

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan ekonomi pada saat ini telah menjadi standar kehidupan individu dan kolektif bagi suatu bangsa dan negara. Keunggulan suatu negara diukur berdasarkan tingkat kemajuan ekonominya. Ukuran derajat keberhasilan menjadi sangat matrealistik. Oleh karena itu, ilmu ekonomi menjadi sangat penting bagi kehidupan suatu bangsa. Sekalipun demikian, pakar ekonomi **Alfred Marshall** (dalam buku Juhaya S. Pradja *Ekonomi Syariah*) menyatakan bahwa kehidupan dunia ini dikendalikan oleh dua kekuatan besar, yaitu ekonomi dan keimanan (agama). Selaras dengan **Alfred Marshall**, menurut **Jeffrey Seglin** dalam buku yang sama, hanya sistem ekonomi yang berbasis etika dan moral yang layak tampil mengelola sistem ekonomi global. Sistem ekonomi yang bisa menyelaraskan aspek material dan spiritual, diyakini dapat menghadirkan tatanan ekonomi yang lebih harmonis dan berkeadilan.

Berada pada era globalisasi dimana persaingan dunia usaha semakin mengglobal dan sarat dengan persaingan, mau tidak mau para pelaku ekonomi tak terkecuali koperasi, bila ingin terus bertumbuh, harus memiliki daya saing yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*). Agar dapat mengatasi persaingan ekonomi yang semakin tajam, juga untuk terus dapat mempertahankan stabilitas ekonomi, hendaknya pemerintah dan masyarakat berkolaborasi dalam memajukan ekonomi kerakyatan yang dianggap sebagai soko guru perekonomian Indonesia yaitu koperasi. Koperasi harus terus menerus melakukan reposisi

dirinya sebagai salah satu pelaku ekonomi yang menjunjung tinggi kesejahteraan dan keadilan untuk masyarakat pada umumnya dan anggota pada khususnya nilai-nilai dasar seperti kekeluargaan, kesetiakawanan, keadilan, gotong royong, demokrasi, dan kebersamaan hendaknya dijadikan sebagai faktor kekuatan utama bagi koperasi. Dengan memberi pelayanan yang maksimal kepada anggotanya baik sebagai pemilik (*owner*) maupun sebagai pelanggan utama (*main customer*), maka koperasi baik sebagai badan usaha maupun sebagai gerakan ekonomi rakyat, akan tetap bertumbuh seiring dengan pertumbuhan ekonomi anggotanya, dan tidak mustahil untuk dapat bersaing dengan pasar global.

Dilihat dari sudut pandang Islam, koperasi memiliki tujuan serupa dengan ekonomi Islam yang dibawa oleh *Rasulullah Shallallahu 'Alaihi Wasallam* berabad-abad silam, Dalam buku *Ekonomi Islam* yang ditulis oleh pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi Islam (**P3EI**) menyebutkan, tujuan umum dari perekonomian pada masa itu adalah komitmennya yang tinggi terhadap etika dan norma, serta perhatiannya yang besar terhadap keadilan dan pemerataan kekayaan juga pengentasan kesenjangan ekonomi. Usaha-usaha ekonomi harus dilakukan secara etis, dan sumber daya ekonomi tidak boleh menumpuk pada segelintir orang melainkan harus beredar bagi kesejahteraan seluruh umat. Pasar menduduki peranan penting sebagai mekanisme ekonomi, pemerintah dan masyarakat juga bertindak aktif dalam mewujudkan kesejahteraan dan menegakkan keadilan. Tujuan ekonomi pada masa *Rasulullah Shallallahu 'Alaihi Wasallam* yang diuraikan di atas selaras dengan tujuan

perkoperasian yang diatur dalam Undang-Undang tentang perkoperasian Republik Indonesia nomor 25 tahun 1992 pasal 3 yang berbunyi:

“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”

yang dimaksud anggota dalam pasal di atas adalah *owner* dan *user*. Anggota koperasi yang mana sebagai pemilik dan pengguna tentunya berhak mendapatkan kesejahteraan. Namun, untuk mendapatkan kesejahteraan anggota harus turut berperan aktif dan berpartisipasi.

