

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sistem perekonomian di Indonesia menganut tiga perilaku sistem ekonomi untuk kesejahteraan serta kepentingan Masyarakat Indonesia diantaranya ialah BUMN, BUMS, dan Koperasi. Koperasi memiliki peranan penting dalam kesejahteraan anggotanya serta untuk memperbaiki taraf hidup masyarakat. Adapun pengertian Koperasi yang tertuang di dalam Undang - Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Pada Bab 1 Pasal 1 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 berdasarkan atas asas kekeluargaan.”

Dalam definisi tersebut dijelaskan bahwa koperasi dapat memberikan pengaruh positif terhadap perkembangan perekonomian di Indonesia karena koperasi memainkan peranan penting dalam proses pembangunan nasional dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan atas asas kekeluargaan yang artinya koperasi didirikan untuk membantu kesejahteraan para anggotanya untuk memiliki taraf hidup yang lebih baik, dalam mewujudkannya maka kegiatan usaha koperasi perlu disesuaikan dengan tujuan berdirinya koperasi yang tertuang dalam Undang - Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Pada Bab 2 Pasal 3 Bahwa :

“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.”

Pada Koperasi didahulukan untuk kepentingan bersama sama, bukan hanya untuk kepentingan individu Koperasi juga bukan merupakan badan usaha yang dimiliki oleh sekelompok orang yang kemudian sekelompok orang tersebut menjadi anggota. Tetapi, koperasi merupakan gerakan ekonomi rakyat, karena di dalam Koperasi kemakmuran anggota yang lebih diutamakan. Hal ini disesuaikan dengan tujuan koperasi yang disampaikan oleh Mohammad Hatta bahwa tujuan koperasi bukanlah menggali keuntungan, melainkan memenuhi kebutuhan bersama.

Koperasi dapat membantu meningkatkan daya saing perekonomian dengan meningkatkan produktivitas dan efisiensi usaha yang dilakukan oleh anggotanya. Maka dari itu, koperasi perlu memiliki pondasi yang kuat, modern, sehat berdaya saing, serta berdasarkan prinsip koperasi yang dapat mendukung usaha kecil dan menengah. Dengan hal ini, koperasi dapat menjadi soko guru perekonomian yang dapat memberikan sumbangsih terhadap perekonomian di Indonesia di tengah tantangan zaman dan perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Dalam jenisnya Koperasi terdiri dari beberapa jenis. Hal ini tertuang didalam Undang - Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 Tentang Jenis - Jenis Koperasi pada Bab 4 Bagian 3 Pasal 16 bahwa :

“Jenis Koperasi didasarkan pada kesamaan kegiatan dan kepentingan ekonomi anggotanya.”

Koperasi Konsumen merupakan koperasi yang melaksanakan kegiatan bagi anggotanya dalam rangka penyediaan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh anggotanya. Pada Koperasi Konsumen anggota dinyatakan sebagai pemilik dan

pelanggan. Koperasi Konsumen perlu memberikan pelayanan prima kepada pelanggannya. Pelayanan prima merupakan pelayanan terbaik yang dapat memenuhi harapan anggotanya. Apabila harapan serta kebutuhan anggota tidak dapat dipenuhi oleh koperasi maka besar kemungkinan dapat menyebabkan koperasi gulung tikar.

Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) merupakan koperasi yang didirikan dengan tujuan untuk kesejahteraan anggota khususnya dan bertujuan untuk kemajuan perekonomian bangsa serta secara tidak langsung Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) berperan untuk menunjang karyawan serta karyawan Bank BJB.

Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) didirikan sesuai dengan Surat Keputusan Kantor Dinas Koperasi Pengusaha Kecil Dan Menengah Kota Bandung dengan Badan Hukum Nomor: 7887/BH/DK-1-1-1983 pada tanggal 21 September 1983 dengan nama awal Koperasi Karyawan Bank BJB, dan sudah mengalami beberapa kali perubahan anggaran dasar yaitu nomor: 28/PAD/KDK/10.21/V/1999, tanggal 20 Mei 1999, No. 518/PAD.24-DISKOP/204 tanggal 29 Juli 2014, selanjutnya akta notaris Hilda Sophia Wiradeja, S.H dengan No. 28 pertanggal 31 Mei 2010 dan akta terakhir Hilda Sophia Wiradeja, SH No 22 per tanggal 25 Agustus 2016 dengan perubahan nama menjadi Koperasi Konsumen Bank BJB dan nama panggilan ZIEBAR yang disesuaikan dengan jenis koperasi dengan didasarkan oleh kesamaan dan kepentingan kegiatan anggotanya. Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) telah terdaftar di kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia dengan sertifikat NIK nomor 3273262020001

yang telah ditetapkan pada 26 Mei 2015 sebagai identitas koperasi yang dinyatakan aktif secara kelembagaan maupun usaha.

Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) memiliki tiga unit usaha aktif yang dijalankan untuk memenuhi kesejahteraan serta kebutuhan anggotanya, diantaranya ialah:

1. Unit Usaha Simpan Pinjam
2. Unit Usaha Toko/Perdagangan Umum (Minimarket)
3. Unit Usaha Promosi dan ATK

Objek penelitian ini berfokus pada Unit Usaha Perdagangan Umum karena kondisi dari Unit Toko Kopetasi yang berada dalam posisi pasar persaingan yang bersaing dengan toko ritel atau perusahaan ritel lainnya seperti Alfamart, Indomart, Transmart dan perusahaan ritel atau toko ritel lainnya. Kondisi tersebut dapat membuat kemungkinan besar anggota tidak bertransaksi dengan koperasi namun lebih memilih melakukan transaksi dengan perusahaan pesaing jika kinerja koperasi tidak memenuhi harapan serta kebutuhan anggota dan membuat anggota merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh koperasi. Lebih lanjutnya, apabila anggota tidak merasa puas dan merasa tidak mendapatkan manfaat terhadap koperasi maka besar kemungkinan anggota tidak ingin kembali berbelanja kepada koperasi yang dapat membuat koperasi gulung tikar.

Tabel 1.1 Data Pertumbuhan Anggota Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) Tahun 2019 – 2023

Tahun	Perkembangan		Total Anggota (Orang)	Pertumbuhan (%)
	Anggota Biasa (Orang)	Anggota Luar Biasa (Orang)		
2019	2.619	657	3.276	-
2020	2.368	692	3.060	-7%
2021	2.205	743	2.948	-4%
2022	2.476	446	2.922	-1%
2023	2.494	493	2.987	2%

Sumber : Laporan Rapat Anggota Tahunan Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) Tahun 2019 – 2023

Pada Tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa terdapat 2.987 anggota yang terdiri dari anggota biasa (Karyawan aktif Bank BJB) dan anggota luar biasa (pensiunan Bank BJB dan Karyawan terafiliasi dengan bank BJB).

Pada Tabel 1.1 dapat dipahami bahwa terdapat keadaan yang fluktuatif cenderung menurun dihitung sejak tahun 2019 – 2022 pada Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) dengan rata rata presentase penurunan sebesar 2,5 %. Selain itu dalam kurun waktu lima tahun tersebut jumlah anggota yang keluar lebih banyak dibandingkan jumlah anggota yang masuk ke koperasi, fenomena jumlah anggota koperasi yang keluar disebabkan karena tingkat resign karyawan karyawan Bank BJB, baik karyawan karyawan yang undur diri, PHK maupun memasuki usia pensiun. Hal hal tersebut berada diluar kendali karyawan Koperasi Bank BJB (ZIEBAR). Hal ini dapat mengindikasi bahwa besar kemungkinan jumlah anggota yang berpartisipasi terhadap koperasi akan mengalami penurunan.

