

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pada umumnya manusia mempunyai keterbatasan dan ketergantungan terhadap manusia lainnya. Sesuai dengan kodratnya, manusia merupakan makhluk sosial dan mempunyai keterbatasan kemampuan, tenaga dan waktu, yang tidak bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia itu sendiri, Oleh karena itu setiap orang perlu melakukan kerja sama untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut. Manusia tidak dapat hidup sendiri tanpa bekerja yang menguntungkan sesama, maka dalam perekonomian dibentuklah sebuah koperasi sebagai badan usaha yang dapat membantu memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia.

Di Indonesia sendiri terdapat beberapa pilar ekonomi yang mendasari sistem perekonomian yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), dan Koperasi. Ketiga pilar perekonomian merupakan infrastruktur perekonomian di Indonesia sesuai dengan Pasal 33 UUD 1945. Dengan ketiga pilar tersebut pemerintah berharap agar komponen-komponen tersebut saling mendukung dalam sistem nasional dan mampu mewujudkan cita-cita Negara sesuai dengan berdirinya Negara Indonesia ini. Salah satu pilar ekonomi adalah koperasi, untuk saat ini koperasi sudah cukup berkembang pesat hal ini dibuktikan dengan sudah semakin banyak jenis koperasi yang didirikan. Perkembangan koperasi ini juga dipengaruhi oleh

masyarakat yang semakin mengetahui manfaat dari keberadaan koperasi pada perekonomian di Indonesia.

Koperasi merupakan badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip koperasi. Sesuai dengan UU RI No.25 tahun 1992 tentang Perkoperasian, koperasi didirikan dengan tujuan mensejahterahkan anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membantu tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang sejahtera, maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan UUD 1945. Oleh karena itu untuk mencapai tujuan tersebut koperasi harus mampu menyelenggarakan usaha yang dapat bermanfaat bagi anggota baik sebagai pemilik maupun sebagai pengguna.

Pelaksanaan usaha koperasi harus dilakukan secara terus menerus dan berkesinambungan. Oleh sebab itu koperasi yang dijalankan harus di dukung oleh anggota koperasi sesuai dengan UU RI Perkoperasian No 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian “usaha koperasi berkaitan langsung pada kepentingan anggota untuk meningkatkan usaha dan kesejahteraan anggota”. Hal ini berhubungan dengan koperasi dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada anggota koperasi agar anggota berpartisipasi di koperasi. Dalam bidang penjualan misalnya koperasi harus mampu memberikan pelayanan yang baik, tepat, cepat dan akurat sehingga anggota akan merasa puas ketika melakukan pembelian atau transaksi pada koperasi. Koperasi sering kali dihadapkan pada berbagai jenis masalah yang rumit seperti menurunnya partisipasi anggota, sedangkan jika partisipasi anggota menurun koperasi tersebut akan sulit

berkembang. Masalah yang mempengaruhi partisipasi anggota dapat disebabkan oleh kurang tepatnya pelayanan penyediaan barang, harga, promosi dan distribusi (bauran eceran), sehingga menyebabkan penilaian atau persepsi anggota terhadap koperasi kurang baik.

Tercapainya tujuan suatu koperasi tergantung pada faktor yang mempengaruhinya, salah satu diantaranya adalah faktor partisipasi anggota. Partisipasi anggota memiliki hubungan sebab akibat dengan dampak pada koperasi dan manfaat yang diterima oleh anggota koperasi.

Pada usaha koperasi partisipasi anggota koperasi berperan penting dalam mempertahankan keberadaan koperasi. Untuk mewujudkan partisipasi anggota koperasi harus memperhatikan kualitas pelayanan yang mencakup bauran eceran yang diberikan kepada anggota, karena keberhasilan dan kegagalan pelayanan yang dilakukan koperasi tidak jauh dari penilaian kepuasan anggota. Seperti yang diketahui kunci utama keberhasilan koperasi adalah pelayanan kepada anggota yang memuaskan dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan yang diperoleh anggota dari pemasok atau toko lain.

