimiliki oleh koperasi. Adapun data pendapatan dari unit usaha Koperasi serba Usaha (KSU) Cilengkrang.

**Tabel 1. 2 Pendapatan Persentase Kontribusi Unit Usaha Waserda Tahun
2021 KSU Cilengkrang**

No.	Unit Usaha	Pendapatan (Rp)	Persentase kontribusi (%)
1.	Simpan Pinjam 12 Juli	271.238.636	20%
2.	Simpan Pinjam Manasuka	3.823.596.651	70%
3.	Waserda	112.447.600	10%
	Jumlah	4.585.132.007	100%

Sumber : Laporan RAT Koperasi Serba Usaha Cilengkrang Tahun 2021

Unit Waserda merupakan unit usaha di bidang retail yang berupaya untuk memudahkan anggota dalam mendapatkan barang-barang yang mereka butuhkan dalam kehidupan sehari-hari seperti makanan dan minuman dan juga kebutuhan rumah tangga lainnya. Dalam menjalankan usahanya Waserda berada dalam pasar persaingan sempurna yang dihadapkan oleh beberapa pesaing usaha-usaha retail lainnya seperti Indomart, yang mana setiap pesaingnya memiliki produk yang diperjual belikan bersifat homogen dengan harga yang relative berbeda, sehingga membuat para anggota bisa saja berpaling dengan berbelanja pada usaha retail tersebut. Berikut adalah table partisipasi total pada unit usaha Waserda KSU Cilengkrang.

**Tabel 1. 3 Partisipasi Anggota Total Pada Unit Usaha Waserda Tahun
2017-2021**

Tahun	Penjualan				Jumlah
	Anggota	Partisipasi Anggota	Non Anggota	Kontribusi Non Anggota	
2017	18.102.950	25%	48.194.400	75%	66.297.350
2018	40.394.300	37%	66.606.595	63%	107.000.895
2019	52.640.450	31%	60.565.300	69%	113.205.750
2020	29.009.925	29%	62.335.200	71%	91.345.125
2021	17.000.600	23%	95.447.000	73%	112.447.600
Total	157.148.225	28%	333.148.495	72%	490.296.720

Sumber : Laporan Penjualan Unit Waserda 2017 – 2021

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat disimpulkan bahwa pendapatan pada Unit Usaha Waserda mengalami penurunan pada tahun 2018 sampai pada tahun 2021, namun partisipasi belanja anggota masih rendah dibandingkan dengan non anggota yaitu sebesar 4% sampai 5% dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021, sedangkan penjualan terbanyak didapatkan dari transaksi non anggota yaitu sebesar 72%.

Koperasi menjual beberapa jenis produk yang dibutuhkan oleh anggota dan konsumen, produk tersebut merupakan barang atau keperluan yang dibutuhkan oleh anggota dalam kehidupan sehari-hari. Ada beberapa produk yang dijual oleh koperasi

dengan tingkat margin atau keuntungan yang didapatkan oleh koperasi, namun keuntungan tersebut dirasa sangat minim atau kecil.

Selanjutnya, disini Koperasi KSU Cilengkrang khususnya pada unit usaha Waserda menjual beberapa produk yang dibutuhkan oleh para anggota dan harga yang dijual oleh koperasi. Terdapat margin atau keuntungan yang didapatkan oleh koperasi terhadap produk yang dijual, antara lain sebagai berikut:

Tabel 1. 4 Pembagian Sisa Hasil Usaha Tahun 2021

No	Keterangan	Besarnya(%)	Jumlah(Rp)
1	Penyimpan	25	12.506.630
2	Peminjam	25	12.506.630
3	Pengurus	10	5.002.645
4	Pegawai	5	2.501.330
5	Cadangan	25	12.506.630
6	Dana Pendidikan	5	2.501.330
7	Dana Sosial	2.5	1.250.665
8	Dana Pembangunan Daerah Kerja	2.5	1.250.665
Jumlah		100	59.630.000

Sumber : Laporan RAT KSU Cilengkrang Tahun 2021

Data tersebut menunjukkan partisipasi anggota menurun dan cenderung rendah, padahal dalam hakekatnya pengembangan koperasi harus ada kerjasama antara pihak koperasi dengan anggota yaitu, koperasi memiliki peran untuk menyediakan kebutuhan anggota sedangkan anggota memberikan respon atau *feedback* dalam

bentuk partisipasi terhadap koperasi. Setelah dilakukan observasi dan wawancara secara langsung dapat diduga bahwa penurunan partisipasi anggota sebagai pelanggan terjadi karena terdapat beberapa faktor, seperti dibawah ini :

1. Ruang Unit Usaha Perdagangan relatif sempit.
2. Harga yang ditetapkan koperasi sebagian relatif lebih mahal dibandingkan dengan pesaing.
3. Ketersediaan barang dagang masih kurang banyak.
4. Merek yang tersedia kurang beragam.
5. Tata letak rak ataupun barang yang akan dijual tidak tersusun rapih.
6. Jenis produk masih kurang banyak.

