



## **ANALISIS FAKTOR PENYEBAB KEGAGALAN 212 MART DITINJAU DARI LOYALITAS ANGGOTA**

**Hari Irawan Putra<sup>1</sup>, Trisiladi Supriyanto<sup>2</sup>, Qurroh Ayuniyyah<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Magister Ekonomi Syariah, Universitas Ibn Khaldun, hariirawan045@gmail.com

<sup>2</sup> Magister Ekonomi Syariah, Universitas Ibn Khaldun, trisiladi.supriyanto@uika\_bogor.ac.id

<sup>3</sup> Magister Ekonomi Syariah, Universitas Ibn Khaldun, qurroh.ayuniyyah@uika\_bogor.ac.id

### **ABSTRACT**

*The objectives of this study are 1) To find out the cause of the failure of 212 Mart Bojongsukur, 2) To find out the cause of the lack of loyalty of shopping members, and 3) To find out the efforts taken by the cooperative management to retract the loyalty of shopping members.*

*The research method used is qualitative, the researcher tries to build rational arguments about everything, to explore the problems that cause 212 Mart to fail to develop, especially 212 Mart Bojongsukur. Data collection techniques in this study using observation, interviews, and documentation.*

*The results of this study indicate that the factors causing the failure of 212 Mart Bojongsukur in terms of member loyalty are the lack of commitment from members to shop at 212 Mart, caused by the lack of understanding of members about the cooperative concept, most cooperative members only become investors, the goods at 212 Mart are expensive, more expensive than the market price, and the available goods are incomplete.*

**Keywords:** *Sharia Cooperative, 212 Mart, Loyalty*

## I. PENDAHULUAN

Sistem perekonomian di Indonesia menganut sistem ekonomi kerakyatan, dimana dalam pengembangannya sangat identic dengan koperasi, dalam sejarah perekonomian nasional menunjukan bahwa koperasi merupakan Lembaga yang dibentuk guna melindungi kaum miskin dan masyarakat lemah, diantara tujuan koperasi adalah terwujudnya demokrasi ekonomi sebagai pemerataan pendapat masyarakat (Andreas et al, 2020).

Dari awal pembentukan koperasi diharapkan menjadi soko guru perekonomian Indonesia, disebutkan dan Undang-undang Dasar 1945 pada pasal 33 ayat satu (1) menyatakan bahwa: "Perekonomian Indonesia disusun sebagai usaha Bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan". Para ahli ekonomi menyatakan bahwa yang dimaksud dengan pasal ini adalah koperasi.

Koperasi mulai berkembang tahun 1990-an diera kebangkitan nasional pada masa Budi Utomo, kemudian pada tahun 1908 tokoh tokoh pergerakan nasional mulai merintis koperasi dengan mendirikan koperasi rumah tangga (konsumsi), kemudian pada tahun 1913 berdiri toko adil yang didirikan oleh tokoh serikat dagang islam, serta tokoh tokoh pergerakan nasional lainnya. Bapak koperasi Indonesia yaitu Mohammad Hatta mendefinisikan koperasi sebagai usaha Bersama untuk memperbaiki nasib penghidupan ekonomi dengan berdasarkan prinsip saling tolong menolong dan kerja sama para anggotanya untuk saling menanggung kerugian (Hartati, 2019).

Koperasi di Indonesia terbagi menjadi dua, koperasi konvensional dan koperasi Syariah, koperasi Syariah merupakan kelompok swadya masyarakat sebagai Lembaga ekonomi rakyat yang berupaya mengembangkan usaha usaha produktif dan investasi dengan berdasarkan prinsip Syariah (Rusyadianan & Devi, 2018).

Melihat sebagai besar dari penduduk Indonesia beragama islam, maka suatau hal yang wajar apabila perekonomin dengan system Syariah memiliki peluang yang sangat besar untuk tumbuh dan berkembang (Gunawarman & Ratnasari, 2020). Sangat tingginya minat masyarakat terhadap Lembaga keuangan Syariah merupakan cerminan masyarakat yang taat beragama, dengan Syariah itu mampu menjamin keselamatan didunia dan akhirat (Ismail et al, 2022).

Koperasi Syariah 212 Mart didirikan pertama kali pada tanggal 7 januari 2017 di Sentul City, Bogor ([koperasisyariah212.co.id](http://koperasisyariah212.co.id)). koperasi Syariah 212 yang tersebar keberbagai daerah ditanah air dan juga luar negeri. Koperasi Syariah 212 memiliki brand minimarket yang dinamakan dengan koperasi 212 mart, kepemilikannya secara berjamaah yang dikelola dengan professional dan terpusat agar koperasi ini mampu bersaing dalam produk, harga maupun promo. Koperasi Syariah 212 merupakan koperasi primer nasional, para pendirinya adalah tokoh tokoh umat Islam, sebagai implementasi dari semangat Aksi 212 dalam bentuk persatuan, persaudaraan dan semangat kebersamaan, agar semangat persatuan ini tidak hilang begitu saja maka diwujudkan dalam bentuk koperasi

