

Bauran Eceran Dalam Meningkatkan Partisipasi Anggota

(Studi Pada Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia Kota Bandung)

Rizki Fuji Irfani, Trida Gunadi

Institut Manajemen Koperasi Indonesia

Rizkyfals85@gmail.com

tridagunadi@ikopin.ac.id

ABSTRAK: Objek dari penelitian ini yaitu Perdagangan Kedelai “Kopti”. Pendapatan Unit Perdagangan Kedelai mengalami fluktuatif, mengindikasikan masih rendahnya partisipasi anggota pada Unit Perdagangan Kedelai “Kopti”. Bauran eceran adalah salah satu keunggulan yang dapat diciptakan koperasi yaitu memfokuskan bisnisnya pada kepuasan pelanggan dimana pelanggan akan setia mengkonsumsi atau menggunakan jasa koperasi secara terus menerus. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan teknik *scoring* dengan skala *likert*. Hasil penelitian menunjukkan tanggapan anggota mengenai pelaksanaan bauran eceran pada Unit Perdagangan Kedelai “Kopti” cukup baik, tapi ada beberapa indikator yang masih kurang baik seperti harga jual dibanding pesaing, promosi penjualan, ketersediaan produk, varian produk, interior dan pencahayaan. Untuk itu Unit Perdagangan Kedelai “Kopti” harus memperhatikan bauran eceran yang diharapkan oleh anggota, agar partisipasi anggota sebagai pembeli bisa meningkat. Saran dari penelitian ini adalah melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap bauran eceran yang telah dilaksanakan namun masih belum maksimal atau berjalan dengan baik, seperti iklan, promosi penjualan, perbandingan harga dengan pesaing, pencahayaan atau tampilan luar toko agar anggota lebih tertarik untuk bertransaksi pada Unit Perdagangan Kedelai “Kopti” dan memberikan manfaat ekonomi langsung untuk anggota.

Kata Kunci: Bauran Eceran, Partisipasi Anggota

ABSTRACT: The object of this research is the "Kopti" Soybean Trade. Soybean Trading Unit's income fluctuated, indicating the low participation of members in the "Kopti" Soybean Trading Unit. The retail mix is one of the advantages that can be created by cooperatives, namely focusing its business on customer satisfaction where customers will be loyal to consume or use cooperative services continuously. This study uses descriptive methods and scoring techniques with a Likert scale. The results showed that members' responses regarding the implementation of the retail mix at the Soybean Trading Unit "Kopti" were quite good, but there were some indicators that were still not good, such as selling prices compared to competitors, sales promotions, product availability, product variants, interiors and lighting. For this reason, the Soybean Trading Unit "Kopti" must pay attention to the retail mix expected by members, so that the participation of members as buyers can increase. Suggestions from this study are to evaluate and improve the retail mix that has been implemented but is still not optimal or running well, such as advertising, sales promotions, price comparisons with competitors, lighting or outside appearance of the store so that members are more interested in transacting at the Soybean Trading Unit. "Kopti" and provide direct economic benefits to members.

Keywords: Retail Mix, Member Participation

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi khususnya dalam bidang koperasi perlu mendapat dukungan dan partisipasi aktif dari masyarakat sehingga tujuan ekonomi dapat terwujud. Kedudukan koperasi sangatlah penting dalam mengembangkan potensi ekonomi rakyat demi terwujudnya kehidupan demokrasi ekonomi berdasarkan asas kekeluargaan dan keterbukaan.

Seiring dengan masuknya globalisasi ekonomi, banyak sejumlah pelaku ekonomi yang mengalami keterpurukan, salah satu pelaku ekonomi yang sampai saat ini relatif masih dapat bertahan dan mampu memberikan kontribusi bagi kegiatan ekonomi adalah koperasi.

Keberadaan pesaing di lingkungan koperasi sedikit banyak akan mempengaruhi partisipasi anggota dalam memanfaatkan layanan koperasi. Jika partisipasi anggota dalam memanfaatkan layanan koperasi menurun, sudah tentu akan memengaruhi kinerja usaha koperasi yang juga akan menurun. Karena koperasi hidup dari, oleh, dan untuk anggota.

Koperasi sebagai suatu sistem sosio ekonomi, mempunyai kedudukan yang kuat, yaitu berpegang pada Pasal 33 UUD 1945, khususnya ayat 1 yang menyebutkan bahwa **“Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas azas kekeluargaan”**. Dalam penjelasan UUD 1945 itu dikatakan bahwa bangun usaha yang paling cocok dengan asas kekeluargaan itu adalah koperasi. Pada penjelasan konstitusi dikatakan bahwa sistem ekonomi Indonesia didasarkan pada asas demokrasi ekonomi, di mana produksi dilakukan oleh semua dan untuk semua yang wujudnya dapat ditafsirkan sebagai koperasi.

Partisipasi anggota merupakan keterlibatan anggota dalam kedudukannya sebagai pemilik maupun sebagai pelanggan. Seperti yang kita ketahui bersama manfaat ekonomi bagi anggota dapat berupa manfaat ekonomi langsung (MEL) ataupun manfaat ekonomi tidak langsung (METL).

Adapun manfaat yang termasuk non ekonomi bagi anggota dapat berupa manfaat sosial, contohnya anggota dalam berkoperasi diharapkan mampu bersosialisasi dengan anggota lainnya, selain itu juga berkoperasi mengajarkan anggota untuk mandiri, berwirausaha, bersikap jujur dan terbuka, disiplin dan bertanggung jawab.

Anggota juga harus bisa menjaga semua yang berkaitan dengan koperasi baik dalam segi usaha, mitra kerja, maupun dalam hal kualitas pelayanan pada anggota.