Adapun pembahasan mengenai peraturan konstitusional terdapat dalam Undang-Undang tentang perkoperasian ayat 1 pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945 yang berbunyi:

“perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas azas kekeluargaan”

Muhammad Hatta di dalam buku **manajemen koperasi (1997:4)** menyebutkan bahwa, koperasi adalah usaha bersama untuk memperbaiki nasib perekonomian berdasarkan saling tolong-menolong. Gerakan koperasi adalah lambang harapan bagi kaum ekonomi lemah, berdasarkan *self-help* dan tolong menolong diantara anggota-anggotanya, sehingga dapat menimbulkan rasa saling percaya kepada diri sendiri dalam ikatan persaudaraan koperasi yang merupakan semangat baru dan semangat menolong diri sendiri. Ia didorong oleh keinginan memberi jasa kepada kawan, berdasarkan prinsip “seorang buat semua dan semua buat seorang”.

Wadah perjuangan agama bukan hanya melalui organisasi-organisasi masyarakat yang menjunjung tinggi nilai-nilai keagamaan dan memperjuangkan hak-hak agama dalam suatu negara, melainkan juga melalui individu-individu dalam kapasitas profesional, seperti dalam bidang ekonomi. Gerakan koperasi yang secara jelas beridentifikasi agama, baik secara konstitusional maupun kultural adalah Koperasi Pondok Pesantren, disingkat Kopontren. Konsep Kopontren yang semula hanya gerakan koperasi di dalam lingkup intern pesantren, kini diperluas menjadi usaha yang dilakukan oleh, dari, dan untuk kiai, santri, alumni, orang tua santri, dan masyarakat secara luas.

Koperasi Pondok Pesantren secara *continue* berinovasi dan melakukan pengembangan pada berbagai aspek dalam unit usahanya dalam upaya memberikan pelayanan yang maksimal yang berdampak pada kesejahteraan anggota. Salah satu Kopontren yang terus berinovasi dan secara *continue* melakukan pengembangan pada unit usahanya adalah Koperasi Pondok Pesantren Fat-Hiyyah. yang berlokasi di Pondok Pesantren Al-Idrisiyyah Jl. Raya Ciawi KM 08 No.79 Pagendingan Jatihurip Cisayong Tasikmalaya 46153 Jawa Barat yang berdiri kurang lebih pada tahun 1982 dan telah memiliki badan hukum.

Tercatat sejak tahun buku 2017 koperasi memiliki sebanyak 32 unit usaha. Di bagi menjadi 3 sektor usaha besar yaitu, BMT Al Idrisiyyah, Qini Mart, Qini Vaname & UKM AL-Idrisiyyah. Adapun rincian unit usahanya adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Unit Usaha Koperasi Pondok Pesantren Fat-Hiyyah

UNIT USAHA 2017	
BMT Al Idrisiyyah	
1.	Kantor Pusat Tasikmalaya
2.	Kantor Perwakilan Jakarta
3.	Kantor Kas Ciawi
4.	Kantor Kas Salopa
5.	Kantor Perwakilan Garut
QINI MART	
1.	Pagendingan Cisayong Kab.Tasikmalaya
2.	Purbaratu Kota Tasikmalaya
3.	Kawalu Kota Tasikmalaya
4.	Batu Tulis Jakarta
5.	Bebedahan Purbaratu Kota Tasikmalaya
6.	Bebedahan Rajapolah Kota Tasikmalaya
7.	Qini Mart Center Pusat
8.	Qini Mart Bojong Kota Tasikmalaya (masuk tahun buku 2018)
TAMBAK UDANG QINI VANAME	
1.	Ciheras Cipatujah Kab. Tasikmalaya (Luas 4,5 Ha)
2.	Ciandum Cipatujah Kab. Tasikmalaya (Luas 5 Ha) (masuk tahun buku 2018)
UKM AL IDRISIYYAH	
1.	Unit Peternakan Sapi
2.	Unit Produksi dan Penjualan Depo Qini
3.	Qini Fresh Pagendingan
4.	Qini Fresh Kawalu
5.	Qini Minang Pagendingan
6.	Qini Minang Jamanis
7.	Qini Minang Parasmanan
8.	Qini Fashion
9.	Qini Bakery
10.	Perkebunan Kopi
11.	Tour and Travel
12.	Pabrik Bata
13.	Qini Konveksi
14.	Bakso Hayam Jago
15.	Lapak Toh-Tohan (jual beli elektronik)
16.	Saung Panyawah 1 Cidahu Mekarwangi Cisayong Tasikmalaya
17.	Saung Panyawah 2 Limbangan Garut
18.	Cafe Sufi
19.	Qini Fishery

