

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu tolak ukur penting dalam menentukan keberhasilan pembangunan ekonomi, di mana pertumbuhan ekonomi menggambarkan suatu dampak yang nyata dari kebijakan yang dilaksanakan pemerintah. Pemerintah harus mempunyai sarana utama bagi rakyatnya terutama yang berkenaan dengan upaya meningkatkan taraf hidup atau tingkat kemakmuran rakyatnya. Indonesia merupakan salah satu negara yang tergolong berkembang dimana dalam struktur perekonomiannya secara garis besar terdapat 3 pelaku ekonomi yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), dan koperasi. Ketiga bentuk usaha tersebut hidup secara seimbang dan saling membantu dalam tata perekonomian Indonesia.

Koperasi termasuk salah satu pelaku ekonomi yang diharapkan di negara Indonesia karena koperasi merupakan soko guru perekonomian rakyat, serta berperan dalam peningkatan kesejahteraan anggota. Definisi koperasi menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian, Bab 1 pasal 1 Ayat 1:

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

Koperasi memiliki peran penting dalam menyusun suatu usaha bersama dari orang-orang yang mempunyai kemampuan ekonomi terbatas. Usaha ini bertujuan

untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakan Bersama yang pada akhirnya dapat membebaskan diri dari kesulitan. Menurut Moh. Hatta yang merupakan bapak koperasi Indonesia mendefinisikan koperasi lebih sederhana tetapi jelas:

**“Koperasi adalah usaha bersama untuk memperbaiki nasib penghidupan ekonomi berdasarkan tolong menolong. Semangat tolong menolong tersebut didorong oleh keinginan memberi jasa kepada kawan berdasarkan seorang buat seorang dan semua buat seorang”**

Oleh karena itu, Koperasi sebagai pelaku ekonomi harus mampu meningkatkan keunggulan supaya bisa tetap berperan dalam mendukung sistem perekonomian serta meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Ketidak mampuan di dalam mengelola koperasi akan mengakibatkan kegagalan dalam menjaga keberlangsungan hidup koperasi. Ketidapkahaman akan konsep-konsep perkoprasian menyebabkan koperasi yang didirikan akan berjalan tidak sesuai dengan tujuan bersama didalam mengelola koperasi merupakan kelemahan dalam memahami nilai-nilai dan prinsip dari koperasi. Ketiga faktor tersebut disebabkan keterbatasan pengetahuan akan perkoprasian secara teori maupun praktis dan kurangnya strategi pengelolaan usaha dalam melakukan kegiatan usahanya.

Koperasi Dharma Nirmala merupakan jenis koperasi konsumen terletak di Jl. Cikutra barat Nomor 104 RT 01/RW 20 Kelurahan Sadang Serang Kecamatan Coblong Kota Bandung 40133. Koperasi Dharma Nirmala Mandiri dengan badan hukum nomor: 8819/BH/KWK-10/21. Koperasi Dharma Nirmala berdiri sejak tanggal 01 April 1987. koperasi ini dikelola oleh 4 (empat) orang pengurus, 3 (tiga) orang pengawas, 3 (tiga) orang penasehat dan karyawan 8 (delapan) orang.

Koperasi Dharma Nirmala keanggotaannya adalah pegawai eks PD

kebersihan yang telah diangkat menjadi pegawai dinas lingkungan hidup kota bandung, aparatur sipil negara dan Non ASN yang bekerja di dinas lingkungan hidup, pengelola koperasi dan masyarakat umum. Adapun bidang usaha yang dijalankan yaitu:

1. Unit Simpan Pinjam

Kegiatan yang dijalankan melayani pinjaman kepada anggota Koperasi Dharma Nirmala.

