

## EVALUASI PENGADAAN DAN PENANGANAN BARANG DAGANGAN DALAM UPAYA MEMENUHI KEBUTUHAN ANGGOTA DI KOPERASI SERBA USAHA PASAR TANI ALAMI KABUPATEN BOYOLALI

Ambyah Atas Aji

Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta

e-mail: [ambyahatasaji22@gmail.com](mailto:ambyahatasaji22@gmail.com)

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data dan informasi yang berguna untuk menganalisis pelaksanaan pengadaan dan penanganan barang dagangan yang dilakukan oleh Koperasi Pasar Tani Alami Boyolali dalam upaya memenuhi kebutuhan anggotanya. Pelaksanaan pemberian barang dagangan yang dilakukan oleh koperasi sudah sesuai dengan anjuran yang telah ditetapkan meskipun tidak demikian menurut teori. Langkah-langkah penyediaan barang dagangan yang dilakukan oleh unit toko yaitu: menentukan sumber barang dagangan, merencanakan barang dagangan, mengumpulkan informasi tentang permintaan konsumen, Menetapkan sumber barang dagangan, mengevaluasi barang dagangan, melakukan negosiasi pembelian, menyelesaikan pembelian, menangani barang dagangan, memesan pengembalian barang dagangan dan mengevaluasi pengembalian barang dagangan secara berkala. Saran untuk penulis Sampaikan dalam penelitian koperasi ini hendaknya memperhatikan pelaksanaan yang baik dari kelima pelayanan yang belum sesuai dengan harapan anggota untuk melakukan perbaikan, seperti jenis produk, sebaiknya pegawai menyediakan produk kebutuhan anggotanya. Kelengkapan merek, karyawan harus menyediakan produk dengan merek yang sesuai permintaan anggota. Harga barang, sebaiknya karyawan menawarkan harga barang yang murah dengan harga di bawah pesaing agar anggota tidak beralih ke toko lain

**Kata kunci:** pengadaan, barang, kebutuhan

### Abstract

*The purpose of this study was to collect data and information that is useful to analyze the implementation of the procurement and handling of merchandise carried by the cooperative Cooperative Pasar Tani Alami Boyolali in an effort to meet the needs of its members. Implementation of the provision of merchandise carried by the cooperatives are in accordance with the recommendation that has been set though not so according to theory. Steps of providing merchandise carried by the store units, namely: Determining the source of the merchandise, Elaborate plans merchandise, gather information about consumer demand, Setting the source of the merchandise, Evaluation merchandise, Doing negotiation of purchase, completion of the purchase, Handle merchandise, Booking returned merchandise and Evaluating return merchandise with regular basis. Suggestions to the authors Convey in this cooperative research should pay attention to proper implementation of the five services that have not been in line with expectations of members to do repairs, such as product type, the*

*employee should provide the products the needs of its members. Completeness brands, employees should provide the products with brands that are on demand members. Prices of goods, employees should offer price of goods that cheap at a price below the competitors so that members do not switch to another store*

**Keywords:** *procurement, goods, needs*

## **PENDAHULUAN**

Pada era bisnis yang sedang berlangsung dewasa ini, dunia usaha mengalami persaingan global yang semakin ketat dan kompetitif. Hal ini mengharuskan para pelaku ekonomi untuk dapat berkembang serta bersaing mempertahankan kelangsungan hidup usahanya dan mencapai sasaran serta tujuan yang telah ditetapkan. Oleh sebab itu, para pelaku ekonomi harus dapat memanfaatkan sumber daya yang ada sesuai dengan kebutuhan dan tujuan yang telah ditetapkan.

Sebagai salah satu pelaku ekonomi yang mempunyai peran strategis dalam perkembangan perekonomian Indonesia, koperasi harus secara terus menerus berusaha untuk meningkatkan pelayanannya baik kepada anggota maupun masyarakat umum. Koperasi mempunyai landasan konstitusional dan merupakan gerakan ekonomi rakyat dalam menciptakan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat., hal ini sesuai dengan bunyi Pasal 33 Ayat 1 UUD 45 yaitu:

“Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas azas kekeluargaan”. Makna yang terkandung dalam pasal ini adalah faktor perekonomian di Indonesia disusun dan dikerjakan secara bersama-sama oleh masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan taraf kemakmuran masyarakat itu sendiri.

Salah satu unit usaha yang ada di Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali adalah unit usaha niaga barang atau unit toko yang merupakan jenis koperasi konsumsi yang didirikan dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan anggotanya, melalui kegiatan pengadaan dan penanganan barang dagangan yang cara penjualannya adalah eceran, kehadiran usaha eceran sebagai salah satu kegiatan usaha koperasi berkenaan dengan adanya kepentingan ekonomi yang sama dari para anggotanya yaitu berupa kebutuhan akan barang barang konsumsi sehari-hari.

Dalam memenuhi persediaan barang-barang yang dijualnya selama ini Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali menjalin kerjasama dengan pemasok, hal ini dilakukan karena pemasok biasanya dapat mengirimkan berbagai jenis barang sehingga membantu koperasi dalam menyediakan barang yang dibutuhkan anggota. meskipun demikian namun biasanya jika barang-barang yang dibutuhkan anggota kurang lengkap atau tidak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anggota, hal-hal seperti inilah yang pada akhirnya mengakibatkan anggota terpaksa mencari barang yang dibutuhkannya tersebut di tempat lain.