Perkembangan usaha koperasi sangat dipengaruhi oleh tingkat partisipasi anggotanya. Dengan demikian partisipasi anggota merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan koperasi. Koperasi yang ingin maju dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus memberikan pelayanan prima sesuai dengan kebutuhan anggotanya guna meningkatkan partisipasi. Dengan meningkatnya partisipasi anggota maka pendapatan koperasi akan meningkat, dan pendapatan tersebut akan dikembalikan kepada anggota selaku pemilik koperasi, salah satunya peningkatan sisa hasil usaha (SHU).

Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI) Kotamadya Bandung bergerak dalam pengelolaan usaha-usaha anggota dengan fungsi sebagai berikut: (1) Membela kepentingan anggota, konsumen dan wilayah koperasi; (2) Aktif di bidang pangan dan pembangunan yang telah diprogramkan oleh pemerintah; (3) Menciptakan kepercayaan masyarakat akan produk makanan yang terbuat dari kedelai yang mempunyai nilai gizi tinggi.

Untuk meningkatkan pendapatan dan kebutuhan anggota, maka Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI) mengembangkan berbagai kegiatan usaha.

KAJIAN PUSTAKA

Perkoperasian menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian adalah segala sesuatu yang menyangkut kehidupan Koperasi. Pada penjelasan ayat tersebut yang dimaksud dengan kehidupan Koperasi adalah aspek yang erat berkaitan dengan pembangunan Koperasi, seperti misalnya falsafah, ideologi, organisasi, manajemen, usaha, pendidikan, pembinaan dan sebagainya.

Sebagai suatu badan usaha, Koperasi memiliki identitas atau jatidiri yang membedakan antara Koperasi dengan badan usaha lainnya, adapun jatidiri atau identitas Koperasi (*Co-operative identity*) sebagaimana yang dikemukakan oleh ICA (*International Co-operative Alliance*) pada kongres di Manchester pada bulan september 1995, yang ditulis dalam halaman website resminya terdiri atas *Definition* (Definisi), *Values* (Nilai), dan *Principles* (Prinsip).

Definisi Jatidiri Koperasi

Koperasi sebagai suatu organisasi dan badan usaha secara benar dan sesuai dengan jatidiri Koperasi yang menunjuk pada fokus kegiatan utama Koperasi yaitu melayani anggota sebagai pemilik dan sekaligus sebagai pengguna jasa Koperasi. Koperasi akan tumbuh menjadi kuat, sehat, mandiri dan tangguh bila kebijakan perkoperasian berpijak pada jatidiri Koperasi yang terdiri dari:

1. Definisi Koperasi

Menjelaskan pengertian umum dan definisi Koperasi secara normatif menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian.

2. Nilai-nilai Koperasi

Memuat faktor-faktor nilai yang melandasi pertimbangan pengambilan keputusan dalam organisasi Koperasi.

3. Prinsip-prinsip Koperasi

Memuat acuan dasar yang perlu dipenuhi sebagai ciri dari bentuk organisasi Koperasi sekaligus menjadi dasar pengembangan Kegiatan Usaha Koperasi.

Berdasarkan definisi Koperasi menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian pasal 1 ayat (1) dan Menurut ILO (*International Labour Organization*) No. 127 Tahun 1966 yang dikutip oleh Alfred Hanel (2005;37) dapat disimpulkan bahwa Koperasi setidaknya memiliki ciri sebagai berikut :

1. Perkumpulan orang-seorang atau badan hukum yang mempunyai kepentingan yang sama.
2. Badan Usaha yang keanggotaannya bersifat sukarela dan terbuka.
3. Dikelola secara demokratis, dikendalikan, dan dimanfaatkan oleh anggota
4. Bertujuan meningkatkan kesejahteraan anggota, dengan partisipasi aktif dari masing-masing anggota.

Begitu juga dengan KOPTI yang merupakan Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia yang memiliki kepentingan ekonomi yang sama membutuhkan badan usaha yang bisa menyediakan keperluan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi. Keputusan-keputusan yang diambil Koperasi adalah hasil musyawarah anggota dan dilaksanakan pada RA (Rapat Anggota).

Koperasi bekerja mendasarkan diri pada nilai-nilai Koperasi, adapun nilai-nilai Koperasi menurut ICA (*Co-operative Alliance*) dalam website resminya adalah sebagai berikut :

1. *Self- help* (Menolong diri sendiri)
2. *Self-responsibility* (Tanggung jawab sendiri)
3. *Democracy* (Demokratis)
4. *Equality* (Keadilan)
5. *Equity* (Persamaan)
6. *Solidarity* (Solidaritas)
7. *Honesty* (Kejujuran)
8. *Openness* (Keterbukaan)
9. *Social responsibility* (Tanggung jawab sosial)
10. *Caring for other* (Kepedulian terhadap orang lain)

Prinsip-prinsip Koperasi tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Bab III pasal 5 ayat (1) dan (2) :

1. Prinsip Koperasi sebagai berikut :
 - a) Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka
 - b) Pengelolaan dilakukan secara demokrasi
 - c) Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil dan sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota
 - d) Pemberian balas jasa terbatas terhadap modal
 - e) kemandirian
2. Dalam mengembangkan Koperasi, maka Koperasi melandaskan pula prinsip Koperasi sebagai berikut :
 - a) Pendidikan Perkoperasian
 - b) Kerjasama antara Koperasi

Prinsip-prinsip inilah yang membedakan Koperasi dengan badan usaha lainnya. Secara lebih terperinci lagi dipaparkan oleh Alfred Hanel (2005; 38-39) bahwa ciri-ciri umum-universal yang terdapat dalam organisasi Koperasi adalah:

1. Sejumlah individu bersatu dalam suatu kelompok atas dasar sekurang-kurangnya karena suatu kepentingan atau tujuan yang sama (Kelompok Koperasi)
2. Anggota-anggota kelompok Koperasi secara individual bertekad mewujudkan tujuannya, yaitu memperbaiki situasi ekonomi mereka melalui usaha bersama dan saling membantu (swadaya dari Koperasi)
3. Sebagai instrumen atau wahana untuk mewujudkannya adalah suatu perusahaan yang dimiliki dan dibina bersama (Koperasi);
4. Koperasi ditugaskan untuk menunjang kepentingan para anggota itu dengan cara menyediakan atau menawarkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh anggota-anggota dalam kegiatan ekonominya (Tujuan atau Tugas atau Prinsip-prinsip promosi anggota).

Berdasarkan ciri-ciri umum Koperasi tersebut, Koperasi merupakan suatu organisasi yang dibentuk karena adanya kelompok individu yang bersatu dan mendirikan perusahaan bersama untuk memenuhi kebutuhan bersama. Sama halnya dengan KOPTI anggotanya adalah pegawai yang memiliki kepentingan ekonomi yang sama, di antaranya modal dan kebutuhan pokok lainnya.

Bentuk dan Jenis-Jenis Koperasi di Indonesia

Dalam membentuk Koperasi sebagaimana yang terdapat dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian pasal 15 menyatakan bahwa Koperasi dapat berbentuk Koperasi primer atau Koperasi sekunder.

1. Koperasi primer adalah Koperasi yang didirikan oleh dan beranggotakan orang seorang. Koperasi ini dibentuk sekurang-kurangnya 20 (dua puluh) orang.
2. Koperasi sekunder adalah Koperasi yang didirikan oleh dan beranggotakan Koperasi. Pengertian Koperasi sekunder meliputi semua Koperasi yang didirikan oleh dan beranggotakan Koperasi primer dan atau Koperasi sekunder. Koperasi sekunder dibentuk oleh sekurang-kurangnya 3 (tiga) Koperasi. Berdasarkan kesamaan kepentingan dan tujuan efisiensi, Koperasi sekunder dapat didirikan oleh Koperasi sejenis maupun berbagai jenis atau tingkatan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa KOPTI merupakan Koperasi Primer. Karena KOPTI beranggotakan orang perorangan yaitu pegawai.

Jenis-jenis Koperasi menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian pasal 16 sebagai berikut:

A. Jenis Koperasi menurut Sifat Usaha:

- 1) Koperasi Konsumen, menyelenggarakan kegiatan usaha pelayanan di bidang penyediaan barang kebutuhan anggota dan non anggota, di mana anggotanya merupakan pelanggan atau pembeli barang atau pengguna jasa konsumsi.
- 2) Koperasi Produsen, menyelenggarakan kegiatan usaha pelayanan di bidang pengadaan sarana produksi dan pemasaran produksi yang dihasilkan anggota kepada anggota dan non anggota. Di mana anggota sebagai pembeli bahan input dan penjual produk output.
- 3) Koperasi Jasa, menyelenggarakan kegiatan usaha pelayanan jasa non simpan pinjam yang diperlukan oleh anggota dan non anggota.
- 4) Koperasi simpan pinjam, menjalankan usaha simpan pinjam sebagai satu-satunya usaha yang melayani anggota. Di mana anggotanya sebagai penyimpan dan peminjam jasa keuangan Koperasi.
- 5) Koperasi pemasaran adalah Koperasi yang beranggotakan para pemasok barang hasil produksi. Usaha Koperasi jenis ini adalah menyelenggarakan fungsi pemasaran atau distribusi barang yang dihasilkan atau diproduksi oleh anggota.

B. Jenis Koperasi menurut Luas Usaha:

- 1) Koperasi berfungsi tunggal (*Single Purpose*) yaitu Koperasi yang mempunyai satu bidang usaha. Contohnya seperti Koperasi konsumsi, Koperasi simpan pinjam, Koperasi produksi, dan sebagainya.

2) Koperasi berfungsi jamak (*Multi Purpose*) yaitu Koperasi yang mempunyai bidang usaha lebih dari satu. Contohnya seperti Koperasi serba usaha, Koperasi unit desa, dan sebagainya.

Menurut Ramudi Arifin (2001: 64) berpendapat sebagai berikut:

“Apabila Koperasi hanya menyelenggarakan satu lingkup usaha disebut Koperasi *single purpose* (satu usaha). Sedangkan Koperasi yang menyelenggarakan lebih dari satu lingkup usaha disebut Koperasi *multi purposes* (banyak usaha)”.

Dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tiris Sudrartono (Koperasi Karya Sejahtera PT. Polyfin Canggih). Menyatakan hasil penelitiannya yaitu tingkat partisipasi anggota sebesar 70,9% dipengaruhi oleh Strategi Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan dan sisanya sebesar 29,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Dan hasil penelitian sebelumnya juga yang dilakukan oleh Udayat, Drs.,MM. dan Bambang Nur Hidayat, S.E (Partisipasi anggota di Divisi Waserda ITB) menyatakan hasil penelitiannya yaitu tingkat partisipasi anggota pada Divisi Waserda yang mengikuti rapat anggota adalah cukup tinggi atau cukup sering, yang berbelanja rendah atau kurang sebesar -2,02%, pendapatan menurun sebesar -8,35%, yang membayar simpanan wajib sangat tinggi atau sangat sering, yang menikmati SHU cukup tinggi atau terbilang cukup besar, dan yang melakukan pengawasan sangat rendah atau tidak pernah.

