

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kondisi perekonomian Indonesia senantiasa mengalami transformasi setiap tahunnya, dipengaruhi oleh sejumlah variabel seperti laju inflasi, permintaan dan penawaran pasar, serta dinamika politik. Dalam upaya meningkatkan taraf hidup masyarakat Indonesia, pemerintah telah menetapkan sejumlah tujuan pembangunan yang komprehensif, mencakup seluruh aspek kehidupan sebagaimana termaktub dalam Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Ekonomi Indonesia ditopang oleh berbagai pelaku ekonomi, di antaranya Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), dan Koperasi. Ketiga pelaku ekonomi ini diharapkan dapat berkembang menjadi penggerak utama pembangunan ekonomi nasional. Peran mereka sangat krusial dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat Indonesia. BUMN dan BUMS yaitu sebagai pelaku ekonomi besar, memiliki potensi untuk menciptakan lapangan kerja, mendorong investasi, dan meningkatkan daya saing bangsa. Sedangkan koperasi berperan penting dalam memberdayakan masyarakat dan meningkatkan taraf hidup anggota pada khususnya, dan masyarakat pada umumnya. Koperasi mengedepankan prinsip-prinsip kekeluargaan dan gotong royong, serta fokus pada kebutuhan dan kepentingan anggotanya. Seperti yang tertulis pada Undang-Undang Republik Indonesia No.25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian, Bab II bagian kedua pada Pasal 3 mengenai tujuan Koperasi, yaitu:

“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”.

Koperasi lebih dari sekedar badan usaha yang dimiliki bersama. Koperasi merupakan wadah bagi sekelompok orang atau badan hukum untuk bersatu dan bekerja sama demi mencapai tujuan bersama, yaitu kesejahteraan anggota dan masyarakat. Gerakan ekonomi kerakyatan ini bertujuan membangun masyarakat yang maju, adil, dan makmur. Koperasi bukan hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada pengembangan ekonomi dan sosial anggotanya. Prinsip-prinsip koperasi, seperti kekeluargaan, kebersamaan, dan gotong royong, menjadi landasan bagi koperasi untuk beroperasi secara berkelanjutan dan bermanfaat bagi masyarakat luas. Dengan kata lain, koperasi merupakan perwujudan nyata dari semangat solidaritas dan kerjasama dalam membangun ekonomi kerakyatan yang maju kuat adil dan makmur. Menurut Undang-undang Republik Indonesia no. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, Bab 1 menyatakan 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"

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992, Koperasi didefinisikan sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berasaskan kekeluargaan. Hal ini berarti Koperasi bukan hanya bertujuan untuk mencari keuntungan bagi individu semata, melainkan untuk meningkatkan kesejahteraan bersama para anggotanya. Koperasi berfokus pada prinsip-prinsip gotong royong dan saling membantu. Anggotanya

bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, yaitu meningkatkan taraf hidup dan ekonomi mereka. Keuntungan yang diperoleh Koperasi dibagikan secara adil kepada para anggotanya, sehingga mereka dapat merasakan manfaatnya secara langsung. Oleh karena itu, Koperasi sering disebut sebagai "*benefit oriented*" atau berorientasi pada manfaat. Hal ini menunjukkan bahwa Koperasi bukan hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga fokus pada peningkatan kesejahteraan sosial dan ekonomi para anggotanya.

Dalam pengembangan Koperasi tidak terlepas dari adanya partisipasi anggota. jika anggotanya aktif dalam melakukan transaksi dan berbagai kegiatan yang ada di koperasi, kemungkinan besar akan tercapainya tujuan koperasi tersebut. Namun sebaliknya jika partisipasi anggota kurang tidak menutup kemungkinan koperasi tersebut akan mengalami kerugian dan tidak sedikit Koperasi di Indonesia yang memilih mundur bahkan bangkrut karena kurangnya partisipasi dari para anggota. Partisipasi anggota Menurut Ramudi Ariffin (2013:149) yaitu:

"Partisipasi anggota adalah keterlibatan anggota di dalam Organisasi dan Perusahaan Koperasi, baik di dalam kedudukannya sebagai pemilik maupun sebagai pelanggan".

Dilihat dari penjelasan di atas, partisipasi anggota koperasi merupakan elemen penting dalam meningkatkan kinerja dan keberhasilan koperasi. Hal ini dapat dicapai dengan memberikan pelayanan maksimal yang sesuai dengan kebutuhan anggotanya. Meningkatnya partisipasi anggota akan berdampak positif pada pendapatan koperasi.

