

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, sektor ritel di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat, terutama dengan meningkatnya konsumsi masyarakat Indonesia. Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi karena memiliki sumber daya alam yang melimpah dan juga pasar yang besar. Meskipun demikian, sektor ritel di Indonesia juga menghadapi beberapa tantangan, seperti persaingan yang ketat antar gerai ritel modern, peningkatan biaya operasional, dan terbatasnya ketersediaan lahan untuk pembangunan gerai ritel. Oleh karena itu, para pelaku usaha di sektor ritel perlu mengambil langkah strategis dalam menghadapi tantangan ini, seperti dengan mengembangkan inovasi produk, meningkatkan efisiensi biaya, dan mengoptimalkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pelayanan konsumen.

Ada tiga pelaku ekonomi yang menjadi tonggak perekonomian di Indonesia yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), dan Koperasi. Para pelaku ekonomi ini memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia khususnya koperasi, koperasi didirikan oleh masyarakat yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya melalui kegiatan ekonomi bersama. Koperasi berperan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan ekonomi, khususnya dalam hal memperkuat perekonomian rakyat dan

mendukung usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Koperasi juga dapat menjadi instrumen bagi pemerintah dalam mendorong inklusi dan mengurangi kesenjangan sosial-ekonomi. Menurut Undang-Undang Dasar Republik Indonesia 1945 Pasal 33 Ayat 1 bahwa :

“Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan.”

Pernyataan di atas menegaskan bahwa perekonomian Indonesia disusun sebagai usaha bersama yang berlandaskan pada asas kekeluargaan. Artinya, perekonomian Indonesia harus diatur dan dikelola oleh seluruh rakyat Indonesia secara bersama-sama. Asas kekeluargaan dalam hal ini berarti bahwa hubungan antara pelaku ekonomi harus didasarkan pada nilai-nilai solidaritas, gotong royong, dan kebersamaan dalam mencapai tujuan bersama. Hal ini selaras dengan asas koperasi yang bersifat kekeluargaan, yang tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia No 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Bab I Pasal 1 Ayat 1 yang menyatakan bahwa :

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

Dari pernyataan di atas dapat kita simpulkan bahwa koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi yang bergerak dalam bidang ekonomi dengan menerapkan prinsip koperasi. Prinsip koperasi meliputi diantaranya keanggotaan yang bersifat sukarela dan terbuka, pengelolaan

usaha yang demokratis, pembagian sisa hasil usaha secara adil, pendidikan dan pelatihan, serta kerja sama antar-koperasi. Selain itu, Pasal 1 Ayat 1 ini juga menyatakan bahwa koperasi adalah gerakan ekonomi rakyat yang berlandaskan pada asas kekeluargaan. Hal ini menegaskan bahwa perkoperasian merupakan wadah bagi masyarakat untuk bersama-sama meningkatkan kesejahteraan ekonomi, sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia No 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Bab II Pasal 3, yaitu :

"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."

Dari pernyataan di atas bahwa tujuan koperasi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat secara umum melalui pengembangan kegiatan usaha yang menerapkan prinsip koperasi. Koperasi diharapkan dapat memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi anggotanya dan masyarakat sekitarnya. Hal ini menjadikan koperasi sebagai soko guru perekonomian rakyat Indonesia. Koperasi didirikan oleh dan untuk melayani kebutuhan anggota untuk meningkatkan kesejahteraannya, maka koperasi harus mampu untuk memenuhi kebutuhan anggotanya tersebut.

Cara koperasi untuk memenuhi kebutuhan anggota bisa beragam salah satu caranya adalah dengan menyediakan Unit Usaha Minimarket. Unit Usaha Minimarket ini dibentuk untuk memenuhi kebutuhan anggota sehari-hari, baik untuk kebutuhan

pangan, papan, dan sandang. Unit usaha minimarket termasuk ke dalam bisnis ritel. Melihat perkembangan ritel di Indonesia sekarang sudah banyak bisnis ritel yang sudah modern. Oleh karena itu koperasi yang mempunyai unit usaha ritel harus mampu untuk menjaga kepuasan anggotanya. Keberhasilan usaha koperasi bukan hanya dari koperasi saja tapi anggota juga mempunyai peran sangat penting dalam keberhasilan, partisipasi anggota dalam memanfaatkan dan menggunakan layanan koperasi. Menurut David Griffiths (1986) mengemukakan bahwa :

“Partisipasi anggota sangat penting dalam koperasi karena anggota merupakan sumber daya utama dari koperasi. Dalam koperasi yang sukses, anggota harus aktif dalam kegiatan koperasi dan memiliki kontrol atas kegiatan koperasi.”