sumber: RAT 2017

Salah satu unit usaha yang menjadi tulang punggung pergerakan ekonomi Kopontren Fat-Hiyyah adalah unit usaha Qini Mart. Mengapa unit usaha Qini Mart menjadi salah satu tulang punggung pergerakan ekonomi koperasi, karena dari total omset setiap tahunnya yang diperoleh koperasi Qini Mart menjadi penyumbang terbesar yaitu 36%, dari unit usaha BMT sebesar 30%, dari unit usaha Qini Vaname 25%, dan 9% sisanya dari unit usaha UKM lainnya yang dimiliki koperasi. Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti di Kopontren Fat-Hiyyah, dari total 32 unit usaha peneliti memilih Qini Mart cabang Pagendingan Kab.Tasikmalaya sebagai objek penelitian. Sejak berdirinya di tahun 1986 dengan bermula warung kecil tradisional kemudian ditahun 2000 bertransformasi menjadi mini market modern yang mulai tumbuh dan berkembang dengan tujuh cabang tersebar di wilayah Tasikmalaya dan satu cabang di Jakarta, juga telah memiliki satu gudang sebagai distribusi center untuk menyuplai barang ke setiap cabang. Beda dengan mini market lainnya, Qini Mart tidak menghilangkan sepenuhnya ciri khas warung tradisional. Sehingga kebutuhan masyarakat sepenuhnya bisa terpenuhi. Saat ini, Qini Mart memiliki total 520 warung binaan.

Suatu produk pada umumnya diciptakan guna memenuhi kebutuhan konsumen. Setelah produk dihasilkan selanjutnya tugas dari produsen yaitu menyalurkan produknya kepada konsumen. Kegiatan penyaluran produk dari produsen ke konsumen disebut dengan distribusi. Eceran merupakan salah satu dari saluran distribusi pemasaran yang berperan penting dalam rangkaian

pemasaran dan merupakan penghubung antara kepentingan produsen juga konsumen.

Terdapat banyak format bisnis ritel di Indonesia salah satunya yaitu *convenience store*. Empat *brand convenience store* ternama di Indonesia yaitu Alfamart, Indomart, Circle K, dan Lawson adalah *convenience store* yang sedang berkembang di Indonesia, konsep *convenience store* yang memperhatikan kenyamanan dengan fasilitas tambahan seperti *seat break*, akses internet gratis serta tersedianya berbagai makanan cepat saji sangat erat kaitannya dengan empat nama *brand convenience store* di atas. *Trend convenience store* terus berkembang semula hanya *grab and go* (beli kemudian pergi) saat ini banyak pelaku bisnis *convenience store* merubah toko ritel miliknya tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga sehari-hari namun menjadi *shopping, eating, drinking* dan *meeting*. Perubahan format yang dilakukan oleh pelaku bisnis ritel di atas salah satunya adalah untuk menghadapi persaingan yang cukup tajam antara ritel *store* dengan *non-store*. Kesuksesan empat *brand convenience store* di atas tidak terlepas dari pelaksanaan bauran ecerannya. Jika unit usaha Qini Mart Pagendingan terus berupaya melakukan transformasi dengan memperhatikan pelaksanaan-pelaksanaan bauran eceran yang akan meningkatkan gairah konsumen umum dan anggota koperasi pada khususnya, tidak menghilangkan kemungkinan dikemudian hari unit usaha Qini Mart Pagendingan bisa berkembang dan bertransformasi menjadi seperti empat *brand convenience store* di atas dengan tanpa menghilangkan ciri khas yang dimiliki oleh unit usaha Qini Mart Pagendingan yang pada dasarnya adalah ritel yang terlahir dari koperasi.

Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) memprediksi pertumbuhan industri ritel dalam negeri melambat seiring dengan adanya perubahan *trend* berbelanja konsumen. "*Industri ritel saat ini ibarat kura-kura membawa beban, di tahun 2012-2013 itu pada puncaknya, dan sekarang di 2017 membawa beban,*" Ketua Umum Aprindo **Roy Nicholas Mandey (13/8/2017)**. Melambatnya pertumbuhan ritel tersebut juga diikuti dengan semakin banyaknya pemain yang menggarap bisnis ini baik dari lokal maupun asing. Tentu saja hal ini akan meningkatkan skala persaingan yang semakin ketat kedepannya. Terlebih lagi di tangan perkembangan teknologi saat ini membuat pelaku bisnis berbondong-bondong memasarkan produknya melalui sistem online dengan penciptaan *e-commerce* ataupun melalui media sosial seperti facebook, instagram, dan lain-lain. Perlahan tapi pasti masyarakat Indonesia terutama di beberapa daerah khususnya di kota-kota besar sudah menerima dan nyaman dengan *trend* berbelanja online ini. Keadaan seperti di atas turut menjadi kekhawatiran bagi unit usaha Qini Mart, General Manager unit usaha Qini Mart Kopontren Fat-Hiyyah mengatakan "*ancaman terbesar bagi kami saat ini adalah adanya perkembangan teknologi dan perubahan trend berbelanja, untuk itu kami harus melakukan pengembangan usaha yang kami bina secara continue melalui berbagai aspek terutama aspek pemasaran khususnya pada bauran eceran*" **(03/20/18)**