Peningkatan pendapatan ini, pada gilirannya, akan dikembalikan kepada anggota dalam bentuk Sisa Hasil Usaha (SHU). Hal ini merupakan wujud nyata dari

prinsip-prinsip koperasi yang berorientasi pada kesejahteraan anggotanya.

Sesuai dengan Akta Pendirian No. 230/BH/518-KOP/V/1999, Koperasi Konsumen Mulia Rumah Sakit Umum Daerah Majalaya (KOPMEN MULIA) telah resmi beroperasi sejak tanggal 03 Mei 1999 di Jl. Cipaku – Majalaya, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Untuk memenuhi kebutuhan anggotanya, Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya bergerak di berbagai bidang usaha diantaranya

1. Unit Simpan Pinjam
2. Unit Perdagangan
3. Unit Rekanan

Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya memiliki beberapa unit usaha yang didirikan untuk melayani kebutuhan para anggotanya maupun masyarakat umum. Dari tiga unit usaha yang dimiliki, penelitian ini akan berfokus pada Unit Usaha Perdagangan. Unit usaha perdagangan ini menjalankan bisnis eceran, menyediakan berbagai kebutuhan pokok dan barang konsumtif seperti beras, minyak goreng, terigu, gula, peralatan rumah tangga, elektronik, serta produk lainnya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari anggota dan masyarakat luas. Dengan kata lain, Unit Usaha Perdagangan ini berperan penting dalam menyediakan akses yang mudah dan terjangkau bagi para anggota dan masyarakat untuk mendapatkan kebutuhan pokok mereka.

Unit perdagangan ini memiliki kontribusi tertinggi bagi koperasi dan aktifitas pelayanan yang dilakukan setiap hari kerja sehingga peneliti bisa melihat bagaimana proses pemasaran yang dilakukan. Pemasaran yang dilakukan oleh koperasi ditujukan kepada anggota koperasi yang umumnya adalah pegawai

rumahsakit Majalaya dan masyarakat sekitar. Proses pemasaran yang dilakukan toko tersebut belum tentu sama dengan yang dilakukan dengan toko ditempat lain sehingga perlu adanya penelitian bagaimana proses pemasaran yang dilakukan oleh unit perdagangan dikoperasi agar dapat meningkatkan partisipasi pelanggan.

Dilihat dari Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus dan Pengawas Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya terdapat penurunan jumlah anggota pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya. Dalam mengukur suatu keberhasilan koperasi dapat diketahui melalui partisipasi yang dilakukan oleh anggota dalam hal bertransaksi. Adapun rincian perkembangan partisipasi jumlah anggota yang bertransaksi pada unit perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2023 sebagai berikut :

Tabel 1.1 Perkembangan Partisipasi Jumlah Anggota yang Bertransaksi Pada Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya

Tahun	Jumlah Anggota (Orang)	Anggota yang Aktif Berpartisipasi (Orang)	Persentase Anggota yang Berpartisipasi (%)
2018	565	305	50,41
2019	611	373	61,04
2022	565	315	55,75
2023	507	277	54,63

Sumber: LPJ Pengurus Dan Pengawas tahun 2018 – 2023

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa transaksi di Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya selama 4 tahun terakhir memperlihatkan gambaran yang kurang konsisten. Partisipasi anggota dalam pembelian barang di koperasi mengalami pasang surut, dengan kecenderungan menurun secara umum. Meskipun pernah mencapai titik tertinggi pada tahun 2019 yaitu sebesar 61,4% dari

total anggota, angka ini masih jauh di bawah potensi yang ada. Mengingat prinsip dasar koperasi yang menempatkan anggota sebagai pemilik sekaligus konsumen, seharusnya seluruh anggota aktif bertransaksi di unit perdagangan koperasi.