Hal ini memberikan indikasi bahwa pelaksanaan penyediaan barang dagangan yang diberikan koperasi kepada para anggotanya masih kurang memuaskan, yang mana hal ini akan memberikan peluang kepada para anggota tersebut untuk melakukan pembelian di luar toko koperasi mengingat para pesaing yang ada sekarang ini sangat kompetitif dalam hal penyediaan barang dagangannya sehingga tidak menutup kemungkinan para anggota beralih ke pengecer lain.

Apabila hal ini terus dibiarkan berlanjut dikhawatirkan kontribusi anggota akan semakin berkurang yang pada akhirnya akan mempengaruhi kepada perkembangan koperasi itu sendiri. Dalam hal ini perlu kiranya pengurus koperasi lebih memperhatikan

terhadap pengadaan dan penanganan barang dagangan yang dilaksanakan koperasi untuk memenuhi kebutuhan anggotanya.

Pada penelitian terdahulu Herlinadia Mariah, 2019 Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pelaksanaan pengadaan barang yang dilakukan Unit Perdagangan KPRI RSUD Majalaya “MULIA” belum maksimal. Hal tersebut dikarenakan ketersediaan jumlah barang, ukuran dan jenis, kurang lengkapnya barang yang tersedia di Koperasi masih belum bisa memenuhi kebutuhan, dan keinginan anggota, sehingga unsur ketepatan pelaksanaan pengadaan barang harus lebih tepat dalam pelaksanaan pengadaan barang maka harus lebih ditingkatkan kembali dalam ketepatan jumlah, dan waktu. Koperasi sebaiknya memperbanyak ketersediaan jumlah barang dengan menyediakannya di gudang sebagai stok, agar pada saat anggota melakukan pembelian dalam jumlah tertentu dapat terpenuhi. Kemudian penelitian Ririn Nur Baidah, Sutrisno Djaja, Umar H.M Saleh, 2014 Berdasarkan hasil penelitian di atas peneliti dapat menjawab rumusan masalah dari penelitian ini, bahwa peranan koperasi dalam pemenuhan kebutuhan anggota sangat mempengaruhi pada terpenuhinya kebutuhan anggota. Koperasi dapat memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap anggota-anggotanya dalam pemberian uang pinjaman dan dalam penyediaan barang-barang kebutuhan anggota-anggotanya baik yang dijual secara tunai maupun secara kredit. Penelitian berikutnya Medi Narendra Kusuma, 2019, Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa dalam penerapan bauran pemasaran yang dilakukan pengurus telah cukup baik. Di mana pengurus telah berusaha menerapkan sebaik mungkin bauran pemasaran. Walaupun belum maksimal, sehingga pelaksanaannya masih kurang sesuai dengan harapan anggota.

## IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan fenomena pada latar belakang di atas maka dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana langkah-langkah kegiatan pengadaan dan penanganan barang dagangan yang dilakukan oleh unit toko Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali.
2. Bagaimana unsur-unsur ketepatan pelaksanaan pengadaan barang dagangan yang dilakukan oleh unit toko Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali dalam memenuhi kebutuhan anggota.
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kegiatan pengadaan dan penanganan barang dagangan yang dilakukan oleh unit toko Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali.
4. Upaya-upaya apa saja yang harus dilakukan oleh unit toko Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali dalam pelaksanaan penyediaan barang dagangan untuk memenuhi kebutuhan anggota.

## LANDASAN TEORI

### 1. Pendekatan Koperasi

Koperasi sebagai gerakan ekonomi rakyat yang perlu terus didorong pengembangannya dalam rangka mewujudkan demokrasi ekonomi. Koperasi dapat berkembang menjadi lembaga ekonomi rakyat yang mandiri yang pertumbuhannya

berakar di dalam masyarakat. Untuk itu perlu lebih ditingkatkan kesadaran dan kemampuan masyarakat luas untuk berkoperasi, antara lain melalui pendidikan, penyuluhan dan pembinaan pengelolaan koperasi.

Menurut undang-undang No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian pada Bab 1 Pasal 1 Ayat 1 sebagai berikut: “Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi, sekaligus gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas azas kekeluargaan”.

Koperasi sebagai organisasi ekonomi mempunyai ciri-ciri umum menurut Alfred Hanel (1989:29):

- a. Sejumlah individu yang bersatu dalam suatu kelompok atas dasar sekurang-kurangnya satu kepentingan dan tujuan yang sama (*kelompok koperasi*).
- b. Anggota-anggota kelompok koperasi secara individu bertekad mewujudkan tujuannya, yaitu memperbaiki situasi ekonomi dan sosial mereka, melalui usaha (aksi-aksi) bersama dan saling membantu (*swadaya dari kelompok koperasi*).
- c. Sebagai instrumen (wahana) untuk mewujudkannya adalah suatu perusahaan yang dimiliki dibina secara bersama-sama (*perusahaan koperasi*).
- d. Perusahaan koperasi itu ditugaskan untuk menunjang kepentingan para anggota kelompok koperasi itu, dengan cara menyediakan atau menawarkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh para anggota dalam kegiatan ekonominya yaitu dalam perusahaan / usaha (usaha tani, satuan usaha) dan/ atau rumah tangganya masing-masing (*tujuan dan tugas atau prinsip promosi anggota*).

