

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pembangunan ekonomi adalah serangkaian usaha dalam suatu perekonomian untuk meningkatkan kegiatan ekonomi sehingga kemakmuran masyarakat semakin meningkat. Pemerintah mengembangkan berbagai bentuk usaha, termasuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), dan Koperasi, yang menjadi pilar penting dalam mendukung ekonomi kerakyatan. Koperasi, sebagai bagian dari ekonomi rakyat, memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional karena berlandaskan prinsip kekeluargaan dan gotong royong dalam meningkatkan kesejahteraan anggotanya serta masyarakat secara umum.

Pada tanggal 21 November 2021 Primkoppol Satbrimob Polda Jabar melakukan perubahan Anggaran Dasar, berdasarkan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Nomor AHU-0003379.AH.01.27.TAHUN 2021, Primkoppol Satbrimob Polda Jabar berubah nama menjadi Koperasi Konsumen Primkoppol Satbrimob Polda Jabar, dan untuk daerah kerja Koperasi meliputi seluruh wilayah Kabupaten Sumedang. Pertumbuhan anggota di koperasi ini bisa dilihat dari jumlah anggota yang masuk dan keluar per tahunnya. Berikut adalah tabel perkembangan anggota koperasi dari tahun 2021-2023.

Tabel 1. 1 Jumlah Perkembangan Anggota Koperasi Primkoppol SatBrimob Polda JaBar Tahun 2020-2023

Tahun	Jumlah Anggota Akhir Tahun (Orang)
2020	1.769
2021	1.695
2022	1.810
2023	1.814

Sumber : Laporan Rapat Anggota Tahunan 2020-2023

Berdasarkan data tabel tersebut, dapat dilihat apabila jumlah anggota selama empat tahun terakhir cenderung mengalami kondisi fluktuatif. Koperasi Primkoppol SatBrimob Polda JaBar sendiri memiliki 8 unit usaha yaitu:

1. Unit Simpan Pinjam

Melayani permodalan anggota dan keperluan lainnya, jasa 1.5% flat, Pelunasan tidak kena denda, tempo pembiayaan maksimal 3 tahun, menggunakan aplikasi berbasis web sehingga anggota bisa mengecek langsung data simpanan, data pinjaman melalui handphone masing-masing.

2. Minimarket

Minimarket melayani kebutuhan personel Primkoppol SatBrimob Polda Jawa Barat dan umum berupa sembako, fashion, elektronik, perlengkapan Dinas dan perlengkapan rumah tangga selain itu juga menyediakan barang primer dan sekunder dengan kualitas terjamin dan harga bersaing.

3. Unit Air Minum Isi Ulang

Primkoppol SatBrimob Polda Jawa Barat melayani kebutuhan Air bersih untuk anggota dan keluarga, diantar sampai tempat, bersih, higienis dan

menyehatkan.

4. Unit Usaha Barbershop

Primkoppol SatBrimob Polda Jawa Barat menyediakan tempat sarana dan prasarana potong rambut. Melayani potong rambut anggota dan keluarga, bersih, rapih, aman nyaman, gaya dan modern.

5. Unit Usaha Tailor

Primkoppol SatBrimob Polda Jawa Barat menyediakan tempat untuk Menjahit pakaian anggota dinas dan keluarga, rapih, nyaman, dan modern.

6. Unit Usaha Paket JNE

Primkoppol SatBrimob Polda Jawa Barat menyediakan tempat pengiriman Paket dan Dokumen untuk anggota dan keluarga, cepat, aman, nyaman, terjamin sampai tujuan.

7. Unit Usaha Perbankan

Primkoppol SatBrimob Polda Jawa Barat melayani Tarik Tunai, Setor Tunai, Transfer dan pembayaran lainnya non biaya kecuali admin Bank.

8. Unit Food Court

Primkoppol SatBrimob Polda Jawa Barat menyediakan makanan untuk anggota dan keluarga, bersih, murah, lezat, halal, higienis, enak dan bergizi.