2. Unit Niaga

Unit niaga KDN Mart adalah usaha di bidang pengadaan barang kebutuhan anggota seperti sembako dan sandang pangan. Unit niaga juga mengelola Rumah Kost dan Kontrakan terdapat empat kamar kost dan dua paviliun dan mengelola agen BNI/*Payment point* merupakan salah satu bentuk sinergi koperasi dengan Dinas Lingkungan Hidup (DLH) adalah Kerjasama dalam pembayaran e-Toll truk sampah dan pembayaran listrik, telepon, internet dan air untuk seluruh kantor / wilayah usaha Dinas Lingkungan Hidup (DLH). Koperasi menggunakan *payment point* (PPoB) dari bank BNI.

Semua unit usaha yang telah dijelaskan di atas didirikan sesuai dengan kebutuhan anggota Koperasi Dharma Nirmala Mandiri. Dari ke empat unit usaha yang dijalankan oleh koperasi unit usaha niaga yaitu KDNMart merupakan salah satu unit yang berkontribusi besar kepada koperasi. Adanya Unit Niaga Mart ini sangat bermanfaat bagi anggota khususnya dan masyarakat umumnya dalam

memenuhi kebutuhan. Unit Mart ini merupakan unit yang kegiatannya memenuhi kebutuhan anggota sehari-hari seperti makanan, sabun, pemres bayi dan lainnya. Unit usaha niaga merupakan bagian dalam upaya koperasi dalam memberikan pelayanan berupa penyediaan kebutuhan barang atau jasa.

Segmentasi pasar yang diterapkan koperasi Dharma Nirmala Mandiri yaitu segmentasi pasar geografis, di mana koperasi ini melakukan pengelompokan pasar yang didasarkan atas daerah atau wilayah. Daerah yang sekarang menjadi segmentasi pasarnya adalah Kota Bandung. dari segmentasi yang dilakukan dalam membagi pasar harus lebih meluas dan mengembangkan pasarnya terutama daerah kota bandung di dinas lingkungan hidup dan kebersihan. Maka dari itu dalam memasarkan produknya tidak hanya disekitar pasar saja dan tempat-tempat yang biasa didatangi, hal tersebut dilakukan supaya masyarakat yang belum mengetahui koperasi Dharma Nirmala Mandiri juga dapat mengetahui produk apa saja yang di jual.

Penentuan pasar sasaran (*Targeting*) demi meningkatkan pendapatan suatu koperasi dilakukan penyesuaian pada pasar sasaran agar penjualan menjadi tepat sasaran. Target pasar Koperasi Dharma Nirmala Mandiri adalah anggota, karyawan dan masyarakat umum. Unit Niaga merupakan bagian dari upaya koperasi Dharma Nirmala Mandiri dalam memberikan pelayanan berupa penyediaan barang untuk memenuhi kebutuhan anggota dan mendapatkan keuntungan.

Menurut Sopiah dan Syihabudhin (2008:7) yaitu:

**“Perdagangan eceran bisa didefinisikan sebagai suatu kegiatan menjual barang dan jasa kepada konsumen akhir. Perdagangan eceran adalah mata rantai terakhir dalam penyaluran barang dari produsen sampai kepada**

**konsumen. sementara itu, pedagang eceran adalah orang-orang atau toko yang pekerjaan utamanya adalah mengecurkan barang.”**

Jadi bisnis eceran atau ritel adalah usaha yang bergerak dibidang penyedia barang atau jasa untuk digunakan oleh para konsumen akhir. Maka pengelolaan usaha toko eceran merupan kegiatan yang mengatur dan menjalankan sebuah usaha toko yang dikelola untuk menyediakan barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen akhir.

Salah satu usaha eceran yang berada di Bandung daerah Cikutra adalah usaha minimarket yang bernama KDNMart. Tujuan adanya Unit Niaga tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan sehari-hari anggotanya yang menyediakan barang-barang yang ditawarkan oleh koperasi untuk anggotanya salah satunya Koperasi Dharma Nirmala.

