

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan ekonomi ditandai dengan adanya perubahan-perubahan yang menyebabkan perusahaan menghadapi berbagai macam kendala dalam perkembangan bisnisnya. Kondisi pertumbuhan bisnis sekarang ini sangat tinggi, dapat dilihat dari tumbuhnya berbagai perusahaan-perusahaan dengan produk yang sama sebagai pesaing. Perusahaan harus mampu mengidentifikasi peluang dan tantangan di masa depan. Oleh karena itu, dalam pengembangannya, perusahaan perlu berorientasi pada konsumen, sehingga mereka dapat mengidentifikasi dan memahami apa yang menjadi kebutuhan konsumen. Ada tiga sektor kekuatan ekonomi untuk melaksanakan berbagai kegiatan dalam tatanan kehidupan perekonomian di Indonesia. Ketiga sektor tersebut yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) dan koperasi. Dari ketiga sektor ekonomi nasional tersebut pemerintah mengharapkan agar dikembangkan menjadi komponen-komponen yang saling mendukung dan terpadu di dalam sistem ekonomi nasional.

Koperasi adalah salah satu pelaku ekonomi sehingga dipandang cocok untuk perekonomian Indonesia. Koperasi mempunyai kelebihan dikarenakan usahanya dijalankan bersama-sama sehingga harus lebih mampu menarik pelanggan dibandingkan dengan non koperasi dengan cara memperhatikan kekuatan serta kelemahan yang dimilikinya.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Pasal 1 Ayat (1) menjelaskan bahwa:

“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan malandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan”.

Berdasarkan pengertian di atas koperasi merupakan badan usaha yang berbadan hukum dan diharapkan bisa berperan aktif sekaligus dapat memperbaiki perekonomian. Anggota dapat bekerja sama atau saling menolong satu sama lain dengan anggota lainnya, dan mempunyai kepentingan yang sama dan diwujudkan dengan membentuk koperasi. Tujuan dibangunnya koperasi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan anggota. Salah satu faktor yang dapat membuat koperasi menjadi lebih unggul dalam kegiatan usahanya adalah penerapan bauran pemasaran. Menurut Isoraite (dalam Hendrayani et al., 2021) bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan strategi atau perencanaan produk, penetapan harga, tempat dan promosi dengan menyalurkan ke pasar. Agar koperasi memperoleh keunggulan dalam persaingan, maka unsur-unsur yang ada dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) harus dapat menciptakan kepuasan pelanggan, atau dengan kata lain unsur-unsur tersebut akan mempengaruhi kepuasaan pelanggan dalam membeli suatu produk. Kepuasan pelanggan akan berimbang kepada loyalitas pelanggan, sehingga usaha yang dibangun akan terus bertahan dan berkembang, dan dapat meningkatkan volume penjualan koperasi. Dengan semakin meningkatnya persaingan, maka koperasi harus mampu berusaha memenangkan persaingan.

Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Pegawai Departemen Agama Kabupaten Sumedang (Kopedas) merupakan koperasi yang didirikan oleh para pegawai Kementerian Agama Kabupaten Sumedang. Koperasi ini masih berjalan dalam memenuhi kebutuhan anggotanya. Salah satu kebutuhan yang dipenuhi koperasi tersebut yaitu unit kios yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari anggotanya. Lokasi Kopedas berada di Jalan Kutamaya (*Islamic Centre*) No.08 Sumedang Selatan. Kopedas berdiri sekitar tahun 1962 dan sudah berbadan hukum pada tanggal 06 Oktober 1998 dengan badan Hukum Nomor 3408/BH/PAD/KDK-10-13/X. Kopedas beranggotakan para pegawai dari Dinas Pusat Agama, Dinas Penerapan Agama Islam dan Pengadilan Agama termasuk juga di dalamnya para pegawai KUA (Kantor Urusan Agama). Dalam bidang organisasi Kopedas memiliki 5 orang pengurus, 3 orang pengawas, dan 5 karyawan.