Berdasarkan penjelasan mengenai unit usaha di atas, sektor pertokoan menyediakan dua kategori barang: kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Barang primer merujuk pada produk yang memenuhi kebutuhan dasar manusia, seperti bahan pangan pokok dan perlengkapan rumah tangga. Sementara itu, barang

sekunder mencakup berbagai produk atau layanan yang dibutuhkan setelah kebutuhan primer terpenuhi. Untuk mendapatkan gambaran mengenai pendapatan barang primer dan sekunder dalam unit usaha pertokoan, berikut rinciannya:

Tabel 1. 2 Laporan Perkembangan Pendapatan Koperasi Primkoppol SatBrimob Polda JaBar tahun 2020-2023

Tahun	SHU (Rp)	Barang Primer (Rp)	Barang Sekunder (Rp)	Jumlah (Rp)
2020	331.870.567	413.515.600	-	745.386.167
2021	901.190.247	-	-	901.190.247
2022	988.498.789	177.293.537	9.119.810	1.174.912.136
2023	1.007.243.344	183.761.912	16.403.600	1.207.408.856

Sumber : Laporan Rapat Anggota Tahunan 2020-2023

Berdasarkan data tersebut, pendapatan koperasi menunjukkan peningkatan yang cukup konsisten dari tahun ke tahun. Untuk memperkuat analisis tren pendapatan koperasi, berikut adalah tabel perkembangan pendapatan tahunan secara persentase:

Tabel 1. 3 Perkembangan Total Pendapatan Koperasi

Tahun	Jumlah Pendapatan (Rp)	Perkembangan (%)
2020	745.386.167	-
2021	901.190.247	20,93
2022	1.174.912.136	30,38
2023	1.207.408.856	2,76

Sumber : Laporan Rapat Anggota Tahunan 2020-2023

Namun, di tengah meningkatnya pendapatan tersebut, koperasi menghadapi tantangan besar akibat pesatnya perkembangan teknologi dan perubahan perilaku

konsumen. Pola konsumsi masyarakat kini menuntut efisiensi, kecepatan, serta kemudahan dalam bertransaksi. Untuk menjawab tantangan tersebut, koperasi perlu melakukan modernisasi dan strategi promosi yang inovatif guna menjangkau pasar yang lebih luas serta meningkatkan loyalitas anggota agar tetap berbelanja di koperasi.

Salah satu wujud nyata modernisasi telah diterapkan oleh unit Minimarket, di mana sistem pengelolaan barang sudah berbasis aplikasi digital. Aplikasi tersebut memungkinkan koperasi untuk memantau stok barang (*stock of name*) dan mengatur sistem pembayaran berbasis digital, sehingga memberikan kemudahan, efisiensi, dan transparansi bagi anggota maupun pelanggan. Untuk melihat efektivitas unit minimarket ini, berikut adalah data perkembangannya:

Tabel 1. 4 Perkembangan Unit Minimarket Primkoppol SatBrimob Polda JaBar tahun 2020–2023

Tahun	Jumlah Transaksi (Rp)	Perkembangan Transaksi (%)	Laba (Rp)	Perkembangan Laba (%)
2020	413.515.600	-	19.715.500	-
2021	619.353.100	49,76	29.313.000	48,61
2022	1.251.000.000	101,94	37.246.000	27,0
2023	1.327.000.000	6,07	42.411.000	13,88

Sumber : Laporan Rapat Anggota Tahunan 2020-2023

Modernisasi ini juga didukung oleh strategi promosi yang adaptif terhadap perubahan zaman. Unit Minimarket telah melakukan promosi visual seperti banner, serta memberikan diskon menarik bagi pelanggan aktif sebagai bentuk penghargaan

sekaligus strategi retensi. Namun demikian, promosi konvensional seperti spanduk dan promosi dari mulut ke mulut tidak lagi cukup. Koperasi perlu memanfaatkan media sosial, konten digital, serta platform e-commerce sebagai bagian dari transformasi strategi pemasarannya.