Syariah sebagai wadah perjuangan ekonomi agar umat ini mandiri (Hartati, 2019)

Lahirnya Gerakan koperasi 212 Mart diberbagai tempat ditanah air yang begitu masif maka diharapkan 212 Mart ini menjadi kekuatan ekonomi baru, sehingga menginspirasi terbentuknya 212 Mart dan Kita Mart Bojong Kulur dibawah Koperasi Sejahtera Bersama Syariah (SBS). Ketika lahirnya koperasi SBS ini mendapat sambutan yang luar biasa dari umat islam khususnya didaerah Bojong Kulur, sampai asset kelolaanpun terkumpul sangat besar yaitu sebesar Rp. 1.19 miliar, kemudian ada tambahan anggota asetpun bertambah menjadi Rp. 1,24 miliar dan akhirnya menjadi Rp. 1.51 miliar, jumlah yang fantastis bagi sebuah koperasi yang baru berdiri, potensi yang luar biasa, kekuatan bersatu dalam berjamaah. Omzet pertama kali yang dibukukan oleh Kita Mart sebesar Rp. 43 juta dan 212 Mart sebesar Rp. 76 juta, capaian ini menjadi rekor tertinggi nasional pada waktu itu, sampai sampai ada dua indomart dilingkungan bojongkulur itu mati, dua toko alfamart juga tutup. Bahkan ada gerai indomart yang ingin dirubah menjadi 212 Mart. Sangat disayangkan omzet itu tidak bertahan lama, seiring berjalannya waktu terus mengalami penurunan, sampai target harianpun tidak tercapai, bahkan sampai beban biaya lebih besar dari pemasukan, sehingga dengan terpaksa dua toko tersebut ( Kita Mart dan 212 Mart) menjadi satu, Kita Mart digabungkan menjadi 212 Mart pada tanggal 31 Oktober 2018.

Peleburan dua toko ritel itu diharapkan akan mengurangi beban biaya dan omzet

semakin naik, namun usaha koperasi itu belum juga berhasil untuk bangkit, ditambah banyak jumlah anggota yang mengundurkan diri.

Dari pemaparan masalah diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Koperasi Syariah dengan judul “ *Analisis Faktor Penyebab Kegagalan 212 Mart Ditinjau dari Loyalitas Anggotanya (Studi Kasus Koperasi Sejahtera Bersama Syariah (SBS) Bojongkulur*”.

Dari pembahasan diatas,penulis bertujuan untuk membahas beberapa factor diantaranya, Faktor penyebab kegagalan bisnis 212 Mart bojongkulur,faktor penyebab minimnya loyalitas anggota koperasi SBS untuk bertransaksi di 212 Mart Bojongkulur dan juga Untuk mengetahui bagaimana upaya yang ditempuh untuk menarik loyalitas anggotanya.

#### **KAJIAN TEORITIS**

Agnes dan Octa berpendapat bahwa Kegagalan usaha dapat diartikan kegagalan suatu perusahaan dalam menjalankan operasinya untuk menghasilkan laba (Prita Agustine, 2016). Kegagalan usaha berarti perusahaan kehilangan uang atau pendapatan tidak menutupi biayanya sendiri, dalam artian tingkat labanya lebih kecil dari biaya modal atau nilai sekarang dari arus kas perusahaan lebih kecil dari pada kewajiban (Agnes dan Octa dalam Prita Agustine, 2016). Dapat dipahami arti kegagalan adalah ketidakberhasilan mencapai target yang telah ditentukan, untuk suatu usaha tidak memperoleh laba yang diharapkan, beban biaya lebih besar daripada pendapatan. Adapun pembahasan mengenai koperasi, Koperasi secara etimologi berasal dari

bahasa Inggris yaitu *cooperation*, *co* berarti bersama, *operation* berarti bekerja, bermakna bekerja bersama dengan orang lain guna mencapai tujuan tertentu (Burhanuddin dalam Elsa Tiara Ardianti, 2019). Sedangkan arti koperasi secara terminologi menurut para pakar adalah.