Menanggapi pernyataan General Manager unit usaha Qini Mart Kopontren Fat-Hiyyah, para pengecer perlu memiliki keunggulan kompetitif yang membedakan toko ecerannya dengan toko eceran pesaing. Keunggulan dalam industri eceran dapat dilakukan melalui pengelolaan unsur bauran eceran yang

tepat. Adanya Bauran Eceran merupakan suatu strategi bagi pengecer guna menghadapi ancaman-ancaman seperti tersebut di atas.

Tabel 1.2 Perkembangan pendapatan bersih unit usaha Qini Mart Kopontren Fat-Hiyyah Kabupaten Tasikmalaya Tahun 2013-2017

Tahun	Pendapatan Bersih (Rp)
2013	Rp. 629.867.156
2014	Rp. 737.835. 668
2015	Rp. 2. 392.557.338
2016	Rp. 1.815.429.587
2017	Rp. 2.629.319.088

Sumber: Laporan RAT Kopontren Fat-Hiyyah tahun 2013-2017

Tabel 1.2 menjelaskan bahwa pada tahun 2013 jumlah pendapatan bersih Kopontren Fat-Hiyyah sebesar Rp. 629.867.156. Kemudian mengalami peningkatan pendapatan sebesar **Rp. 107.968.512** menjadi Rp. 737.835.668 pada tahun 2014. Seiring dengan bertumbuhnya jumlah keanggotaan, ditahun 2015 pendapatan pun meningkat kian pesat yaitu bertambah sebesar **Rp. 1.654.721.670** menjadi Rp. 2.392.557.338 pada tahun 2015. Sedangkan ditahun 2016 mengalami perbedaan kondisi, dimana jumlah anggota meningkat kian pesat namun kondisi pendapatan mengalami penurunan sebesar Rp. **577.127.751** dari Rp. 2.392.557.338 pada 2015 menjadi Rp. 1.815.429.587 pada tahun 2016. kemudian, pada tahun 2017, kondisi mulai kembali stabil dimana pesatnya pertumbuhan anggota diikuti dengan pendapatan yang kembali meningkat, yaitu bertambah sebesar **Rp. 813.889.501** menjadi Rp. 2.629.319.088 pada tahun 2017. Kendati jumlah pendapatan meningkat pada tahun 2017, kondisi pada tahun 2016 bisa saja terulang apabila unit usaha Qini Mart tidak terus-menerus melakukan perbaikan dalam usahanya.

Berdasarkan survei pendahuluan yang peneliti lakukan dan berdasarkan wawancara kepada pengurus unit usaha Qini Mart Kopontren Fat-Hiyyah, Qini Mart adalah unit usaha terbesar pertama yang paling berkontribusi bagi peningkatan perekonomian koperasi. Namun, sebesar apapun suatu usaha masih tetap ada hal yang perlu diperhatikan agar bisa menjadi tolak ukur kesuksesan dan pencapaian yang akan dicapai kedepannya. Pokok permasalahan yang terjadi di unit usaha ini adalah belum adanya pelaksanaan bauran eceran yang terkonsep secara tepat. Hasil wawancara yang peneliti lakukan di kantor General Manager unit usaha Qini Mart, general manager unit usaha ini mengatakan *“anggota ataupun konsumen cenderung puas memanfaatkan unit usaha yang kami kelola sebagai alat penunjang kebutuhan, walaupun jika ditinjau dari pelaksanaan bauran eceran, kami belum sepenuhnya menerapkan sistem bauran eceran yang terkonsep dan terealisasi dengan benar. Namun sejauh ini anggota ataupun konsumen cenderung puas terbukti dari jumlah penjualan yang selalu meningkat. Oleh karena itu dibutuhkan pelaksanaan bauran eceran yang terkonsep untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan anggota ataupun konsumen dengan skala kepuasan yang lebih tinggi”*. (03/20/18).

