

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pesatnya perkembangan dunia usaha yang seiring dengan kemajuan teknologi telah memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini terlihat dari persaingan yang semakin ketat di sektor usaha, baik dalam perdagangan maupun industri, serta meningkatnya tuntutan konsumen terhadap produk atau barang yang mereka konsumsi. Dengan kondisi ini, badan usaha di Indonesia perlu meningkatkan kualitas dan kompetensi bisnis mereka agar dapat mencapai keberhasilan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Persaingan yang ketat ini mengharuskan semua pelaku ekonomi, termasuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), dan Koperasi, untuk bekerja lebih aktif, efisien, dan profesional. Ketiga jenis pelaku ekonomi ini diharapkan dapat berkembang menjadi entitas usaha yang mampu menjadi pendorong utama pembangunan ekonomi di Indonesia. Hal ini sesuai dengan Pasal 33 ayat (1) Undang-Undang Dasar Republik Indonesia 1945 yang menyatakan:

**"Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas dasar kekeluargaan".**

Koperasi, sebagai salah satu pilar ekonomi bangsa Indonesia, memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya dan masyarakat secara umum, yang berlandaskan pada Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Oleh

karena itu, koperasi memiliki peran yang sangat penting dalam mengembangkan potensi masyarakat untuk membangun kehidupan ekonomi yang bersifat demokratis, mengedepankan kesetaraan kebutuhan, dan semangat kekeluargaan, seperti yang dijelaskan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 Pasal 1 ayat (1) tentang Perkoperasian, yang menyatakan:

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

Berdasarkan penjelasan dalam Pasal 1 Undang-Undang 1992 di atas, koperasi dapat diartikan sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berlandaskan atas kekeluargaan dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan anggota melalui pemenuhan kebutuhan mereka. Menurut Ramudi Arifin (2013:2), perusahaan koperasi berfungsi sebagai alat bagi anggotanya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam mencapai tujuan ekonomi masyarakat. Demikian pula, efektivitas ekonomi merupakan hasil dari interaksi antar manusia dalam pertukaran barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggotanya, koperasi yang berfungsi sebagai wadah untuk membantu transaksi kegiatan ekonomi masyarakat diharapkan mampu meningkatkan peran dan fungsinya melalui peningkatan kebersamaan, pengelolaan usaha yang lebih profesional, serta menjadi lembaga yang mandiri dengan berfokus pada kepentingan anggota.

Keberhasilan koperasi dalam mencapai tujuannya sangat bergantung pada peran aktif semua komponen sumber daya manusia yang ada di dalamnya. Peran

tersebut dapat diwujudkan melalui kontribusi positif dan penggalian potensi yang baik untuk mendukung kegiatan koperasi, sehingga tujuan optimal dapat tercapai.

Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) “Kamola” yang beralamat di Jl. Rancaekek-Majalaya No.79 Kode Pos 40382 Desa Majasetra Kecamatan Majalaya, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. Koperasi ini disahkan dengan Akta Pendirian No. 10427/BH/PAD/518- KOP/III/2016 pada tanggal 26 Maret 2016. Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) “Kamola” memiliki anggota yang berjumlah 428 orang, penasehat 1 orang, pengawas 3 orang, pengurus 5 orang, manajer 1 orang, dan karyawan 6 orang.

Adapun unit usaha yang dibentuk oleh Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) “Kamola” untuk menunjang kebutuhan anggotanya yaitu:

1. Unit Simpan Pinjam
  - a. Pinjaman Jangka Panjang (PjPan) adalah pinjaman dengan jangka waktu lebih dari satu tahun.
  - b. Pinjaman Khusus (PjKhs), adalah pinjaman dengan masa pinjaman kurang dari satu tahun.
2. Unit Perdagangan
  - a. Toko (Mart)
  - b. Pembayaran Listrik dan Fotocopy

Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan “Kamola” merupakan unit usaha yang bergerak di bidang usaha eceran dan

memiliki peran yang besar dalam pemenuhan kebutuhan pokok anggota sehari-hari baik itu kebutuhan primer (sembako, makanan, minuman) maupun kebutuhan sekunder (peralatan elektronik, kendaraan, dan lain-lain).