Identifikasi Masalah

Dari permasalahan tersebut dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana bauran eceran yang dilakukan Unit Perdagangan Kedelai kepada anggota?
2. Bagaimana tanggapan dan harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran eceran Unit Perdagangan Kedelai.
3. Bagaimana bauran eceran dapat meningkatkan Partisipasi anggota sebagai pelanggan di Unit Perdagangan Kedelai.

Berdasarkan penjelasan jenis Koperasi di atas maka KOPTI termasuk jenis Koperasi konsumsi (*Multi Purpose*). Karena KOPTI mengadakan pembelian dan pengadaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan anggota dalam berbagai unitnya, seperti Perdagangan Kedelai dan Simpan Pinjam. Perdagangan Non Kedelai (Jasa, Penjualan Ragi Tempe, Sewa Mesin Pemecah Kedelai, Sewa Rumah Tempat Produksi).

Maksud Dan Tujuan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini yang disusun menganalisa bauran eceran di Unit Perdagangan Kedelai dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan. Adapun maksud dan tujuan penelitian ini, maka peneliti akan memaparkannya sebagai berikut:

Maksud penelitian

Maksud dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor yang penyebab menurunnya partisipasi anggota Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (KOPTI) sebagai pelanggan di Unit Perdagangan Kedelai melalui perbaikan bauran eceran.

Tujuan Penelitian

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Menjelaskan implementasi bauran eceran di Unit Perdagangan Kedelai kepada anggota.

2. Mengetahui tanggapan dan harapan anggota terhadap pelaksanaan bauran eceran Unit Perdagangan Kedelai.
3. Menganalisis bauran eceran dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan di Unit Perdagangan Kedelai.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Case study* (studi kasus) yang bermaksud untuk mempelajari, memahami dan menganalisis data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, sehingga dapat menggambarkan analisis bauran eceran dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan di Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia Kota Bandung.

Data yang diperlukan (Operasionalisasi Variabel)

Data yang diperlukan untuk menunjang penelitian ini adalah data & informasi yang relevan dengan kebutuhan sebagai berikut:

1. Data primer

Menurut Sugiyono (2012:225) data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan informan, pengurus maupun manajer, karyawan atau pengawas. Dan data yang diperoleh melalui responden untuk mendapatkan keterangan sesuai data yang diperlukan yaitu dari anggota.

2. Data sekunder

Menurut Sugiyono (2012:225) data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui buku-buku, (laporan RAT, AD/ART Koperasi, dll.), dan literatur lainnya yang berkaitan dengan data yang diperlukan baik yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif.

- Data kuantitatif jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung sebagai variabel angka atau bilangan. Variable dalam ilmu statistika adalah atribut, karakteristik, atau pengukuran yang mendeskripsikan suatu kasus atau objek penelitian.
- Data kualitatif adalah data dari penjelasan kata verbal tidak dapat dianalisis dalam bentuk bilangan atau angka. Dalam penelitian, data kualitatif merupakan gambar mengenai objek penelitian. Dan kualitatif memberikan dan menunjukkan kualitas objek penelitian yang dilakukan.

Diuraikan dalam pendekatan masalah, maka dapat ditentukan variabelnya, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	
Bauran Eceran Berman and Evan (2004:105) (X)	Produk (<i>product</i>)	<ul style="list-style-type: none"> · Kelengkapan jenis produk · Variasi produk · Jumlah ketersediaan produk · Kualitas Produk 	
	Harga (<i>price</i>)	<ul style="list-style-type: none"> · Penetapan harga · Cara Pembayaran · Perbandingan Harga dengan Pesaing · Potongan Harga untuk Anggota 	
	Promosi (<i>promotions</i>)	<ul style="list-style-type: none"> · Iklan · Promosi Penjualan 	
	Lokasi (<i>place</i>)	<ul style="list-style-type: none"> · Tempat -Kemudahan menjangkau Toko - Lokasi Strategis · Jam buka/tutup toko · Lahan parkir 	
	Suasana dalam Toko (atmosfer)	<ul style="list-style-type: none"> · Layout · Eksterior · Interior · Penerangan 	
	Partisipasi Anggota Hendar dan Kusnadi (2007:80) (Y)	Sebagai pelanggan	· Frekuensi pembelian
			· Jumlah pembelian
			· Nilai pembelian
			· Kesesuaian barang yang dibeli dengan kebutuhan
			· Ketersediaan barang dengan kebutuhan
· Mutu barang			
		· Harga barang	
		· Kepuasan anggota	

Sumber Data dan Cara Menentukannya

Dalam penelitian ini sumber data yang diperlukan untuk pelaksanaan adalah sebagai berikut:

1. Responden yaitu, orang-orang yang dapat menerangkan tentang dirinya sendiri yang mempunyai keterkaitan langsung dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini responden adalah anggota KOPTI Bandung.
2. Informan, yaitu orang yang dapat memberikan keterangan tentang pihak lain. Dalam penelitian ini informan adalah pengurus dan karyawan KOPTI Bandung.
3. Studi pustaka, yaitu pengumpulan data yang bersifat teoritis dan berhubungan dengan pembahasan masalah penelitian yang diperoleh dari, literatur, catatan-catatan, laporan dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.
4. Laporan RAT, maupun dokumen-dokumen yang ada hubungannya dengan objek yang diteliti.

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode sampling yaitu pengambilan sampel dari sebuah populasi dengan metode-metode tertentu agar didapat sampel yang relevan dan mampu mewakili karakteristik populasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan Convenience Sampling yaitu pengambilan sampel didasarkan pada keterediaan

elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya, sampel diambil atau dipilih karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat.