Dari pernyataan di atas koperasi tidak lepas dari partisipasi dan peran aktif para anggotanya baik kedudukannya sebagai pemilik maupun sebagai pelanggan. Sebagai bagian dari koperasi anggota memiliki dua peran penting, yaitu sebagai pemilik dan pelanggan. Sebagai pemilik, anggota memiliki hak suara dalam mengambil keputusan dalam rapat anggota, hak atas sisa hasil usaha (SHU) yang diperoleh koperasi, dan hak untuk memilih dan dipilih sebagai pengurus koperasi. Sebagai pelanggan, anggota memiliki akses ke produk atau jasa yang ditawarkan oleh koperasi dengan harga yang lebih terjangkau dan berkualitas.

Koperasi sebagai pelaku ekonomi memerlukan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan. Bauran eceran dalam pemasaran adalah kombinasi dari berbagai unsur pemasaran seperti produk, harga, promosi, dan distribusi. Dalam konteks koperasi, penerapan bauran eceran

yang tepat dapat meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan dan membantu koperasi dalam mencapai tujuan keberlangsungan operasional.

Salah satu koperasi di Bandung yaitu Koperasi Konsumen Dewi Sri yang merupakan koperasi karyawan dari Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura dengan no badan hukum : 3595/BH/VII tanggal pendirian pada tanggal 8 Februari 1964. Koperasi Dewi Sri ini beralamat di Jalan Surapati No. 71, Sadang Serang, Kecamatan Coblong, Kota Bandung 40133. Koperasi Dewi Sri termasuk ke jenis koperasi konsumen, dimana aktivitas usahanya bertujuan untuk menyediakan kebutuhan anggota terutama barang kebutuhan sehari-hari dengan cara menawarkan barang dan jasa secara bersamaan, sampai saat ini Koperasi Dewi Sri mempunyai anggota sebanyak 608 orang.

Dalam rangka meningkatkan ekonomi anggota, Koperasi Dewi Sri menyediakan beberapa unit-unit usaha untuk menunjang pemenuhan kebutuhan dan keinginan para anggotanya. Adapun unit usaha yang dijalankan Koperasi Dewi Sri adalah sebagai berikut :

1. Unit Minimarket (utama)
2. Unit Simpan Pinjam (utama)
3. Unit Fotocopy (penunjang)
4. Unit Kredit Barang (penunjang)
5. Unit Kredit Motor (penunjang)

Koperasi Dewi Sri mempunyai 5 unit usaha yaitu unit minimarket dan unit simpan pinjam yang merupakan unit usaha utama dan unit fotocopy, unit kredit

barang elektronik, dan unit kredit motor yang merupakan unit penunjangnya. Sesuai dengan tujuan Koperasi Dewi Sri yaitu untuk memenuhi dan mensejahterakan ekonomi anggota, maka diharapkan dengan adanya unit usaha dapat meningkatkan partisipasi anggota dalam melakukan transaksi yang pada akhirnya bisa meningkatkan pendapatan koperasi sekaligus dapat mensejahterakan anggotanya. adapun perkembangan penjualan tiap unit usaha Koperasi Dewi Sri dapat di dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. 1 Perkembangan Penjualan Unit Usaha Koperasi Dewi Sri Pada Tahun 2018-2022

