

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis ritel saat ini menunjukkan pertumbuhan yang pesat, dengan munculnya semakin banyak bisnis modern yang memiliki lokasi strategis, promosi yang efektif, pelayanan yang cepat dan canggih, serta harga produk yang kompetitif. Dengan semakin banyaknya produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, persaingan juga semakin ketat. Oleh karena itu, semua pelaku ekonomi, termasuk yang berada di sektor koperasi, harus memiliki daya saing yang berkelanjutan agar dapat terus tumbuh, berkembang, dan bersaing.

Perkembangan perekonomian dunia kini telah masuk di era global yang mengarah kepada perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan. “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.” (UU RI No 25 Tahun 1992, Tentang Perkoperasian)

Berdasarkan definisi tersebut, koperasi dikategorikan sebagai badan usaha karena didirikan untuk menjalankan kegiatan ekonomi yang memenuhi kebutuhan anggotanya. Koperasi umumnya terlibat dalam berbagai jenis usaha, seperti usaha konsumen, simpan pinjam, pemasaran, produksi, jasa, dan koperasi karyawan.

Koperasi yang beranggotakan orang-seorang adalah koperasi yang didirikan oleh para individu-individu yang tergabung dalam koperasi, menurut UU No 25 Tahun 1992, disebut sebagai koperasi primer, sedangkan koperasi yang beranggotakan badan hukum koperasi disebut sebagai koperasi sekunder.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa koperasi didirikan sebagai gerakan ekonomi kerakyatan yang berlandaskan pada asas kekeluargaan, dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya yang kurang mampu. Koperasi diharapkan dapat memperbaiki kualitas kerja dan pelayanan agar mampu bersaing dengan pelaku ekonomi lainnya. Pada dasarnya koperasi dibentuk sebagai suatu organisasi yang melayani kebutuhan para anggotanya agar dapat meningkatkan kesejahteraan di mana para anggota koperasi berperan sebagai pemilik “owner” sekaligus sebagai “user” atau yang sering sebut beridentitas ganda.

Koperasi Konsumen merupakan salah satu dari beberapa koperasi yang berkontribusi terhadap perekonomian nasional. Koperasi konsumen berupaya untuk mendapatkan barang dan/atau jasa yang dibutuhkan anggotanya. Produk dan jasa koperasi sebagian besar merupakan kebutuhan sehari-hari, sedangkan jasa mencakup usaha simpan pinjam.

Pada saat ini usaha ritel merupakan salah satu usaha yang memiliki keuntungan atau prospek yang baik dan terus-menerus berkembang. Hal ini merupakan suatu tanda yaitu dengan semakin maraknya bermunculan usaha ritel. Begitu pula dengan Koperasi

Konsumen Bank BJB “ZIEBAR” yang mengembangkan Unit Waserda. Usaha ritel ini sangat membantu para anggota koperasi.

Pada dasarnya, konsumen akan mempertimbangkan beberapa faktor ketika membuat keputusan untuk bergabung dengan koperasi, tetap menjadi anggota, atau terus berhubungan dengan koperasi tersebut. Mereka akan mengevaluasi apakah manfaat yang mereka terima dari koperasi lebih besar atau setidaknya sebanding dengan kontribusi yang mereka berikan. Oleh karena itu, koperasi perlu berupaya semaksimal mungkin dalam menjalankan kegiatan operasional dan memberikan pelayanan yang memuaskan agar dapat meningkatkan partisipasi anggota.

Jika koperasi mampu memenuhi kebutuhan ekonomi dan harapan anggotanya dengan baik, maka anggota cenderung akan lebih aktif terlibat dan berkontribusi. Sebaliknya, jika koperasi tidak dapat menyediakan barang atau jasa yang dibutuhkan anggota, hal ini dapat menyebabkan munculnya pesaing dari luar koperasi yang menawarkan solusi yang lebih menarik atau kompetitif. Oleh karena itu, untuk memastikan bahwa anggota tetap berpartisipasi dan merasa puas, koperasi harus memiliki strategi dan kemampuan yang cukup untuk bersaing dengan perusahaan-perusahaan non-koperasi.

Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) didirikan dengan tujuan utama untuk meningkatkan kesejahteraan anggota, serta memberikan kontribusi pada kemajuan perekonomian nasional secara lebih luas. Selain itu, koperasi ini juga berperan dalam mendukung kesejahteraan karyawan Bank BJB. Koperasi ini awalnya dikenal dengan

nama Koperasi Karyawan Bank BJB dan diresmikan berdasarkan Surat Keputusan dari Kantor Dinas Koperasi, Pengusaha Kecil dan Menengah Kota Bandung dengan Badan Hukum Nomor: 7887/BH/DK-1/1/1983 tertanggal 21 September 1983.

Sejak pendiriannya, koperasi ini telah mengalami beberapa perubahan dalam akta pendirian. Perubahan pertama tercatat dalam Akta Nomor: 28/PAD/KDK/10.21/V/1999 tanggal 20 Mei 1999, kemudian diubah lagi menjadi Akta No. 518/PAD.24-DISKOP/204 tanggal 19 Juli 2014. Selanjutnya, akta pendirian diperbarui oleh Notaris Hilda Sophia Wiradireja, SH, dengan Akta No. 28 tanggal 31 Mei 2010 dan perubahan terakhir dicatat dalam Akta No. 22 tanggal 25 Agustus 2016, yang mengubah nama koperasi menjadi Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR". Perubahan nama ini dilakukan untuk mencerminkan fokus dan jenis koperasi yang baru.

Koperasi ini termasuk dalam kategori koperasi berdasarkan ketentuan UU No. 25 Tahun 1992, yang membagi koperasi ke dalam lima jenis: koperasi simpan pinjam, koperasi konsumen, koperasi produsen, koperasi pemasaran, dan koperasi jasa. Dengan menjadi koperasi konsumen, ZIEBAR berfokus pada penyediaan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan konsumsi anggotanya, serta berusaha untuk terus berkembang agar dapat memberikan manfaat maksimal bagi semua pihak yang terlibat.

Berikut unit usaha yang dikelola oleh Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR":

1. Unit Simpan Pinjam,
2. Unit Penjualan Barang Promosi & ATK,
3. Unit Waserda (Minimarket).

Di antara berbagai unit usaha yang ada di Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR", penelitian ini akan fokus pada unit Waserda. Alasan utamanya adalah karena unit Waserda merupakan cara bagi koperasi untuk menyediakan barang-barang kebutuhan sehari-hari bagi anggotanya. Selain itu, unit Waserda juga merupakan contoh dari ritel modern.

Menurut Utomo (2009), yang dikutip oleh Utami (2018:43), bisnis ritel meliputi semua aktivitas yang terkait dengan penjualan barang atau jasa, atau keduanya, yang dilakukan langsung oleh perusahaan kepada konsumen akhir. Dalam hal ini, unit Waserda di Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR" berfungsi sebagai contoh bisnis ritel karena ia menjual barang-barang yang dibutuhkan sehari-hari langsung kepada anggota koperasi. Tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan anggota dengan cara yang efisien.

Bisnis ritel digunakan konsumen akhir untuk keperluan pribadi, keluarga, atau kebutuhan rumah tangga dengan produk yang dijual kebanyakan adalah pemenuhan dan ritel modern merupakan toko dengan sistem pelayanan mandiri atau swalayan sistem harga pasti (tanpa tawar menawar) dan menjual berbagai jenis produk secara eceran

Adapun pendapatan dari unit usaha Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR" dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Pendapatan Hasil Usaha Bersih Setiap Unit Usaha Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR" Tahun 2019-2023

	2019 (Rp)	2020 (Rp)	2021 (Rp)	2022 (Rp)	2023 (Rp)
Unit Waserda	72.175.050	71.343.482	29.508.605	254.896.674	125.798.702
Unit Simpan Pinjam	7.202.244.038	7.509.319.393	7.285.325.695	7.014.573.249	8.034.636.717
Unit Penjualan Barang Promosi & ATK.	7.004.859.067	5.210.803.350	6.376.379.300	9.190.205.387	7.039.447.270

Sumber: Buku Laporan RAT Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR" Tahun 2019-2024

Melihat data mengenai pendapatan hasil usaha bersih dari ketiga unit usaha di Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR", terlihat bahwa unit simpan pinjam mengalami perubahan pendapatan yang tidak terlalu signifikan antara tahun 2019 hingga 2023. Perubahan ini berupa fluktuasi antara penurunan dan kenaikan yang tidak drastis. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi kondisi ini adalah semakin meningkatnya persaingan dari berbagai produk perbankan yang ditawarkan oleh lembaga lain.