Mengenai ukuran sampel yang sesuai peneliti mengambil pendapat dari Suparmoko (1991:42) yaitu: “Cukup dengan mengambil persentase tertentu, katakanlah 5%, 10%, 15% dari jumlah populasi” Atas dasar pedoman di atas maka peneliti akan mengambil sampel sebanyak 5% dari jumlah populasi. Secara umum jika sampel yang diambil dari populasi beranggotakan n objek, maka banyaknya sampel yang diambil dari populasi sebanyak 995 orang anggota aktif bertransaksi yang berada disekitaran ruang lingkup Koperasi adalah 50 orang. Hal ini berdasarkan pada pernyataan di atas serta mengingat pada kondisi anggota Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia Kota Bandung yang banyak serta keterbatasan kemampuan, waktu dan biaya.

Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan mengelompokkan data, membuat urutan data sehingga memiliki arti dan mudah dibaca. Metode analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah pengelolaan data dengan menggunakan sistem persentase dari setiap jawaban responden mengenai pertanyaan masing-masing variabel, yang diklasifikasikan kedalam kriteria penilaian berdasarkan kuesioner, hasil wawancara dan observasi yang dilakukan.

1. Untuk menjawab identifikasi masalah yang pertama, bagaimana bauran eceran yang dilakukan Unit Perdagangan Kedelai. dijawab dengan melihat pelaksanaannya di lapangan yaitu dengan wawancara ke pengurus dan pegawai Unit Perdagangan Kedelai. Kemudian hasil wawancara disajikan melalui penjelasan-penjelasan yang bersifat deskriptif.
2. Untuk menjawab identifikasi masalah yang ke dua, bagaimana tanggapan dan harapan anggota terhadap bauran eceran yang dilakukan Unit Perdagangan Kedelai dengan cara penyebaran kuesioner pertanyaan kepada responden yaitu anggota koperasi yang ada di Unit Perdagangan Kedelai. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2008:162). Pembagian kuesioner dilakukan kepada 66 orang responden yang terdiri dari 50 orang anggota aktif bertransaksi dan 16 orang anggota tidak aktif bertransaksi di Unit Perdagangan Kedelai. Kemudian hasil penyebaran kuesioner tersebut didapat, selanjutnya dilakukan analisa dan disajikan hasilnya melalui penjelasan-penjelasan yang bersifat deskriptif.
3. Untuk menjawab identifikasi masalah ketiga, yaitu “Bagaimana bauran eceran dapat meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan di Unit Perdagangan Kedelai maka akan digunakan analisis deskriptif melalui daftar pustaka dan dari hasil jawaban identifikasi masalah ke yang kedua.

Data dan informasi yang telah didapatkan dievaluasi dengan menggunakan metode skoring yaitu dengan cara memberikan nilai dari variabel unsur pelayanan. Dari data tersebut diolah kemudian dibandingkan antara kenyataan dengan harapan sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas. Setelah nilai-nilai tersebut diolah, kemudian disajikan dalam bentuk yang sesuai dengan yang diharapkan sehingga dapat memberikan gambaran yang sejenis. Sistem presentase dapat digunakan formulasi sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% \quad \rightarrow (1)$$

P = Peresentase jawaban responden

F = Frekuensi jawaban responden

N = Jumlah Responden

Untuk memudahkan hitungan maka responden akan diberi 5 alternatif jawaban untuk setiap pertanyaan dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2013:136). “Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengatur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial.” Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penilaian terhadap bauran eceran yang diterapkan oleh Unit Perdagangan Kedelai “Kopti” diketahui skor pelaksanaan dengan kriteria “cukup baik” yang berarti anggota menyatakan bahwa bauran eceran cukup baik dilaksanakan oleh Unit Perdagangan Kedelai “Kopti”. Sedangkan bauran eceran yang diterapkan oleh Unit Perdagangan Kedelai “Kopti” diketahui skor harapan anggota dengan kriteria “sangat penting” yang berarti bauran eceran penting dilaksanakan guna memberikan pelayanan kepada anggota. Namun masih terdapatnya kesenjangan antara pelaksanaan dan harapan anggota terkait bauran eceran yang diterapkan oleh Perdagangan Kedelai “Kopti”. Maka dari itu Unit Perdagangan Kedelai “Kopti” perlu menerapkan konsep-konsep bauran eceran yang tepat. Dalam kaitannya dengan pembahasan ini, Unit Perdagangan Kedelai “Kopti” harus memperbaiki beberapa pelaksanaan bauran eceran yang dianggap kurang baik tapi penting oleh anggota, dan optimalisasi bauran eceran yang dianggap sudah baik dan penting bagi anggota guna meningkatkan partisipasi anggota dalam berbelanja di Perdagangan Kedelai “Kopti”.