Agar dapat memenuhi kebutuhan serta meningkatkan kesejahteraan anggota maka koperasi harus membentuk unit-unit usaha dengan pelayanan tertentu sesuai dengan kebutuhan anggotanya. Perkembangan unit-unit usaha pada koperasi sangat menentukan roda kehidupan koperasi. Oleh karena itu keberadaan unit usaha tersebut harus dimanfaatkan seoptimal mungkin oleh anggota. Bauran eceran harus diterapkan dengan baik agar usaha koperasi dapat terus berjalan dan partisipasi anggota dalam

memanfaatkan pelayanan juga tinggi, Dengan adanya unit usaha tersebut maka pelayanan bagi anggota dapat meningkatkan pendapatan untuk mengembangkan usahanya dengan mengarah pada peningkatan kemajuan bersama dalam organisasi ekonomi koperasi.

Koperasi Keluarga Besar IKOPIN yang berada di Jatinangor Kabupaten Sumedang Provinsi Jawa Barat yang sering disebut Koperasi KKB adalah koperasi konsumen yang anggotanya terdiri dari dosen, karyawan, *cleaning service*, mahasiswa dan alumni Universitas Koperasi Indonesia serta masyarakat umum yang berada di Wilayah Jatinangor. Koperasi ini memiliki anggota sebanyak 1574 orang. Dalam memenuhi kebutuhan anggota, KKB mempunyai 4 unit usaha yaitu :

1. Unit Usaha Kantin
2. Unit KKB Mart dan Foto Copy
3. Unit Simpan Pinjam (I, II, III, IV)
4. Permana Komputer

Koperasi KKB dapat bertahan hingga kini tentu banyak menghadapi tantangan, kondisi persaingan usaha terkhusus dalam penyediaan barang-barang kebutuhan dan konsumsi anggota yang saat ini semakin kompetitif dengan maraknya ritel yang secara langsung mengancam keberlangsungan usaha koperasi baik dari sisi keanggotaan maupun sisi permodalan. Oleh sebab itu koperasi harus mampu untuk mempertahankan dan meningkatkan pelayanan yang baik agar anggota merasakan kepuasan dan menjadi loyal sehingga memberikan kontribusi yang positif bagi koperasi. Hal tersebut dirasakan secara langsung oleh Koperasi KKB dimana setiap tahunnya anggota

Koperasi KKB mengalami perubahan, berikut merupakan data keanggotaan Koperasi KKB :

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Jumlah Anggota KKB IKOPIN University

Keterangan	Tahun				
	2019	2020	2021	2022	2023
Dosen	42	41	43	43	41
Karyawan dan CS	78	76	77	74	67
Mahasiswa	1949	1998	1603	1564	1191
Masyarakat Umum Anggota Usp 1, 2, dan 3	265	274	274	280	275

Sumber: laporan *pertanggung jawaban Koperasi KKB Ikopin University 2019-2023*

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa perkembangan anggota berfluktuasi dari tahun ke tahun, jumlah anggota masuk terbanyak terjadi pada tahun 2019 sebanyak 917 orang, sedangkan jumlah anggota yang keluar terbanyak terjadi pada tahun 2021 yaitu sebanyak 556 orang. Hal ini terjadi diduga karena kurangnya sosialisasi dan kurang kerjasama antara pihak akademik Universitas Koperasi Indonesia dengan Koperasi KKB sehingga para anggota kurang memahami fungsi berkooperasi.