Selain itu, perbedaan dalam skema pinjaman yang ditawarkan oleh institusi di luar koperasi turut mempengaruhi. Lembaga-lembaga lain mungkin menyediakan skema pinjaman yang berbeda dan lebih menarik dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh koperasi. Tidak hanya itu, tingkat bunga yang ditawarkan oleh pihak lain juga bisa lebih kompetitif. Semua faktor ini menyebabkan anggota koperasi mungkin lebih memilih untuk mendapatkan pinjaman dari lembaga lain yang menawarkan kondisi yang lebih baik. Akibatnya, meskipun koperasi berusaha memenuhi kebutuhan pinjaman anggotanya, hasilnya tidak sesuai dengan harapan

karena anggota mungkin lebih tertarik pada opsi yang disediakan oleh lembaga di luar koperasi.

Untuk unit usaha yang kedua, yaitu Penjualan Barang Promosi & ATK, terdapat perubahan pendapatan yang cukup jelas antara tahun 2019 hingga 2023. Pada periode 2019-2020, unit ini mengalami penurunan pendapatan yang cukup signifikan. Penurunan ini disebabkan oleh keterbatasan ruang dan kemampuan operasional yang dimiliki unit usaha tersebut. Keterbatasan ini berdampak langsung pada kemampuannya untuk menjual barang dan mencapai target pendapatan yang diinginkan. Meskipun berbagai upaya promosi dan pemasaran telah dilakukan untuk menarik konsumen, hasilnya tetap tidak optimal, dan pendapatan tetap menurun.

Namun, situasi berubah pada tahun 2021 hingga 2022, ketika unit usaha ini mengalami peningkatan pendapatan yang cukup signifikan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa usaha promosi dan pemasaran yang lebih baik memberikan hasil yang positif. Sayangnya, pada tahun 2023, pendapatan kembali mengalami penurunan yang cukup besar. Penurunan ini disebabkan oleh kurangnya aktivitas promosi dan pemasaran dari pihak unit koperasi. Kurangnya upaya dalam memperkenalkan produk dan menarik konsumen menyebabkan penurunan pendapatan, mengindikasikan betapa pentingnya peran promosi dalam menjaga dan meningkatkan pendapatan unit usaha.

Dan yang terakhir untuk unit usaha Waserda di Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR". Dari tahun 2019 hingga 2023, unit Waserda mengalami penurunan pendapatan yang cukup signifikan. Salah satu penyebab utama dari penurunan ini

adalah adanya keterbatasan ruang dan gerak yang dihadapi oleh unit Waserda. Keterbatasan ini menghambat kemampuan unit untuk beroperasi dengan efisien, sehingga berdampak langsung pada pendapatan yang diperoleh.

Meskipun berbagai strategi pemasaran telah diterapkan, seperti promosi dan kampanye pemasaran, unit Waserda masih mengalami penurunan pendapatan jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Pada tahun 2022, unit Waserda mengalami sedikit peningkatan pendapatan, yang disebabkan oleh penjualan satu unit mobil yang dimiliki oleh unit tersebut. Penjualan mobil ini memberikan dorongan sementara pada pendapatan unit Waserda.

Namun, pada tahun 2023, pendapatan unit Waserda kembali menurun. Penurunan ini disebabkan oleh kurangnya upaya dalam pemasaran dan promosi penjualan. Tanpa kegiatan promosi yang efektif, unit Waserda kesulitan untuk menarik konsumen dan meningkatkan penjualan. Faktor-faktor ini secara keseluruhan menyebabkan penurunan pendapatan yang cukup signifikan, menggambarkan tantangan yang dihadapi unit Waserda dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya.