Berdasarkan uraian di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa organisasi koperasi terhimpun dari kelompok orang yang mengusahakan perusahaan bersama, yang bertugas menunjang kegiatan-kegiatan ekonomi individual para anggotanya, dalam suatu sistem sosial ekonomi yang menunjang setiap individu dan kelompok orang-orang atau merumuskan tujuan individu dan kelompok. Dengan melihat kriteria-kriteria maka hubungan-hubungan utama antar unsur-unsur organisasi koperasi, yaitu anggota-anggota perorangan, kegiatan-kegiatan ekonomi anggota, kelompok koperasi, perusahaan koperasi dan organisasi koperasi, sebagai sistem sosio-ekonomi

Kedudukan anggota dalam organisasi koperasi mengacu pada prinsip identitas ganda. Maksudnya dalam tubuh organisasi terdapat hubungan yang saling menunjang. Hubungan tersebut adalah hubungan kepemilikan, yaitu anggota sebagai pemilik dan anggota sebagai pelanggan. Menurut Alfred Hanel (1989:144) mengemukakan bahwa koperasi sebagai suatu sistem sosio-ekonomi dan kedudukan anggota sebagai pemilik sekaligus sebagai pengguna jasa koperasi atau pelanggan/nasabah bekerja tergantung pada jenis atau kegiatan usaha yang dilaksanakan koperasi. Dengan mengetahui dasar pemikiran bentuk koperasi tersebut di atas maka koperasi selain merupakan organisasi yang berwatak sosial juga harus mempunyai kekuatan ekonomi yang tangguh untuk mempertahankan kehidupannya, meskipun harus menghadapi tantangan dan hambatan.

## 2. Pendekatan Pemasaran

Perkembangan ilmu dan teknologi perekonomian saat ini mengakibatkan segala macam bentuk usaha tidak terlepas dari persaingan. Oleh karena itu, perusahaan yang tidak waspada terhadap keadaan lingkungan akan ketinggalan bahkan tidak sedikit perusahaan yang mengalami kehancuran. Untuk menghindari hal-hal tersebut, salah satu langkah yang harus dilakukan yaitu melalui perbaikan-perbaikan dalam bidang pemasaran.

Adapun defenisi pemasaran menurut Kotler (1997:13) adalah sebagai berikut: “Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana masing-masing individu dan kelompok mendapatkan apa mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk-produk bernilai bagi pihak lainnya.”

Sedangkan menurut Stanton (1997:7) defenisi pemasaran adalah sebagai berikut: “Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan keinginan baik pada konsumen saat ini maupun konsumen potensial.”

Setelah mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumennya koperasi diharapkan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen baik anggota maupun non anggota, di mana tingkat kepuasan itu secara tidak langsung akan meningkatkan potensi pasar.

Sedangkan menurut Kotler (1997:294) definisi potensi pasar, yaitu: “Jumlah penjualan maksimum yang mungkin tersedia bagi seluruh perusahaan dalam industri selama periode tertentu dengan tingkat usaha pemasaran tertentu, yang dilakukan industri yang bersangkutan dalam kondisi lingkungan tertentu.”

Berdasarkan kedua definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa potensi pasar merupakan kesempatan bagi perusahaan dalam memaksimumkan jumlah penjualan didasarkan atas jumlah permintaan pada suatu kondisi tertentu. Banyaknya jumlah permintaan tersebut tergantung dari tersedianya pasar potensial.

### 3. Pendekatan Pengadaan Barang Dagangan (*Merchandising*)

Dalam unit usahanya, unit toko Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali diperlukan kegiatan jual beli yang lancar antara penjual dengan pembeli. Lancarnya kegiatan ini, akan sangat membantu anggota dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, dan membantu koperasi dalam meningkatkan pendapatan usaha. Kegiatan jual beli, tidak terlepas dari pengertian merchandising.

Adapun pengertian penyediaan barang dagangan (*merchandising*) yang dikemukakan oleh Davidson (1988: 347) adalah sebagai berikut: “*The planning involved in marketing the right merchandise at the right place, at the right time, in the right quantities, at the right price.*” (Suatu perencanaan yang terdapat didalam pemasaran barang dagangan yang tepat, pada tempat yang tepat, pada waktu yang tepat, dalam jumlah yang tepat, pada harga yang tepat).”

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian *merchandising* dalam perdagangan eceran adalah kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pelaksanaan perencanaan penyediaan dan penyesuaian barang dagangan dalam memenuhi kebutuhan/ keinginan konsumen.

Dalam merencanakan penyediaan barang dagangan dengan teknik peramalan perlu dibuat suatu unsur pelayanan yang mencakup lima tepat. Diharapkan dengan unsur ketepatan ini koperasi dapat memuaskan semua anggotanya dan diupayakan untuk meningkatkan kontribusi yang diberikan oleh anggota kepada koperasi.

Adapun kelima unsur tepat itu menurut Nitisemito (1985:87) adalah:

a. Tepat jenis

Yaitu menyangkut jenis barang apa saja yang dibutuhkan oleh anggota. Tepat jenis meliputi: jenis barang, kelengkapan merk dan kualitas barang.

b. Tepat jumlah

Dalam menyediakan barang dagangan perlu adanya perhitungan, baik itu didasarkan pada tingkat perputaran barang atau berdasarkan pada banyaknya pada jumlah pemesan.

c. Tepat harga

Berapa biaya yang harus dikeluarkan dalam menyediakan barang dagangan dan perlu adanya suatu perhitungan terhadap daya beli konsumen untuk menentukan harganya dan harga ini merupakan unsur yang sangat menunjang atas keberhasilan penjualan suatu produk, karena dengan harga yang tepat dicapai volume penjualan yang meningkat.

d. Tepat tempat

Yaitu meliputi lokasi koperasi yang harus strategis sehingga memudahkan anggota untuk berbelanja.

e. Tepat waktu

Yaitu suatu kondisi di mana waktu sangat erat hubungannya dengan pelayanan yang diberikan oleh koperasi. Waktu sangat mempengaruhi kegiatan anggota dalam menggunakan jenis barang yang disediakan oleh koperasi untuk produksinya, sebab bila terlambat dalam menyediakan jenis barang anggota akan membeli keluar koperasi.