Tabel 1. 2 Perkembangan Pendapatan Hasil Usaha Unit KKB Mart KKB IKOPIN Tahun 2019-2023

No	Tahun	Target Pendapatan Hasil Usaha Per Tahun (Rp)	Realisasi Pendapatan Hasil Usaha Per Tahun (Rp)	Persentase Ketercapaian
1	2019	386.193.407	362.193.407	93,77%
2	2020	403.000.000	115.120.974	28,57%
3	2021	306.000.000	90.325.330	29,52%
4	2022	380.696.430	39.677.034	10,42%
5	2023	829.445.907	110.078.474	13,27%

Sumber: RAT KKB IKOPIN Tahun 2019-2023, diolah

Berdasarkan tabel volume penjualan KKB Mart KKB IKOPIN di atas dilihat, maka pendapatan hasil usaha mengalami kenaikan dan penurunan di setiap tahunnya. Di tahun 2019 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya dengan persentase 93,77%, kemudian tahun 2020 mengalami penurunan dengan persentase 28,57%, di tahun 2021 mengalami penurunan dengan persentase 29,52%, tahun 2022 mengalami penurunan dengan persentase 10,42%, dan di tahun 2023 mengalami kenaikan dengan persentase 13,27%.

Maka dengan naik-turunnya suatu pendapatan hasil usaha berpengaruh pada laba atau keuntungan yang dihasilkan oleh KKB Mart KKB IKOPIN. Kenaikan pendapatan hasil usaha harus dipertahankan dan ditingkatkan agar dapat mengembangkan usaha lebih baik kedepannya.

Pendapatan hasil usaha pada KKB Mart KKB IKOPIN mengalami kenaikan dan penurunan, maka saya peneliti menganalisis apakah sudah tepat strategi yang dilaksanakan oleh KKB Mart KKB IKOPIN, karena bila suatu perusahaan mempunyai strategi yang andal serta dapat mengimplementasikan dengan tepat pemasarannya akan mendapat tujuan perusahaan, yaitu mendapatkan laba atau keuntungan yang besar.

Selain dari masalah pertumbuhan anggota koperasi yang berfluktuasi ditemukan juga masalah bahwa kurangnya keaktifan anggota koperasi pada setiap unit usaha yang disediakan oleh koperasi Keluarga Besar IKOPIN, hal ini dapat dilihat pada pertumbuhan keaktifan anggota koperasi:

**Tabel 1. 3 Perkembangan Partisipasi Anggota Koperasi Unit KKB Mart
KKB Ikopin University**

Tahun	Jumlah (Org)	Tidak Aktif (Org)	Aktif (Org)	Perkembangan (%)
2019	2.404	881	1.523	-
2020	3.099	1.024	2.075	36,24
2021	1.424	1.081	343	(83,47)
2022	1.537	1.257	280	(18,37)
2023	1.574	1.420	154	(45,00)

Pada Tabel 1.2 menggambarkan bahwa setiap tahunnya anggota yang aktif berpartisipasi atau aktif berkoperasi menurun hingga pada tahun 2023 jumlah anggota yang aktif hanya tinggal 154. Sebaliknya jumlah anggota yang tidak aktif semakin meningkat dari tahun ke tahun dan pada tahun 2023 jumlah anggota yang tidak aktif menjadi sebanyak 1420 orang anggota. Hal ini diduga disebabkan oleh aspek-aspek mengenai bauran eceran yang disediakan oleh KKB Mart tidak diimbangi dengan kualitas produk yang disediakan KKB Mart seperti produk yang dijual tidak sesuai dengan harapan anggota koperasi, kemudian ketersediaan barang yang tidak lengkap dan kemudian harga barang yang lebih tinggi dibandingkan dengan toko lain yang akhirnya berdampak pada partisipasi anggota pada Koperasi KKB. Hal ini sejalan dengan dalam usaha melaksanakan sebuah retail strategi, manajemen mengembangkan sebuah retail mix untuk memuaskan kebutuhan pasar sasarannya lebih baik dari pesaing. Bob Foster (2008:51) pengertian bauran penjualan ritel sebagai berikut :

