

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan yang semakin pesat, membuat seluruh badan usaha dituntut untuk dapat bersaing dengan badan usaha lainnya. Hal tersebut tentunya tidak mudah, banyak tantangan yang perlu dihadapi oleh sebuah badan usaha, seperti banyaknya badan usaha yang semakin modern, biaya operasional yang semakin tinggi, dan keterbatasan lahan usaha. Oleh karena itu, badan usaha dituntut untuk dapat beradaptasi dan terbuka akan sebuah inovasi.

Perekonomian di Indonesia sendiri diperkuat oleh tiga sektor yakni Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), dan Koperasi. Ketiga sektor tersebut harus dapat bekerja sama dengan baik agar menciptakan perekonomian yang kuat, khususnya koperasi. Koperasi diharapkan mampu membangun ekonomi nasional, dan menjadi badan usaha yang efisien untuk membantu mengurangi kesenjangan sosial-ekonomi.

Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 33 Ayat 1 menyatakan bahwa "Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan."

Serta pengertian dan tujuan koperasi menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Bab I Pasal 1 Ayat 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”.

Serta Bab II 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”.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa koperasi sebagai gerakan ekonomi rakyat yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat khususnya anggota dengan menerapkan prinsip koperasi. Koperasi didirikan untuk melayani dan meningkatkan kesejahteraan anggotanya, maka koperasi harus mampu untuk dapat memenuhi kebutuhan anggotanya.

Salah satu cara atau inovasi yang dapat dilakukan oleh koperasi yaitu dengan menyediakan unit usaha sesuai dengan kebutuhan anggotanya, contohnya Unit Dagang atau Unit Toko. Unit Dagang atau Toko ditujukan sebagai usaha jasa yang mencakup kebutuhan sehari-hari maupun kebutuhan barang konsumsi lainnya. Namun, seiring perkembangannya unit perdagangan juga dapat melayani masyarakat yang ada di sekitarnya.

Saat ini, sudah banyak Unit Toko atau Retail yang semakin modern. Oleh karena itu, koperasi harus mampu bersaing dengan cara memenuhi kebutuhan anggotanya. Hal tersebut juga di jelaskan oleh Ketua Umum Dewan Koperasi Indonesia (Dekopin) Dr. Sri Untari Bisowarno, M.AP, yang menyebutkan bahwa Koperasi Indonesia saat ini harus mengembangkan sektor retail agar mampu bersaing dengan industri retail modern (Forum Bisnis dan Seminar Nasional Perkoperasian 2022).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Bab V Pasal 17 menjelaskan bahwa:

“Anggota koperasi adalah pemilik dan sekaligus pengguna jasa koperasi, artinya bahwa usaha koperasi memang ditujukan terutama untuk melayani anggota, dengan demikian apabila anggota sebagai pelanggan utama yang dilayani koperasi tidak ikut berpartisipasi maka esensi koperasi sebagai suatu sistem sosio-ekonomi menjadi tidak tercapai”.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa keberlangsungan usaha koperasi bergantung pada partisipasi anggotanya dalam mendukung dan menggunakan layanan usaha koperasi, Sehingga koperasi dapat bersaing dengan badan usaha lainnya.

Herman Soewardi (1989:396), menyatakan bahwa partisipasi yang ideal adalah:

“Partisipasi adalah keikutsertaan anggota secara menyeluruh dalam pengambilan keputusan, penetapan kebijaksanaan arah dan langkah usaha, dalam pengawasan terhadap jalannya usaha, dalam permodalan usaha, dalam memanfaatkan pelayanan usaha dan dalam menikmati sisa hasil usaha”.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa partisipasi yang ideal adalah yang diikuti oleh seluruh anggota koperasi tersebut. Oleh sebab itu perlu adanya pembentukan sebuah citra yang baik oleh koperasi kepada anggota.

Menurut Katz dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007: 113) menjelaskan bahwa:

“Citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas”.

Menurut Pride dan Farrel (2010) menjelaskan bahwa:

”Citra toko memiliki pengertian sebagai pandangan atau persepsi masyarakat terhadap nama atau produk toko secara efektif baik dari segi nilai, kualitas, dan harga”.

Sedangkan Santikayasa dan Santika (2019) menjelaskan bahwa:

“Citra toko adalah kesan yang diberikan oleh toko yang kemudian ditangkap oleh konsumen baik pada saat konsumen melihat tampilan toko, kesan pada saat konsumen berbelanja, ataupun kesan yang konsumen dengar dari konsumen lainnya terhadap baik atau buruk citra yang diberikan dari toko tersebut”.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan citra sangat mempengaruhi kesan atau pandangan konsumen terhadap toko tersebut. Pelaksanaan citra yang baik dapat menghasilkan pandangan yang baik begitu pun sebaliknya.

Hal itu juga didukung oleh pernyataan Muasiroh (2019) yang menyatakan bahwa:

“Citra toko yang baik dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan transaksi pembelian. Citra toko sangat penting karena konsumen cenderung akan berbelanja atau bertransaksi dengan toko-toko yang sesuai dengan citra yang telah dibangunnya”.