Modernisasi koperasi membawa manfaat signifikan seperti peningkatan efisiensi operasional, optimalisasi layanan anggota, serta penciptaan nilai tambah yang relevan dengan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, Koperasi Primkoppol SatBrimob Polda Jabar perlu melakukan transformasi yang berkelanjutan melalui modernisasi manajemen dan strategi promosi digital yang inovatif.

Kemudian penelitian sebelumnya mendukung pentingnya Modernisasi dan Strategi Promosi dalam pengembangan koperasi. Farhan Pualam (2022) menyatakan bahwa bauran promosi yang tepat mampu meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk dan mendorong peningkatan penjualan. Rani Suryani (2021) menegaskan bahwa penggunaan digital marketing melalui aplikasi mobile dapat meningkatkan kepuasan anggota koperasi, terutama dalam kondisi krisis. Sementara itu, Irfan Rofiq (2024) menemukan bahwa transformasi komunikasi digital memberikan dampak signifikan terhadap efisiensi dan efektivitas layanan koperasi.

Penelitian ini bertujuan untuk **“ANALISIS MODERNISASI KOPERASI DALAM Mendukung Implementasi Strategi Promosi Koperasi di Era Digital”** agar lebih inovatif dan berkelanjutan, serta mengeksplorasi potensi teknologi digital dalam meningkatkan efektivitas promosi koperasi. Dengan adanya optimalisasi promosi dan modernisasi, koperasi tidak

hanya bertahan, tetapi juga berkembang sebagai entitas bisnis yang tangguh, inklusif, dan berdaya saing tinggi, sesuai dengan visi awal pendiriannya sebagai pilar ekonomi rakyat.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti meneliti lebih rinci beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana Modernisasi di Unit Minimarket Koperasi Primkoppol SatBrimob Polda JaBar.
2. Bagaimana Strategi Promosi di Unit Minimarket Koperasi Primkoppol SatBrimob Polda JaBar.
3. Upaya-upaya yang diperlukan untuk mendukung Modernisasi dan Strategi Promosi.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki maksud dan tujuan yang akan diuraikan pada subbab – subbab berikut ini :

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini untuk menggambarkan, mendeskripsikan dan menganalisis data dari informasi yang diperoleh untuk digunakan dalam memecahkan permasalahan yang telah diidentifikasi.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui:

1. Modernisasi di Unit Minimarket Koperasi Primkoppol SatBrimob Polda

JaBar.

2. Strategi Promosi di Unit Minimarket Koperasi Primkoppol SatBrimob Polda JaBar.
3. Upaya-upaya yang diperlukan untuk mendukung Modernisasi dan Strategi Promosi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki kegunaan penelitian yang akan diuraikan sebagai berikut :

1.4.1. Kegunaan Teoritis

1. Model Pemasaran Digital untuk Koperasi : Mengembangkan wawasan baru tentang penerapan teknologi digital dalam strategi promosi koperasi.
2. Teori Inovasi Sosial : Memperkaya literatur tentang bagaimana entitas ekonomi sosial seperti koperasi dapat berinovasi melalui adopsi teknologi digital.
3. Referensi Akademik : Menjadi dasar bagi penelitian lanjutan terkait modernisasi koperasi dan strategi promosi di era digital.

1.4.2. Kegunaan Praktis

1. Panduan bagi Pengelola Koperasi : Memberikan langkah konkret untuk mengimplementasikan strategi pemasaran digital dan optimalisasi media sosial.
2. Dasar Pengambilan Kebijakan : Menyediakan data dan analisis untuk merumuskan kebijakan terkait digitalisasi koperasi.

3. Manfaat bagi Anggota Koperasi : Meningkatkan pemahaman anggota tentang potensi media digital, sehingga meningkatkan partisipasi mereka sebagai pelanggan.

