

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sejak awal didirikan, Koperasi sudah menjadi harapan bangsa Indonesia agar menjadi soko guru perekonomian di negeri ini. Melalui pola yang melibatkan anggota dalam pengorganisasian dan pengelolaannya, koperasi menjadi harapan masyarakat khususnya kalangan bawah untuk memperbaiki ekonomi melalui sisa hasil usaha yang adil, juga dalam penyediaan barang yang terjangkau.

Sistem ekonomi koperasi sangat dekat dengan kehidupan sosial masyarakat Indonesia, yaitu gotong royong dan kekeluargaan. Melalui gotong royong dan kekeluargaan ini, diharapkan Koperasi bisa menjadi suatu cara untuk menolong sesama. Seperti yang diungkapkan oleh Mohammad Hatta sebagai Bapak Koperasi Indonesia; **“Koperasi adalah usaha bersama untuk memperbaiki nasib penghidupan ekonomi berdasarkan tolong-menolong. Semangat tolong menolong tersebut didorong oleh keinginan memberi jasa kepada kawan berdasarkan prinsip seorang buat semua dan semua buat seorang.”**

Koperasi dapat membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya. Selain itu, koperasi juga berperan secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat. Untuk masalah makro, koperasi dapat memperkokoh perekonomian masyarakat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan

koperasi sebagai soko gurunya dan merupakan usaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi. Semua itu dapat dicapai melalui berbagai unit usaha yang dijalankan koperasi sebagai ekonomi kerakyatan.

Pemerintahan Kota Bandung sendiri menyadari pentingnya berkoperasi. Sehingga pada tanggal 11 Mei 1962, berdirilah Koperasi Pegawai Pemerintahan Kota Bandung (KPKB) yang awalnya bernama Koperasi Pegawai Otonom Kota Praja Bandung. Koperasi yang berlokasi di Jalan Wastukencana Nomor 5 belakang ini berbadan hukum No. 518/PAD-02-DISKOP/2005, yang memiliki unit usaha sebagai berikut:

1. Unit Usaha Simpan Pinjam
2. Unit Usaha Niaga

Koperasi yang berada di dekat Balai Kota Bandung ini memiliki kantor berupa bangunan dua lantai di mana lantai pertama digunakan untuk Unit Usaha Niaga dan lantai kedua digunakan untuk Unit Usaha Simpan Pinjam dan Kantor Koperasi. Gedung koperasi yang terhitung baru dipugar ini terlihat sangat nyaman dengan fasilitas yang lebih memadai.

Diantara kedua unit usaha tersebut yang akan diteliti adalah Unit Usaha Niaga, karena Unit Usaha Niaga ini setiap tahunnya cenderung mengalami penurunan.

Tabel 1.1 Perkembangan Usaha pada Unit Usaha Simpan Pinjam dan Niaga

Tahun	Jumlah Partisipasi (Simpan pinjam)	Volume Penjualan (Niaga)
2011	19.008.216.670	1.338.502.136
2012	20.358.544.050	1.031.387.526
2013	18.722.430.555	629.818.769
2014	22.248.000.003	783.654.316
2015	21.277.166.667	685.155.732

Sumber: RAT KPKB Tahun 2011-2015

Dari tabel 1.1 di atas, dapat disimpulkan bahwa jumlah volume penjualan pada Unit Usaha Niaga cenderung mengalami penurunan.

Unit usaha Niaga yang beroperasi dari pukul 08.00 sampai 16.00 WIB ini dilayani oleh seorang pramuniaga yang bertugas melayani transaksi. Dengan menyediakan kebutuhan sehari-hari, Unit Usaha Niaga ini melayani anggota dan juga non-anggota. Dari sisi pembayaran, koperasi ini melayaninya dengan sistem tunai dan kredit. Dimana untuk sistem kredit sebelumnya harus mengajukan kredit terlebih dahulu kepada pengurus di lantai 2 dan selanjutnya akan diberi selebar kertas yang bisa digunakan untuk membeli barang secara kredit dengan jumlah minimal Rp. 100.000 untuk sekali transaksi. Dan untuk pembayaran kredit ini akan dipotong langsung pada gaji anggota tersebut. Unit ini menyediakan beberapa barang pemenuh kebutuhan, diantaranya sembako, ATK, makanan dan minuman ringan dan lain-lain.

Semua unit usaha pasti bergantung pada partisipasi anggotanya untuk menjalankan usahanya, termasuk Unit Usaha Niaga ini. Partisipasi anggota berarti

anggota sebagai pemilik dan pengguna semestinya ikut serta dalam mengembangkan koperasi dalam bentuk mengikuti RAT, membayar simpanan pokok dan simpanan wajib, juga melakukan transaksi di koperasi.

Seperti yang sudah dijelaskan, salah satu bentuk dari partisipasi adalah melakukan transaksi untuk menjalankan usaha koperasi. Hal ini yang kurang berjalan di KPKB. Transaksi anggota pada Unit Usaha Niaga cenderung mengalami penurunan setiap tahunnya. Hal ini tercermin dari penurunan volume penjualan dari tahun ke tahun.