Tahun	Unit Minimarket (Rp)	Unit Simpan Pinjam (Rp)	Unit Foto Copy (Rp)	Unit Kredit Barang (Rp)	Unit Kredit Motor (Rp)
2018	162,563,310	1,147,117,974	34,312,500	1,190,180,500	550,546,000
2019	102,055,673	1,190,470,550	36,730,000	1,012,240,500	593,426,600
2020	141,351,859	1,180,053,256	19,588,273	1,065,405,500	510,351,150
2021	214,721,048	1,256,148,500	20,481,000	1,142,759,200	579,662,200
2022	221,999,542	1,201,454,500	13,062,200	1,677,475,500	729,050,900

Sumber : Laporan RAT Koperasi Dewi Sri Tahun 2018-2022

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa penjualan pada Unit Usaha Minimarket dari tahun 2019-2022 terus mengalami kenaikan walaupun sebelumnya pada tahun 2018-2019 mengalami penurunan. Untuk Unit Usaha Simpan Pinjam dari tahun ketahun mengalami naik-turun (fluktuatif). Untuk Unit Usaha Fotocopy terus mengalami penurunan dari tahun 2018-2020. Untuk Unit Usaha Kredit Barang sama seperti unit minimarket dari tahun 2019-2022 terus mengalami kenaikan walaupun sebelumnya pada tahun 2018-2019 mengalami penurunan. Untuk unit Usaha Kredit

Motor dari tahun 2018-2019 mengalami kenaikan namun pada tahun 2019-2020 mengalami penurunan dan pada tahun 2020-2022 mengalami kenaikan kembali. Jika dilihat dari penjualan setiap tahunnya unit usaha utama koperasi yaitu unit minimarket memiliki penjualan yang rendah. Hal ini menandakan bahwa terdapat permasalahan yang terjadi pada unit minimarket.

Sehingga dalam penelitian ini penulis memfokuskan penelitiannya pada unit usaha minimarket saja, karena dari volume penjualan unit minimarket yang merupakan unit usaha utama tidak mendapatkan penjualan yang paling besar, hal ini mengidentifikasikan bahwa di unit minimarket mempunyai permasalahan partisipasi yang rendah. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus, manajer, dan karyawan Koperasi Dewi Sri, anggota yang aktif melakukan transaksi di unit minimarket hanya sekitar 16-33% dari jumlah anggota yang ada. Hal ini disebabkan karena masih terdapat bauran eceran yang masih kurang maksimal dan perlu untuk diperbaiki agar dapat berkembang seperti, kelengkapan produk, promosi, penataan atau penempatan produk, dan harga yang kurang bersaing. Walaupun penjualan dalam tiga tahun terakhir mengalami kenaikan tetapi partisipasi anggota sebagai pelanggan masih cenderung rendah. Berikut merupakan perkembangan partisipasi anggota pada unit minimarket Koperasi Dewi Sri.

Tabel 1. 2 Perkembangan Partisipasi Anggota Pada Unit Minimarket Koperasi Dewi Sri Pada Tahun 2018-2019

Tahun	Jumlah Anggota (orang)	Jumlah Anggota yang aktif berpartisipasi (orang)	Persentase Jumlah Anggota yang Berpartisipasi (%)
2018	498	125	25
2019	472	76	16
2020	470	113	24
2021	449	148	33
2022	608	176	30

Sumber : Laporan RAT Koperasi Dewi Sri Tahun 2018-2022

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas dapat diketahui bahwa persentase jumlah anggota yang berpartisipasi belum sampai ke 50% dari jumlah anggota yang ada, padahal pada hakekatnya dalam pengembangan koperasi diperlukan adanya kerjasama antar pihak koperasi dengan anggota. Pihak koperasi sebagai penyedia layanan dan kebutuhan sedangkan anggota memberikan respon positif dalam bentuk partisipasi terhadap koperasi.

