

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis semakin pesat, ditandai dengan makin besarnya antusiasme dan agresifitas para pelaku ekonomi baik di sektor industri, jasa maupun perdagangan hal ini diwujudkan oleh jumlah pelaku bisnis yang semakin lama semakin meningkat. Di sektor perdagangan terutama perdagangan eceran (retail), salah satu yang tidak dapat dipungkiri lagi ialah semakin banyaknya barang yang disediakan untuk kemudahan hidup manusia. Banyak pilihan produk yang ditawarkan kepada masyarakat, mau tidak mau menuntut mereka untuk mempertimbangkan dengan matang atas kebutuhan-kebutuhan apa saja yang menjadi prioritas, selain itu harga, lokasi, *merchandise*, suasana dalam gerai maupun promosi adalah beberapa dari sekian banyak pertimbangan yang biasa diambil oleh masyarakat dalam memilih produk. Pasar eceran tradisional maupun pasar eceran modern menjadi salah satu tempat favorit bagi masyarakat untuk berbelanja dan para pedagang untuk menyediakan barang-barang kebutuhan mereka. Selain itu saat ini juga banyak koperasi di Indonesia yang sudah menerapkan sistem penjualan barang dengan bauran eceran.

Syarat suatu koperasi dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan dengan cara memahami perilaku konsumen dalam pemenuhan kebutuhan sehari – hari. Oleh karena itu koperasi harus terus menerus meningkatkan pengetahuan tentang pelanggannya secara berkesinambungan untuk menciptakan *customers loyalty*.

Untuk mempertahankan *customers loyalty* dalam konsep pemasaran perlu dikembangkan *customer relationship*, yang mengungkap bahwa penjualan sebenarnya ialah awal dari terciptanya hubungan tersebut dan konsumen sesungguhnya adalah *longterm strategic business asset* (Goni, 1995:294).

Koperasi yang merupakan bagian dari sektor kekuatan perekonomian nasional, baik sebagai badan usaha maupun sebagai gerakan ekonomi rakyat, pembangunannya diarahkan untuk mengembangkan koperasi menjadi semakin maju mandiri dan semakin berakar dalam masyarakat serta menjadi badan usaha yang sehat dan mampu berperan di bidang usaha, terutama dalam kehidupan rakyat. Oleh karena itu pembangunan nasional dirancang untuk mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berdasarkan atas kekeluargaan.

IKOPIN

Hal ini tercantum dalam Pancasila dan Undang Undang Dasar 1945. Pasal 33 ayat 1 Undang Undang Dasar 1945 yang berbunyi:

“ Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan”

Lebih lanjut penjelasan pasal 33 ayat 1 Undang Undang Dasar 1945 dinyatakan bahwa:

“Kemakmuran masyarakatlah yang diutamakan bukan kemakmuran orang seorang. Sebab itu perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan. Bangun perusahaan yang sesuai dengan itu adalah koperasi”.

Berdasarkan pernyataan tersebut, jelas bahwa salah satu langkah dalam merancang pembangunan ekonomi adalah melalui pembangunan dan pengembangan koperasi yang diharapkan menjadi penggerak tatanan perekonomian nasional.

Sebagai salah satu bentuk badan usaha, koperasi memiliki tujuan utama, yaitu, meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan anggota serta meningkatkan kemakmuran yang adil dan merata bagi segenap anggota anggotanya. Apabila koperasi telah mampu mewujudkan tujuan utama tersebut, maka koperasi diharapkan dapat melayani sekaligus menyejahterakan masyarakat secara umum.

Koperasi Keluarga Balai Besar Keramik (KBBK). Berdiri pada tanggal 16 maret 2006 dengan badan hukum No.518/PAD.25 – DISKOP/2006 dan terdaftar pada tanggal 24 juli 2006 dan berkedudukan di Bandung.

Adapun unit usaha yang dijalankan oleh Koperasi Keluarga Balai Besar Keramik antara lain simpan pinjam, fotocopy, sembako, perdagangan khusus, dan warung, Warung merupakan unit usaha toko Koperasi Keluarga Balai Besar Keramik

(KBBK) dimana unit ini melayani kebutuhan sehari-hari para anggota. Pengadaan barang pada unit toko diperoleh dari pemasok atau distributor yang datang ke Koperasi KBBK. Adapula beberapa barang yang dibeli di pusat-pusat grosir secara tunai. Sebagian besar penjualan barang kepada anggota dilakukan secara kredit dan hanya sebagian kecil yang langsung membayar atau secara tunai.