Selain itu, terjadi persaingan antara Usaha Waserda dengan mini market lainnya. Dengan menawarkan diskon tentunya hal ini dapat menarik perhatian para anggota. Oleh sebab itu, minat anggota untuk belanja bulanan di Waserda guna memenuhi kebutuhan sehari-hari jadi menurun. Hal ini menyebabkan berkurangnya partisipasi anggota dalam kontribusinya terhadap penjualan atau transaksi terhadap koperasi. Maka dari itu koperasi diharapkan mampu menerapkan strategi penetapan harga dengan tepat guna meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan serta dapat meningkatkan volume penjualan pada koperasi. Pemahaman yang baik tentang konsep strategis penetapan harga pada koperasi akan membentuk para pelaku usaha untuk mengimplementasikan strategi yang tepat dalam upaya meningkatkan penjualan serta meningkatkan loyalitas konsumen. Masing-masing perusahaan harus

menentukan strategi yang tepat dari sudut pandang posisinya di industri dan tujuan, peluang, keahlian dan juga sumber daya yang dimiliki.

Dalam hal ini koperasi harus melakukan beberapa strategi untuk meningkatkan eksistensinya dalam upaya meningkatkan penjualan dan usahanya. Sehingga partisipasi anggotanya mampu meningkat. Partisipasi anggota merupakan salah satu unsur dasar dari bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan sesuatu yang penting yang harus diperhatikan dalam menunjang keberhasilan unit usaha waserda di tengah ramainya persaingan dengan usaha yang serupa. Hal tersebut harus dianalisis lebih jauh dalam upaya penetapan harga jual yang sesuai serta dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota dalam transaksi pembelian pada koperasi. Selain itu, hal tersebut terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat penetapan harga sehingga dapat sesuai dengan apa yang diharapkan oleh anggota. Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti mengangkat judul penelitian sebagai berikut, **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENENTU DALAM PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK” Studi kasus pada Unit Usaha Waserda di Koperasi KSU Cilengkrang.**

1.2 Identifikasi Masalah

Meninjau pada latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi oleh peneliti adalah seperti berikut ini:

1. Bagaimana penetapan harga pada pada Unit Usaha Waserda di KSU Cilengkrang.
2. Faktor apa saja yang terdapat pada tahap penetapan harga produk pada koperasi KSU Cilengkrang.
3. Upaya apa yang dilakukan Unit Usaha Waserda pada Koperasi KSU Cilengkrang untuk menetapkan harga agar dapat bersaing dengan retail lain.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis faktor-faktor penetapan harga dalam upaya meningkatkan kembali partisipasi anggota di Unit Usaha Waserda dalam berbelanja dan bertransaksi pada Koperasi KSU Cilengkrang .

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mencari permasalahan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana penetapan harga yang dilakukan oleh Koperasi KSU Cilengkrang dalam unit usaha waserda.
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penetapan harga produk yang ditawarkan pada Unit Usaha Waserda.
3. Untuk mengetahui upaya apa yang harus dilakukan Koperasi KSU Cilengkrang pada unit usaha Waserda dengan menetapkan harga jual agar dapat bersaing dengan usaha retail lainnya.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian diharapkan sebagai kontribusi untuk penambahan ilmu yang didukung oleh data Empiric berupa fakta-fakta yang terjadi dilapangan (Koperasi) yang diperoleh melalui kegiatan observasi untuk ilmu dibidang bisnis yang berhubungan dengan analisis faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap penetapan harga produk yang sesuai.

1.4.2 Aspek Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, masukan serta menjadi pedoman bagi pengawas, pengurus, serta anggota Koperasi Serba Usaha Cilengkrang dalam menentukan Strategi penetapan harga yang tepat agar dapat bersaing dengan pelaku usaha retail lainnya.