Kurangnya partisipasi anggota ini dapat berdampak terhadap nilai pemanfaatan anggota pada Unit Minimarket Koperasi Dewi Sri, untuk lebih jelasnya berikut nilai pemanfaatan anggota pada Unit Usaha Minimarket :

Tabel 1. 3 Nilai Transaksi Anggota Pada Unit Minimarket Koperasi Dewi Sri Pada Tahun 2018-2022

Tahun	Total Nilai Transaksi Anggota (Rp)	Perubahan (%)	Rata-Rata Nilai Pemanfaatan Anggota	
			Pertahun (Rp)	Perbulan (Rp)
2018	162,563,310.00	-	1,305,729	108,811
2019	102,055,673.00	(37)	1,351,373	112,614
2020	141,351,859.00	39	1,253,119	104,427
2021	214,721,048.00	52	1,449,153	120,763
2022	221,999,542.00	3	1,259,072	104,923

Sumber : Laporan RAT Koperasi Dewi Sri 2018-2022

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas dapat diketahui bahwa total nilai pemanfaatan anggota pada unit Minimarket Koperasi Dewi Sri mengalami kenaikan pada tahun 2020-2022, walaupun terjadi kenaikan pada total nilai pemanfaatan anggota namun rata-rata nilai pemanfaatan anggota pada tahun 2022 senilai Rp 1,259,072 dengan rata-rata perbulannya sekitar Rp 104,923/bulan, dari hasil survei pendahuluan pengeluaran anggota koperasi yang sudah dilampirkan, dalam memenuhi kebutuhannya rata-rata anggota menghabiskan Rp 660.000/bulan, bila dibandingkan dengan nilai pemanfaatan anggota perbulannya masih terdapat potensi yang belum dioptimalkan, hal ini dapat disimpulkan bahwa partisipasi anggota sebagai pelanggan di Koperasi Dewi Sri terbilang masih cukup rendah.

Unsur-unsur yang menjadi penyebab rendahnya partisipasi anggota sebagai pelanggan pada unit minimarket merupakan unsur bauran eceran yang belum dilaksanakan secara maksimal. Menurut Utami (2017:104) Bauran eceran (*retail mix*) adalah strategi pemasaran yang mengacu pada beberapa variabel, di mana variabel-

variabel tersebut dikombinasikan yang menjadi alternatif dalam upaya menarik konsumen. Pada umumnya variabel tersebut meliputi beberapa faktor seperti produk, harga, promosi, pelayanan, dan fasilitas fisik. Penerapan bauran eceran yang tepat dapat meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan dan membantu koperasi dalam mencapai tujuan keberlangsungan operasional.

Berdasarkan survei pendahuluan dengan melakukan wawancara pada pihak anggota koperasi mengenai unit minimarket, dapat diduga bahwa penyebab kurangnya partisipasi anggota pada Koperasi Dewi Sri terjadi karena :

1. Ketersediaan produk di koperasi masih terbatas. Produk dominan yang ada di Unit Minimarket hanya sembako, sehingga variasi produk kurang beragam.
2. Harga yang ditawarkan koperasi cenderung bersaing, ada beberapa produk yang harganya mahal dan ada juga beberapa produk yang harganya murah dibandingkan dengan toko yang ada disekitarnya.
3. Kurangnya promosi yang dilakukan. Promosi yang dilakukan koperasi hanya promosi secara *direct selling* melalui *direct marketing* yaitu grup *whatsapp* dan *instagram* yang itupun masih terbilang jarang atau belum intens. Belum ada promosi penjualan seperti diskon atau voucher.
4. Jam operasional minimarket yang kurang lama, minimarket buka di jam yang sama dengan jam kerja dinas sehingga anggota hanya dapat berbelanja pada saat jam istirahat saja.
5. Ukuran toko yang tidak begitu luas, tata letak toko (layout) yang kurang maksimal membuat kondisi di dalam ruangan menjadi sempit.