Pelaksanaan citra toko dapat dilakukan dengan menggunakan komponen-komponen dari bauran ritel, hal tersebut dijelaskan oleh teori dari Christina Widya Utami (2010:86) yang menyatakan bahwa:

“Kombinasi dari bauran ritel akan memproyeksikan citra toko yang mempengaruhi persepsi para konsumen”.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa komponen-komponen bauran ritel harus berjalan bersama-sama dengan baik agar semua komponen bauran ritel dapat memberikan pesan citra yang baik kepada konsumen. Komponen bauran ritel terdiri dari produk, harga, promosi, suasana toko, dan promosi (Christina Widya Utami (2010:87).

Koperasi Serba Usaha Budi Daya merupakan perwujudan dari koperasi konsumen. Koperasi konsumen merupakan koperasi yang melaksanakan kegiatan bagi anggota dalam menyediakan produk dan jasa yang diperlukan bagi para anggotanya.

Koperasi Serbaa Usaha Budi Daya didirikan pada tanggal 12 Juli 1978 dan diisahkan dengan badan hukum bernomor: 6995/BH/DK-10/1 pada tanggal 17 Agustus 1979 beraalamatkan dii Jl. Rajamantri II No.9, Kel. Turangga, Kec. Lengkong.

Dalam usaha meningkatkan ekonomi anggota, KSU Budi Daya menyediakan beberapa unit usaha, antara lain:

- Unit Usaha Simpan Pinjam
- Unit Usaha Toko

Dibawah ini merupakan data perkembangan partisipasi anggota di Unit Toko KSU Budi Daya 2019-2023:

**Tabel 1.1. Perkembangan Partisipasi Anggota Pada Unit Toko
KSU Budi Daya**

Tahun	Jumlah Anggota KSU Budi Daya (Orang)	Jumlah Anggota Yang Berpartisipasi (Orang)	Persentase Jumlah Anggota Yang Berpartisipasi (%)
2019	238	91	38,2
2020	228	83	36,4
2021	212	85	40
2022	208	90	43,3
2023	213	87	40,8

Sumber: Laporan RAT KSU Budi Daya Tahun 2019-2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa partisipasi anggota mengalami kondisi yang fluktuasi. Rata-rata partisipasi anggota kurang dari 50% dari keseluruhan anggotanya. Maka secara garis besar partisipasi anggota pada unit usaha toko masih sangat rendah karena jika dilihat dari fungs anggota

dalam kedudukannya sebagai pelanggan seharusnya anggota yang melakukan transaksi pada unit toko KSU Budi Daya bisa mendekati jumlah keseluruhan anggota. Karena semakin banyak dan aktif anggota sebuah koperasi maka semakin besar peluang keberhasilan koperasi tersebut untuk berkembang dan maju sehingga dapat bersaing dengan badan usaha lain (Khasan Setiadji, 2009:22).

Adapun mengenai perkembangan penjualan Unit Toko KSU Budi Daya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2 Perkembangan Penjualan Pada Unit Toko KSU Budi Daya

Tahun	Jumlah Anggota (orang)	Anggota Berpartisipasi (orang)	Volume Penjualan (Rp)	Persentase Peningkatan Omset (%)
2019	238	91	148.282.299	-
2020	238	83	80.533.493	(45,7)
2021	212	85	60.356.267	(25,1)
2022	208	90	69.687.590	15,5
2023	213	87	143.324.868	105,7

Sumber: Laporan RAT KSU Budi Daya Tahun 2019-2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa persentase peningkatan omset volume penjualan selama lima tahun terakhir mengalami kondisi yang fluktuasi. Pada tahun 2020 dan tahun 2021 persentase omset mengalami penurunan yaitu sebesar 45,7% dan 25,1%. Lalu, pada tahun 2022 persentase omset mengalami peningkatan namun tidaklah signifikan hanya sebesar 15,5%. Pada tahun 2023 volume penjualan mengalami peningkatan yang sangat signifikan namun hal tersebut tidak sejalan dengan partisipasi anggota yang menurun.

Dibawah ini merupakan data rata-rata belanja anggota pada unit Toko KSU Budi Daya 2019-2023:

Tabel 1.3 Perkembangan Rata-Rata Belanja Anggota Pada Unit Toko KSU Budi Daya

Tahun	Volume Penjualan (Rp)	Anggota Berpartisipasi (Orang)	Belanja Anggota/ Tahun (Rp)	Rata-Rata Belanja Anggota / Tahun (Rp)	Persentase Rata-Rata Belanja/ Tahun (%)
2019	148.282.299	91	59.312.920	651.790	-
2020	80.533.493	83	53.213.397	641.125	(1,64)
2021	60.356.267	85	56.142.507	660.500	(3,02)
2022	69.687.590	90	67.875.036	754.167	14,2
2023	143.324.868	87	65.329.947	750.918	0,43

Sumber: Laporan RAT KSU Budi Daya Tahun 2019-2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa rata-rata belanja yang dilakukan anggota mengalami kondisi yang fluktuatif. Dapat dikatakan rata-rata belanja anggota cenderung masih rendah yakni berada pada angka Rp.600.000,- s/d Rp.700.000,- per tahunnya. Hal tersebut perlu dilakukan perbaikan karena jalannya koperasi sangat bergantung pada partisipasi anggota.