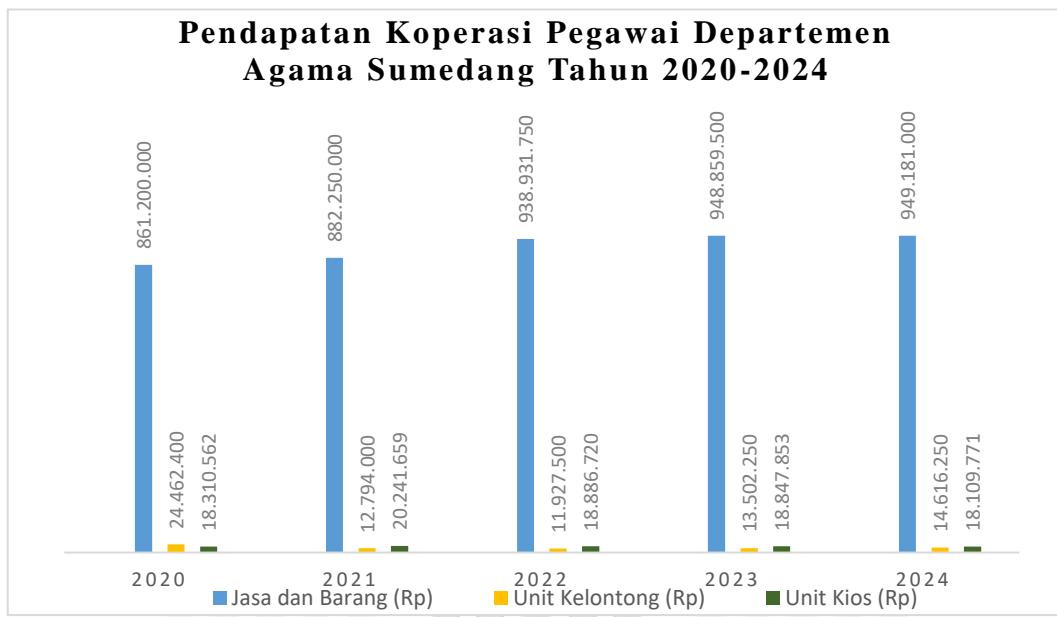
Berikut merupakan tabel jumlah pendapatan dari keseluruhan unit yang ada di Koperasi Pegawai Departemen Agama Sumedang pada tahun 2020-2024

Tabel 1. 1 Pendapatan Koperasi Pegawai Departemen Agama Sumedang Tahun 2020-2024

Unit Usaha	Tahun 2020 (Rp)	Tahun 2021 (Rp)	Tahun 2022 (Rp)	Tahun 2023 (Rp)	Tahun 2024 (Rp)
Pendapatan Unit Usaha Pengadaan Barang	861.200.000	882.250,000	938.931,750	948.859,500	949.181,000
Pendapatan Unit Kelontong	24.462.400	12.794.000	11.972.500	13.502.250	14.616.250
Pendapatan Unit Kios	18.310.562	20.241.659	18.886.720	18.847.853	18.109.771

Sumber : Laporan RAT Koperasi Pegawai Departemen Agama Tahun 2020-2024

Jika digambarkan menggunakan grafik, maka data pendapatan di Unit Kios Koperasi Pegawai Departemen Agama Sumedang tahun 2020-2024 adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Pendapatan Koperasi Pegawai Departemen Agama Sumedang Tahun 2020-2024

Sumber: Buku Rapat Anggota Tahunan Kopedas Tahun 2020-2024

Grafik 1.1 menunjukkan bahwa pendapatan dengan kenaikan terbesar terjadi pada Unit Usaha Jasa dan Barang yang menunjukkan pertumbuhan konsisten setiap tahunnya. Sebaliknya, Unit Kios yakni mengalami peningkatan pada tahun 2021 dan mengalami penurunan pada tahun 2022-2024. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat partisipasi anggota yang berbelanja di Unit Kios Kopedas menurun. Demikian juga terlihat dari jumlah anggota yang memanfaatkan Unit Kios Kopedas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. 2 Jumlah Partisipasi Anggota di Unit Kios Koperasi Departemen Agama Sumedang Tahun 2020-2024