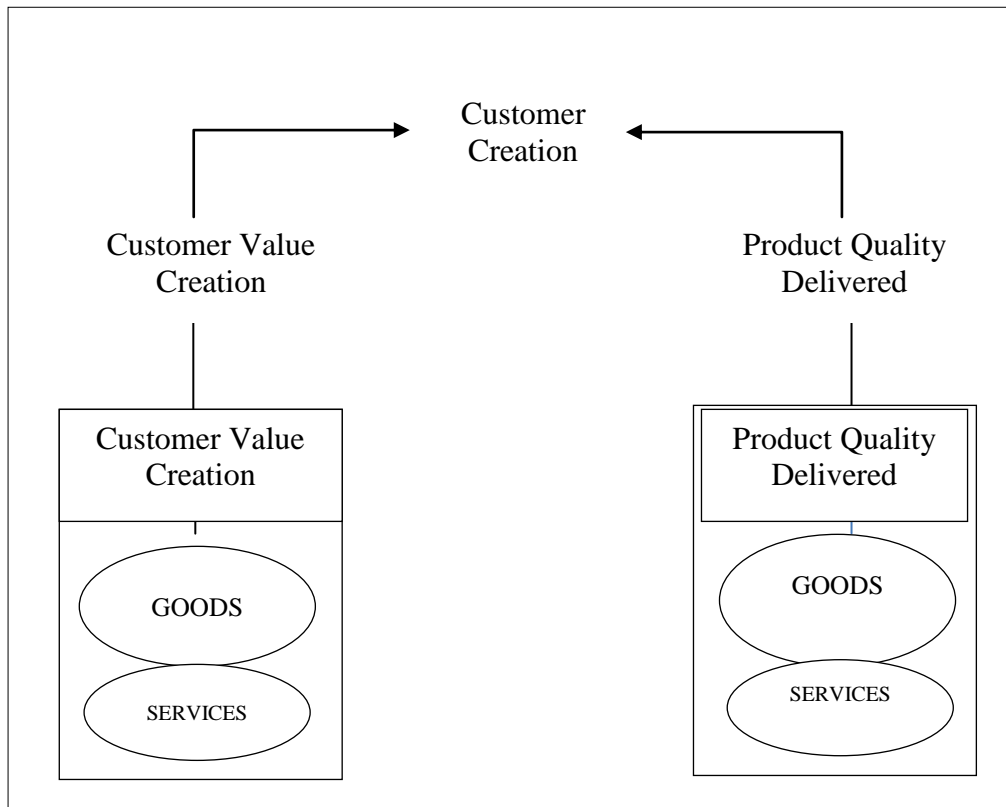
#### 4. Pendekatan konsep pemenuhan kebutuhan anggota

Sebagai usaha yang berorientasi kepada pelayanan terhadap anggota, maka koperasi memiliki tugas untuk mewujudkan tujuan tersebut, di antaranya melalui penyediaan barang-barang yang sesuai dengan kebutuhan anggotanya, kunci keberhasilan koperasi dalam melayani anggota dapat ditentukan dari kepuasan anggota dalam melakukan proses pemenuhan kebutuhannya, di mana kegiatan penyediaan barang dagangan dikoperasi berawal dari adanya kebutuhan dan keinginan dari anggota/konsumen.

Sesuai dengan pernyataan di atas Kotler (1995:8) telah mendefinisikan kebutuhan dan keinginan adalah sebagai berikut: “kebutuhan manusia adalah keadaan merasa tidak memiliki kepuasan dasar” “keinginan adalah hasrat akan pemuasan tertentu dari kebutuhan-kebutuhan tersebut”

Dengan semakin banyaknya anggota yang memanfaatkan unit toko dalam arti anggota semakin aktif melakukan pemenuhan kebutuhannya pada unit toko Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali maka koperasi akan berkembang kearah yang lebih baik. Untuk dapat tercapainya itu semua maka Koperasi harus mampu menciptakan nilai pelanggan (*customer value creatin*) karena koperasi telah memiliki pelanggan yang pasti yaitu para anggotanya sendiri (*konsep captive market*), di mana koperasi akan dapat lebih mudah untuk menciptakan nilai pelanggan, penciptaan nilai pelanggan akan dapat terjadi jika ada kesesuaian dan kecocokan antara karakteristik produk yang disampaikan oleh pemasar/koperasi (*product quality delivered*) dan karakteristik nilai produk yang diharapkan oleh pelanggan (*customer value expectation*), penciptaan nilai pelanggan ini dapat diilustrasikan dalam gambar sebagai berikut:





Gambar 1. Penciptaan Nilai Pelanggan  
Sumber: Petrus Maharsi (usahawan:1996:33)

Untuk dapat menciptakan nilai bagi pelanggan maka setiap perusahaan khususnya koperasi dituntut untuk selalu kreatif dan inovatif dalam melayani pelanggan. Untuk mengembangkan dan mempertahankan kegiatan usaha perusahaan atau koperasi dipengaruhi beberapa faktor lingkungan pemasaran, menurut Kotler (1997: 65) faktor-faktor lingkungan pemasaran adalah sebagai berikut:

#### 1. Faktor lingkungan Intern

Merupakan kekuatan yang berasal dari fungsi manajemen pemasaran perusahaan atau koperasi untuk mengembangkan dan mempertahankan transaksi penjualan.