Di bawah ini merupakan tabel perkembangan jumlah penjualan barang unit toko dari tahun 2016 sampai dengan 2018:

Tabel 1.1 Perkembangan Penjualan Barang Pada Unit Warung Dan Transaksi Anggota

Tahun	Jumlah Anggota Koperasi KBBK	Total Penjualan Barang (Rp)	Transaksi Anggota (Rp)
2016	168	51.109.885	269.689.750
2017	157	84.923.855	232.816.600
2018	151	70.793.960	151.667.450

Sumber: *Laporan Rapat Anggota Tahunan Koperasi Keluarga Balai Besar Keramik*

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa transaksi anggota dari tahun 2016 sampai tahun 2018 mengalami penurunan secara signifikan sehingga total penjualan barang dari tahun 2016 sampai tahun 2018 juga mengalami penurunan secara signifikan, berdasarkan pada tabel diatas kecilnya transaksi pembelian anggota diduga disebabkan oleh:

1. Letak lokasi waserda KBBK kurang strategis dan ketidaknyamanan tempat sehingga anggota masih enggan untuk melakukan pembelian barang
2. Ketidaklengkapan produk di waserda KBBK membuat anggota tidak dapat membeli semua barang yang dibutuhkan
3. Pelayanan yang diberikan KKBBK belum berjalan maksimal

4. Design layout ruangan dan penempatan barang di waserda KKBBK belum ditata dengan baik sehingga anggota kurang tertarik untuk bertransaksi, sehingga anggota kurang merasa nyaman dalam bertransaksi barang

M. Taufiq Amir (2004:21) menyatakan beberapa aspek penting dalam usaha eceran, antara lain adalah “lokasi, lay out toko, ragam barang dagangan, proses pembelian barang, strategi penetapan harga, karyawan, perilanan dan promosi penjualan, pelayanan, teknologi, kekuatan manajemen dan keuangan”.

Namun di Koperasi Keluarga Balai Besar Keramik bauran eceran masih belum terlaksanakan karena aspek penting yang meliputi lokasi, merchandising, pengelolaan SDM dan pelayanan yang masih kurang memadai sehingga keputusan pembelian akan mempengaruhi anggota dalam melakukan transaksi pembelian barang di waserda KKBBK. Persaingan yang ketat membuat koperasi harus cepat tanggap dalam mengikuti perubahan selera konsumen. Perilaku konsumen cepat berubah dikarenakan faktor sosial, personal, psikologis dan budaya (Kotler, 2005). Selain itu kecepatan perubahan konsumen dalam mengkonsumsi barang dan menggunakan jasa sangat bervariasi karena diikuti oleh perkembangan komunikasi dan daya beli. Kepuasan anggota dalam berbelanja dapat dirasakan dari hasil penyediaan berbagai jenis produk dan jasa yang lebih kreatif dan inovatif. Peningkatan efisiensi dan efektifitas kerja dengan cara meningkatkan kualitas karyawan dalam memberikan pelayanan terbaik dapat meningkatkan minat anggota dalam melakukan keputusan pembelian di waserda KKBBK ini.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH BAURAN ECERAN TERHADAP TRANSAKSI PEMBELIAN ANGGOTA”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah :

1. Bagaimana pelaksanaan pengelolaan strategi bauran eceran pada Koperasi Keluarga Balai Besar Keramik?
2. Bagaimana pengaruh bauran eceran terhadap transaksi pembelian anggota pada Koperasi Keluarga Balai Besar Keramik?
3. Bagaimana pentingnya unit ritel bagi anggota Koperasi Keluarga Balai Besar Keramik
4. Bagaimana strategi bauran eceran yang sebaiknya dilakukan pada Koperasi Keluarga Balai Besar Keramik?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah mendeskripsikan pengelolaan strategi bauran eceran sedangkan tujuan dari peneliti adalah:

1. Mengetahui bagaimana pengelolaan strategi bauran eceran pada KKBBK
2. Mengetahui hubungan bauran eceran terhadap transaksi anggota pada KKBBK

3. Mengetahui pentingnya unit ritel bagi anggota KBBK
4. Mengetahui strategi bauran eceran yang sebaiknya dilakukan pada KBBK

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat secara kontribusinya terhadap berbagai aspek yaitu aspek pengembangan ilmu pengetahuan dan aspek guna laksana

1. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya referensi khususnya di bidang manajemen bisnis yang lebih menitik beratkan pada masalah penerapan *bauran eceran terhadap transaksi pembelian anggota* di koperasi. Sehingga dapat mempermudah penelitian-penelitian lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2. Aspek Guna Laksana

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi koperasi khususnya bagi pengurus koperasi sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang relevan dengan masalah dalam penelitian ini.