

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Koperasi sebagai badan usaha yang berlandaskan asas kekeluargaan dan gotong royong memiliki peran yang penting didalam suatu perekonomian, terutama dalam memberdayakan anggotanya. Di Indonesia sendiri, koperasi telah menjadi bagian penting dari sistem ekonomi kerakyatan, dengan tujuan utama untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Seperti yang tertuang dalam UU No.25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, dalam Bab II Pasal 3 yang berbunyi:

“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”.

Namun demikian, banyak koperasi di Indonesia yang menghadapi persoalan rendahnya partisipasi anggota meski jumlah koperasi terus meningkat dari sisi kuantitas, hal tersebut tidak selalu diikuti oleh kualitas partisipasi anggota dalam kegiatan usaha koperasi. Oleh karena itu, koperasi perlukan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki dan dihadapi oleh koperasi agar mampu menarik kembali partisipasi anggota, khususnya dalam fungsi koperasi sebagai penyedia barang atau jasa.

Menurut Rangkuti (2013), Analisis SWOT adalah suatu teknik perencanaan strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang berhubungan dengan bisnis atau proyek tertentu. Dengan mengetahui posisi strategis dari

keempat elemen tersebut, perusahaan dapat menentukan strategi yang paling tepat dan efektif dalam menghadapi persaingan.

Kedudukan anggota sebagai pemilik (*owners*) dan juga pelanggan (*users*) dalam koperasi merupakan kunci utama dalam menentukan keberhasilan koperasi, koperasi dibangun oleh dan untuk anggotanya, sehingga keberlangsungan usaha koperasi sangat ditentukan oleh tingkat partisipasi aktif dari para anggotanya. Seberapa besar anggota memanfaatkan layanan koperasi sebagai pelanggan, peminjam, atau pengguna jasa lainnya merupakan indikator keberhasilan dari pengelolaan koperasi itu sendiri.

Menurut Dasuki, R. E (2021) bahwa koperasi harus mampu meningkatkan partisipasi anggota baik sebagai pemilik ataupun sebagai pelanggan agar dapat mandiri khususnya di bidang permodalan yang bersumber dari kekuatan sendiri serta mempunyai jaringan yang kuat agar mandiri di masa yang akan datang.

Dalam Buku Saku Koperasi (2010:4) yang ditulis oleh Deputi Pengembangan SDM, dijelaskan bahwa terdapat berbagai cara untuk meningkatkan partisipasi anggota koperasi, baik melalui pendekatan materi maupun non-materi. Pendekatan materi mencakup pemberian komisi dan insentif, bonus, serta tunjangan sebagai bentuk penghargaan atas keterlibatan aktif anggota dalam setiap kegiatan organisasi maupun dalam penggunaan layanan barang dan jasa yang disediakan oleh koperasi. Sementara itu, pendekatan non-materi dilakukan dengan memberikan motivasi kepada seluruh komponen koperasi, terutama melalui pelibatan anggota dalam proses pengambilan keputusan secara bersama.

Pendekatan ini bertujuan membangun rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap keberlangsungan koperasi.

Keberhasilan koperasi sangat ditentukan oleh seberapa besar anggota memanfaatkan layanan koperasi secara aktif. Tanpa keterlibatan anggota sebagai pengguna jasa koperasi, misalnya dalam bentuk pembelian barang, peminjaman dana, atau penggunaan layanan lainnya, maka aktivitas ekonomi koperasi tidak akan berjalan optimal, bahkan bisa stagnan. Oleh karena itu, koperasi harus mengetahui keadaan internal dan eksternalnya dengan analisis SWOT untuk meningkatkan minat dan loyalitas anggota dalam menggunakan layanan koperasi. Pendekatan materi dapat menjadi daya tarik awal untuk mendorong anggota lebih aktif sebagai pelanggan, sementara pendekatan non-materi memperkuat rasa memiliki dan keterikatan emosional terhadap koperasi.

Menurut Dasuki, R. E (2023) bahwa keberhasilan koperasi diukur oleh sejauh mana koperasi dapat memberikan manfaat ekonomi kepada anggotanya. Anggota lebih efisien jika berpartisipasi dengan koperasi, maka anggota dapat memperoleh manfaat ekonomi, berupa harga yang lebih murah dibandingkan jika anggota bertransaksi dengan bukan koperasi. Selisih harga koperasi dengan harga non koperasi merupakan manfaat ekonomi langsung, atau efisiensi partisipasi anggota.