Berikut akan disajikan analisis mengenai unsur pelaksanaan bauran eceran dalam meningkatkan partisipasi anggota yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Unsur-unsur bauran eceran yang sangat penting untuk dilaksanakan, tetapi pelaksanaannya belum sesuai dengan harapan anggota. Maka dalam hal ini bauran eceran penting untuk dilaksanakan yaitu:

a. Potongan Harga Untuk Anggota

Anggota Unit Perdagangan Kedelai “Kopti” mengharapkan potongan harga. Namun pada faktanya harapan itu belum dapat dipenuhi oleh Unit Perdagangan Kedelai “Kopti”. Potongan harga dapat dilakukan dengan mengurangi margin angka di belakang koma pricelistnya agar dan dapat mempegaruhi psikologis pelanggan maupun anggota tuk bertransaksi ke Unit Perdagangan Kedelai “Kopti”. Menurut Engel, dkk dalam Utami & Sumaryono, 2008:46 bahwa potongan harga merupakan strategi pemasaran yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar melakukan pembelian. Hal ini dapat memicu anggota yang tidak aktif, menjadi aktif kembali bertransaksi di Unit Perdagangan Kedelai “Kopti”.

b. Promosi Penjualan

Promosi penjualan penting untuk dilakukan oleh Unit Perdagangan Kedelai “Kopti”. Promosi penjualan yang dilakukan dengan baik dapat meningkatkan penjualan yang akhir akan meningkatkan omset Perdagangan Kedelai “Kopti”. Hal ini yang dijelaskan oleh

Kotler dan Amstrong bahwa promosi penjualan merupakan insentif jangka pendek meningkatkan pembelian atau penjualan suatu barang atau jasa. Diharapkan dengan promosi penjualan yang dilakukan oleh Unit Perdagangan Kedelai “Kopti” mendorong anggota maupun non anggota untuk melakukan pembelian. Hal ini akan meningkatkan partisipasi anggota Unit Perdagangan Kedelai “Kopti”. Kegiatan promosi ini misalnya sistem kupon, obral, pameran, dll.

2. Unsur-unsur bauran eceran yang sangat penting dan telah dilaksanakan dengan baik. Maka dalam hal ini bauran eceran yang perlu dipertahankan dan dioptimalkan yaitu:

a. Kualitas Produk

Kualitas produk yang ditawarkan oleh Perdagangan Kedelai “Kopti” sudah baik, dapat dilihat sisi higienisnya (kebersihan), produknya, kemasannya, maupun brand produknya. Maka kualitas produk harus ditingkatkan dan dioptimalkan agar konsumen loyal dan berbelanja ulang.

b. Kemudahan Akses

Unit Perdagangan Kedelai “Kopti” yang berada di pusat kota Bandung memudahkan para anggota untuk menjangkau perdagangan kedelai. Akses jalan yang mudah dilalui kendaraan pribadi maupun umum karena terletak strategis dipinggir jalan raya.

c. Keramahan Pegawai

Budaya 5S yang tetap harus dipertahankan dan dioptimalkan oleh Perdagangan Kedelai “Kopti”, guna mendukung dan memberikan kenyamanan kepada para pelanggan maupun anggota.

d. Pilihan Pembayaran

Terdapat dua sistem pembayaran yang disediakan oleh Perdagangan Kedelai “Kopti” yaitu kas dan kredit. Pilihan pembayaran ini dianggap sangat penting dan telah dilaksanakan dengan baik. Sehingga Perdagangan Kedelai “Kopti” perlu mempertahankan dan mengoptimalkan guna memenuhi harapan para pelanggan maupun anggota.

e. Lahan Parkir

Area lahan parkir yang di berikan oleh Unit Perdagangan Kedelai “Kopti” cukup luas sehingga memudahkan anggota yang ingin berbelanja memarkirkan kendaraannya. Lahan parkir ini di anggap sangat penting dan telah dilaksanakan dengan baik. Sehingga Unit Perdagangan Kedelai “Kopti” dapat mengoptimalkan lahan parkir yang ada dan meningkatkan tingkat keamanan guna memberikan nyaman dan rasa aman kepada pelanggan dan anggota ketika berbelanja.

3. Unsur-unsur bauran eceran yang sangat penting untuk dilaksanakan, tetapi pelaksanaannya cukup baik namun belum terlalu baik. Posisi ini dimana harapan anggota terhadap unsur tersebut sangat tinggi namun pelaksanaan yang masih tergolong rendah. Sehingga langkah yang harus dilakukan untuk mengatasi kondisi ini adalah dengan meningkatkan kegiatan pelaksanaan dari unsur tersebut, karena unsur ini sangat dianggap penting atau bisa dikatakan sangat diharapkan oleh anggota. Maka dalam hal ini bauran eceran yang perlu ditingkatkan, yaitu:

a. Produk

Produk meliputi Kelengkapan produk, variasi produk, ketersediaan produk. Unit Perdagangan Kedelai “Kopti” dapat meningkatkan kelengkapan produk yang dijual untuk memenuhi permintaan pembeli baik anggota maupun non anggota. Menyajikan lebih banyak varian produk agar pembeli memiliki banyak pilihan sehingga tidak mencari produk di perdagangan kedelai lain. Ketersediaan produk pun menjadi penting untuk diperhatikan agar pelanggan bisa mendapatkan barang tepat waktu.

b. Harga

Harga meliputi kesesuaian harga produk dan perbandingan harga dengan pesaing. Kesesuaian harga produk yang ditetapkan sesuai dengan keputusan pengurus berdasarkan persetujuan anggota. Perbandingan harga produk yang ditetapkan relatif sama dengan pesaing. Harga yang ditetapkan Unit Perdagangan Kedelai “Kopti” harus lebih kompetitif dengan pesaing, agar bisa menarik lebih banyak pelanggan untuk meningkatkan partisipasi.

