

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Koperasi merupakan salah satu badan usaha di Indonesia selain BUMN dan BUMS. Koperasi menjadi salah satu bagian dari tatanan perekonomian, yang sesuai dengan Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 33 Ayat 1, disebutkan dasar perekonomian Indonesia, yaitu: **“Perekonomian disusun sebagai usaha bersama atas dasar asas kekeluargaan”**.

Setiap badan usaha dalam mencapai tujuannya yang maksimal menerapkan fungsi-fungsi perusahaan yang maksimal, sama halnya dengan badan usaha koperasi, salah satu fungsi perusahaan yang diterapkan untuk mencapai tujuan perusahaan adalah fungsi pemasaran. Hal ini juga diterapkan pada Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata (Koprusmat) Cicendo untuk terus mampu mengembangkan usahanya.

Koprusmat Cicendo adalah koperasi yang beranggotakan seluruh pegawai baik PNS maupun non PNS PMN (Pusat Mata Nasional) RS Mata Cicendo, yang berlokasi di Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat yang didirikan pada bulan April tahun 1981. Koprusmat Cicendo sudah berbadan hukum dengan nomor 7228/BH/DK-10/1, dalam menjalankan usahanya koperasi dibantu oleh tiga (3) orang pengawas, tiga (3) orang pengurus 19 orang karyawan dan tidak lepas dari partisipasi anggota yang berjumlah 454 orang. Berikut jumlah anggota disajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 1. 1 Jumlah Anggota Koprusmat Cicendo 2014-2018

Tahun	Jumlah Anggota (Orang)			Persentase naik/turun (%)
	Aktif	Baru	Keluar	
2014	545	46	12	-
2015	458	11	98	(16)
2016	480	52	30	5
2017	448	36	23	(7)
2018	454	48	42	1,3

Sumber: Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus dan Pegawai KOPRUSMAT Cicendo Tahun 2014-2017

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa terjadi kenaikan dan penurunan pada jumlah anggota. Terjadi penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2015 sebesar 16% yang disebabkan oleh banyaknya anggota yang pensiun, mutasi kerja namun pada tahun 2016 terjadi kenaikan sebesar 5% dikarenakan adanya penerimaan karyawan baru, dan kembali terjadi penurunan pada tahun 2017 sebesar 7% yang disebabkan oleh anggota yang pensiun dan meninggal. Pada tahun 2018 kembali terjadi kenaikan jumlah anggota sebesar 1,3% , hal tersebut dikarenakan adanya ketertarikan dari para karyawan terhadap koperasi karena adanya SHU (Sisa Hasil Usaha) dan pemberian *doorprize* ketika RAT, selain itu disebabkan karena adanya penambahan karyawan baru.

Penurunan dan kenaikan jumlah anggota berpengaruh terhadap koperasi, hal tersebut akan mempengaruhi tingkat partisipasi anggota pada setiap unit yang dimiliki oleh koperasi. Adapun unit usaha yang dijalankan oleh Koprusmat

Cicendo adalah Unit Simpan Pinjam, Unit Toko, Unit Pengadaan Barang dan Jasa, Unit fotocopy dan ATK, Unit Minimarket Cicendomart, Unit Pengelolaan Parkir. Dari enam unit yang dimiliki oleh Koprusmat Cicendo, peneliti berfokus pada Unit Minimarket Cicendomart dikarenakan memiliki kontribusi tertinggi bagi koperasi.

Tabel 1. 2 Pendapatan Unit Usaha KOPRUSMAT Tahun 2014-2018 (dalam rupiah)

UNIT USAHA	TAHUN				
	2014	2015	2016	2017	2018
USP	84.247.217	103.836.385	90.272.179	33.732.338	40.299.700
Cafe parker		58.525.500	261.566.225	483.560.800	345.379.800
Cicendomart			548.980.229	1.039.992.064	1.210.865.606
Toko	97.831.817	32.823.226	51.889.589	48.627.777	60.444.954
FC			15.117.275	52.948.100	68.697.500
Pengadaan		31.509.207	32.308.051	29.555.855	47.502.301

Sumber: RAT Koprusmat Cicendo 2016-2018

Unit Minimarket Cicendomart merupakan unit usaha di bidang retail yang berupaya untuk memudahkan anggota dalam mendapatkan barang-barang keperluan sehari-hari seperti makanan dan minuman dan juga kebutuhan rumah tangga lainnya. Selain melayani anggota Unit Minimarket Cicendomart juga melayani non anggota yang merupakan pasien rumah sakit.