Berikut data perkembangan partisipasi anggota yang aktif berbelanja ke Unit Perdagangan sebagai berikut :

**Tabel 1. 1 Perkembangan Partisipasi Pembelian Anggota pada Unit Perdagangan Tahun 2019-2023**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Anggota (Orang)</b>	<b>Jumlah Anggota Yang Berpartisipasi (Orang)</b>	<b>N/T (%)</b>
2019	486	450	-
2020	558	453	0,66
2021	557	481	5,82
2022	517	500	3,80
2023	428	349	(43,27)

Sumber: Laporan RAT Koperasi Konsumen KKM KAMOLA

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 mengenai perkembangan partisipasi pembelian anggota pada Unit Perdagangan Koperasi KKM KAMOLA dari tahun 2019 hingga 2023 terlihat fluktuatif. Pada tahun 2019, dari 486 anggota koperasi, 450 anggota berpartisipasi dalam pembelian. Pada tahun 2020, jumlah anggota meningkat menjadi 558 orang, namun anggota yang berpartisipasi dalam pembelian hanya 453 orang. Meskipun jumlah anggota meningkat, partisipasi anggota mengalami penurunan relatif terhadap total jumlah anggota, mengindikasikan adanya penurunan minat atau aktivitas dalam pembelian. Pada tahun 2021,

meskipun jumlah anggota sedikit menurun menjadi 557 orang, jumlah anggota yang berpartisipasi dalam pembelian meningkat menjadi 481 orang. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan partisipasi yang signifikan, yang bisa diartikan sebagai hasil dari strategi promosi atau layanan yang lebih baik oleh koperasi. Pada tahun 2022, jumlah anggota berkurang menjadi 517 orang, namun partisipasi meningkat menjadi 500 orang. Ini menunjukkan efektivitas koperasi dalam mendorong partisipasi meskipun jumlah anggota secara keseluruhan mengalami penurunan. Namun, pada tahun 2023, terjadi penurunan yang signifikan baik dalam jumlah anggota maupun partisipasi. Jumlah anggota turun menjadi 428 orang, dan yang berpartisipasi hanya 349 orang. Ini merupakan penurunan yang sangat tajam, yang mungkin disebabkan oleh faktor-faktor seperti penurunan kepercayaan anggota terhadap koperasi, ketidakpuasan terhadap produk atau layanan, atau kondisi ekonomi yang memengaruhi daya beli anggota.

Adapun data perkembangan target dan realisasi pendapatan pada Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) “Kamola” adalah sebagai berikut :

**Tabel 1. 2 Perkembangan Target dan Realisasi Pendapatan KKMK Kamola**

Tahun	Unit Perdagangan		
	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	N/T (%)
2019	280.727.000	516.442.555	48,46
2020	604.432.946	588.976.669	12,32
2021	665.845.015	540.193.032	(9,03)
2022	700.000.000	495.449.046	(9,03)
2023	513.670.668	397.055.659	(24,78)

*Sumber: Laporan RAT tahun buku 2019-2023*

Berdasarkan Tabel 1.2, pendapatan unit perdagangan KKMK Kamola mencakup hasil dari penjualan barang dan jasa yang dikelola koperasi, termasuk perdagangan produk dan layanan fotokopi. Data menunjukkan bahwa meskipun koperasi berhasil melampaui target pendapatan di tahun 2019, kinerja keuangan unit perdagangan mengalami penurunan signifikan pada tahun-tahun berikutnya, khususnya di tahun 2021 hingga 2023. Hal ini mengindikasikan adanya tantangan yang dihadapi koperasi dalam mencapai target pendapatan, yang kemungkinan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti perubahan kondisi pasar, penurunan daya beli anggota, serta hambatan operasional yang mempengaruhi hasil perdagangan.