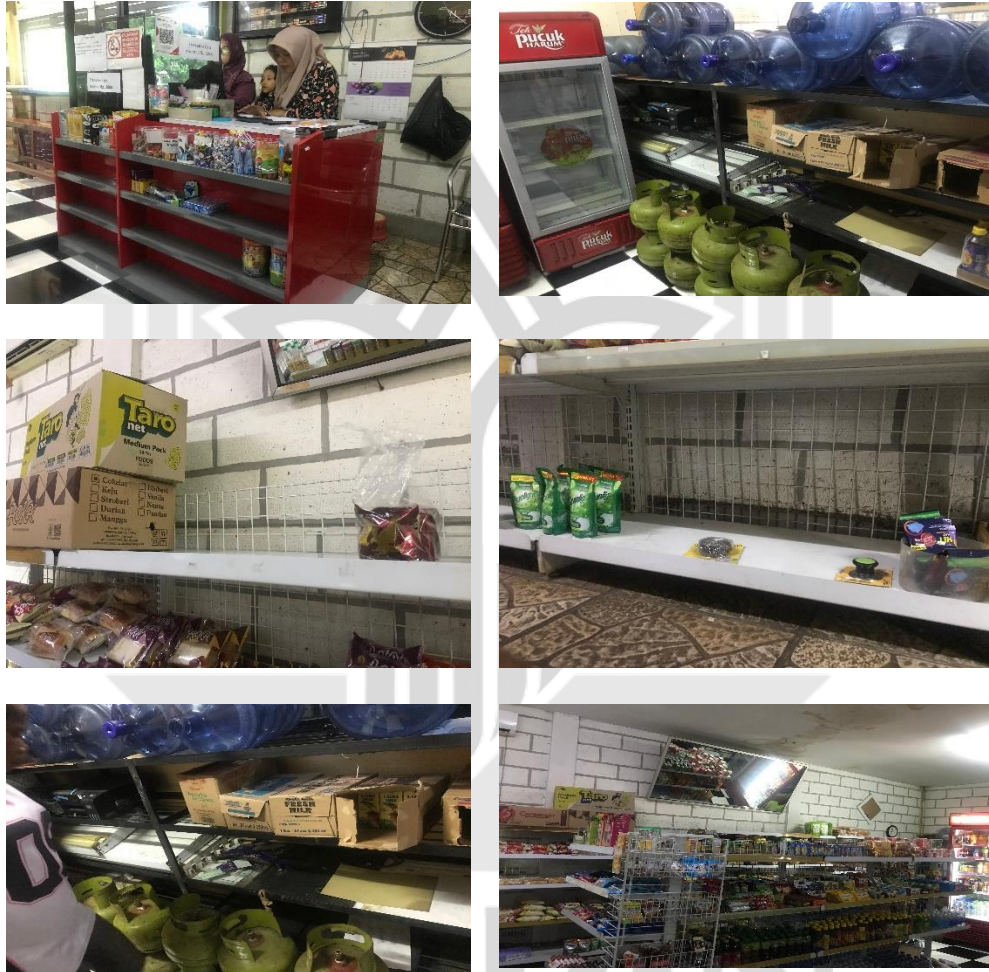
bauran penjualan ritel adalah kombinasi dari merchandise, harga, periklanan, dan promosi, pelayanan konsumen dan penjualan, serta suasana toko dan desain toko yang digunakan untuk memuaskan konsumen.

Menurut pengertian *Bauran ritel* adalah: ***“Kombinasi penjualan eceran adalah factor kombinasi pedagang eceran yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga mereka menggunakannya (Levy dan Weitz; 2007; 22).*** Apabila diambil hal tersebut belum terpenuhi maka dapat dikatakan bahwa bauran eceran yang disediakan belum maksimal dan dapat menyebabkan kekecewaan anggota yang bisa berujung dengan tidak aktifnya anggota dalam kegiatan koperasi atau bahkan anggota dapat mengundurkan diri dari koperasi tersebut.