c. Lokasi toko

Lokasi toko yang strategis dapat meningkatkan partisipasi anggota. Penempatan lokasi ini memberikan kemudahan pelanggan dalam menjangkau Perdagangan Kedelai. Anggota sebagai pelanggan di Unit Perdagangan Kedelai “Kopti” terdiri dari 5 sentra pelayanan usaha, yaitu di Bojongloa, Babakan, Cibolerang, Sukahaji, Antapani dan di gudang Kopti Kota Bandung. Secara khusus, pemilihan lokasi mungkin mempunyai pengaruh signifikan terhadap strategi posisi kompetitif perusahaan dalam hal biaya operasi, kinerja kecepatan pengiriman, dan fleksibilitas perusahaan untuk bersaing dalam pasar. Dengan demikian, pemilihan lokasi toko adalah salah satu keputusan strategis yang paling signifikan di ritel. Menurut Cox dan Brittain (2004:56)

d. Layout

Layout menjadi penting untuk diperhatikan. Layout yang tepat akan memudahkan pelanggan untuk mencari barang, memberikan rasa aman dan nyaman serta meminimalisir terjadinya gangguan saat pelanggan saat berbelanja. Tata barang sesuai dengan jenis dan kebutuhan yang dicari oleh pelanggan. Sehingga pelanggan akan lebih tertarik untuk belanja di Unit Perdagangan Kedelai “Kopti”.

Penentuan tata letak merupakan suatu langkah atau keputusan penting yang menentukan efisiensi sebuah operasi jangka panjang. Menurut Heizer & Render, (2004:450) tata letak mempunyai dampak strategis karena menentukan daya saing perusahaan dalam hal kapasitas, proses, fleksibilitas, biaya, dan kualitas lingkungan kerja, kontak pelanggan, serta citra perusahaan. Tata letak yang efektif dapat membantu organisasi mencapai suatu strategi yang menunjang diferensiasi, biaya rendah, atau respon yang cepat.

e. Pencahayaan

Pencahayaan merupakan faktor yang penting, karena dengan pencahayaan yang cukup dan tepat akan membuat ruangan menjadi lebih nyaman dan membuat pembeli lebih mudah untuk mencari produk yang diinginkan dan membantu para pembeli menuntaskan kegiatan belanjanya secara tepat dan akurat.

f. Kecepatan dalam melayani

Kecepatan dalam melayani pelanggan akan menjadi pertimbangan pelanggan kembali berbelanja di Unit Perdagangan Kedelai “Kopti”. Pelanggan akan lebih senang jika dilayani dengan cepat karena dapat mengefektifkan waktu pelanggan. Sehingga kecepatan dalam melayani ini perlu ditingkatkan oleh Unit Perdagangan Kedelai “Kopti” melalui karyawan

yang terlatih. Melatih karyawan untuk memberikan service terbaik untuk pelanggan. Sehingga pelanggan akan memilih untuk berbelanja di Unit Perdagangan Kedelai “Kopti”

4. Unsur-unsur bauran eceran yang penting untuk dilaksanakan namun tidak dianggap sangat penting pelaksanaannya oleh anggota, tetapi pelaksanaannya biasa-biasa saja maupun kurang maksimal. Maka dalam hal ini bauran eceran yang perlu ditingkatkan yaitu:

a. Iklan

Iklan belum bisa menarik perhatian pelanggan maupun anggota untuk berbelanja ke Perdagangan Kedelai “Kopti”. Penempatan papan iklan kurang terlihat jelas karena berukuran kecil dan kurang efisien. Sehingga penempatan iklan sebaiknya lebih di optimalkan dan pemilihan warna yang mencolok agar menarik perhatian pelanggan maupun anggota.

b. Jam Operasional

Jam operasional masih belum efektif dilaksanakan dilihat dari jam pelaksanaan penjualan di hari jumat dan sabtu buka operasional Perdagangan Kedelai “Kopti” jam 08:00 s/d 12:00 sementara jam operasional pegawai kesehatan lebih dari jam operasional usaha Perdagangan Kedelai “Kopti”. Sehingga penetapan dan pelaksanaan jam operasional toko harus di optimalkan, agar calon pelanggan potensial tidak beralih berbelanja ke kompetitor.

c. Eksterior

Eksterior masih belum efektif dan efisien diterapkan oleh Perdagangan Kedelai “Kopti” di karenakan posisi tak tepat dan pemilihan warna bangunan yang kurang tepat, penerapan warna kaca yang gelap membuat display *layout* produk tak terlihat secara jelas dan kurang menarik oleh para pelanggan maupun anggota secara mata dan visual. Sehingga di harapkan Perdagangan Kedelai “Kopti” merubah penampilan luar agar terlihat dan menarik pelanggan dan konsumen untuk berbelanja dan meningkatkan daya saing dengan kompetitor.

d. Interior

Interior masih kurang menarik dan kurang efektif di laksanakan Perdagangan Kedelai “Kopti”. Sehingga penerapan interior harus memberikan kenyamanan kemudahan dan memberikan kesan menarik agar konsumen tertarik mengunjungi toko. Menurut Levy dan Weitz,1998:126. Bahwa suasana dan desain interior yang tepat dapat mendorong konsumen untuk mengunjungi suatu toko.

e. Ketepatan

Ketepatan pelaksanaan harus di tingkatkan oleh karyawan toko agar pelanggan maupun anggota merasa nyaman dan mengurangi keluhan konsumen ketika berbelanja. Sehingga ketepatan karyawan harus dioptimalkan agar konsumen mau berbelanja ulang dan menjadi pelanggan yang loyal.