Untuk mengatasi penurunan ini dan meningkatkan pendapatan di masa mendatang, KKMK Kamola perlu memfokuskan perhatian pada strategi bauran eceran (*retail mix*). Dengan mengoptimalkan strategi ini, koperasi dapat mendorong partisipasi anggota dalam kegiatan pembelian, baik dengan memperbaiki penawaran produk, harga, promosi, lokasi, maupun peningkatan kenyamanan layanan dan suasana toko. Selain meningkatkan pendapatan pada unit perdagangan,

strategi ini juga diharapkan dapat meningkatkan nilai transaksi anggota, karena koperasi pada dasarnya dibentuk untuk melayani dan memberikan manfaat kepada anggotanya. Meningkatkan partisipasi dan frekuensi transaksi anggota tidak hanya akan berdampak positif pada pendapatan koperasi, tetapi juga memperkuat hubungan koperasi dengan anggotanya, sehingga menciptakan siklus yang saling menguntungkan antara anggota dan koperasi.

Berikut data nilai transaksi pada Unit Perdagangan, untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

**Tabel 1. 3 Nilai Transaksi Pada Unit Perdagangan**

Tahun	Total Nilai Transaksi Anggota (Rp)	N/T (%)	Rata-rata Nilai Transaksi Anggota	
			Per Tahun (Rp)	Per Bulan (Rp)
2022	603.082.345	-	526.915.466	201.027.448
	487.712.345	(19,13)		162.570.782
	444.379.150	(8,88)		148.126.383
	572.488.025	28,83		190.829.342
2023	617.493.745	7,86	511.266.918	205.831.248
	516.019.745	(16,43)		172.006.582
	475.578.480	(7,84)		158.526.160
	435.975.700	(8,33)		145.325.233

*Sumber: Laporan Keuangan Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan karyawan (KKMK) "Kamola"*

Berdasarkan Tabel 1.3 nilai transaksi anggota pada unit perdagangan selama tahun 2022 dan 2023 mengalami fluktuasi yang signifikan. Pada tahun 2022, transaksi tertinggi tercatat di kuartal pertama (Q1) sebesar Rp 603.082.345,

kemudian menurun hingga kuartal ketiga (Q3), dan kembali naik di kuartal keempat (Q4) mencapai Rp 572.488.025. Tahun 2023 dimulai dengan peningkatan di Q1 menjadi Rp 617.493.745, tetapi selanjutnya mengalami penurunan konsisten hingga Q4, berakhir di Rp 435.975.700. Penurunan nilai transaksi tersebut disebabkan oleh berkurangnya partisipasi anggota dalam melakukan pembelian di unit perdagangan, meskipun pengurus koperasi telah melakukan berbagai upaya pemasaran, namun pencapaian masih menurun dibandingkan tahun sebelumnya.

Berdasarkan wawancara awal dengan karyawan Unit Perdagangan dan beberapa anggota Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) “Kamola”, diduga ada beberapa faktor yang menyebabkan rendahnya partisipasi anggota pada unit perdagangan, antara lain belum maksimalnya pelaksanaan bauran eceran, seperti:

1. Ketersediaan produk yang ditawarkan kurang lengkap dibandingkan dengan toko pesaing di sekitar koperasi. Kehadiran toko pesaing ini tidak hanya berasal dari toko sejenis di sekitar koperasi, tetapi juga dari produk sejenis yang lebih murah dan lebih bervariasi yang dijual di toko online (marketplace) dengan berbagai penawaran menarik. Hal ini mempengaruhi minat beli anggota terhadap unit perdagangan koperasi.
2. Harga yang ditetapkan oleh koperasi umumnya mengikuti harga pasar, namun ada beberapa produk tertentu yang harganya lebih tinggi dibandingkan toko pesaing, sehingga anggota lebih memilih berbelanja di toko pesaing di sekitar Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Karyawan

dan Mantan Karyawan (KKMK) “Kamola” atau di toko online (marketplace).