Berdasarkan survei pendahuluan terlihat bahwa Koperasi Dharma Nirmala dalam kegiatan usahanya mengalami masalah yang dihadapi karena kurangnya partisipasi belanja anggota. Berdasarkan fakta yang dilakukan langsung survei kelapangan selama tiga hari, di mana penulis langsung menanyakan kepada orang yang berbelanja di KDNMart tersebut anggota atau non anggota supaya mengetahui dalam sehari yang berpartisipasi belanja anggota berapa orang.

**Tabel 1.1 Anggota Bertransaksi Berdasarkan Data 3 Hari Survei Pada Unit Niaga Kdnmart Koperasi Dharma Nirmala**

<b>Keterangan</b>	<b>Total Anggota Bertransaksi (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>	<b>Volume Transaksi (Rp)</b>
Anggota	38	61,3	1.776.082.455
Non Anggota	24	38,7	1.121.278.810
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100%</b>	<b>2.897.361.265</b>

*Sumber: Hasil Survey*

Dapat dilihat pada Tabel di atas merupakan hasil survei selama 3 hari, bahwa yang berbelanja ke toko KDNMart untuk anggota aktif 61,3 % dari total anggota yang bertransaksi selama 3 hari dan non anggota 38,7% sehingga dapat dilihat bahwa yang berpartisipasi ke koperasi masih banyak anggota dibandingkan dengan non anggota. Di hari pertama anggota yang bertransaksi sebanyak 15 orang dan non anggota 12 orang, hari ke dua anggota 10 orang dan non 7 orang, dan pada hari ke tiga anggota 13 orang dan non anggota 5 orang, meskipun yang aktif berbelanja adalah anggota dibandingkan non anggota tetapi jika dibandingkan dengan total anggota sebanyak 1.210 partisipasi belanja anggota masih kurang untuk berminat belanja di unit niaga kdnmart dan dari hasil wawancara dengan karyawan toko bahwa anggota yang aktif bertransaksi setiap harinya lebih dari 10 orang.

Berhasil atau tidaknya bisnis koperasi tergantung dari bagaimana partisipasi anggotanya. Perkembangan usaha koperasi sangatlah dipengaruhi oleh tingkat partisipasi belanja anggotanya sehingga apabila dari hari kehari tahun ketahun tingkat partisipasi belanja anggota meningkat maka tingkat keberhasilan pada usaha koperasi akan mengalami kemajuan dan untuk sebaliknya apabila tingkat partisipasi belanja anggota kurang maka penjualan akan mengalami penurunan atau tidak stabil yang akan mengakibatkan kegagalan dalam melakukan bisnis.

Koperasi Dharma Nirmala Mandiri dalam kegiatan usahanya mengalami kenaikan dan penurunan pada penjualan setiap tahunnya. Adapun tabel volume transaksi unit niaga KDNMart adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.2 Target dan Realisasi Volume Transaksi Pada Unit Niaga KDNMart**

