

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Koperasi sebagai soko guru perekonomian Indonesia sangat berperan penting untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Dalam menjalankan perannya koperasi bertanggung jawab untuk terus mengembangkan potensi – potensi usaha yang ada. Perkembangan jenis usaha pada saat ini sangat pesat, banyak pelaku usaha melakukan berbagai cara dalam meningkatkan jumlah konsumen. Semakin banyaknya para pesaing dan terus meningkatnya teknologi dalam dunia bisnis tidak sedikit perusahaan melakukan berbagai cara untuk mempertahankan usaha mereka salah satunya pada usaha ritel.

Banyak jenis koperasi yang saat ini berusaha untuk terus bertahan di antara banyaknya pesaing yang bermunculan. Salah satunya koperasi konsumen, koperasi konsumen merupakan koperasi yang menyediakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan anggotanya. Demi mempertahankan partisipasi anggota itu sendiri koperasi konsumen dituntut harus bisa menyediakan segala kebutuhan anggotanya yang berperan sebagai pemilik usaha ataupun sebagai pembeli. Seiring bertambahnya waktu saat ini banyak koperasi yang maju dengan membuka unit – unit usaha seperti usaha ritel.

Usaha ritel atau eceran (*retailing*) dapat dipahami sebagai semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan penggunaan bisnis. Ritel juga

merupakan perangkat dari aktivitas-aktivitas bisnis yang melakukan penambahan nilai terhadap produk-produk dan layanan penjualan kepada para konsumen untuk penggunaan atau konsumsi perorangan maupun keluarga. Peran *Retailing mix* (bauran eceran) sangatlah penting dan berpengaruh sekali, tanpa adanya *Retailing mix* yang tepat bagi perusahaan eceran akan mengalami kesulitan dalam pemasarannya, oleh karena itu ada enam bauran eceran (*Retailing mix*) yang benar-benar harus diperhatikan diantaranya : keluasan dan kedalaman keragaman produk (*product*), keputusan penetapan harga dalam setiap produk (*price*), penempatan lokasi yang strategis dalam bersaing (*place*), memperkenalkan merek dalam benak konsumen (*promotion*), suasana atau atmosfer dalam gerai yang sekiranya menentukan konsumen dalam pengambilan keputusan membeli atau tidak (*presentation*), pelayanan pelanggan dan penjualan pribadi (*personnel*). Sebab titik berat pandangan konsumen adalah barang yang sesuai dengan keinginannya serta kebutuhannya. Lamb, et al. (2003:96)

Berdasarkan pendapat di atas, maka pengusaha retail harus selalu melakukan analisa apa yang dibutuhkan dan diinginkan pasar. Hal ini sesuai dengan konsep pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler (2009:36) dimana konsep ini menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan pada pasar sasaran yang telah dipilih. Konsep ini memiliki perspektif dari luar ke dalam, yang dimulai dari pasar yang didefinisikan dengan baik, berfokus pada kebutuhan pelanggan dan menghasilkan laba dengan memuaskan pelanggan.

Salah satu koperasi yang saat ini masih beroperasi dan memiliki jenis usaha ritel adalah Koperasi Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola, Koperasi KMKK Kamola beralamat di Jalan Raya Rancaekek – Majalaya No. 79 kode Pos 40382 Desa. Majasetra Kec. Majalaya Kab. Bandung dengan Hak Badan Hukum: No, 10427/BH/PAD/518-KOP/III/2016 tanggal, 22 Maret 2016 NIK: 3204120060005.