Faktor lingkungan Intern dibagi menjadi dua faktor yaitu:

- a. Sumber perusahaan pemasaran terdiri dari 4P (*product, price, place, promotion*)
- b. Sumber perusahaan non pemasaran terdiri dari:
  - Finansial merupakan suatu kegiatan perusahaan atau koperasi meliputi memperoleh dana, menggunakan dana dan mendistribusikan /mengalokasikan laba.
  - Personalia merupakan pelaksanaan fungsi perusahaan atau koperasi dengan memberikan wewenang, tanggung jawab dan pertanggungjawaban.
  - Lokasi perusahaan atau koperasi merupakan tempat didirikannya perusahaan atau koperasi yang strategis sehingga dapat terjangkau oleh konsumen ataupun anggota.

## 2. Faktor lingkungan Ekstern.

Merupakan kekuatan yang berasal dari luar fungsi manajemen pemasaran perusahaan atau koperasi, digunakan untuk mempertahankan dan mengembangkan transaksi penjualan. Faktor lingkungan ekstern dibagi menjadi dua faktor antara lain sebagai berikut:

a. Faktor lingkungan mikro terdiri dari pelaku lingkungan perusahaan/koperasi yang berpengaruh memberikan pelayanan kepada konsumen/anggota, faktor lingkungan mikro meliputi:

- Perusahaan/koperasi merupakan suatu organisasi yang mengkoordinir sumber ekonomi untuk meningkatkan kebutuhan konsumen/anggota.
- Supplier merupakan suatu organisasi suatu perusahaan/badan usaha yang memelihara berbagai barang untuk kebutuhan perusahaan/badan usaha lainnya.
- Pelanggan merupakan semua pembeli baik yang dibeli untuk dijual lagi maupun digunakan kepentingan sendiri.
- Pesaing merupakan suatu perusahaan/badan usaha yang menyediakan barang sejenis dengan perusahaan/badan usaha lainnya, tujuannya untuk memperoleh langganan.

b. Faktor lingkungan makro terdiri dari kekuatan yang bersifat lebih dominan pada masyarakat, faktor lingkungan makro terdiri dari:

- Lingkungan demografi/kependudukan, yang termasuk faktor lingkungan kependudukan yaitu distribusi secara geografis, distribusi usia dan tingkat kematian.
- Lingkungan ekonomi merupakan daya beli secara keseluruhan meliputi pendapatan, harga dan tabungan.
- Lingkungan politik dan hukum, dapat berpengaruh membatasi gerak di berbagai organisasi dan individu dalam kehidupan masyarakat.
- Persaingan, persaingan dapat berlangsung antara segala macam peranan perusahaan/koperasi misalnya persaingan dalam bentuk harga, kemasan barang jasa, jasa pelayanan, periklanan dan lain sebagainya.
- Lingkungan teknologi, hal ini dapat menimbulkan akibat yang besar dalam jangka panjang, jika kejadiannya tidak diprediksikan terlebih dahulu.
- Lingkungan sosial dan budaya, merupakan suatu masyarakat yang membentuk kepercayaan, nilai social dan norma, nilai budaya dinyatakan adanya hubungan seseorang dengan sesamanya, masyarakat lainnya/lembaga lainnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Langkah-Langkah Pengadaan dan Penanganan Barang Dagangan yang Dilakukan oleh Unit Toko Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali

Setelah dilakukan penilaian terhadap tingkat pelaksanaan dan kepentingan maka akan digunakan dalam diagram kartesius, dan untuk mengetahui tingkat kesesuaian dan kesejangan serta interpretasinya. Dapat dilihat pada tabel di bawah ini:



Tabel 1. Rekapitulasi Penilaian terhadap Pelaksanaan/ Kenyataan dan Kepentingan/  
Harapan Pelayanan Unit Toko Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami”  
Kabupaten Boyolali

No	Unsur Pelayanan	Tingkat Pelaksanaan (X)		Tingkat Kepentingan (Y)		Kesesuaian S= (X/Y)x 100	Kesenjangan 100-S (%)
1	Tepat Jenis						
	a) Jenis Produk	66	Cukup Baik	88	Penting	75	25
	b) Kelengkapan Merk	70	Cukup Baik	90	Penting	77,7	23,3
	c) Kualitas Barang	79	Baik	86	Penting	91,86	8,14
2	Tepat Jumlah						
	a) Ketersediaan Barang	77	Baik	85	Penting	90,58	9,42
3	Tepat Harga						
	a) Penetapan Harga	61	Cukup Baik	87	Penting	70,11	29,89
4	Tepat Tempat						
	a) Penataan Barang	73	Baik	80	Penting	91,25	8,75
	b) Lokasi Toko	76	Baik	79	Penting	96,20	3,8
	c) Suasana Ruangan	69	Cukup Baik	81	Penting	85,18	14,82
	d) Tempat Parkir	72	Cukup Baik	76	Penting	94,73	5,27
5	Tepat Waktu						
	a) Waktu buka/tutup toko	74	Baik	83	Penting	89,15	10,85