Tahun	Jumlah Anggota	Partisipasi Anggota	Presentase (%)
2020	503	100	19.88
2021	510	97	19.02
2022	510	136	26.67
2023	496	95	19.15
2024	483	84	17.39

Sumber : Laporan RAT Koperasi Pegawai Departemen Agama Tahun 2020-

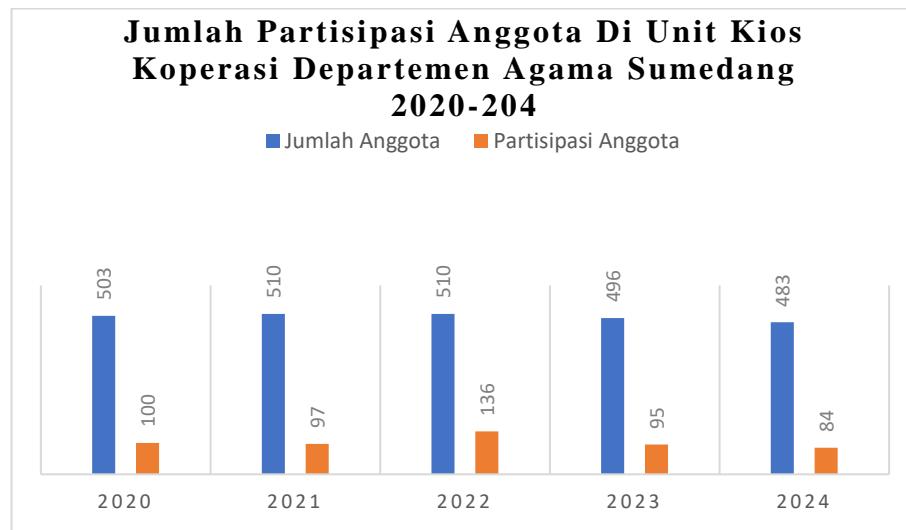
2024

Berdasarkan Tabel 1.2 dari hasil wawancara dengan pengurus mengatakan bahwa pada tahun 2020, dari 503 anggota yang tercatat, hanya 100 orang yang berpartisipasi dalam berbelanja di Unit Kios. Tahun berikutnya, meskipun jumlah anggota meningkat menjadi 510 orang, partisipasi justru menurun menjadi 97 orang. Penurunan ini diduga berkaitan dengan kondisi pasca pandemi, di mana anggota masih dalam tahap pemulihan ekonomi dan lebih memilih berbelanja di luar koperasi. Tren positif sempat terjadi pada tahun 2022, dengan peningkatan partisipasi menjadi 136 orang, sebagai hasil dari perbaikan layanan atau strategi promosi dari pengelola koperasi. Namun, pencapaian ini tidak bertahan lama. Tahun 2023, partisipasi kembali menurun menjadi 95 orang dan terus menurun pada tahun 2024 menjadi 84 orang. Kondisi ini menunjukkan bahwa partisipasi anggota belum konsisten dan cenderung menurun, yang disebabkan oleh kurangnya inovasi, minimnya promosi yang berkelanjutan, atau tidak sesuaiannya produk dan layanan Unit Kios dengan kebutuhan anggota. Padahal, anggota koperasi tidak hanya

berperan sebagai pemilik modal, tetapi juga sebagai pengguna jasa, yang menjadikan mereka sebagai *captive market* bagi koperasi.