Penurunan minat belanja anggota koperasi merupakan ancaman serius bagi keberlangsungan unit perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya. Jika tidak segera diatasi, hal ini dapat mengakibatkan penurunan pendapatan yang signifikan dan berdampak negatif pada pelayanan yang diberikan kepada anggota. Adapun perkembangan Total transaksi anggota pada unit perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya selama empat Tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2 Perkembangan Penjualan Pada Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya Tahun 2018-2023

Tahun	Partisipasi Anggota Yang Aktif	Total Nilai Transaksi Anggota (Rp)	Rata Rata Transaksi Anggota (Rp)		Perubahan (%)
			Perbulan (Rp)	Pertahun (Rp)	
2018	305	2.392.358.000	653.650	7.843.797	
2019	373	2.571.155.000	574.431	6.893.176	
2022	335	2.776.010.000	690.550	8.286.597	6 .35
2023	277	3.007.275.000	921.347	11.056158	8,33

Sumber: Laporan Keuangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya tahun 2018-2023

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas dapat diketahui bahwa perkembangan total nilai transaksi penjualan di Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya menunjukkan tren yang naik selama periode 2018 hingga 2023. Tetapi data tersebut juga menunjukkan bahwa partisipasi anggota yang cenderung rendah, dimana anggota yang bertransaksi di unit perdagangan di tahun 2023 yaitu tahun terakhir menunjukkan hanya 277 orang anggota dari total keseluruhan anggota yaitu

507 orang.

Lalu jika dilihat dari Tabel di atas bahwa pada dua tahun terakhir yaitu 2022 dan 2023 total nilai transaksi anggota di tahun 2022 mencapai Rp 2.776.010.000 sedangkan pada tahun 2023 sekitar Rp 3.007.275.000 lebih besar dari tahun sebelumnya tetapi jumlah anggota yang bertransaksi relatif menurun atau sedikit. Jika dilihat dari rata rata transaksi pertahun 2022 yaitu hanya Rp. 8.286.597 per orang jika dibagi dengan total anggota yang saat ini transaksi hanya 335 orang maka transaksi perbulan hanya Rp 690.550 per orang. Sedangkan untuk tahun 2023 transaksi pertahun anggota naik menjadi Rp 11.056.458 untuk transaksi anggota perbulan naik menjadi Rp 921.437 per orang diduga karena anggota yang membeli sedikit tapi dengan kuantitas yang banyak.

Lalu jika dilihat berdasarkan data BPS Kabupaten Bandung tahun 2020 – 2021 dimana seberapa besar rata rata masyarakat Kabupaten Bandung membelanjakan pendapatanya untuk kelompok makanan dan bukan makanan yaitu sebesar Rp 1.000.000 – Rp 1.200.000 perbulan dan juga berdasarkan hasil wawancara bersama pengurus kepala toko unit perdagangan koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya menyebutkan target yang ingin dicapai di rata rata pembelanjaan anggota sebesar Rp 2.000.000 keatas perbulan. Berdasarkan hal tersebut membuktikan bahwa partisipasi transaksi anggota Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya belum maksimal jika dilihat berdasarkan rata rata pengeluaran perkapita perbulan pada jenis makanan dan bukan makanan masyarakat kabupaten Bandung.

Hasil analisis menunjukkan adanya ketidakstabilan yang cukup signifikan

dalam kinerja Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya. Jumlah transaksi anggota yang cenderung rendah mengindikasikan adanya ketidaksesuaian antara produk atau layanan yang ditawarkan koperasi dengan kebutuhan nyata para anggotanya. Berdasarkan hasil wawancara awal dengan karyawan Unit Perdagangan dan beberapa anggota Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya yaitu sebanyak 5 orang menunjukkan adanya beberapa masalah yang menghambat partisipasi aktif anggota sebagai pelanggan. Beberapa faktor kemungkinan menjadi penyebab rendahnya tingkat partisipasi ini. Maka dapat diduga bahwa terdapat beberapa faktor yang menyebabkan partisipasi anggota sebagai pelanggan di koperasi belum dilakukan dengan maksimal, diantaranya:

1. Koperasi mengalami kekurangan dalam kelengkapan variasi merk produk yang ditawarkan. hanya berfokus pada banyaknya jenis produk seperti sembako, makanan, minuman, perlengkapan mandi, elektronik, dan peralatan rumah tangga lainnya. Barang yang disediakan terlalu luas tidak tepat sasaran banyak barang yang tidak dibutuhkan anggotanya. Bila dibandingkan toko pesaing yang menawarkan produk serupa dengan harga lebih murah dan variasi merk yang sangat beragam tetapi fokus pada penjualan barang eceran pokok sehari-hari.
2. Harga yang diterapkan di koperasi umumnya mengikuti harga pasar. Namun terdapat beberapa produk di koperasi yang memiliki harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan toko pesaing. Hal ini menyebabkan beberapa anggota memilih untuk berbelanja di toko lain. Adapun harga yang ditawarkan koperasi dan perbandingan untuk beberapa produk lain seperti Gula pasir