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Kemudian setelah diperoleh hasil penilaian antara tingkat pelaksanaan/ kenyataan dan tingkat harapan/ kepentingan serta tingkat kesesuaian dan kesenjangan, kemudian dicari nilai tengah sebagai nilai pembatas antara kuadran dengan menggunakan alat ukur median (titik tengah). Untuk mengetahui nilai median terlebih dahulu dilakukan pengurutan untuk masing-masing skor berdasarkan ranking. Adapun urutannya dari setiap ranking terdapat pada tabel berikut ini:

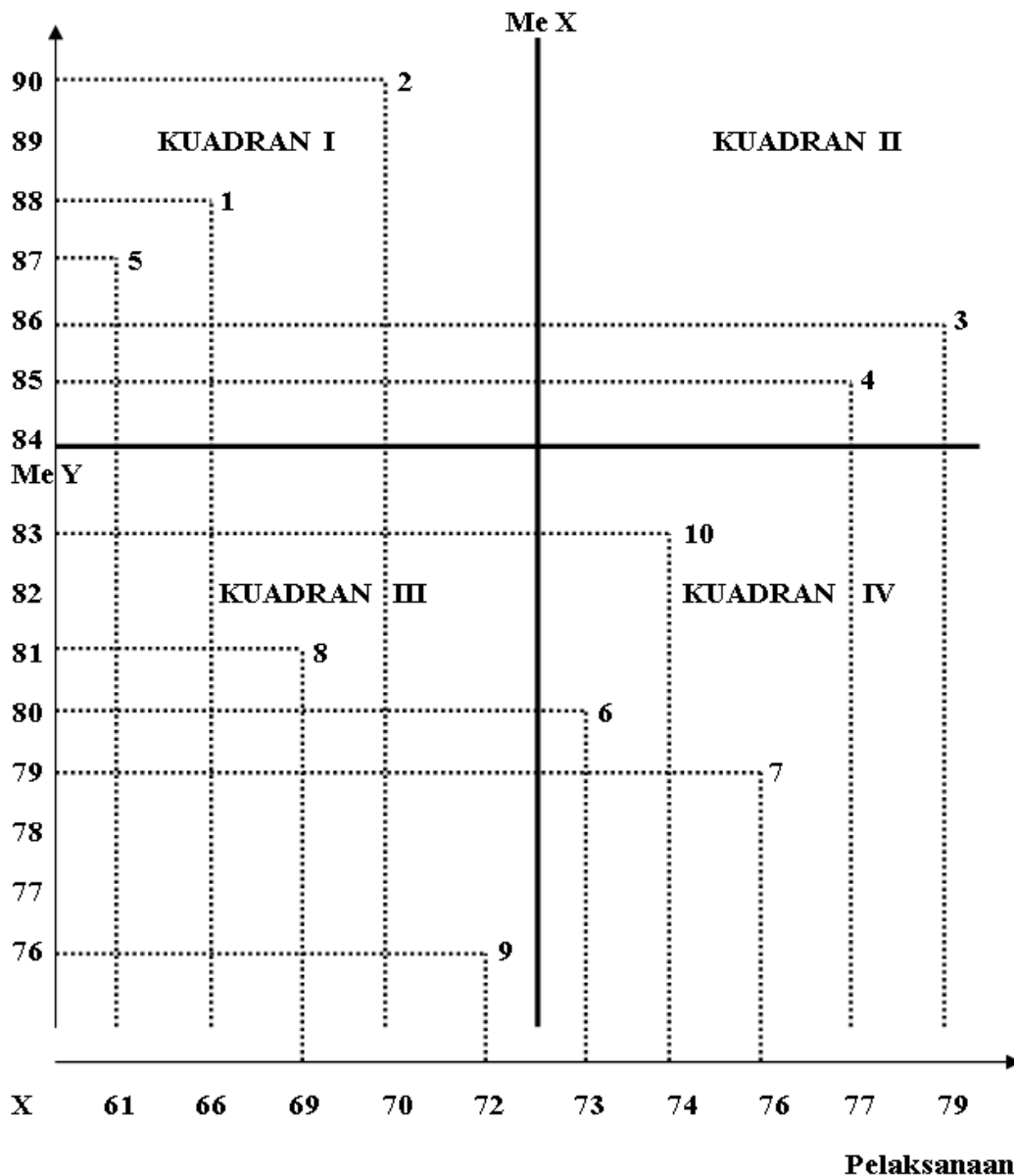
Tabel 2. Urutan Tingkat Pelaksanaan dan Tingkat Harapan atas Kepentingan Berdasarkan Ranking dan Nilai Tengah (Median).

