

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Koperasi merupakan salah satu pelaku usaha ekonomi yang ada di Indonesia, selain Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Swasta (BUMS). Dalam Undang-Undang No 25 Tahun 1992 “Koperasi sebagai badan usaha yang beranggotakan orang-perorangan atau badan hukum koperasi yang berlandaskan pada prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berlandaskan atas asas kekeluargaan”. Berdasarkan pengertian diatas dapat dikatakan bahwa, koperasi merupakan sebuah badan usaha yang dijalankan dan didirikan oleh sekelompok orang atau badan hukum koperasi yang dalam kegiatannya berlandaskan prinsip koperasi dan juga berdasarkan asas kekeluargaan.

Koperasi memiliki peran yang strategis dalam meningkatkan potensi-potensi ekonomi negara, sehingga mampu untuk menopang perekonomian nasional yang perkembangannya semakin pesat. Maka dari itu koperasi memiliki sebutan sebagai soko guru perekonomian di Indonesia (Harini & Septiansyah, 2019). Koperasi memiliki beberapa jenis yang disesuaikan dengan kebutuhan anggotanya, salah satunya yaitu koperasi konsumen yang menyediakan barang dan jasa konsumsi. Pada koperasi konsumen, anggota memiliki dua identitas yaitu sebagai pemilik (*owner*)

dan juga sebagai pelanggan (*costumer*) (Fauziyyah et al., 2023). Hal ini lah yang menjadi pembeda sekaligus menjadi salah satu ciri utama koperasi dengan pelaku ekonomi lainnya.

Koperasi ZIEBAR merupakan sebuah lembaga ekonomi berbentuk koperasi yang berada di Jawa Barat, yang telah berdiri sejak tahun 1983 berdasarkan Surat Keputusan Kantor Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Bandung. Koperasi ini telah berbadan hukum, dengan Nomor: 7887/BH/DK-1/1/1983 per tanggal 21 September 1983 dan sudah mengalami perubahan. Koperasi juga telah mengalami perubahan nama yang semula Koperasi Karyawan Bank bjb menjadi Koperasi Konsumen Bank bjb atau sering disebut dengan “ZIEBAR” pada tanggal 25 Agustus 2016. Koperasi ZIEBAR sendiri bertempat di Komplek The Suites @Metro Apartement Ruko Parahyangan Office Park Blok D-12, Jl. Soekarno-Hatta No. 689B, Kota Bandung 40286, Provinsi Jawa Barat.

Koperasi ZIEBAR merupakan koperasi yang memiliki jumlah anggota sebanyak 2.923 orang pada tahun 2024, yang tersebar diseluruh cabang di Indonesia. Dari total anggota tersebut, sebanyak 620 anggota tercatat berada di kantor pusat, yang berlokasi di Jl. Naripan No. 12-14, Braga, Kecamatan Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat. Koperasi ZIEBAR menyediakan dan mengelola berbagai macam unit usaha. Ada 3 unit usaha yang disediakan oleh pihak koperasi, diantaranya:

1. Unit Usaha ATK dan Barang Promosi
2. Unit Usaha Waserda
3. Unit Usaha Simpan Pinjam

Seluruh unit usaha tersebut berlokasi di Kota Bandung, Jawa Barat. Di antara ketiganya, unit usaha waserda menjadi unit yang paling dekat dengan kebutuhan konsumtif anggota, khususnya dalam penyediaan makanan ringan, minuman kemasan, serta kebutuhan sehari-hari. Namun demikian, unit usaha waserda ini hanya berada di kantor pusat Bank bjb saja, sehingga anggota koperasi yang bertugas atau berdomisili di luar kantor pusat tidak dapat melakukan transaksi.

Penelitian ini difokuskan pada anggota yang berada di kantor pusat. Berdasarkan data keanggotaan dari pihak koperasi, tercatat sebanyak 620 anggota yang berada di kantor pusat, namun penelitian ini hanya berfokus pada 614 anggota saja yang merupakan karyawan aktif Bank bjb, sedangkan 6 anggota lainnya berstatus sebagai direksi dan calon direktur dari Bank bjb dan tidak termasuk ke dalam objek penelitian.

Pada unit ini, koperasi menyediakan berbagai pemenuhan kebutuhan anggota. Namun pada kenyataannya unit usaha waserda ini belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh seluruh anggota koperasi. Partisipasi anggota dalam aktivitas belanja di koperasi menjadi salah satu indikator penting yang mencerminkan keterlibatan anggota secara ekonomi. Koperasi bukan hanya organisasi formal, tetapi juga sistem ekonomi yang

hanya bisa berjalan optimal jika anggotanya terlibat aktif dalam aktivitasnya, termasuk berbelanja di unit usaha waserda.