Dari hasil pengamatan dan survey pendahuluan wawancara dengan pengurus koperasi partisipasi anggota yang menurun itu diduga dikarenakan bauran eceran yang tidak berjalan di KKB Mart Universitas Koperasi Indonesia diantaranya:

1. Pada produk yang ditawarkan KKB Mart, terkadang di beberapa produk mengalami kekosongan, dikarenakan terjadi keterlambatannya pemesanan dan pengantaran dari distributor, hingga tidak dapat menjaga ketersediaan barang dan jasa dengan baik. Selain itu, produk yang ditawarkan dan dimiliki kurang sesuai dengan kebutuhan anggota dan kurang beragam, sehingga tidak memberikan pilihan yang banyak bagi konsumen.
2. Pada harga yang ditawarkan oleh Mart KKB Mart setara dan/ atau lebih mahal dibanding harga yang ditawarkan oleh pesaing.
3. Pada promosi yang dilakukan oleh KKB Mart KKB IKOPIN, hanya penjualan perseorangan. KKB Mart KKB IKOPIN tidak melakukan promosi, seperti memberikan diskon dan pemotongan harga pada produk.

Hal tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. 1 Rak/Tempat Penyimpanan Barang Yang Kosong, Harga dan Pelayanan Karyawan Kepada Konsumen Yang Berbelanja Di Unit KKB Mart

Padahal partisipasi anggota sangat diperlukan dalam pengembangan koperasi.

Fungsi anggota sebagai pemilik dan pengguna tidak dapat dipisahkan, karena hal tersebut merupakan sebuah kesatuan yang mutlak. Upaya yang terus menerus dapat dilakukan oleh Unit KKB Mart untuk meningkatkan partisipasi anggota salah satunya

dengan cara meningkatkan penyediaan bauran eceran kepada anggota maupun non anggota.

Apakah rendahnya partisipasi anggota dikarenakan hal tersebut Berdasarkan fenomena tersebut, untuk mengetahui kebenarannya maka dilakukan penelitian dengan mengambil judul **“Analisis Bauran Eceran Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah diuraikan, maka peneliti dapat mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana bauran eceran yang dilaksanakan oleh Unit KKB Mart Koperasi Keluarga Besar IKOPIN
2. Bagaimana persepsi dan ekspektasi anggota terhadap pelayanan di Unit KKB Mart Koperasi Keluarga Besar IKOPIN
3. Bagaimana Partisipasi Anggota dalam memanfaatkan Unit KKB Mart
4. Upaya perbaikan bauran eceran yang bagaimana yang harus dilakukan oleh manajemen unit usaha KKB Mart dalam meningkatkan partisipasi anggota

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan tentang bauran eceran yang dilaksanakan dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota pada Unit KKB Mart Koperasi Keluarga Besar IKOPIN

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran bauran eceran yang dilaksanakan Unit KKB Mart dengan partisipasi anggota dalam menggunakan Unit KKB Mart. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pelaksanaan Bauran Eceran yang dilaksanakan Unit KKB Mart Koperasi Keluarga Besar IKOPIN
2. Persepsi dan ekspektasi anggota terhadap pelayanan di Unit Usaha KKB Koperasi Keluarga Besar IKOPIN
3. Bagaimana Partisipasi Anggota dalam memanfaatkan Unit KKB Mart
4. Upaya perbaikan bauran eceran yang bagaimana yang harus dilakukan oleh manajemen unit usaha KKB Mart dalam meningkatkan partisipasi anggota

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pengetahuan bidang perkoperasian dan bauran eceran kaitannya dengan peningkatan partisipasi anggota.

1.4.2. Kegunaan Praktis

- a) Untuk Koperasi Keluarga Besar IKOPIN

Dapat memberikan bahan masukan dan manfaat serta alternatif pemecahan masalah, terkait upaya untuk meningkatkan partisipasi anggota.