Tingkat pelaksanaan (X)				Tingkat kepentingan/harapan (Y)			
Rank	No awal	Unsur pelayanan	Skor	Rank	No awal	Unsur pelayanan	Skor
1	3	Kualitas Barang	79	1	2	Kelengkapan Merk	90
2	4	Ketersediaan Barang	77	2	1	Jenis Produk	88
3	7	Lokasi Toko	76	3	5	Penetapan Harga	87
4	10	Jam buka/tutup toko	74	4	3	Kualitas Barang	86
5	6	Penataan barang	73	5	4	Ketersediaan barang	85
6	9	Tempat Parkir	72	6	10	Jam buka/tutup toko	83
7	2	Kelengkapan Merk	70	7	8	Suasana Toko	81
8	8	Suasana Toko	69	8	6	Penataan barang	80
9	1	Jenis Produk	66	9	7	Lokasi toko	79
10	5	Harga Barang	61	10	9	Tempat Parkir	76
Nilai median			72,5	Nilai median			84

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan, setelah dilakukan pengurutan masing-masing unsur ternyata tingkat pelaksanaan yang baik adalah kualitas barang dengan skor 79 dan yang paling rendah adalah harga barang dengan skor 61. Sedangkan dari tingkat kepentingan/ harapan anggota yang paling tinggi harapannya adalah kelengkapan merk dengan skor 90 dan tingkat harapan paling rendah yaitu tempat parkir dengan skor 76.

Setelah itu baru dilakukan penggambaran dalam diagram kartesius. Untuk tiap unsur pelaksanaan kuadran masing-masing, sumbu X (pelaksanaan) dibatasi oleh titik  $Me X = 72,5$  dan sumbu Y (kepentingan) dibatasi oleh  $Me Y = 84$ .

**Y (Kepentingan)**



Gambar 2. Diagram Kartesius Mengenai Tingkat Pelaksanaan dan Tingkat Kepentingan Anggota terhadap Pelaksanaan Pelayanan Barang Dagangan

Keterangan:

- |                        |                           |
|------------------------|---------------------------|
| 1. Jenis Produk        | 6. Penataan Barang        |
| 2. Kelengkapan Merk    | 7. Lokasi Toko            |
| 3. Kualitas Barang     | 8. Suasana Toko           |
| 4. Ketersediaan Barang | 9. Tempat Parkir          |
| 5. Harga Barang        | 10. Jam Buka / Tutup Toko |

Adapun interpretasi dari diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Kuadran I

Menunjukkan bahwa unsur-unsur pelayanan lima tepat yang mempengaruhi kepuasan anggota unit toko Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali berada dalam kuadran ini dan penanganannya perlu diprioritaskan oleh unit toko, karena keberadaan unsur-unsur inilah yang dinilai penting oleh anggota, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan anggota..

b. Kuadran II

Menunjukkan bahwa unsur-unsur pelayanan lima tepat yang mempengaruhi kepuasan anggota unit toko Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali berada dalam kuadran ini perlu untuk dipertahankan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan harapan anggota, sehingga memberikan kepuasan kepada anggota.

c. Kuadran III

Menunjukkan bahwa unsur-unsur pelayanan lima tepat yang mempengaruhi kepuasan anggota unit toko Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali berada dalam kuadran ini dinilai masih dianggap kurang penting bagi anggota, dan pelaksanaannya oleh toko juga biasa saja.

d. Kuadran IV

Menunjukkan bahwa unsur-unsur pelayanan lima tepat yang mempengaruhi kepuasan anggota unit toko Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena anggota menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya unsur tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik oleh unit toko.

## 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Pelaksanaan Pengadaan Barang yang Dilakukan Oleh unit toko Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali

### a. Faktor intern

Faktor intern ini di antaranya ada yang menjadi kekuatan yang dimiliki oleh koperasi dan ada juga yang menjadi kelemahan koperasi di antara itu yang menjadi kekuatan koperasi inti adalah konsumen dan permintaan anggota.

Permintaan anggota yang sebenarnya cenderung mengalami peningkatan, sampai saat ini belum begitu dipedulikan oleh pengelola toko dengan baik. Kenyataan inilah yang sebenarnya perlu ditingkatkannya profesionalisme pengelola untuk mengantisipasi kemungkinan anggota lari/tidak berminat lagi untuk berkoperasi atau minimal tidak mau berbelanja di unit toko koperasi. Padahal,

tingginya permintaan anggota akan barang tentu seharusnya menjadi faktor kekuatan yang dimiliki koperasi dari dalam dirinya sendiri.

#### **b. Faktor ekstern**

Adapun faktor ekstern yang mempengaruhi kemampuan unit toko Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali adalah faktor pemasok dan faktor pesaing dan lokasi.

Hal ini mengakibatkan koperasi kesulitan dalam mendapatkan supplier utama yang harus secara kontinyu memasok barang ke toko. Pertimbangan dengan adanya pemasok utama diharapkan pengelola toko tidak perlu lagi melakukan pembelian dan pengambilan langsung dari toko lain untuk memenuhi akan kebutuhan yang ada di toko.

Faktor lokasi, lokasi unit toko Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali membuat anggota dengan mudah berbelanja pada unit toko karena pelanggan dari unit toko Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali itu sendiri adalah anggota koperasi sehingga ada kesan unit toko koperasi hanya milik anggota koperasi saja, sedangkan masyarakat tidak ada kesempatan untuk berbelanja di koperasi.

### **3. Upaya-upaya yang harus dilakukan oleh Unit Toko Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali dalam pelaksanaan penyediaan barang dagangan untuk memenuhi kebutuhan anggota**

#### **a. Langkah-langkah tahapan pelaksanaan penyediaan barang dagangan**

Memperhatikan tahapan pelaksanaan penyediaan barang dagangan pada toko. Untuk tahapan penyediaan barang dagangan yang telah dilaksanakan dengan baik perlu dipertahankan. Namun, karyawan perlu melakukan perbaikan pada tahapan kegiatan penyediaan barang dagangan yang belum dilaksanakan dengan baik seperti tahapan mengevaluasi kembali barang dagangan dengan dasar teratur.