3. Tata letak barang yang belum tertata rapi membuat anggota yang berbelanja mengalami kesulitan dalam memilih barang yang akan dibeli.
4. Promosi yang dilakukan belum optimal, hal ini terlihat dari tidak konsistennya promosi barang dan harga yang ditawarkan oleh koperasi. Selain itu, koperasi belum sepenuhnya memanfaatkan media sosial, padahal media sosial saat ini sangat efektif untuk kebutuhan promosi usaha koperasi.

Keberhasilan sebuah usaha didukung oleh beberapa faktor penting yang mempengaruhi kelangsungan bisnis, seperti lokasi, produk, harga, promosi, layanan, dan fasilitas fisik. Faktor-faktor ini merupakan elemen dari bauran eceran yang saling mendukung dan melengkapi, sehingga memungkinkan unit perdagangan koperasi bersaing dengan usaha sejenis lainnya. Di tengah persaingan usaha ritel (eceran) yang semakin ketat, para pengusaha ritel, termasuk unit perdagangan koperasi, harus mampu menentukan strategi yang tepat agar dapat bertahan dan bersaing. Salah satu caranya adalah dengan menentukan bauran eceran (*retailing mix*) yang tepat dan kompetitif.

Adapun penelitian terdahulu yang relevan adalah penelitian yang dikemukakan dalam jurnal oleh Rizki Fuji Irfani, Trida Gunadi (2021) dengan judul “Bauran Eceran Dalam Meningkatkan Partisipasi Anggota” menyatakan bahwa : “Melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap bauran eceran yang telah dilaksanakan namun masih belum maksimal atau berjalan dengan baik, seperti iklan, promosi penjualan, perbandingan harga dengan pesaing, pencahayaan atau

tampilan luar toko agar anggota lebih tertarik untuk bertransaksi pada Unit Perdagangan Kedelai “Kopti” dan memberikan manfaat ekonomi langsung untuk anggota”. Dari hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa jika setiap unsur bauran eceran tersebut dikombinasikan dengan tepat maka akan memengaruhi tingkat kepuasan konsumen serta berdampak terhadap keberhasilan usaha yang dijalankannya.

Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) “Kamola”, yang menjalankan kegiatan usaha eceran melalui unit perdagangan, harus mampu mengintegrasikan berbagai elemen dari bauran eceran untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang membedakan toko mereka dari toko pesaing. Jika bauran eceran ini diterapkan dengan efektif, diharapkan dapat meningkatkan partisipasi anggota dalam melakukan transaksi di Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) “Kamola”.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti mengangkat judul penelitian sebagai berikut, **“ANALISIS BAURAN ECERAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA SEBAGAI PELANGGAN”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang diatas, maka pokok permasalahan yang dapat diidentifikasi yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana partisipasi anggota terhadap Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) “Kamola”.

2. Bagaimana pelaksanaan bauran eceran yang dilakukan oleh Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) “Kamola”.
3. Bagaimana tanggapan dan harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran eceran pada Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) “Kamola”.
4. Upaya apa saja yang harus dilakukan Unit Perdagangan pada Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) “Kamola” untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan bauran eceran dalam upaya untuk meningkatkan partisipasi anggota di Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) “Kamola”.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Partisipasi anggota terhadap Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) “Kamola”.
2. Pelaksanaan bauran eceran yang dilakukan oleh Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan karyawan (KKMK) “Kamola”.

3. Tanggapan dan harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran eceran di Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) “Kamola”.
4. Upaya yang harus dilakukan Unit Perdagangan pada Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) “Kamola” dalam meningkatkan partisipasi anggota.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik untuk pengembangan ilmu pengetahuan maupun dalam penerapan praktis.

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen bisnis, khususnya terkait dengan bauran eceran yang dapat meningkatkan partisipasi anggota di Unit Perdagangan yang dikelola koperasi.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, rekomendasi, dan menjadi panduan bagi pengawas, pengurus, serta anggota Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) “Kamola” dalam menentukan bauran eceran yang tepat dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota pada Unit Perdagangan yang dikelola koperasi.