Primkoppol Restabes Bandung merupakan salah satu Koperasi dengan No. Badan Hukum 518/PAD,41-DISKOP/2003 yang beranggotakan para Polisi. Koperasi Primkoppol Restabes Bandung melayani kebutuhan anggotanya dalam

hal kebutuhan sehari-hari. Adapun unit usaha yang dikelola Primkoppol Restabes Bandung antara lain Unit Niaga dan Unit Simpan Pinjam.

Unit Niaga sendiri menyediakan barang-barang kebutuhan dari para anggota mulai dari kebutuhan sehari-hari dan perlengkapan yang dibutuhkan, Unit Niaga juga menyediakan pengantaran bagi anggotanya dan karena Primkoppol Restabes Bandung ini termasuk Koperasi Fungsional jadi Unit Niaga juga menyediakan sistem pinjaman yaitu pembayaran dengan menggunakan pemotongan dari gaji.

Berikut data partisipasi anggota yang bertransaksi pada Unit Niaga Primkoppol Restabes Bandung selama periode 2020-2024.

Tabel 1.1 Perkembangan Partisipasi Transaksi Anggota Pada Unit Niaga Primkoppol Restabes Bandung Tahun 2020-2024

Tahun	Jumlah Anggota (Orang)	Partisipasi Anggota Bertransaksi (Orang)	Persentase (%)
2020	3.082	867	28,13
2021	2.926	695	23,75
2022	2.772	691	24,93
2023	2.646	591	22,34
2024	2.565	589	22,96

Sumber: Laporan RAT Primkoppol Restabes Bandung Tahun 2020-2024

Berdasarkan Tabel 1.1, penulis mengidentifikasi bahwasanya partisipasi anggota dalam bertransaksi dari tahun 2020-2024 mengalami fluktuasi, partisipasi anggota bertransaksi paling besar berada di tahun 2020 dimana terdapat 867 anggota atau sebanyak 28,13% yang berpartisipasi. Pada tahun 2023 terjadi

penurunan yang signifikan yaitu sebanyak 591 orang atau sekitar 22,34% . Walaupun pada tahun 2024 mengalami kenaikan dalam hal persentase yaitu sebesar 22,96% tapi tetap mengalami penurunan partisipasi menjadi sebanyak 589 orang.

Adapun data volume transaksi anggota pada Unit Niaga Primkoppol Restabes Bandung sebagai berikut.

Tabel 1.2 Perkembangan Volume Transaksi Anggota Unit Niaga Primkoppol Restabes Bandung tahun 2020-2024

Tahun	Penjualan (Rp)	Presentase (%)	Partisipasi Anggota Bertransaksi (Orang)	Rata-rata Transaksi Anggota (Rp)	Rata-rata Transaksi Anggota Perbulan (Rp)
2020	585.205.250	-	867	674.977	56.248
2021	617.969.000	5,60	695	889.164	74.097
2022	590.112.150	(4,51)	691	853.997	71.166
2023	575.885.950	(2,41)	591	974.426	81.202
2024	553.342.900	(3,91)	589	939.462	78.289

Sumber: Laporan RAT Primkoppol Restabes Bandung 2020-2024

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa rata-rata transaksi anggota perbulannya mengalami fluktuasi dengan transaksi paling tinggi ada pada tahun 2023 sebesar Rp 81.202. Akan tetapi mengalami penurunan kembali di tahun 2024 menjadi Rp 78.289. Hal ini diduga karena anggota lebih memilih berbelanja di luar Unit Niaga sehingga Transaksi anggota pada Unit Niaga cenderung menurun walaupun rata-rata transaksinya mengalami fluktuasi.

Dan dari hasil dari wawancara dengan salah satu pengurus koperasi pun beliau mengungkapkan bahwa anggota cenderung berbelanja di luar dibandingkan dengan koperasi, itu disebabkan karena beberapa alasan, seperti:

1. Tempat koperasi yang kurang strategis
2. Produk yang kurang lengkap
3. Banyaknya pesaing : Supermarket ada 7, Minimarket ada 5
4. Promosi yang kurang hanya dari mulut-kemulut
5. Keterbatasan tempat

Penulis mengidentifikasi bahwa adanya penurunan partisipasi anggota sebagai pelanggan dalam bertransaksi dilihat dari penjualan koperasi yang menurun dari beberapa tahun terakhir dan anggota yang cenderung masih memilih belanja diluar daripada di Unit Niaga. Hal ini dapat terjadi ketika masih adanya kelemahan di internalnya sendiri seperti tempat yang kurang strategis, produk yang kurang lengkap, keterbatasan tempat dan promosinya yang masih dari mulut kemulut dan ancaman dari eksternal seperti adanya pesaing atau kompetitor disekitar Primkoppol Restabes Bandung. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kurangnya pemahaman kondisi internal dan eksternal koperasi yang sehingga perlu dilakukan analisis SWOT oleh Primkoppol Restabes Bandung untuk mengetahui cara meningkatkan partisipasi anggotanya dalam bertransaksi di Unit Niaga.