Bidang usaha yang dijalankan Koperasi KKMK Kamola di antaranya:

1. Unit Simpan Pinjam

- 1) Untuk pengajuan pinjaman SP bagi anggota baru minimal telah menjadi anggota aktif selama 3 bulan.
- 2) Besarnya pinjaman SP 2x simpanan pokok dan simpanan wajib, maksimal pinjaman sebesar Rp40.000.000,- (empat puluh juta rupiah).
- 3) Besarnya pinjaman SP 3x simpanan pokok dan simpanan wajib, maksimal pinjaman sebesar Rp35.000.000,- (tiga puluh lima juta rupiah) bagi anggota yang membayar lancar tidak pernah berhenti.
- 4) Dicicil paling lama 33 bulan / 66 per 2 minggu / 132 minggu
- 5) Jasa pinjaman 2% per bulan
- 6) Provisi 1%

2. Perdagangan

Menyediakan dan menambah item kebutuhan konsumsi anggota, mempermudah dan mempercepat pelayanan bagi anggota yang membutuhkan kebutuhan konsumsi dengan ketentuan:

- 1) Untuk pengajuan barang konsumsi bagi anggota baru minimal telah menjadi anggota aktif selama 1 bulan.
- 2) Untuk pengajuan barang konsumsi simpanan wajib minimal Rp750.000.
- 3) Untuk kebutuhan sendiri maksimal nilai konsumsi Rp1.000.000
- 4) Untuk kebutuhan diperdagangkan kembali maksimal Rp8.000.000

Melayani pengajuan kredit kendaraan sepeda motor, dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Untuk 1 unit sepeda motor simpanan wajib Rp12.500.000.
- 2) Untuk 2 unit sepeda motor simpanan wajib Rp17.500.000

3. Jasa

- 1) Pembayaran listrik
- 2) Fotokopi, laminating
- 3) Pengembangan aplikasi koperasi

Dengan ke tiga unit usaha yang dijalankan Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola tersebut merupakan salah satu cara mempertahankan dan meningkatkan jumlah partisipasi anggota, menyadari semakin meningkatnya jumlah pesaing yang lebih maju dalam membangun usahanya Koperasi KKMK Kamola pun harus mampu mengejar semua target yang diharapkannya dengan menyeimbangkan dengan *trend* usaha yang semakin berkembang.

Berikut data perkembangan jumlah anggota Koperasi Kamola lima tahun ke belakang:

Tabel 1.1 Perkembangan Anggota Aktif Koperasi KKMK:

Tahun	Jumlah anggota	Jumlah Anggota Aktif	Presentase Perkembangan Anggota Aktif (%)
2018	425	344	
2019	486	380	13
2020	558	450	16
2021	557	481	7
2022	517	500	4

Sumber: (LaporanRATKoperasiKKMK, 2018-2022)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa perkembangan anggota yang aktif dari tahun sebelumnya di koperasi tersebut menurun. Hal tersebut ditunjukkan dengan penurunan jumlah presentase anggota yang aktif dari tahun 2021-2022.

Penurunan tersebut disebabkan oleh anggota yang meninggal, pensiun, dan berkurangnya pendapatan anggota. Dengan demikian, kondisi tersebut memberikan masalah bagi koperasi dalam upaya mempertahankan partisipasi anggotanya.

Tidak hanya berdasarkan jumlah anggota yang aktif, penghasilan koperasi yang berkurangpun memengaruhi penurunan partisipasi anggota Koperasi KKMK Kamola.

Berikut tabel pendapatan koperasi dalam bidang usaha periode tahun 2018 – 2022:

Tabel 1.2 Pendapatan Koperasi KKMK Kamola 2018 – 2022

Tahun	Simpan Pinjam	Perdagangan	Pembayaran listrik
2018	Rp4.988.617.050	Rp1.732.104.466	Rp369.623.426
2019	Rp4.477.951.750	Rp1.071.175.396	391.597.875
2020	Rp5.325.943.100	Rp4.351.619.899	Rp242.509.400
2021	Rp6.613.926.700	Rp3.014.384.819	Rp205.662.900
2022	Rp5.711.969.200	Rp4.902.764.275	Rp230.113.200

Sumber: (LaporanRATKoperasiKKMK, 2018-2022)

Tabel 1.2 memperlihatkan bahwa Koperasi KKMK Kamola mengalami kenaikan dari jumlah pendapatan dalam bidang usahanya, namun tidak semua bidang usaha mengalami kenaikan. Masih terdapat unit usaha yang mengalami penurunan pendapatan seperti halnya pada unit simpan pinjam dan pembayaran listrik. Untuk pendapatan pembayaran listrik mengalami penurunan sejak tahun 2020 sampai 2021 dan pada tahun 2022 mulai memasuki fase pemulihan dengan meningkatnya jumlah pendapatan.