f. Pengetahuan tentang Barang

Pengetahuan tentang barang oleh karyawan harus di tingkatkan agar memberikan pelayanan prima untuk mengurangi keluhan konsumen dan memberikan kemudahan kepada pelanggan maupun anggota ketika berbelanja. Karyawan mempunyai pengetahuan yang sangat luas akan produk yang dijual perusahaan akan memudahkan pelanggan maupun anggota ketika berbelanja.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai bauran eceran di Perdagangan Kedelai “Kopti” dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan bauran eceran yang dilakukan oleh Unit Perdagangan Kedelai “Kopti” belum berjalan dengan baik dikarenakan belum dilaksanakan atau belum maksimalnya pelaksanaan unsur-unsur bauran eceran pada Unit Perdagangan Kedelai “Kopti”.
2. Berdasarkan tanggapan anggota melalui kuesioner dinyatakan dengan X 161,5 yang berarti Cukup Baik dan ada beberapa indikator yang harus diperbaiki dan ditingkatkan lagi guna meningkatkan partisipasi anggota untuk berbelanja di Perdagangan Kedelai “Kopti”.
3. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner didapatkan bahwa tingkat partisipasi anggota pada Unit Perdagangan Kedelai “Kopti” masih cukup rendah. Dilihat dari frekuensi transaksi dan nilai transaksi anggota 22 dari 50 responden melakukan pembelian 3 sampai 5 kali dalam sebulan dan 21 dari 50 responden melakukan pembelian dengan nominal kurang dari Rp.150.000 per bulan. Ini menjadi salah satu faktor yang mengakibatkan turun naiknya pendapatan Perdagangan Kedelai “Kopti”. Sehingga koperasi perlu meningkatkan pelaksanaan bauran eceran yang ada. Unit Perdagangan Kedelai “Kopti” KOPTI Bandung harus mempertahankan apa yang sudah dianggap baik oleh anggota dan memperbaiki apa yang menjadi kelemahan atau kekurangan dari Koperasi itu sendiri. Sehingga Koperasi dapat mensejahterakan anggotanya dan dapat bertahan dengan waktu yang lama menjadi Koperasi yang maju dan sukses.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan tersebut, maka untuk meningkatkan partisipasi anggota perlu dilakukan saran-saran yang sekiranya dapat menjadi pertimbangan bagi koperasi. Adapun saran-saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap bauran eceran yang telah dilaksanakan namun masih belum maksimal atau berjalan dengan baik, seperti iklan, promosi penjualan, perbandingan harga dengan pesaing, dan tampilan luar toko.
2. Perlu adanya kebijakan perbedaan harga antara anggota Koperasi dan yang bukan anggota guna menarik minat partisipasi anggota dalam berbelanja di Perdagangan Kedelai “Kopti”.
3. Penetapan harga dengan cara mempengaruhi psikologis anggota maupun pelanggan dengan menetapkan perbedaan harga dengan cara mengurangi nilai angka koma di belakang pricelist harga.
4. Memberikan pelatihan tentang pendidikan dasar perkoperasian kepada anggota, agar anggota sadar dan paham akan hak dan kewajibannya. Sehingga dengan tumbuhnya kesadaran anggota terhadap kewajibannya diharapkan mampu meningkatkan partisipasi anggota pada unit-unit usaha yang ada di Koperasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adeng Kasmiri. (2011) *Manajemen Bisnis*, Sumedang: Penerbit IKOPIN PRESS
- Andang K. Ardiwidjaja. (2001). Pengukuran Keberhasilan Koperasi Dilihat dari Sudut Anggota, *Jurnal Ilmiah Manajemen Keuangan Value FMK, Edisi 01*. IKOPIN, Bandung.
- Alfred Hanel. (2005). *Organisasi Koperasi*, Penerbit Graha Ilmu
- Arifin Sitio dan Halomoan Tamba. (2001). *Koperasi: Teori dan Praktik*. Jakarta: Amara Books.
- Arifin. (2004). *Teori keuangan dan Pasar modal*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Heizer Jay & Render Barry. (2005). *Operations Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hendar & Kusnadi. (2007). *Ekonomi Koperasi*. Edisi Kedua. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Jajang W. Mahri. (2004). Pelayanan dan Manfaat Koperasi serta pengaruhnya terhadap partisipasi anggota. *Jurnal PE UPI*.
- Khasan Setiaji. (2009). Pengaruh Partisipasi Anggota dan Lingkungan Usaha terhadap Keberhasilan KOPTI Kapas Kecamatan Susukan Kabupaten Banjarnegara. *[Skripsi]*. Universitas Negeri Semarang. Semarang
- Kongres ICA (*International Cooperative Alliance*) di Manchester Inggris tanggal 23 September
- Kotler Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran, Cetakan Keenam*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.
- KOPTI. (2015). *Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus tahun buku 2015*. Bandung-Jabar.
- KOPTI. (2016). *Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus tahun buku 2016*. Bandung-Jabar.
- KOPTI. (2017). *Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus tahun buku 2017*. Bandung-Jabar.
- KOPTI. (2018). *Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus tahun buku 2018*. Bandung-Jabar.
- KOPTI. (2019). *Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus tahun buku 2019*. Bandung-Jabar.
- Levy & Weitz. (2001). *Retailing Management 4th edition*. New York: Mc.GrawHill, Irwin.
- Pandji Anoraga. (2009). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Ramudi Ariffin. (2013). *Kopersai Sebagai Perusahaan*. Sumedang: Ikopin Press.
- Rully Indrawan. (2013). *Pengantar Koperasi Untuk Perguruan Tinggi*. Bandung: Penerbit Arfino Raya
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif , R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta.

Suparmoko. (1984). *Metode Penelitian Peraktis (Untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi)*, Cetakan Pertama. Yogyakarta : Penerbit BPFE.

Udayat, U., & Hidayat, B. (2019). Analisis Bauran Eceran Di Divisi Waserda Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota. *PRISMAKOM*, 12(1), 10-21.

Undang-Undang Republik Indonesia No 25, 1992, Tentang Perkoperasian, Presiden Republik Indonesia