Sebagai informasi tambahan, anggota Kopedas hanya terbuka bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang bekerja di Kementerian Agama Kabupaten Sumedang, tanpa adanya syarat tambahan lainnya. Ketentuan ini selaras dengan regulasi pengangkatan PNS di instansi tersebut. Berdasarkan data dari situs resmi Kementerian Agama tahun 2025, jumlah PNS yang tercatat di Kabupaten Sumedang sebanyak 425 orang dan jumlah anggota koperasi yang tercatat justru lebih banyak, yaitu sebanyak 483 orang. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh PNS aktif telah tergabung sebagai anggota koperasi, ditambah dengan sejumlah anggota lain yang kemungkinan berasal dari pensiunan PNS. Hal ini dimungkinkan karena kebijakan koperasi memberikan kesempatan kepada pensiunan untuk tetap menjadi anggota dan menikmati fasilitas koperasi sebagaimana mestinya.

Jika digambarkan menggunakan grafik, maka data jumlah partisipasi anggota di Unit Kios Koperasi Pegawai Departemen Agama Sumedang tahun 2020-2024 adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Jumlah Partisipasi Anggota di Unit Kios Koperasi Departemen Agama Sumedang Tahun 2020-2024

Sumber : Buku Rapat Anggota Tahunan 2020-2024

Berdasarkan Grafik 1.2 dapat disimpulkan bahwa tingkat partisipasi anggota pada Unit Kios Kopedas menunjukkan tren menurun selama periode 2020-2024. Diawali dengan 100 anggota aktif di tahun 2020 hingga terjadi penurunan di tahun berikutnya. Namun, tahun 2022 menjadi peningkatan signifikan dengan 136 anggota yang berpartisipasi, tetapi tren positif ini tidak bertahan, terlihat terjadi penurunan bertahap di tahun 2023 dan 2024. Hal ini mungkin ada kaitannya dengan penerapan bauran pemasaran yang diterapkan oleh Kopedas. Dugaan tersebut terlihat dari hasil observasi dimana terdapat produk yang disediakan tidak lengkap serta harga cenderung lebih mahal dari toko lain. Kondisi ini juga diperkuat oleh informasi dari hasil wawancara dengan 2 karyawan yang menyatakan bahwa produk memang kurang lengkap, harga yang cenderung lebih mahal dan tempat yang jauh untuk dijangkau oleh anggota. Khusus di Unit Kios Kopedas pelayanan kepada anggota harus lebih ditingkatkan agar partisipasi anggota bisa meningkat.

Koperasi Pegawai Departemen Agama Sumedang (Kopedas) memberikan layanan kepada anggota melalui tiga unit usaha yaitu:

1. Unit Pengadaan Barang

Unit ini menyediakan pembiayaan atau pendanaan bagi anggota koperasi yang membutuhkan barang tertentu seperti bahan bangunan: Kayu, besi, genting dan lain-lain. Koperasi menyediakan uang tunai kepada anggota untuk membeli barang yang dibutuhkan diluar.

2. Unit Kelontong (Elektronik)

Unit Kelontong yaitu unit yang dijalankannya melalui kerja sama dengan toko elektronik lain. Jika anggota membutuhkan barang elektronik, anggota dapat mengajukan permintaan kepada koperasi dan koperasi akan membayar barang yang dibutuhkan ke toko mitra. Unit usaha ini membantu anggota mendapatkan barang elektronik dengan lebih mudah.

3. Unit Kios

Unit Kios menyediakan barang-barang kebutuhan sehari-hari seperti sembako, cemilan, minuman dan lain-lain sesuai dengan kebutuhan para anggota.