Dalam laporan RAT Koperasi KKMK Kamola tahun buku 2022 disebutkan bahwa koperasi juga mengalami masalah dalam rencana pendapatan melalui jasa pinjaman dan laba perdagangan, yaitu menurunnya jumlah laba yang diterima.

Berikut tabel pendapatan koperasi untuk unit perdagangan pada Koperasi KKMK Kamola tahun 2022:

Tabel 1.3 Pendapatan Koperasi Unit Perdagangan tahun 2022:

Nama Akun	Konsumsi	Konsumtif
Harga Pokok	414.871.203	1.051.802.686
Pembelian	4.933.963.508	1.717.407.425
Penjualan	-4.990.144.927	-1.161.639.405
Laba	-187.186.821	-308.262.225
Saldo Akhir	171.502.963	1.299.308.481

Tabel 1.3 memperlihatkan bahwa Koperasi KKMK Kamola mengalami minus untuk jumlah laba yang dihasilkan dari penjualan barang konsumsi maupun konsumtif. Hal itu disebabkan karena Rencana Anggaran Pendapatan Dan Belanja Koperasi (RAPBK) 2022 tidak tercapai sebagaimana mestinya dan dampak *Covid 19* masih terasa oleh anggota. Dengan begitu menunjukkan berkurangnya partisipasi anggota sebagai pelanggan.

Sedangkan dalam UU No.25 Tahun 1992 pasal 25 dan 39 menyatakan bahwa partisipasi anggota harus berwujud dalam tindakan nyata sehari-hari, misalnya berbelanja atau bertransaksi dengan koperasi dan memasyarakatkan koperasi kepada lingkungan.

Dari beberapa data diatas menunjukan bahwa koperasi mengalami penurunan partisipasi anggota terkhusus untuk unit perdagangan, karena salah satu ciri berpartisipasi suatu anggota ialah adanya anggota yang rutin bertransaksi demi menjaga kestabilan pendapatan koperasi

Dengan permasalahan – permasalahan yang muncul koperasi berusaha untuk meningkatkan kualitas koperasi yang semakin baik, karena dengan meningkatnya suatu koperasi akan mampu mempertahankan

partisipasi anggota dalam kegiatan perkoperasian sebagaimana mestinya. Upaya tersebut dilakukan dengan menciptakan strategi bauran ritel pada unit perdagangan Koperasi KKMK Kamola..

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas dimulai dengan penurunan jumlah anggota yang aktif, pendapatan koperasi yang tidak stabil, menurunnya pendapatan pada unit perdagangan maka peneliti tertarik untuk maka membuat pertanyaan penelitian bagaimana strategi bauran ritel dalam upaya mempertahankan partisipasi anggota pada Unit Perdagangan KKMK Kamola

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, untuk mengarahkan serta memperjelas dalam pemecahan masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat partisipasi anggota pada Koperasi KKMK Kamola.
2. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Koperasi KKMK Kamola dalam melakukan strategi ritel.
3. Alternatif strategi apa yang dapat dilakukan oleh Koperasi KKMK Kamola dalam upaya mempertahankan partisipasi anggota.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menggambarkan secara menyeluruh bagaimana strategi bauran ritel yang dilakukan untuk mempertahankan partisipasi anggota Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian penelitian ini yaitu untuk mengetahui:

1. Tingkat partisipasi anggota Koperasi KKMK Kamola terkhusus pada unit perdagangannya.
2. Upaya koperasi yang seharusnya dijalankan oleh Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan untuk meningkatkan partisipasi anggota.

3. Strategi apa yang harus dilakukan dalam upaya mempertahankan partisipasi anggota.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan koperasi pada umumnya dan di bidang manajemen bisnis pada khususnya.

1.4.2 Aspek Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pengurus dan pengawas Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan dalam menganalisis strategi bauran ritel dalam upaya mempertahankan partisipasi anggota untuk unit perdagangan di Koperasi KKMK Kamola.