Dalam menjalankan usahanya koperasi berada dalam pasar persaingan sempurna yang dihadapkan oleh beberapa pesaing usaha-usaha ritel lainnya seperti Indomaret yang terletak di sekitar lokasi koperasi, dan Toserba Griya, Borma, Alfamart, dan lain-lainnya yang lokasinya berada di sekitaran tempat tinggal anggota koperasi, yang mana setiap pesaingnya memiliki produk yang diperjual belikan bersifat homogen dengan harga yang relatif sama, sehingga

membuat para anggota bisa saja berpaling dari koperasi. Hal ini akan berpengaruh terhadap tingkat partisipasi belanja anggota.

Unit Minimarket Cicendomart sudah menjalankan usahanya selama tiga tahun dimulai pada tahun 2016. Dalam menjalankan usahanya, unit minimarket Cicendomart mengalami kenaikan volume penjualan yang cukup signifikan sehingga perlu dipertahankan dan ditingkatkan secara terus menerus. Berikut adalah tabel penjualan unit minimarket Cicendomart.

Tabel 1.3 Penjualan Unit Cicendomart Tahun 2016 – 2018

Tahun	Penjualan				Jumlah (Rp)
	Anggota (Rp)	Partisipasi anggota (%)	Non Anggota (Rp)	Kontribusi non anggota (%)	
2016	77.956.715	14.2	471.013.514	85.8	548.980.229
2017	258.450.484	24.8	781.541.580	75.2	1.039.992.064
2018	241,532,958	19.9	967.332.648	80.1	1.210.865.606
TOTAL	577.940.157	20.6	2.219.887.742	79.4	2.799.837.899

Sumber: Laporan Penjualan Unit Cicendomart 2016-2018

Dari tabel tersebut terlihat kenaikan penjualan yang cukup signifikan dari tahun 2016-2018, namun partisipasi belanja anggota masih rendah dibandingkan dengan jumlah transaksi non anggota yaitu sebesar 14% pada tahun 2016, 25% pada tahun 2017, dan pada tahun 2018 terjadi penurunan yaitu sebesar 20,1%. Selama beroperasinya Unit Minimarket Cicendomart selama 3 tahun, anggota hanya berpartisipasi sebanyak 20,6%, penjualan terbanyak didapatkan dari transaksi non anggota yaitu sebanyak 79,4 %.

Data tersebut menunjukkan partisipasi anggota yang cenderung rendah, padahal pada hakekatnya dalam pengembangan koperasi harus adanya kerjasama

antara pihak koperasi dan anggota yaitu koperasi memiliki peran untuk menyediakan kebutuhan anggota sedangkan anggota memberikan respons atau *feedback* dalam bentuk partisipasi terhadap koperasi. Dalam pengembangan unit usaha koperasi peranan partisipasi anggota sangat krusial, dan partisipasi anggota menjadi kunci keberhasilan organisasi dan keberhasilan koperasi, pernyataan tersebut didukung oleh jurnal peneliti terdahulu, Khoiriyah, Nuraini Asriati dan Parijo dalam penelitiannya tentang “Pengaruh Partisipasi Anggota Terhadap Keberhasilan Koperasi” Hasil Penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi partisipasi anggota maka semakin tinggi keberhasilan koperasi dalam mencapai tujuannya.

Tanpa partisipasi anggota, koperasi tidak akan mampu bekerja secara efisien dan efektif. Suatu koperasi bisa berhasil dalam kompetisi (bersaing dengan perusahaan non koperasi), tetapi tak akan ada artinya bila anggota tidak memanfaatkan keunggulan yang dimiliki tersebut, partisipasi anggota memiliki peran penting terhadap keberhasilan koperasi.

Berdasarkan wawancara pendahuluan dengan pengurus koperasi mengenai penyebab minimnya partisipasi anggota, pihak pengurus menyatakan bahwa para anggota akan membeli barang-barang di Unit Minimarket Cicendomart dengan volume yang besar hanya ketika menuju lebaran dikarenakan adanya diskon yang ditawarkan oleh Unit Minimarket Cicendomart dan adanya penawaran jasa pembuatan parsel lebaran dari Unit Minimarket Cicendomart, namun pada hari-hari biasa partisipasi anggota sebagai pelanggan relatif kecil dibandingkan jumlah transaksi non anggota yaitu pasien-pasien yang berkunjung ke RS Mata Cicendo.

Anggota hanya membeli barang-barang di minimarket dalam keadaan insidental saja.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti terhadap anggota, setiap bulan nya anggota yang sudah menikah menghabiskan uang sekitar 2 sampai 3 juta untuk belanja bulanan dan anggota yang belum menikah menghabiskan 200 sampai 300 ribu, namun anggota tidak menjadikan koperasi sebagai tempat belanja bulanan, anggota memilih alternatif lain seperti belanja di Superindo dan Yogya, sedangkan uang yang dihabiskan anggota untuk berbelanja di koperasi hanya sekitar 200 sampai 300 ribu per bulan.

