

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Digitalisasi adalah proses alih media dari segala bentuk dokumen tercetak ke dalam penyajian bentuk digital. Era digital telah memasuki hampir semua kehidupan. Perusahaan pun yang tadinya masih menjalankan semua kegiatan operasional secara tradisional, mulai secara perlahan beralih pada teknologi. Pada era globalisasi semua badan usaha baik itu usaha besar maupun usaha kecil menengah (UKM) maupun koperasi dihadapkan pada kondisi persaingan yang lebih kompetitif. Kondisi ini menuntut para pelaku usaha harus lebih bersikap kreatif dan inovatif dalam menentukan dan mengembangkan kebijakan usahanya untuk menjaga kelangsungan dan kestabilan usahanya.

Digitalisasi tidak hanya menyerang perusahaan umum namun juga koperasi yang didalamnya ada proses bisnis. Selain itu, digitalisasi juga akan berpengaruh terhadap sistem ekonomi yang digunakan untuk mengatur perekonomian di Indonesia. Sistem perekonomian yang digunakan di Indonesia adalah sistem ekonomi kerakyatan. Ekonomi kerakyatan merupakan sistem ekonomi yang berbasis kepada kekuatan ekonomi rakyat. Ekonomi kerakyatan merupakan suatu kegiatan ekonomi yang bisa memberikan suatu kesempatan bagi masyarakat lain untuk bisa berpartisipasi sehingga perekonomian tersebut bisa terlaksana dan dapat berkembang dengan baik. Di dalam sistem ekonomi kerakyatan dikenal tiga pelaku ekonomi yang

menjadi pilar atau Tiang utama perekonomian Indonesia yaitu Koperasi, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan Badan Usaha Milik Swasta (BUMS). Ketiga pelaku ekonomi tersebut diharapkan bisa tumbuh menjadi kegiatan usaha yang mampu menjadi penggerak utama pembangunan ekonomi di Indonesia. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 33 ayat (1) Undang- Undang Dasar Republik Indonesia 1945 yang berbunyi: **“Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas dasar kekeluargaan”**.

Salah satu tiang utama perekonomian Indonesia adalah Koperasi. Koperasi di Indonesia semakin lama semakin menunjukkan perkembangannya. Pengertian dan tujuan koperasi menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, yang menyatakan bahwa :

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

Salah satu koperasi aktif yang sampai saat ini terus mengalami perkembangan dan menjaga eksistensinya adalah Koperasi Karyawan PT.Astra Honda Motor, yang selanjutnya disingkat menjadi Kopkar AHM yang bertempat di Jl. Yos sudarso Sunter 1 Tanjung Priok Jakarta Utara.

Kopkar AHM merupakan koperasi yang anggotanya merupakan karyawan yang bekerja di PT.Astra Honda Motor. Koperasi ini bertujuan untuk mensejahterakan para anggotanya serta ikut membangun ekonomi kerakyatan.

Koperasi ini memiliki 3 Pengawas, 4 Pengurus, 25 orang karyawan tetap dan 57 orang karyawan kontrak dan magang.

Kopkar AHM merupakan koperasi yang memiliki unit-unit koperasi dimasing-masing plant yang tersebar di Jakarta dan Jawa Barat, diantaranya:

1. Plant Sunter
2. Plant Pengangsaan
3. Plant Cikarang
4. Plant Karawang
5. DMD Cikarang
6. PQE Delta Mas

Dalam penelitian ini lebih difokuskan kepada Kopkar AHM Plant Sunter yang beralamat di Jl.Yos sudarso Sunter Jakarta Utara, dikarenakan Plant Sunter merupakan kantor pusat unit koperasi dari Kopkar AHM.

Kopkar AHM merupakan koperasi yang bergerak di bidang pelayanan barang dan jasa. Unit usaha yang ada di koperasi diantaranya:

1. Unit Simpan Pinjam
2. Unit Toko dan Kantin
3. Unit Jasa Sewa Kendaraan
4. Unit Jasa Pelayanan Surat-Surat Kendaraan
5. Unit Usaha dan Jasa Lainnya

Dalam hal ini yang akan diteliti lebih difokuskan pada unit usaha toko dan kantin karena keterlibatan anggota dalam pemanfaatan layanan koperasi paling besar yaitu di unit usaha toko dan kantin Kopkar AHM.