**Tabel 1.1 Jumlah Transaksi di Unit Usaha Waserda Koperasi ZIEBAR Tahun 2020-2024**

Tahun	Jumlah Transaksi Anggota/Tahun (Rp) (1)	Jumlah Transaksi Anggota/Bulan (Rp) (2)  (1:3) 12 Bulan	Jumlah Anggota Bertransaksi (orang) (3)	Partisipasi Anggota (%) (4)  (1:5)	Jumlah Transaksi Anggota & Non Anggota (5)
2020	300.180.638*	297.798	84*	18*	1.644.752.660
2021	276.166.296*	242.251	95*	24*	1.151.692.902
2022	285.896.600	235.888	101	42	675.352.505
2023	127.393.104	85.613	124	13	1.003.180.044
2024	182.325.658	124.539	122	16	1.115.054.006

Sumber : Laporan Penjualan Unit Usaha Waserda Koperasi ZIEBAR 2020-2024

**Keterangan:** (\*) Data prediksi, dikarenakan adanya perpindahan data pengurus yang menyebabkan tidak adanya data detail transaksi antara anggota dan non anggota.

Berdasarkan tabel di atas, partisipasi anggota dalam bertransaksi selama lima tahun terakhir mengalami fluktuasi. Tingkat keterlibatan anggota dalam bertransaksi mengalami naik turun dari tahun ke tahun. Secara umum, partisipasi anggota dalam bertransaksi masih tergolong rendah. Sebagian besar transaksi masih didominasi oleh non anggota dapat dilihat pada lampiran 5. Hal ini menunjukkan bahwa peran utama koperasi dalam melayani kebutuhan anggota belum sepenuhnya berjalan dengan optimal.

Berikut perkembangan partisipasi anggota yang bertransaksi di Unit Usaha Waserda Koperasi ZIEBAR dapat kita lihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.2 Perkembangan Partisipasi Anggota dalam bertransaksi di Unit Usaha Waserda Koperasi ZIEBAR Tahun 2020-2024**

Tahun	Jumlah Anggota yang Bertransaksi (orang) (1)	Jumlah Anggota di Kantor Pusat Bandung (orang) (2)	Persentase Transaksi Anggota (%) (3) (1:2)
2020	84*	665	13
2021	95*	768	12
2022	101	648	16
2023	124	779	16
2024	122	620	20

Sumber : Data Pengurus Unit Usaha Waserda Koperasi ZIEBAR 2020-2024

**Keterangan:** (\*) Data prediksi, dikarekan adanya perpindahan data pengurus yang menyebabkan tidak adanya data detail transaksi antara anggota dan non anggota.

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa pada unit usaha waserda Koperasi ZIEBAR terjadi peningkatan jumlah anggota yang bertransaksi di setiap tahunnya. Namun demikian, meskipun peningkatan tersebut berlangsung secara bertahap, pada tahun 2024 terlihat bahwa adanya penurunan jumlah anggota yang bertransaksi. Kondisi ini menunjukkan bahwa anggota masih belum konsisten. Namun apabila seluruh anggota turut secara aktif dalam melakukan transaksi, hal tersebut akan menjadi potensi yang sangat besar bagi pertumbuhan dan perkembangan usaha koperasi.

Berikut gambaran jika seluruh anggota aktif bertransaksi di unit usaha waserda Koperasi ZIEBAR.

**Tabel 1.3 Gambaran Jumlah Transaksi Seluruh Anggota bertransaksi di Unit Usaha Waserda Koperasi ZIEBAR**

Tahun	Pendapatan Usaha Sesungguhnya (Rp) (1)	Jumlah Anggota Aktif Bertransaksi (orang) (2)	Jumlah Anggota di Kantor Pusat (orang) (3)	Jumlah Rata-Rata Transaksi Per Anggota/tahun (Rp) (4) (1:2)	Pendapatan Usaha Jika Anggota Aktif (Rp) (5) (4x3)
2020*	300.180.638	84	665	3.573.579	2.376.430.035
2021*	276.166.296	95	768	2.907.014	2.232.586.752
2022	285.896.600	104	648	2.749.006	1.781.355.888
2023	127.393.104	124	779	1.027.364	800.316.556
2024	182.325.658	122	620	1.494.473	926.573.260

Sumber : Data Pengurus Unit Usaha Waserda Koperasi ZIEBAR 2020-2024

**Keterangan:** (\*) Data prediksi, dikarekan adanya perpindahan data pengurus yang menyebabkan tidak adanya data detail transaksi antara anggota dan non anggota.