#### **b. Pelaksanaan Pelayanan**

Memperhatikan unsur-unsur pelayanan yang berada pada setiap kuadran sehingga karyawan mengetahui unsur apa yang perlu untuk diperbaiki dan dipertahankan.

- Unit toko perlu melakukan perbaikan pada unsur-unsur pelaksanaan pelayanan seperti: jenis produk, kelengkapan merk, dan harga barang.
- Unit toko harus mempertahankan unsur-unsur pelayanan yang telah dilaksanakan dengan baik, yaitu: Kualitas barang dan Ketersediaan barang.
- Apabila memiliki kemampuan maka unit toko perlu untuk melakukan perbaikan pada unsur-unsur pelayanan seperti: Suasana Toko dan Tempat Parkir.
- Apabila memiliki kemampuan maka unit toko perlu mempertahankan pelaksanaan pelayanan pada unsur-unsur: Penataan barang, lokasi toko, waktu buka/ tutup toko.

### **SIMPULAN**

Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali dalam upaya memenuhi kebutuhan anggota, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Pelaksanaan penyediaan barang dagangan

- Langkah-langkah penyediaan barang dagangan yang dilakukan oleh unit toko yaitu: menentukan sumber barang dagangan, menguraikan rencana barang dagangan, mengumpulkan informasi tentang permintaan konsumen, menetapkan sumber barang dagangan, Evaluasi barang dagangan, melakukan negoisasi pembelian, penyelesaian pembelian, menangani barang dagangan, pemesanan kembali barang dagangan dan mengevaluasi kembali barang dagangan dengan dasar teratur.
2. Tanggapan anggota terhadap pelaksanaan pelayanan barang dagangan yang dilaksanakan oleh unit toko Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali sebagai berikut:
    - a. Unsur-unsur yang menjadi prioritas utama karyawan toko dan harus dilaksanakan sesuai harapan anggota yaitu: jenis produk, kelengkapan merk, dan harga barang.
    - b. Unsur-unsur yang perlu dipertahankan pelaksanaannya oleh karyawan karena sudah sesuai dengan harapan anggota, antara lain: kualitas barang dan ketersediaan barang.
    - c. Unsur-unsur yang kurang penting bagi anggota dan pelaksanaan yang dilakukan toko juga biasa saja. Unsur-unsur tersebut, yaitu: Suasana toko dan Tempat Parkir.
    - d. Unsur-unsur yang pelaksanaannya dilakukan dengan baik, namun dinilai kurang penting oleh anggota, antara lain: Penataan barang, Lokasi toko dan Waktu buka/ tutup toko.
  3. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengadaan barang di unit toko Koperasi Serba Usaha “Pasar Tani Alami” Kabupaten Boyolali terdiri dari dua faktor yaitu faktor yang ada di dalam koperasi itu sendiri, faktor tersebut di antaranya adalah konsumen/anggota koperasi itu sendiri, permintaan anggota, sumber daya manusia dan ketersediaan barang. Sedangkan faktor yang terjadi diluar koperasi di antaranya adalah pemasok, pesaing dan lokasi toko.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alex S. Nitisemito. *Marketing*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Basu Swastha DH. 1984. *Asas-Asas Marketing*. Liberty. Yogyakarta.
- Berman, Barry (Slamet M). 1990. *Retail Management Strategic Approach*. Second Ed. Mcmillan Publishing Co Inc, dan Collier Mcmillan. New York.
- Davidson, R William. 1988. *Retailing Management, 6/e*. John Wiley & Sons. New York.
- Fandy Tjiptono. 1997. *Strategi Pemasaran. Edisi 2*. Andi. Jakarta.
- Guiltinan, Joseph dan Paul, W Gordon. 1987. *Manajemen Pemasaran Strategi dan Program*. Erlangga. Jakarta.
- Hanel, Alfred. 1989. *Pemikiran-Pemikiran Dasar Mengenai Organisasi Negara-Negara Berkembang*. Universitas Padjadjaran. Bandung.
- Herlinadia Mariah, 2019 dengan judul “Analisis Pengadaan Barang dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota (Studi Kasus pada Unit Perdagangan Koperasi Pegawai Republik Indonesia Rumah Sakit Umum Daerah Majalaya KPRI RSUD Majalaya MULIA)”

- Kotler, Philip, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Mancanan Jaya Cemerlang.
- Medi Narendra Kusuma, 2019, dengan judul “Analisis Bauran Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota sebagai Pelanggan pada Waserda (Studi Kasus pada Unit Waserda Koperasi Pegawai Negeri Republik Indonesia Guru “Sejahtera” Brebes Jawa Tengah).
- Ramudi Arifin. 2003. *Ekonomi Koperasi*. IKOPIN Press. Bandung.
- Ririn Nur Baidah, Sutrisno Djaja, Umar H.M Saleh, 2014, Peranan Koperasi dalam Pemenuhan Kebutuhan Anggota pada Unit Simpan Pinjam dan Pertokoan di Kpri Sejahtera RSD Dr. Soebandi Jember
- Rusidi. 1993. *Pedoman Penelitian dan Penulisan Karya Ilmiah*. UPT IKOPIN. Jatinangor.
- Stanton, J William. 1994. *Prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 7. Erlangga. Jakarta.
- Sudjana. 1985. *Statistika*. Tarsito. Bandung.
- \_\_\_\_\_, 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.