Perkembangan partisipasi anggota sebagai pelanggan (*user*) yang dapat dilihat dari volume transaksi anggota pada unit usaha toko dan kantin Kopkar AHM pada 5 tahun terakhir memang selalu mengalami kenaikan, namun kenaikan tersebut belum memberikan hasil yang diharapkan, maka dari itu partisipasi anggota di Kopkar AHM ini dianggap masih kurang, bisa dilihat pada Tabel 1.1. yang menunjukkan perkembangan volume transaksi anggota pada 5 tahun terakhir yang dibandingkan dengan rencana anggaran pendapatan. Hal ini diduga karena kurangnya tindakan dari koperasi dalam mempromosikan unit usahanya sehingga kurangnya kesadaran anggota dalam berpartisipasi yang bisa dilihat dari volume transaksi yang dilakukan oleh anggota. Menanggapi hal tersebut koperasi mulai mengatasinya dengan memanfaatkan teknologi dalam kegiatan penyebaran informasi sekaligus promosi yaitu dengan mulai menggunakan Web portal yang mana Web portal merupakan sebuah situs Web yang digunakan oleh sebuah perusahaan dan sejenisnya dalam menunjang kegiatan bisnisnya yang menyediakan berbagai jenis informasi yang akan disampaikan. Pemanfaatan teknologi dalam penyampaian informasi dan promosi akan lebih cepat tersampaikan kepada anggota sehingga diharapkan bisa meningkatkan partisipasi anggota dalam bertransaksi. Selain sebagai upaya untuk meningkatkan partisipasi anggota, penggunaan teknologi juga dimanfaatkan oleh koperasi demi menjaga eksistensi kehidupan koperasi yang

harus mengikuti perkembangan-perkembangan yang ada dan selalu melihat pada keadaan sekitar. Jika melihat para pesaing koperasi yang terus melakukan perubahan dari segi teknologinya maka koperasi pun harus mampu bersaing dan melakukan hal serupa, untuk mengatasi hal tersebut dan dengan adanya perkembangan inilah koperasi yang salah satunya adalah Kopkar AHM perlu turut andil dalam perkembangan zaman. Penggunaan Web portal yang dilakukan langkah untuk meningkatkan partisipasi anggota dalam bertransaksi Kopkar AHM mulai memanfaatkan layanan tersebut sejak tahun 2018. Koperasi ini pun memaksimalkan pelayanan informasi dan komunikasi serta promosi yang dilakukan melalui Web portal. Contohnya seperti koperasi memasarkan produk dari unit usahanya dengan cara membagikan informasi produk dari setiap usahanya dan membagikan informasi dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Kopkar AHM pada layanan Web portal tersebut.

Kopkar AHM membangun Web portal yang penggunaannya diharapkan bisa berfungsi dan berperan dalam membantu para anggota dalam proses pelaksanaan kegiatan transaksi serta berbagi informasi seputar Kopkar AHM. Selain itu dalam Web portal tersebut Kopkar AHM menyediakan layanan, blog, Informasi seputar Kopkar AHM, Kontak yang bisa dihubungi dan Pengajuan Pinjaman. Dalam Web portal Kopkar AHM terdapat pula promosi-promosi unit usahanya , mobile koperasi dan pengajuan pinjaman yang bisa dilakukan melalui pengisian form pengajuan pinjaman. Adanya paparan tersebut telah diketahui bahwa Web portal Kopkar AHM menyediakan pelayanan-pelayanan yang bisa memudahkan anggota dalam melakukan transaksi dan Informasi,

maka dalam penelitian ini akan difokuskan pada Web portal Kopkar AHM yang lebih di khususkan pada unit usaha Toko dan Kantin. Diharapkan dengan adanya Web portal tersebut selain untuk menjaga eksistensi koperasi, memudahkan dalam membagikan informasi dan berkomunikasi juga dapat menambahkan partisipasi aktif dari para anggota.