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukan bahwa, jika anggota aktif dalam melakukan transaksi terlihat memiliki pendapatan yang sangat berbeda. Jika seluruh anggota benar-benar aktif dalam bertransaksi, maka koperasi berpeluang memperoleh pendapatan usaha yang meningkat secara signifikan. Dengan demikian, keberhasilan koperasi sangat tergantung pada keterlibatan anggota dalam melakukan transaksi di koperasi. Dari hasil survey awal dengan melakukan wawancara terhadap 10 anggota koperasi diduga terdapat beberapa faktor yang menyebabkan rendahnya partisipasi anggota dalam bertransaksi pada unit usaha waserda Koperasi ZIEBAR, diantaranya:

1. Harga produk yang ditawarkan oleh koperasi relatif tinggi dan tidak menunjukkan perbedaan dengan harga produk di non koperasi.
2. Hanya sebagian kecil produk yang mencantumkan informasi harga, sementara sebagian besar produk tidak disertai keterangan harga. Hal ini dianggap penting karena informasi harga berperan dalam memudahkan anggota untuk mempertimbangkan dan menentukan keputusan pembelian.
3. Ketidakpuasan terhadap keadaan toko dan fasilitas yang tersedia. Mulai dari pencahayaan yang dinilai kurang optimal, kondisi toko yang sempit dan juga terbatasnya tempat duduk di area depan toko.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Rizki Fuji Irfani dan Trida Gunadi (2021) yang berjudul Bauran Eceran dalam meningkatkan Partisipasi Anggota. Dengan melakukan penelitian melalui penyebaran kuesioner diketahui bahwa bauran eceran yang terdiri dari produk, harga, Promosi, Lokasi, Suasana dalam Toko belum berjalan dengan baik dikarenakan belum dilaksanakan atau belum maksimalnya pelaksanaan unsur-unsur bauran eceran pada Unit Perdagangan Kedelai “Kopti”.

Oleh karena itu berdasarkan fenomena di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dan membahas lebih lanjut mengenai “Analisis Bauran Pemasaran Ritel Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Belanja Anggota” (Studi Kasus Pada Unit Usaha Waserda di Koperasi Konsumen Bank bjb Ziebar Kota Bandung Jawa Barat).

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di dalam latar belakang penelitian, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana Bauran Pemasaran Ritel pada unit usaha waserda Koperasi ZIEBAR.
2. Bagaimana Tanggapan dan Harapan anggota terhadap Bauran Pemasaran Ritel yang dilakukan oleh unit usaha waserda di unit usaha waserda Koperasi ZIEBAR.
3. Upaya-upaya yang harus dilakukan oleh unit usaha waserda Koperasi ZIEBAR terhadap Bauran Pemasaran Ritel dalam meningkatkan partisipasi belanja anggota.

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

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji serta memperoleh gambaran yang jelas mengenai bauran pemasaran ritel di unit usaha waserda Koperasi ZIEBAR, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan maupun perumusan strategi pengembangan koperasi di masa mendatang.



### **1.3.1. Maksud Penelitian**

Maksud dilakukannya penelitian ini pada unit usaha waserda Koperasi ZIEBAR yaitu untuk menganalisis pelaksanaan bauran pemasaran ritel oleh koperasi dalam meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.

### **1.3.2. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Penerapan Bauran Pemasaran Ritel yang diterapkan pada unit usaha waserda Koperasi ZIEBAR.
2. Tanggapan dan Harapan anggota terhadap Bauran Pemasaran Ritel yang dilakukan oleh unit usaha waserda Koperasi ZIEBAR.
3. Upaya-upaya yang harus dilakukan unit usaha waserda Koperasi ZIEBAR terhadap Bauran Pemasaran Ritel dalam meningkatkan partisipasi belanja anggota.

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai kegunaan, baik secara teoritis maupun praktis yang berkaikan dengan bauran pemasaran ritel serta dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang terkait.

#### **1.4.1. Aspek Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen bisnis khususnya

mengenai bauran pemasaran ritel dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota dalam berbelanja pada unit usaha waserda Koperasi ZIEBAR.

#### **1.4.2. Aspek Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan serta menjadi pedoman bagi pengawas, pengurus, serta anggota Koperasi ZIEBAR dalam menentukan bauran pemasaran ritel yang tepat dalam upaya meningkatkan partisipasi belanja anggota pada unit usaha waserda yang dikelola koperasi.