Di antara ketiga unit usaha yang pendapatan hasil usaha paling rendah adalah unit waserda dan itupun pada tahun 2023 mengalami penurunan sebanyak (51) %., ada beberapa faktor yang mempengaruhi adanya penurunan tingkat penjualan yakni: kualitas barang yang menurun, tidak adanya persediaan produk, penggunaan teknologi, persaingan karena perubahan selera konsumen, munculnya kompetitor yang menjual

barang lebih murah. Dan karena kepuasan konsumen juga menurun Oleh karena itu merupakan indikasi dari rasa ketidakpuasan dari konsumen

Tabel 1. 2 Data Pendapatan Penjualan Hasil Usaha Bersih Pada Unit Waserda Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR" Tahun 2019-2023

Tahun	Nilai Transaksi (Rp)	Naik/Turun (%)	Jumlah Anggota	Anggota yang Bertransaksi (Orang) (%)	Anggota yang tidak Bertransaksi (Orang) (%)
2019	72.175.050		3.275	-	-
2020	71.343.482	(1)	3.060	-	-
2021	29.508.605	(59)	2.948	107 4	2.841 96
2022	254.896.674	764	2.922	111 4	2.811 96
2023	125.798.702	(51)	2.987	124 4	2.863 96

Sumber: Buku Laporan RAT Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR" Tahun 2019-2024

Menurut Tabel 1.2, data pendapatan penjualan hasil usaha bersih unit Waserda dari tahun 2019 hingga 2023 menunjukkan adanya fluktuasi, namun secara umum tren penjualannya cenderung menurun. Penurunan ini berpotensi memberikan dampak serius pada keberlangsungan usaha Waserda. Jika penurunan penjualan terus berlanjut setiap tahun, ada kemungkinan besar bahwa unit Waserda akan mengalami kerugian. Untuk menangani masalah ini, penting untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap berbagai faktor yang mempengaruhi kegiatan ritel.

Dalam mendukung usaha ritel, sangat penting untuk menerapkan strategi yang tepat agar keputusan yang diambil tidak merugikan perusahaan. Beberapa ahli ekonomi menggunakan istilah **retailing mix** atau bauran ritel untuk merujuk pada strategi ini.

Menurut Levy dan Weitz (2012:25), bauran ritel adalah kombinasi dari berbagai faktor yang digunakan oleh pengecer untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Dengan kata lain, bauran ritel mencakup berbagai elemen yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli produk.

Hasil survei dan wawancara pendahuluan dengan pengurus serta konsumen menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menyebabkan rendahnya jumlah transaksi yang dilakukan oleh anggota. Faktor-faktor tersebut mungkin terkait dengan berbagai aspek operasional dan strategi yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan jumlah transaksi dan kepuasan anggota. terjadi karena:

1. Lokasi yang jauh dari cabang bank lain.
2. Harga yang diterapkan di koperasi cenderung masih mengikuti harga pasar.
3. Ketersediaan variasi barang yang masih kurang lengkap, karena terdapat beberapa produk yang tidak menyediakan stok.
4. Tidak ada perbedaan harga antara anggota dan non anggota. Sehingga anggota tidak dapat merasakan manfaat ekonomi secara langsung.

Berdasarkan beberapa fenomena dan survei di atas menunjukkan bahwa pelaksanaan bauran ritel diduga belum dikelola dengan baik. Pelaksanaan bauran ritel sangat perlu diperhatikan oleh pengurus Koperasi Konsumen Bank BJB “ZIEBAR”, untuk menjaga keunggulan bersaing dengan toko ritel lainnya. Proses tersebut berkaitan dengan barang dan jasa yang ditawarkan oleh waserda. Dari segi produk, hal-

hal seperti kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau; dari segi pelayanan, hal-hal seperti kelengkapan produk yang ditawarkan, lokasi toko yang dapat diakses dengan mudah, suasana toko yang membuat konsumen merasa nyaman saat melakukan transaksi, area parkir yang cukup untuk mobil, dan pramuniaga yang ramah terhadap konsumen. Langkah-langkah yang diambil oleh toko diharapkan dapat membantu meningkatkan pengalaman konsumen.