Web portal ini baru digunakan 2 tahun, jika dilihat dari perbandingan sebelum dan sesudah menggunakan Web portal volume transaksi Kopkar AHM , sebelum penggunaan Web portal juga volume transaksinya memang selalu naik di setiap tahunnya. Tujuan dari penggunaan Web portal tersebut yaitu untuk meningkatkan jumlah pendapatan yang dihasilkan dari volume transaksi anggota sesuai dengan yang diharapkan, namun setelah 2 tahun penggunaannya volume transaksi dari anggota memang mengalami kenaikan akan tetapi kenaikannya tidak jauh berbeda dari sebelum digunakannya Web portal tersebut. Penggunaan Web portal tersebut diduga belum menunjukkan hasil yang diharapkan.

Jika ditinjau dalam partisipasi anggota sebagai pelanggan (*user*) anggota memiliki posisi dimana anggota merupakan pengguna produk dan jasa atas layanan-layanan yang disediakan oleh perusahaan koperasi seperti yang disediakan dalam unit usahanya berupa keterlibatan anggota dalam pemanfaatan layanan koperasi dengan melakukan pembelian di unit usaha toko dan kantin Kopkar AHM. Berdasarkan pada laporan RAT Kopkar AHM selama kurun waktu 5 tahun terakhir terdapat perkembangan yang dialami koperasi

diantaranya jumlah anggota, penjualan dan partisipasi anggota untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Perkembangan Anggota dan Volume Transaksi Anggota Kopkar AHM

Tahun	Keterangan				
	Jumlah Anggota Yang berpartisipasi (Orang)	Persentase Perubahan Anggota (%)	Volume Transaksi (Rp)	Persentase Perubahan Volume Transaksi (%)	Rencana Anggaran Pendapatan (Rp)
2015	11.507		14.519.930.689		21.896.720.035
2016	11.635	0,01	20.762.010.825	0,43	27.687.872.701
2017	11.223	- 0,03	31.816.364.302	0,53	33.053.404.643
2018	10.775	- 0,04	33.753.158.638	0,06	35.359.182.025
2019	10.440	- 0,03	37.895.958.697	0,12	38.958.096.277

Sumber: Laporan RAT 2015-2019

Mengacu pada Tabel 1.1 Kenaikan paling signifikan terjadi di tahun 2016 ke tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 0,53%. Ditinjau dari tahun 2018 ke Tahun 2019 dimana Web portal mulai digunakan dapat dilihat bahwa terdapat kenaikan yang cukup signifikan yaitu sebesar 0,12% pada volume transaksi anggota Kopkar AHM atau sebesar Rp.4.142.800.059 namun tetap belum sesuai dengan rencana anggaran pendapatan koperasi. Volume transaksi masih kurang sebesar Rp.1.062.137.580 untuk mencapai Rp.38.958.096.277 sebagai target anggaran pendapatan pada tahun terakhir, dengan adanya penambahan cabang toko pada unit usaha Kopkar AHM mengharuskan kegiatan promosi yang dilakukan melalui Web portal lebih maksimal supaya setelah penggunaan Web portal ini realisasi dari volume transaksi bisa sesuai dengan target pendapatan yang telah ditentukan.

Sejauh ini belum diketahui secara pasti seberapa erat hubungan antara penggunaan Web portal dengan partisipasi anggota sebagai pelanggan koperasi. Setelah dilakukan observasi secara langsung pada Koperasi Karyawan PT.Astra Honda Motor, dapat diduga ada beberapa faktor yang menyebabkan partisipasi anggota yang bisa dilihat dari volume transaksi anggota pada Kopkar AHM setelah menggunakan Web portal cenderung mengalami peningkatan akan tetapi belum sesuai dengan harapan, yaitu sebagai berikut :

1. Kenaikan volume transaksi tidak jauh berbeda dengan sebelum digunakannya web portal.
2. Informasi dan Promosi barang dan harga yang ditawarkan koperasi melalui Web Portal belum maksimal.
3. Anggota Kopkar AHM belum semuanya memanfaatkan layanan Web portal.