1kg merk gulaku pada koperasi Rp 18.000 sedangkan untuk harga dari pesaing seperti indomart Rp 17.500 lalu untuk produk mie goreng indomie dikoperasi dijual Rp 3500 sedangkan dipesaing hanya Rp. 3.100

3. Denah toko koperasi yang tidak teratur sempit dan membingungkan menyulitkan anggota dalam mencari produk yang mereka inginkan. Selain itu, lokasi toko yang tidak terlalu dekat dari RSUD Majalaya membuat anggota merasa malas untuk datang, karena di sekitar RSUD terdapat banyak toko yang lebih dekat, sehingga anggota cenderung memilih untuk berbelanja di tempat lain
4. Promosi yang diberikan kurang jelas contohnya tidak ada brosur akan keterangan mengenai harga promo yang akan dijual apa saja. Menimbulkan ketidak jelasan bentuk promosi yang diberikan. Lalu tidak ada info promo yang berkelanjutan seperti menggunakan medsos saja agar praktis menghemat biaya promosi.

Jika dilihat dari hasil dugaan tersebut, faktor-faktor yang disebutkan merupakan bagian dari bauran pemasaran. Sehingga dapat diduga bahwa faktor faktor tersebut yang menyebabkan partisipasi anggota sebagai pelanggan belum dilakukan dengan bauran pemasaran yang maksimal pada unit Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya sehingga menjadi kurang baik yang pada akhirnya berimbas pada penurunan omzet penjualan. Konsep bauran pemasaran yang dilakukan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya dirasa belum maksimal. Dengan demikian, hal ini harus segera diperbaiki agar partisipasi anggota pada Koperasi khususnya unit Perdagangan dapat meningkat, Berdasarkan

permasalahan tersebut, maka perlu diketahui bagaimana pengelolaan unit perdagangan yang kurang baik di Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya dan diduga menjadi penyebab rendahnya tingkat partisipasi anggota sebagai pelanggan dalam berbelanja.

Dalam penelitiannya, penulis mengacu pada studi-studi sebelumnya untuk memperkuat landasan teoritis. Salah satu penelitian yang relevan adalah karya Febrina Adellia (2018). Adellia meneliti bagaimana Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jambi berhasil meningkatkan jumlah nasabah melalui penerapan strategi bauran pemasaran yang komprehensif. Strategi ini mencakup peningkatan kualitas produk perbankan, penentuan harga yang kompetitif, optimalisasi jaringan distribusi, serta kampanye promosi yang efektif melalui iklan, publisitas, dan penjualan langsung. Penelitian lain yang relevan adalah karya Triris Sudrartono (2018). Sudrartono menyelidiki pengaruh strategi bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap tingkat partisipasi anggota koperasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi, dan distribusi secara signifikan berkontribusi pada peningkatan partisipasi anggota koperasi. Responden juga menilai bahwa penerapan strategi ini di koperasi Karya Sejahtera sudah sesuai dengan kebutuhan anggota.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terjadi, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut bahwa bauran pemasaran dapat meningkatkan partisipasi dan transaksi anggota. Maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada Latar Belakang, maka dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat partisipasi anggota sebagai pelanggan pada unit usaha perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD?
2. Bagaimana pelaksanaan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya?
3. Bagaimana tanggapan dan harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran pemasaran pada Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya?
4. Upaya apa saja yang harus dilakukan Unit Perdagangan pada Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan melalui bauran pemasaran?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk menganalisis bauran pemasaran yang diterapkan Koperasi Mulia RSUD Majalaya guna meningkatkan minat anggota untuk bertransaksi di unit usahanya.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- 1) Partisipasi anggota pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya.
- 2) Pelaksanaan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Unit Perdagangan

Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya.

- 3) Tanggapan dan harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran pemasaran pada Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya.
- 4) Upaya yang harus dilakukan unit perdagangan pada koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoretis

Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data mengenai partisipasi anggota dalam koperasi dan memberikan masukan bagi pengembangan manajemen koperasi yang lebih baik.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan berharga bagi Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya dalam menyusun strategi bisnis yang lebih baik.