Bauran ritel dalam Foster (2008:49) yaitu:

“Bauran ritel merupakan unsur-unsur strategis yang digunakan untuk mendorong pembeli melakukan transaksi usahanya dengan pedagang eceran tertentu ”

Kepuasan para Konsumen merupakan salah satu kunci dari keberhasilan koperasi. Agar konsumen yang sangat puas akan kembali lagi untuk bertransaksi dengan koperasi. Oleh karena itu, Unit Waserda Koperasi Konsumen Bank BJB “ZIEBAR” perlu fokus pada kepuasan berbelanja para konsumen dengan menerapkan kombinasi ritel terbaik, dengan harapan meningkatkan kepuasan konsumen dalam bertransaksi di unit Waserda Koperasi Konsumen Bank BJB “ZIEBAR”

Kepuasan Konsumen merupakan salah satu faktor kunci untuk keberhasilan sebuah koperasi. Ketika konsumen merasa puas dengan layanan dan produk yang mereka terima, mereka cenderung akan kembali dan melakukan transaksi ulang dengan koperasi tersebut. Oleh karena itu, Unit Waserda di Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR" perlu memusatkan perhatian pada peningkatan kepuasan berbelanja para konsumen. Ini bisa dicapai dengan menerapkan kombinasi ritel yang optimal dan efektif. Dengan cara

ini, diharapkan kepuasan konsumen dalam bertransaksi di unit Waserda dapat meningkat secara signifikan, sehingga mendorong mereka untuk terus kembali berbelanja dan bertransaksi di unit Waserda Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR".

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai bauran ritel (*retail mix*) yang dinilai belum dikelola secara optimal di Unit Waserda Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR." Bauran ritel yang kurang efektif diduga menjadi salah satu penyebab utama rendahnya tingkat kepuasan konsumen saat berbelanja di unit Waserda. Dengan memahami dan mengevaluasi aspek-aspek dalam bauran ritel yang belum dioptimalkan, peneliti berharap dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan memberikan solusi untuk meningkatkan pengalaman belanja mereka. Oleh karena itu, Adapun judul penelitian yang diambil adalah: **"ANALISIS BAURAN RITEL DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN ANGGOTA"**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah di uraikan pada latar belakang, maka untuk mempermudah dalam pemecahan masalah perlu dilakukan identifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan bauran ritel yang ada di Unit Waserda Pada Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR",
2. Bagaimana tanggapan dan harapan anggota atas bauran ritel pada unit usaha waserda Pada Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR",

3. Bagaimana kepuasan anggota pada unit usaha waserda Pada Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR",
4. Upaya apa saja yang harus dilakukan Unit Waserda Pada Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR". untuk meningkatkan kepuasan anggota.

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis Bauran Ritel Dalam Upaya Meningkatkan kepuasan konsumen anggota.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Sedangkan tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi dan data yang digunakan untuk mengetahui:

1. Pelaksanaan bauran ritel pada unit waserda Pada Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR",
2. Tanggapan dan harapan anggota ritel terhadap kepuasan anggota pada unit waserda di Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR",
3. Kepuasan anggota pada unit usaha waserda Pada Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR",
4. Upaya yang harus dilakukan Unit Waserda Pada Koperasi Konsumen Bank BJB "ZIEBAR". untuk meningkatkan kepuasan anggota

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Dalam aspek teoritis (keilmuan), pengetahuan ini bermanfaat dalam pembuatan teori. Teori ini menunjukkan bahwa secara sistematis hubungan antara fenomena dan membantu peneliti mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Manajemen Bisnis, Pemasaran dan perkoperasian. Baik untuk instansi maupun peneliti berikutnya sebagai sumber informasi awal dan bahan pertimbangan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Dalam hal praktis (guna laksana), ini dapat bermanfaat bagi Koperasi Konsumen Bank BJB “ZIEBAR” saat membuat keputusan dan kebijakan yang berkaitan dengan bauran ritel yang harus diterapkan agar dapat meningkatkan kepuasan anggota meningkat.