Hasil penelitian terdahulu merupakan referensi bagi peneliti untuk melakukan penelitian karena memiliki keterkaitan dengan penelitian ini, yaitu yang pertama Skripsi Ridha Nurakhmawati Mahasiswa Institut Manajemen Koperasi Indonesia pada tahun 2018 dengan judul *“Peran Media Sosial dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota sebagai Pelanggan Koperasi (Studi kasus pada Kopma UPI Siliwangi)*, pada penelitian tersebut disimpulkan bahwa penggunaan media sosial instagram bisa meningkatkan partisipasi anggota yang dilihat dari transaksi anggota, hal tersebut ditunjukkan dengan adanya hubungan yang cukup kuat antara penggunaan media sosial instagram dengan partisipasi anggota yang dibuktikan dengan perhitungan yang sudah dilakukan. Penelitian

yang kedua Jurnal Guntur Wibisono pada tahun 2015 dengan judul “*Perancangan Website sebagai media informasi dan promosi*”, pada penelitian tersebut disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan melalui Website efektif dalam menarik perhatian dan menimbulkan ketertarikan responden dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk. Kondisi diatas menarik untuk dikaji lebih dalam dan penelitian tersebut layak untuk dilakukan, oleh karena itu peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “**Peran Web Portal dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan Koperasi**” (Studi Kasus pada Koperasi Karyawan PT.Astra Honda Motor).

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah ditetapkan pada latar belakang dan untuk memberikan batasan terhadap permasalahan yang diteliti, maka pokok permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana Web portal yang dikelola oleh Koperasi Karyawan PT.Astra Honda Motor
2. Bagaimana tanggapan anggota terhadap penggunaan Web portal oleh Koperasi Karyawan PT.Astra Honda Motor
3. Bagaimana hubungan penggunaan Web portal dengan partisipasi anggota sebagai pelanggan Koperasi Karyawan PT.Astra Honda Motor
4. Upaya-upaya apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan melalui penggunaan Web portal.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk memperoleh data dan informasi dari Koperasi Karyawan PT.Astra Honda Motor sehingga dapat mengetahui seberapa besar hubungan penggunaan Web portal dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota koperasi sebagai pelanggan.

Adapun tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah :

1. Memperoleh gambaran bagaimana Web portal yang dikelola oleh Koperasi Karyawan PT.Astra Honda Motor
2. Mengetahui bagaimana tanggapan anggota terhadap penggunaan Web portal oleh Koperasi Karyawan PT.Astra Honda Motor
3. Mengetahui bagaimana hubungan penggunaan Web portal dengan partisipasi anggota sebagai pelanggan Koperasi Karyawan PT.Astra Honda Motor
4. Mengetahui upaya-upaya apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan melalui penggunaan Web portal.

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Kegunaan teoritis yang dimaksud dapat ditinjau dari aspek yang berhubungan dengan aspek keilmuan sedangkan kegunaan praktis dapat ditinjau dari aspek guna laksana.

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan berupa gambaran mengenai penggunaan Website portal dan hubungannya dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan Koperasi karyawan PT.Astra Honda Motor (Kopkar AHM) yang secara khususnya berhubungan dengan manajemen pemasaran.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk Koperasi karyawan PT.Astra Honda Motor (Kopkar AHM) sebagai informasi tambahan dalam membuat kebijakan dan keputusan terhadap hal-hal yang berkaitan dengan pemasarannya. Selain itu, penelitian ini sebagai salah satu referensi dalam penelitian-penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti selanjutnya.

1.5. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Koperasi Karyawan PT.Astra Honda Motor yang beralamatkan di Jl.Yos sudarso Sunter I Tanjung Priok Jakarta Utara.

IKOPIN