Oleh karena itu dibutuhkan suatu cara untuk menentukan strategi usahanya agar strateginya tepat dalam mengatasi masalah dilapangan. Dengan metode analisis SWOT dapat menentukan strategi yang tepat dilapangan dengan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternalnya.

Adapun penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh oleh Aprilliifalya & Azhar (2025) dengan judul “Strategi Pemasaran Pada Koperasi Konsumen

Karyawan Swabina Gatra Dalam Meningkatkan Partisipasi Anggota”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa lokasi usaha yang kurang strategis, kurangnya variasi produk, serta promosi yang minim menjadi penyebab menurunnya partisipasi anggota. Penelitian tersebut menekankan perlunya evaluasi dan penguatan strategi pemasaran koperasi agar lebih menarik dan relevan bagi anggotanya. Selain itu, penelitian oleh Sudrartono (2018) dengan judul “Dampak Strategi Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Partisipasi Anggota Sebagai Pengguna Koperasi”. Hasilnya menunjukkan bahwa bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat partisipasi dan keputusan anggota untuk menggunakan layanan koperasi. Selain aspek pemasaran, Novijanti et al. (2023) dengan judul “Strategi Pengembangan Loyalitas Anggota Koperasi Karyawan Danakita Syariah” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang prima dan komunikasi terbuka antar pengurus dan anggota sangat berpengaruh dalam meningkatkan loyalitas anggota.

Sehubung dengan fenomena di atas maka, yang harus dilakukan oleh Unit Niaga untuk meningkatkan partisipasi anggotanya dalam bertransaksi yaitu dengan memperhatikan faktor internal dan juga faktor eksternalnya terlebih dahulu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis SWOT yang dijalankan Unit Niaga Primkoppol Restabes Bandung dalam meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.

Sehubung dengan itu, maka peneliti melakukan penelitian terhadap Unit Niaga Primkoppol Restabes Bandung yang berjudul:

“ANALISIS SWOT DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN” (Studi Kasus pada Unit Niaga Primkoppol Restabes Bandung. Jl Merdeka No 18-20 Babakan Ciamis, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa permasalahan yang saling berkaitan terhadap menurunnya partisipasi anggota sebagai pelanggan pada Unit Niaga Primkoppol Restabes Bandung. Permasalahan ini tidak hanya berdampak pada kinerja usaha koperasi, tetapi juga berpotensi mengganggu pencapaian tujuan utama koperasi, yaitu meningkatkan kesejahteraan anggota.

Adapun permasalahan yang berhasil diidentifikasi antara lain sebagai berikut:

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki dan dihadapi oleh Unit Niaga Primkoppol Restabes Bandung.
2. Bagaimana tingkat partisipasi anggota sebagai pelanggan pada Unit Niaga Primkoppol Restabes Bandung.
3. Upaya apa saja yang perlu dilakukan oleh Primkoppol Restabes Bandung untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji dan menganalisis SWOT yang diterapkan oleh Unit Usaha Niaga Primkoppol Restabes Bandung dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan. Maksud utama dari penelitian ini adalah untuk memahami sejauh mana efektivitas analisis SWOT yang telah dilaksanakan serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi rendahnya tingkat partisipasi anggota. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan upaya strategis yang dapat direkomendasikan guna meningkatkan keterlibatan anggota dalam kegiatan usaha koperasi, khususnya sebagai konsumen internal koperasi. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam penyusunan langkah-langkah perbaikan dan penguatan pemahaman lingkungan internal dan eksternal koperasi.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki dan dihadapi oleh Unit Niaga Primkoppol Restabes Bandung.
2. Bagaimana tingkat partisipasi anggota sebagai pelanggan pada Unit Niaga Primkoppol Restabes Bandung.
3. Upaya apa saja yang perlu dilakukan oleh Primkoppol Restabes Bandung untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen, khususnya dalam kajian analisis SWOT. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi atau rujukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa terutama pada Unit Niaga Primkoppol Restabes Bandung.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta gambaran bagi Koperasi Primkoppol Restabes Bandung dan koperasi lain yang memiliki masalah yang serupa terutama dalam memperbaiki dan menyusun analisis SWOT yang lebih efektif untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan yang berorientasi pada kepuasan dan loyalitas anggota.