Tabel 1.2 Perkembangan Usaha pada Unit Usaha Niaga

Tahun	Anggota yang Melakukan Transaksi (Orang)	Volume Penjualan (Rupiah)
2011	627	1.338.502.136
2012	574	1.031.387.526
2013	260	629.818.769
2014	244	783.654.316 -0,80%
2015	288	685.155.732

Sumber: RAT KPKB Tahun 2011-2015

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, jumlah anggota yang bertransaksi pada Unit Usaha Niaga cenderung mengalami penurunan pada 5 tahun terakhir, begitu pula pada volume penjualannya, walaupun pada tahun 2014 mengalami kenaikan sebesar 0,80%, namun pada tahun 2015 mengalami penurunan sebesar 0,87%. Pada tahun 2015, dari total anggota 5266 orang, hanya sekitar 5,46 % anggota yang melakukan transaksi, dengan rata-rata transaksi sebesar Rp. 198.251 per

bulannya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus, anggota koperasi cenderung tidak memilih koperasi untuk memenuhi kebutuhannya. Mereka cenderung memilih mini market lain yang dekat dengan rumahnya dan menurut anggota hal itu terjadi karena kebutuhan mereka di koperasi tidak terpenuhi yang mengakibatkan mereka lebih memilih mini market lain. Ketidakloyalan anggota ini yang menjadi masalah setiap tahunnya di koperasi padahal koperasi pernah menyediakan program promosi berupa *delivery order* dan daftar ketersediaan barang di Unit Usaha Niaga. Namun anggota tidak memanfaatkannya. Seharusnya sebagai pengguna, anggota memanfaatkan unit usaha di koperasi. Loyalitas adalah hal yang penting, karena jika anggota loyal, salah satu manfaatnya adalah anggota tersebut melakukan pembelian ulang di koperasi yang akan menaikkan partisipasi anggota.

Beberapa anggota koperasi yang diwawancarai menuturkan beberapa alasan mereka jarang bertransaksi di koperasi, diantaranya:

- Lokasi yang sulit dijangkau. Menurut mereka, sangat membuang waktu dan tenaga jika hanya untuk belanja ke koperasi. Memang, untuk menuju koperasi dari kantor balaikota Bandung, anggota perlu berjalan menyebrang jalan menggunakan jembatan penyebrangan yang harus memutar dahulu jika akan menggunakannya, apalagi akan terasa sangat melelahkan untuk anggota yang sudah berumur. Dan jika ingin memakai kendaraan pun, ketersediaan parkir sangat minim.
- Harga yang sama saja. Dengan pengorbanan perjalanan yang lumayan lelah, harga yang ditawarkan tidak menarik, karena tidak ada potongan

harga. Sehingga dibandingkan dengan mini market lain, harganya sama saja.

- Ketersediaan produk yang minim yang mengakibatkan anggota tetap harus membeli di tempat lain.

Dari sekian masalah yang dimiliki koperasi ini, bauran pemasaran di Unit Usaha Niaga ini masih sangat kurang, yang berakibat anggota tidak memilih koperasi sebagai pilihan utama untuk memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka dilakukan penelitian mengenai bauran pemasaran yang memiliki hubungan dengan loyalitas anggota. Adapun judul dalam penelitian ini adalah **“Hubungan Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi pada Unit Usaha Niaga”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah menguraikan tentang keadaan yang terjadi di Koperasi Pegawai Pemerintahan Kota Bandung, maka penelitian ini merinci pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan rumusan masalah yang telah dibuat. Pernyataan-pernyataan tersebut dirinci dalam suatu identifikasi masalah, yaitu:

1. Bagaimana pelaksanaan bauran pemasaran pada Unit Usaha Niaga KPKB.
2. Bagaimana persepsi dan harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran pemasaran Unit Usaha Niaga KPKB.
3. Bagaimana loyalitas yang ditunjukkan anggota terhadap Unit Usaha Niaga KPKB.
4. Bagaimana hubungan antara pelaksanaan bauran pemasaran dan loyalitas anggota.

5. Upaya apa yang harus diperbaiki oleh KPKB dalam pelaksanaan bauran pemasaran agar loyalitas anggota pada Unit Usaha Niaga dapat meningkat?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk dapat memecahkan masalah-masalah yang diteliti, serta memperoleh berbagai data dan informasi yang diperlukan dalam hal yang berkaitan dengan bauran pemasaran dan loyalitas anggota.

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Pelaksanaan bauran pemasaran pada Unit Usaha Niaga KPKB.
2. Persepsi dan harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran pemasaran Unit Usaha Niaga KPKB.
3. Loyalitas yang ditunjukkan anggota terhadap Unit Usaha Niaga KPKB.
4. Hubungan antara pelaksanaan bauran pemasaran dan loyalitas anggota.
5. Masukan tentang apa yang harus diperbaiki oleh KPKB dalam pelaksanaan bauran pemasaran agar loyalitas anggota pada Unit Usaha Niaga dapat ditingkatkan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian “**Hubungan Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi pada Unit Usaha Niaga**” ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. Aspek pengembangan ilmu

Aspek pengembangan ilmu ini disesuaikan dengan pengembangan ilmu manajemen pemasaran. Teori-teori tentang bauran pemasaran dan

loyalitas anggota. Teori-teori tersebut yang akan dijadikan acuan oleh peneliti dalam proses studi kasus yang akan dilakukan di lapangan, dimana peneliti akan menilai keselarasan antara teori dan pelaksanaan.

2. Aspek guna laksana

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan serta bahan pertimbangan bagi Koperasi Pegawai Pemerintahan Kota Bandung dalam membuat kebijakan dan keputusan terhadap hal-hal yang berkaitan dengan bauran pemasaran dan loyalitas anggota pada Unit Usaha Niaga. Selain itu, bagi peneliti lain dapat dijadikan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya.

1.5 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Unit Niaga Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB) yang berlokasi di Jalan Wastukencana Nomor 5 belakang.

IKOPIN