Tabel 1.2 Perkembangan Partisipasi Anggota Pada Unit Usaha Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)

Tahun	Jumlah Anggota Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) (Orang)	Jumlah Anggota Yang Berpartisipasi (Orang)	Persentase Anggota Yang Berpartisipasi (%)
2019	3.276	10	0,30%
2020	3.060	17	0,5%
2021	2.948	107	3,63 %
2022	2.922	105	3,59 %
2023	2.987	150	5,02 %

Sumber : Laporan Rapat Anggota Tahunan 2019-2023 Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) dan Laporan Pelanggan

Dari Tabel 1.2 dapat dipahami bahwa jumlah anggota yang ikut berpartisipasi aktif terhadap koperasi pada unit usaha toko mengalami kondisi yang fluktuatif.

Dalam partisipasi anggota mengalami kenaikan serta penurunan yang tidak menentu terlihat dalam Tabel 1.2 bahwa kenaikan partisipasi anggota mulai terjadi pada tahun 2021 dengan total partisipasi anggota sebanyak 107 orang dan mulai mengalami kenaikan yang tinggi pada tahun 2023 dengan total anggota sebanyak 150 orang. Sedikitnya anggota yang berpartisipasi ini di duga karena Unit Toko/perdagangan umum dari Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) hanya terletak di cabang pusat yang berada di Jl. Naripan No.21, Braga, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40111 dan hanya mengandalkan anggota koperasi dari cabang pusat yang saat ini pertahun 2023 anggotanya berjumlah 651 orang dengan jumlah partisipasi anggota yang melakukan transaksi dengan koperasi hanya 150 orang pertahun 2023.

Tabel 1.3 Data Perkembangan Tingkat Transaksi Anggota Pada Unit Usaha Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)

Tahun	Nilai Volume Penjualan (Rp)	Nilai Transaksi Anggota (Rp)	Jumlah Anggota Yang Berpartisipasi (Orang)	Rata-Rata Partisipasi Anggota (Rp)
2019	1.825.508.321	534.689.299	10	53.468.930
2020	1.644.752.660	39.724.675,60	17	2.336.745,6
2021	1.501.692.902	43.941.900	107	410. 672
2022	1.385.694.489	275.004.100	105	2. 619. 087
2023	1.063.290.827	115.343.640	150	768.958

Sumber: Laporan Pertumbuhan Penjualan Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)

Dari Tabel 1.3 dapat dipahami bahwa nilai transaksi anggota dalam kurun 5 tahun terakhir terhitung sejak tahun 2019 – 2023 terus mengalami kondisi yang fluktuatif namun cenderung menurun. Hal ini disebabkan oleh kurangnya anggota yang melakukan transaksi belanja dengan Unit Toko/Perdagangan Umum Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR).

Rendahnya nilai transaksi anggota ini disebabkan karena kurangnya anggota yang berpartisipasi aktif dalam melakukan transaksi dengan unit usaha toko/perdagangan umum Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR). Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan koperasi yang ditugaskan di unit usaha toko rendahnya partisipasi anggota yang melakukan transaksi dengan unit usaha toko/perdagangan umum disebabkan oleh beberapa hal, yaitu:

1. Lokasi toko yang terlalu kurang strategis dan penyimpanan plang keberadaan koperasi yang terlalu kurang strategis menyebabkan ketidaktahuan anggota serta non anggota tentang keberadaan koperasi serta karena Unit Toko dari ziebar mart hanya terletak di cabang pusat Bank BJB Bandung dan tidak tersebar di seluruh cabang bank BJB.

2. Tidak adanya label harga pada koperasi dikarenakan harga yang terus berubah ubah.
3. Tidak adanya lahan parkir karena lokasi toko yang terlalu menjorok dan kecil
4. Belum maksimalnya kegiatan promosi dalam media sosial instagram dan hanya mengandalkan promosi dalam aplikasi whatsapp yang dilakukan oleh unit usaha toko yang menyebabkan banyak karyawan pusat tidak mengetahui keberadaan koperasi dan lebih tertarik untuk bertransaksi dengan pesaing toko.