Setelah dilakukan observasi dari ketiga unit usaha yang dijalankan oleh Kopedas, pendapatan pada unit kios mengalami penurunan. Secara rinci dapat dilihat pada Tabel 1.1 terlihat bahwa pendapatan Unit Kios Kopedas cenderung menurun selama lima tahun. Pada tahun 2022 sampai 2024 pendapatan Unit Kios Kopedas mengalami pendapatan yang cenderung menurun. Penurunan ini menunjukkan bahwa kinerja Unit Kios belum optimal dan belum mampu mempertahankan pertumbuhan yang stabil. Salah satu penyebab utamanya adalah

rendahnya partisipasi anggota koperasi, sebagaimana disebutkan oleh pihak pengelola bahwa banyak anggota yang kurang berpartisipasi dalam berbelanja di Unit Kios. Kondisi ini menunjukkan bahwa keterlibatan anggota sebagai pelanggan masih belum optimal, padahal sebenarnya keberhasilan koperasi sangat tergantung pada partisipasi anggotanya, baik sebagai pemilik maupun sebagai pengguna layanan koperasi.

Berbeda dengan badan usaha pada umumnya, koperasi merupakan satu-satunya bentuk badan usaha yang dijalankan secara demokratis oleh para anggotanya. Salah satu keunikan koperasi terletak pada status keanggotaannya yang bersifat ganda (*dual identity*), di mana anggota tidak hanya berperan sebagai pemilik modal, tetapi juga sebagai pengguna jasa atas produk atau jasa yang ditawarkan koperasi.

Pasal 17 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian menjelaskan bahwa anggota koperasi adalah pemilik sekaligus pengguna jasa koperasi. Artinya, anggota bukan hanya pihak yang mendapatkan manfaat dari koperasi, tetapi juga pihak yang ikut memiliki dan bertanggung jawab atas keberlangsungan koperasi.

Konsep ini menjadikan anggota sebagai pasar utama koperasi itu sendiri. Dalam konteks pemasaran, kondisi tersebut dikenal sebagai *captive market* yang merupakan kekuatan Koperasi, jika Koperasi dapat memanfaatkan potensi ini dengan baik, Koperasi akan berhasil berkembang secara kuat dan mandiri. Dengan berhasilnya Koperasi dalam memberikan pelayanan yang prima pada para

anggotanya, maka ini yang akan menjadi daya tarik atau perhatian dari para anggota khususnya, dan juga masyarakat Nurwati Ucu (2024).

Diduga bahwa rendahnya partisipasi anggota dalam berbelanja di Unit Kios Kopedas berkaitan dengan strategi bauran pemasaran. Oleh karena itu, peneliti fokus pada bauran pemasaran yang mencakup unsur Produk, Harga, Tempat, dan Promosi.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti mengangkat judul penelitian **“Strategi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan”** (Studi Kasus Pada Unit Kios Koperasi Pegawai Departemen Agama Sumedang-Jawa Barat)

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena yang sudah diuraikan dalam latar belakang penelitian, maka masalahnya dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi bauran pemasaran yang dilaksanakan oleh Unit Kios Kopedas.
2. Bagaimana tanggapan dan harapan anggota terhadap bauran pemasaran yang dilaksanakan oleh Unit Kios Kopedas.
3. Bagaimana upaya yang harus dilakukan Kopedas untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan melalui perbaikan bauran pemasaran.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan gambaran mengenai Strategi Bauran Pemasaran yang diterapkan oleh Unit Kios Kopedas dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan di Unit Kios Kopedas.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang:

1. Bauran pemasaran yang dilaksanakan oleh Unit Kios Kopedas.
2. Tanggapan dan harapan anggota terhadap bauran pemasaran yang dilaksanakan oleh Unit Kios Kopedas.
3. Upaya yang harus dilakukan Unit Kios Kopedas untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan melalui perbaikan bauran pemasaran.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan pengetahuan, terutama di bidang koperasi, pemasaran, dan lebih khusus lagi tentang bauran pemasaran dalam meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan Unit Kios Kopedas.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan secara teoritis dan praktis sebagai bahan pengambilan keputusan untuk Unit Kios khususnya dan untuk Kopedas pada umumnya, serta bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian sebagai bahan awal untuk melakukan penelitian lebih lanjut.