Berdasarkan survey pendahuluan yang telah dilakukan pada beberapa anggota mengenai alasan rendahnya partisipasi anggota di unit toko KSU Budi Daya yaitu antara lain:

1. Lahan parkir yang terbatas, sehingga anggota malas untuk berbelanja karena lahan parkir yang sempit.
2. Lokasi toko yang berdekatan dengan unit retail yang lebih modern.
3. Ketersediaan produk yang tidak beranekaragam dan tidak lengkap.
4. Produk yang tersedia cenderung makanan ringan dan minuman saja.

5. Harga yang ditetapkan cenderung sama dengan unit retail modern.
6. Tidak adanya promosi khusus bagi anggota yang berbelanja.
7. Kondisi bangunan yang kurang layak serta tampilan yang kurang menarik.

Dari hasil survey pendahuluan kesan anggota tersebut membentuk persepsi yang melekat pada anggota yang telah berpartisipasi di unit toko KSU Budi Daya. Bila dilihat pada hasil survey pendahuluan di atas, hal-hal yang disebutkan merupakan bagian dari bauran ritel yang merupakan faktor-faktor yang memperoyeksikan citra toko. Sehingga perlunya untuk memelihara citra toko yang baik agar anggota merasa puas dan pandangan anggota kepada koperasi pun menjadi baik.

Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Sophiah dan Syihabudhin (2010:178) yang menyebutkan bahwa:

“Memelihara citra toko merupakan salah satu alat yang terpenting bagi peritel untuk menarik dan memenuhi kepuasan konsumen”.

Adapun penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Venny Larasati (2018) dengan judul penelitian “Analisis Citra Toko Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota” pada unit usaha Perdagangan di KPRI MULIA Rumah Sakit Umum Daerah Majalaya Kab. Bandung yang menyatakan pelaksanaan citra toko yang baik dapat menarik anggota untuk berpartisipasi. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian Novan Welyana (2019) dengan judul penelitian “Analisis Citra Toko Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota” pada unit usaha Waserda KPDK 12 Juli yang menyatakan pelaksanaan citra toko yang baik akan menimbulkan pandangan yang baik terhadap anggota sehingga anggota ingin

melakukan partisipasi.

Berdasarkan fenomena di atas dan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara citra toko dengan meningkatnya partisipasi anggota. Maka penulis berkeinginan melakukan penelitian dengan judul sebagai berikut, "**ANALISIS CITRA TOKO DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI ANGGOTA**" (Studi Kasus Pada Unit Usaha Toko Koperasi Serba Usaha Budi Daya Kota Bandung).

2.1.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas, maka pokok permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan citra toko oleh Unit Toko KSU Budi Daya.
2. Bagaimana tanggapan dan harapan anggota yang berpartisipasi terhadap pelaksanaan citra toko pada Unit Toko KSU Budi Daya.
3. Bagaimana tanggapan dan harapan anggota yang tidak berpartisipasi terhadap pelaksanaan citra toko pada Unit Toko KSU Budi Daya.
4. Bagaimana tingkat partisipasi anggota pada Unit Toko KSU Budi Daya.
5. Upaya-upaya apa saja yang seharusnya dilakukan dalam pelaksanaan citra toko agar dapat meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan pada Unit Toko KSU Budi Daya

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud diadakan penelitian ini untuk mendeskripsikan mengenai pelaksanaan citra toko di unit Toko KSU Budi Daya dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota serta untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam hal-hal yang berkaitan dengan topik penelitian.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pelaksanaan citra toko yang diterapkan pada unit Toko KSU Budi Daya.
2. Tanggapan dan harapan anggota yang berpartisipasi terhadap pelaksanaan citra toko pada unit Toko KSU Budi Daya.
3. Tanggapan dan harapan anggota yang tidak berpartisipasi terhadap pelaksanaan citra toko pada unit Toko KSU Budi Daya.
4. Tingkat partisipasi yang dilakukan anggota pada Unit Toko KSU Budi Daya.
5. Upaya-upaya yang harus dilakukan Unit Toko KSU Budi Daya untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan melalui pelaksanaan citra toko.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran guna mendukung pengembangan teori yang sudah ada dan dapat memperluas khasanah ilmu pengetahuan khususnya mengenai pelaksanaan Citra Toko dan Partisipasi Anggota.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan informasi bagi koperasi yang bersangkutan serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya, dan bagi penulis untuk memperoleh pengetahuan yang luas dalam bidang penelitian sejenisnya.