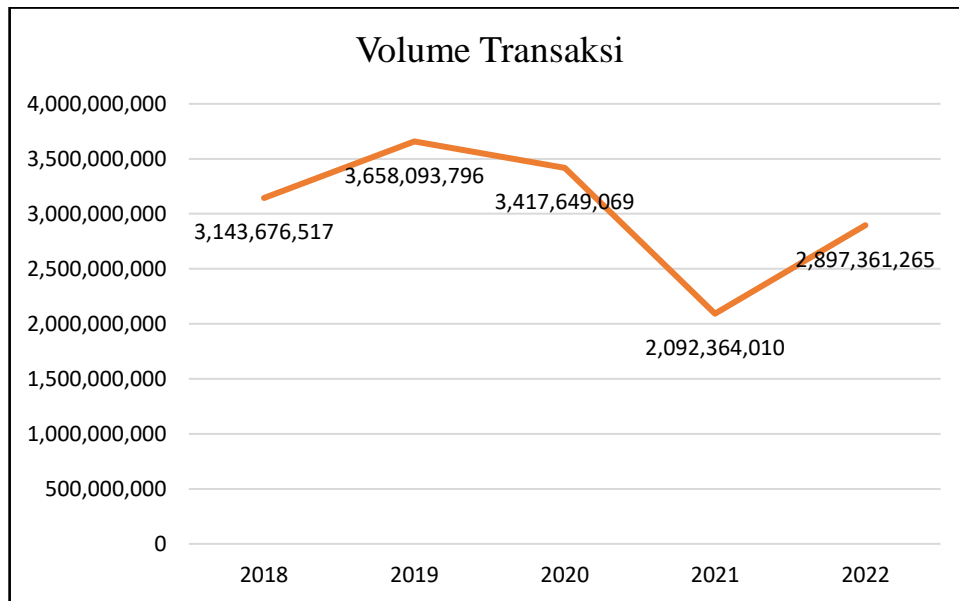
No	Tahun	Anggota (orang)	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Pencapaian (%)
1	2018	1.271	3.789.098.636	3.143.676.517	82.95
2	2019	1.197	3.489.480.934	3.658.093.796	104.84
3	2020	1.018	4.023.903.176	3.417.649.069	84.92
4	2021	977	3.656.884.504	2.092.364.010	57.24
5	2022	1.210	2.908.385.974	2.897.361.265	99.62

*Sumber: Laporan Pertanggung jawaban Koperasi Dharma Nirmala Mandiri Tahun 2022*

Pada Tabel 1.2 dapat dilihat target dan realisasi volume transaksi dari laporan pertanggung jawaban koperasi Dharma Nirmala Mandiri tahun 2018 hingga 2022. Pada tahun 2019 volume transaksi melebihi target dengan pencapaian 104.84% tetapi untuk anggota mengalami penurunan, tahun selanjutnya anggota mengalami penurunan dan volume transaksi tidak mencapai target yaitu pada tahun 2018 dengan pencapaian 82,95%, tahun 2020 84.92%, tahun 2021 pencapaian 57.24% dan tahun 2022 dengan pencapaian sebesar 99.62%.

Dari tabel tersebut dapat dilihat volume transaksi belum mencapai target, hal tersebut diduga karena pelaksanaan bauran pemasaran ritel (*ritel marketing mix*) yang belum optimal atau belum sesuai pelaksanaan bauran pemasaran ritel dilakukan sehingga menyebabkan partisipasi belanja anggota menurun.

Untuk lebih jelasnya dalam melihat perkembangan volume transaksi unit niaga KDNMart dalam kurun waktu 5 tahun dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



**Gambar 1.1 Grafik Perkembangan Volume Transaksi Unit Niaga KDNMart**

Sumber: Data Sekunder Yang Diolah

Dapat dilihat pada Gambar 1.1 grafik volume transaksi pada tahun 2018 sebesar 3.143.676.517 dan pada tahun 2019 mengalami kenaikan yaitu menjadi 3.658.093.796 dengan selisih kenaikannya sebesar 514.417.279, lalu pada tahun 2020 sebesar 3.417.649.069 sedangkan 2021 sebesar 2.092.364.010 pada tahun tersebut mengalami penurunan yang sangat drastis dengan selisih 1.325.285.059, pada tahun 2022 mengalami kenaikan yaitu menjadi 2.897.361.265. Pada tahun 2018 ke tahun 2019 mengalami kenaikan tapi pada tahun berikutnya mengalami penurunan yang drastis, walaupun pada tahun 2022 mengalami kenaikan tetapi tingkat kenaikan penjualannya tidak melebihi dari tahun sebelum-nya.

Faktor penyebab kenapa turunnya partisipasi belanja anggota karena kurangnya optimalisasi pada bauran pemasaran ritel, dimana ini akan menjadi peluang bagi pesaing melakukan bauran pemasaran ritel pada toko yang lebih baik maka sangat perlu unit niaga mengatasi permasalahan tersebut. Unit usaha Koperasi

Dharma Nirmala perlu mengoptimalkan bauran pemasaran ritel pada unit niaga Kdnmart yang dapat menarik anggota untuk berbelanja di koperasi.