Berdasarkan survei kepada karyawan yang mengelola unit minimarket Koperasi Dewi Sri mengenai bagaimana pelaksanaan bauran eceran yang sudah dilakukan, menurut karyawan yang mengelola pelaksanaan bauran eceran sudah dilakukan sebaik mungkin untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan anggota mulai dari produk yang dibutuhkan, harga yang sudah disesuaikan dengan kemampuan anggota, letak toko yang strategis dan pelayanan yang baik. Dari survei kepada anggota dan karyawan yang mengelola, dapat disimpulkan bahwa terdapat perspektif yang berbeda antara anggota dan karyawan yang mengelola, sehingga perlu untuk diadakan penelitian lebih mendalam untuk mencari solusi yang tepat untuk meningkatkan partisipasi anggota melalui bauran eceran.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Devy Budi Pertiwi (2019) dengan judul penelitian “Analisis bauran eceran dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota” pada unit toko Koperasi Karyawan LEN Kota Bandung menunjukkan bahwa masih rendahnya partisipasi anggota yang disebabkan oleh ketersediaan produk yang masih kurang, harga produk yang cenderung lebih mahal dibandingkan dengan toko lain, belum adanya promosi yang dilakukan dan tidak ada penyesuaian label harga pada rak.

Berdasarkan penelitian di atas dapat diketahui bahwa bauran eceran dapat membantu Koperasi Dewi Sri untuk memahami kebutuhan dan preferensi anggota sebagai pelanggan. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi tersebut, koperasi dapat menyediakan produk atau jasa yang lebih sesuai dengan kebutuhan anggota dan meningkatkan kepuasan anggota sebagai pelanggan. Peningkatan partisipasi anggota

sebagai pelanggan dapat berdampak pada kinerja koperasi secara keseluruhan. Semakin banyak anggota yang sering bertransaksi ke koperasi, maka koperasi dapat memperoleh pendapatan yang lebih besar dan berpotensi untuk meningkatkan sisa hasil usaha (shu) yang akan dibagikan kepada anggota.

Berdasarkan fenomena di atas maka dilakukan penelitian dengan mengambil judul sebagai berikut, **“ANALISIS BAURAN ECERAN (*RETAIL MIX*) DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN”** (Studi Kasus Pada Unit Minimarket Koperasi Dewi Sri Dinas Tanaman Pangan Dan Hortikultura Kota Bandung).

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas, maka pokok permasalahannya dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan bauran eceran (*retail mix*) pada Unit Minimarket Koperasi Dewi Sri.
2. Bagaimana tingkat partisipasi anggota pada Unit Minimarket Koperasi Dewi Sri.
3. Bagaimana tanggapan dan harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran eceran (*retail mix*) pada Unit Minimarket Koperasi Dewi Sri.
4. Upaya-upaya apa saja yang seharusnya dilakukan dalam pelaksanaan bauran eceran (*retail mix*) pada Unit Minimarket Koperasi Dewi Sri dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Dalam Pelaksanaan penelitian ini, disusun untuk menganalisis atau mendeskripsikan tentang Analisis Bauran Eceran (*Retail mix*) Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan di Unit Minimarket Koperasi Dewi Sri. Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini dipaparkan sebagai berikut :

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud diadakan penelitian ini untuk mendeskripsikan mengenai bauran eceran (*retail mix*) di unit Minimarket Koperasi Dewi Sri dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota serta untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam hal-hal yang berkaitan dengan topik penelitian.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pelaksanaan bauran eceran (*retail mix*) yang diterapkan pada Unit Minimarket Koperasi Dewi Sri.
2. Tingkat partisipasi anggota sebagai pelanggan pada Unit Minimarket Koperasi Dewi Sri
3. Tanggapan dan harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran eceran (*retail mix*) pada Unit Minimarket Koperasi Dewi Sri.
4. Upaya-upaya yang harus dilakukan Unit Minimarket Koperasi Dewi Sri untuk meningkatkan partisipasi anggota melalui bauran eceran (*retail mix*).

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan secara teoritis dan praktis bagi Koperasi Dewi Sri, diantaranya :

1.4.1. Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam memberikan wawasan, pemahaman dan pengembangan khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen, khususnya manajemen pemasaran tentang teori bauran eceran (*retail mix*) serta dapat dijadikan dasar bagi penelitian lanjutan terhadap permasalahan yang berkaitan dengan bauran eceran yang dihubungkan dengan partisipasi anggota.

1.4.2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan atau masukan bagi pengurus ataupun manajer dalam pemecahan masalah yang dihadapi, khususnya terkait masalah bauran eceran dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota pada Unit Minimarket Koperasi Dewi Sri.