Dari pemaparan di atas, guna menghadapi ancaman-ancaman yang menjadi kekhawatiran unit usaha Qini Mart dan untuk mempersiapkan diri menghadapi perkembangan-perkembangan yang sedang terjadi di dunia ritel khususnya perkembangan pada *convinience store*, diperlukan pelaksanaan bauran eceran yang tepat agar unit usaha Qini Mart Pagendingan Kopontren Fat-Hiyyah mampu menjadikan dirinya sebagai ritel yang memberikan pelayanan yang maksimal.

Dengan memperhatikan pelaksanaan bauran eceran yang tepat diharapkan anggota ataupun konsumen akan mendapatkan kepuasan dengan skala yang lebih tinggi dan berdampak pada loyalitas, dengan adanya skala loyalitas diharapkan terjalin hubungan timbal balik yang semakin erat antara koperasi dengan anggota yang mampu menimbulkan kesejahteraan ekonomi bagi anggota maupun koperasi. Berdasarkan hal di atas maka dilakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS BAURAN ECERAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN ANGGOTA”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka permasalahan yang tepat untuk dibahas dalam penyusunan usulan penelitian ini dapat diuraikan dalam identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan bauran eceran pada unit usaha Qini Mart Pagendingan Kopontren Fat-Hiyyah?
2. Bagaimana penilaian anggota terhadap pelaksanaan bauran eceran pada unit usaha Qini Mart Pagendingan Kopontren Fat-Hiyyah?
3. Bagaimana harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran eceran pada unit usaha Qini Mart Pagendingan Kopontren Fat-Hiyyah?
4. Bagaimana kepuasan anggota terhadap pelaksanaan bauran eceran unit usaha Qini Mart Pagendingan Kopontren Fat-Hiyyah dan dampaknya terhadap kopontren?

5. Upaya-upaya apa saja yang harus dilakukan unit usaha Qini Mart Pagendingan Kopontren Fat-Hiyyah dalam upaya meningkatkan kepuasan anggota kaitannya dengan pelaksanaan bauran eceran.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mencari gambaran mengenai bauran eceran terhadap kepuasan anggota serta memperoleh berbagai data dan informasi yang berhubungan dengan latar belakang penelitian dan identifikasi masalah penelitian.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah untuk mengetahui beberapa hal seperti:

1. Mengetahui pelaksanaan bauran eceran di unit usaha Qini Mart Pagendingan Kopontren Fat-Hiyyah.
2. Mengetahui penilaian anggota terhadap pelaksanaan bauran eceran unit usaha Qini Mart Pagendingan Kopontren Fat-Hiyyah.
3. Mengetahui harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran eceran unit usaha Qini Mart Pagendingan Kopontren Fat-Hiyyah.
4. Mengetahui tingkat kepuasan anggota terhadap unit usaha Qini Mart Pagendingan dan dampaknya terhadap Kopontren Fat-Hiyyah.
5. Dalam meningkatkan skala kepuasan anggota pada skala yang lebih tinggi upaya apa yang harus dilakukan unit usaha Qini Mart Pagendingan Kopontren Fat-Hiyyah kaitannya dengan pelaksanaan bauran eceran.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan keilmuan dalam bidang koperasi dan pemasaran. Sumbangan keilmuan itu terbagi menjadi dua aspek, yaitu aspek ilmu pengetahuan dan aspek guna laksana. Adapun penjelasan kedua aspek tersebut adalah sebagai berikut:

1.4.1 Aspek Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian untuk penelitian selanjutnya, serta dapat menambah referensi pembahasan seputar bauran eceran, dan dapat menambah wawasan juga pengalaman baru sebagai modal dalam meningkatkan proses belajar sesuai dengan disiplin ilmu peneliti. Serta untuk pembaca, diharapkan dapat menggali dan mengembangkan lebih luas penelitian dengan topik bauran eceran ini.

1.4.2 Aspek guna laksana

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada pengurus ataupun manajer unit usaha Kopontren Fat-Hiyyah mengenai permasalahan yang dihadapi dan diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan pengurus ataupun manajer dalam pemecahan masalah yang dihadapi koperasi, dan khususnya permasalahan yang sedang dihadapi oleh objek penelitian peneliti yaitu unit usaha Qini Mart Pagendingan Kopontren Fat-Hiyyah.