Dari hasil survei diperoleh informasi adanya beberapa faktor-faktor yang di duga menjadi penyebab menurunnya partisipasi belanja anggota pada koperasi, antara lain:

1. Kurang lengkapnya barang-barang yang tersedia di koperasi.
2. Harga produk yang ditawarkan tidak jauh berbeda dengan non koperasi.
3. Tidak tersedia informasi mengenai harga barang pada rak, hal tersebut penting untuk memudahkan pembeli melihat harga barang.

Unsur produk menyangkut kualitas yang baik dan harga terjangkau, sedangkan dari unsur pelayanan menyangkut kelengkapan produk sehingga anggota mudah mencari produk yang dibutuhkan. Hal lain nya seperti suasana toko yang dapat memberikan kenyamanan, adanya papan informasi mengenai harga dan pramuniaga toko dalam melakukan promosi untuk menarik para anggota untuk belanja di unit niaga Mart.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, koperasi perlu menerapkan bagaimana bauran pemasaran ritel dengan baik pada Unit Niaga sehingga dapat menarik partisipasi anggota untuk belanja ke Kdnmart yang akan meningkatkan volume transaksi.

Unit Niaga Kdnmart perlu mengetahui langkah-langkah yang tepat untuk mengupayakan peningkatan partisipasi belanja anggota sehingga akan

meningkatkan volume transaksi dengan memperhatikan kondisi-kondisi yang mempengaruhi perkembangan toko tersebut.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang terjadi, serta berdasarkan hasil penelitian terdahulu bahwa bauran pemasaran ritel merupakan hal penting pada unit usaha koperasi sebab untuk dijadikannya strategi bagi koperasi dalam menjalankan usaha. Maka dari hasil pertimbangan dan fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti bauran pemasaran ritel (*retailing marketing mix*) dalam meningkatkan partisipasi belanja anggota studi kasus pada unit niaga Koperasi Dharma Nirmala.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan pada latar belakang penelitian serta untuk memberikan batasan pada permasalahan yang akan diambil yaitu "Analisis Strategi *Retailing Marketing Mix* Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Belanja Anggota", maka peneliti mengidentifikasi masalah yang lebih rinci sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *retailing marketing mix* yang dilakukan di unit niaga Koperasi Dharma Nirmala Mandiri.
2. Bagaimana tanggapan anggota terhadap implementasi strategi *retailing marketing mix*.
3. Bagaimana upaya meningkatkan partisipasi belanja anggota melalui strategi *retailing marketing mix*.

### **1.3. Maksud Dan Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka maksud dan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1.3.1. Maksud Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan maka penelitian ini memiliki maksud yaitu untuk mendeskripsikan tentang strategi *retailing marketing mix* dalam upaya meningkatkan partisipasi belanja anggota pada Koperasi Dharma Nirmala Mandiri pada unit usaha niaga Kdnmart.

#### **1.3.2. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Bagaimana strategi *retailing marketing mix* yang dilakukan di unit niaga Koperasi Dharma Nirmala.
2. Bagaimana tanggapan anggota terhadap implementasi strategi *retailing marketing mix*.
3. Bagaimana upaya meningkatkan partisipasi belanja anggota melalui strategi *retailing marketing mix*.

## **1.4. Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1. Kegunaan Teoritis**

Dari hasil penelitian ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu perkoperasian dan manajemen khususnya dalam strategi *retailing marketing mix* supaya meningkatnya partisipasi berbelanja anggota.

### **1.4.2. Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan manfaat kepada pengurus koperasi Dharma Nirmala Mandiri sebagai ilmu pengembangan manajemen dalam strategi *retailing marketing mix* dan struktur-struktur yang ada di dalamnya terkait dengan masalah *retailing marketing mix* dalam upaya meningkatkan partisipasi belanja anggota Koperasi Dharma Nirmala Mandiri, serta sebagai bahan awal untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