Berdasarkan hasil penemuan tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa masih kurang maksimalnya pelaksanaan bauran ritel yang dilakukan oleh unit usaha toko pada koperasi bank BJB (ZIEBAR). Menurut Utami (104:2017) Bauran Ritel atau Bauran Eceran adalah strategi pemasaran yang mengacu pada beberapa variabel, dimana peritel dapat mengkombinasikan variabel variabel tersebut menjadi jalan alternatif dalam upaya menarik perhatian konsumen. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Kotler (139:2009) yang berpendapat bahwa penilaian pelanggan terhadap kinerja dan produk yang ditawarkan dinilai dari beberapa faktor, terutama dari hubungan yang dimiliki antara pelanggan dan toko.

Kepuasan anggota sebagai pelanggan pula dapat dijadikan sebuah alasan untuk dijadikan alah satu standar kesuksesan koperasi. Kesejahteraan anggota tidak akan bisa dicapai oleh suatu koperasi jika harapan serta kebutuhan anggota tidak dipenuhi oleh koperasi. Menurut Kotler dan Keller (139:2009) Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan

kinerja yang dipresepsikan produk terhadap ekspektasi pelanggan. Jika kinerja/produk gagal dalam memenuhi ekspektasi pelanggan, maka pelanggan tidak akan puas. Dan jika kinerja/produk berhasil dalam memenuhi ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan puas dan senang. Oleh sebab itu, koperasi perlu memaksimalkan program bauran eceran pada Unit Toko, sehingga dapat memberikan kemungkinan yang besar anggota akan puas dengan pelayanan serta kelengkapan produk yang terdapat dikoperasi, anggota juga akan lebih sering melakukan transaksi dengan koperasi. Hal ini dapat memberikan pengaruh positif untuk kemajuan koperasi.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis mengambil fenomena ketidakpuasan anggota yang diduga akibat pelaksanaan bauran eceran pada Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) yang belum terlaksana dengan baik serta penulis ingin mengetahui bagaimana pengaruh dari bauran eceran terhadap kepuasan anggota sebagai pelanggan. Maka, peneliti mengajukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Bauran Eceran Terhadap Kepuasan Anggota Sebagai Pelanggan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan, serta mengacu pada judul yang peneliti ajukan. Maka, dapat diambil kesimpulan bahwa permasalahan yang dapat dibahas dalam penelitian ini diantaranya ialah :

1. Bagaimana Pelaksanaan Bauran Eceran Pada Unit Usaha Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)

2. Bagaimana Tanggapan Anggota Terhadap Pelaksanaan Bauran Eceran Pada Unit Usaha Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)
3. Bagaimana Kepuasan Anggota pada Unit Toko/Perdagangan Umum Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)
4. Bagaimana pengaruh pelaksanaan bauran eceran oleh Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR) terhadap kepuasan anggota sebagai pelanggan

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menguji pengaruh bauran eceran yang dilakukan oleh Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR), sehingga dapat diketahui seberapa besar pengaruh bauran eceran dalam mempengaruhi kepuasan anggota sebagai pelanggan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini diantaranya untuk mengetahui:

1. Program Pelaksanaan Bauran Eceran Pada Koperasi Konsumen Bank Bjb (ZIEBAR)
2. Tingkat Pelaksanaan Bauran Eceran Oleh Unit Toko Koperasi Konsumen Bank Bjb (ZIEBAR)
3. Tingkat Kepuasan Anggota Sebagai Pelanggan Di Unit Toko Koperasi Konsumen Bank Bjb (ZIEBAR)

4. Pengaruh Dari Pelaksanaan Bauran Eceran Terhadap Kepuasan Anggota Unit Toko Koperasi Konsumen Bank BJB (ZIEBAR)

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta menjadi bahan referensi bagi pembaca dan masih dapat dikembangkan untuk penelitian selanjutnya khususnya pada kinerja bauran eceran serta pengaruhnya terhadap kepuasan anggota sebagai pelanggan

1.4.2 Aspek Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu manfaat dan masukan bagi pihak koperasi untuk digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam memecahkan masalah yang dihadapi, khususnya untuk unit usaha toko/perdagangan umum milik koperasi.