Berdasarkan hasil survey peneliti menemukan alasan para anggota tidak membeli di koperasi diduga karena penyediaan barang yang kurang komplit karena tidak banyaknya variasi produk yang tersedia. Selain itu, ruangan koperasi ini tidak terlalu luas dan lokasi koperasi yang relatif jauh dari tempat tinggal anggota, sehingga para anggota tidak melakukan belanja bulanan pada Unit Minimarket Cicendomart, namun lokasi terbilang cukup strategis jika melakukan pembelian kebutuhan sehari-hari di rumah sakit seperti makanan ringan dan minuman karena Unit Minimarket Cicendomart berada di lobby yang mudah dijangkau oleh anggota maupun pasien, selain itu diduga karena banyaknya tawaran *discount* dari pesaing membuat anggota berpaling ke pesaing. Sehingga minat anggota untuk belanja bulanan di koperasi dalam upaya memenuhi kebutuhan sehari-hari cenderung rendah sehingga partisipasi anggota kurang baik. Oleh sebab itu koperasi harus mampu menerapkan strategi eceran yang merupakan bagian dari strategi pemasaran dengan tepat dalam upaya

meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan supaya dapat mengembangkan usahanya.

Penerapan strategi eceran yang tepat mampu membuat koperasi unggul dalam bersaing. Chandler dalam Freddy Rangkuti (2016:3) menyatakan bahwa: “Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya”

Pemahaman yang baik tentang konsep strategi akan membantu para pelaku usaha mampu untuk mengimplementasikan strategi yang tepat dalam upaya meningkatkan penjualan, meningkatkan loyalitas konsumen dan lain-lain. Masing-masing perusahaan harus menentukan strategi yang tepat dari sudut pandang posisinya di industri dan tujuan, peluang, keahlian, serta sumber dayanya.

Pemasaran memainkan peranan yang penting dalam proses perencanaan strategi perusahaan (Kotler 2000:74). Strategi eceran yang merupakan bagian dari strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Berdasarkan fenomena masalah yang terjadi pada Unit Minimarket Cicendomart peneliti merumuskan masalah yaitu strategi eceran yang tepat untuk diterapkan agar dapat meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan. Maka dengan ini perlunya

diteliti lebih lanjut mengenai bagaimana “Strategi Eceran dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dan perumusan masalah dalam latar belakang, maka peneliti mengidentifikasi permasalahan yang telah dirumuskan tersebut sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi eceran yang digunakan oleh Unit Minimarket Cicendomart pada Kopusmat Cicendo untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.
2. Bagaimana tingkat partisipasi anggota sebagai pelanggan di Unit Minimarket Cicendomart pada Kopusmat Cicendo.
3. Bagaimana strategi eceran yang tepat untuk diimplementasikan pada Unit Minimarket Cicendomart di Kopusmat Cicendo.
4. Bagaimana upaya-upaya untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maksud yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini sebagai berikut:

Menggambarkan tentang strategi eceran yang diterapkan untuk meningkatkan partisipasi anggota di Unit Minimarket Cicendomart serta menentukan strategi eceran yang tepat untuk diimplementasikan dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan pada Unit Minimarket Cicendomart.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang:

1. Strategi eceran yang saat ini digunakan oleh Unit Minimarket Cicendomart pada Kopusmat Cicendo untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.
2. Tingkat partisipasi anggota sebagai pelanggan di Unit Minimarket Cicendomart pada Kopusmat Cicendomart.
3. Strategi eceran yang tepat untuk diimplementasikan dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan pada Unit Minimarket Cicendomart pada Kopusmat Cicendo.
4. Upaya-upaya yang diterapkan untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam aspek teoritis maupun aspek praktis bagi Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata (Kopusmat) Cicendo.

1.4.1 Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini dimaksudkan sebagai kontribusi dalam pengembangan ilmu yang didukung oleh data empirik berupa fakta-fakta yang terjadi di lapangan (koperasi) yang diperoleh melalui kegiatan observasi untuk ilmu di bidang pemasaran yang berhubungan dengan strategi eceran dan partisipasi anggota sebagai pelanggan.

4.2 Aspek Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, masukan serta menjadi pedoman bagi pengawas, pengurus, serta anggota Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata (Koprusmat) Cicendo dalam menentukan strategi eceran yang tepat dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan pada Unit Minimarket Cicendomart.



IKOPIN