*Moh. Hatta (Bapak Koperasi Indonesia)* Koperasi adalah sebuah usaha bersama memperbaiki nasib penghidupan ekonomi berdasarkan tolong menolong yang didorong oleh keinginan memberi jasa kepada orang lain "seorang untuk semua dan semua untuk seorang" (Nizar, 2018) sedangkan menurut *Dr. Winardi, SE*

Koperasi (*coopetrative*) adalah badan usaha dimana setiap anggota memiliki hak suara yang sama, terlepas dari banyak ataupun sedikitnya uang yang dimasukkan dalam badan usaha tersebut. Adapun menurut *Prof. Dr. Syamsudin Mahmud*

Koperasi adalah suatu perkumpulan dari beberapa orang atas dasar persamaan derajat sebagai manusia dengan tidak membedakan haluan agama atau politik dengan sukarela masuk untuk memenuhi kebutuhan bersama yang bersifat kebendaan atas tanggungan bersama. *Dan terakhir Menurut Dr. Fay (1908)*

Koperasi adalah suatu perserikatan dengan tujuan berusaha bersama yang terdiri ata mereka yng lemah dan berusaha sulalu semangat serta tidak hanya memikirkan diri sendiri, sehingga masing-masing sanggup menjalankan kewajibannya sebagai anggota dan mendapat imbalan yang sebanding dengan pemanfaatan mereka terhadap koperasi.(Hendrojogi dalam Itang, 2016)

Koperasi syariah sama dengan kata *syirkah* dalam bahasa arab yang berarti kemitraan, begitu juga dengan kata *cooperation* dalam bahasa Inggris yang berarti kerjasama. Jadi, koperasi syariah merupakan bentuk *syirkah* (kerjasama), wadah kemitraan, kekeluargaan antara dua orang atau lebih sesuai dengan prinsip Islam (Muhammad dalam Aziz, 2015). Sebagaimana dalam firman Allah SWT surat Shad [38] ayat 24:

... وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْتَغِي بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ [سورة ص, ٢٤]

"...Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini". [Q.S. Shad: 24]

Koperasi merupakan bentuk kegiatan usaha dalam ekonomi dan sosial. Islam jauh sebelumnya telah ada istilah *syirkah* yaitu kerja sama. Para ulama fikih (*fuqoha*) membagi *syirkah* ini menjadi empat macam yaitu **pertama**, *Syirkah 'inan* yakni kerja sama antara dua orang atau lebih dalam permodalan untuk melakukan suatu bisnis, atas dasar profit dan loss sharing (membagi untung dan rugi) disesuaikan dengan modal masing-masing. **Kedua**, *Syirkah mufawadhah* yakni kerja sama antara dua orang atau lebih untuk melakukan suatu bisnis dengan syarat sama modal, kontribusi, agama dan masing-masing berhak atas nama *syirkah*. **Ketiga**, *Syirkah wujuh* yakni kerja sama dua orang atau lebih untuk membeli suatu tanpa modal uang akan tetapi hanya berdasarkan kepercayaan pihak pengusaha dengan perjanjian profit sharing (keuntungan

dibagi antara mereka sesuai dengan bagian masing-masing). **Dan ke empat**, Syirkah abdan yakni kerja sama antara dua orang atau lebih untuk melakukan suatu usaha yang mana hasilnya dibagi berdasarkan kesepakatan (Sabiq, 2000) Konsep koperasi yang diciptakan Mohammad Hatta merupakan bentuk syirkah baru. Menurut Mahmud Syaltut Syirkah ta'awunyah merupakan bentuk syirkah baru yang diciptakan oleh ahli ekonomi yang belum dikenal oleh fuqoha dahulu, yang membagi syirkah hanya empat macam. maka koperasi (syirkah ta'awunyah) modal usahanya dari anggota pemegang saham, usahanya dikelola oleh pengurus, dan karyawan dibayar oleh koperasi menurut kedudukan serta fungsi masing-masing (Itang, 2016).

Koperasi dalam perspektif Islam menjunjung azas kebersamaan dan kekeluargaan yang merupakan *syirkah ta'awunyah* bermakna bekerja sama dan tolong menolong dalam kebaikan, serta dalam operasionalnya menjauhi aktivitas riba, *maysir* (judi) dan *gharar* (spekulasi), sehingga koperasi selaras dengan nilai-nilai Islam (Aziz, 2015). Adapun fungsi dan tujuan koperasi sendiri Dalam pasal 3 UU No. 25 tahun 1992 tentang perkoperasian, mengenai tujuan koperasi Indonesia sebagai berikut: "Memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-undang dasar 1945". Kemudian pada pasal 4 UU No. 25 tahun 1992, dijelaskan fungsi dan peran koperasi Indonesia, Membangun dan

mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi social, Berperan serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan Masyarakat, Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai sokogurunya, dan terakhir Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasar atas azas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi (Nizar, 2018). Kemudian Prinsip Dasar Koperasi Syariah ada tujuh diantaranya **Keterbukaan**, siapapun bisa menjadi anggota koperasi tanpa memandang etnis, afiliasi politik, agama dan lain-lain. Prinsip ini wujud perintah syariah agar menjadi *rahmatan lil alamin* yaitu kemaslahatan sosial. **Keadilan**, distribusi manfaat ekonomi dikalangan anggota harus sesuai dengan frekuensi anggota menggunakan jasa koperasi dan bukan berdasarkan proporsi modal. Prinsip ini bertolak belakang dengan prinsip kapitalis yang berbasis pada kumpulan modal atau dengan kata lain pendistribusian pendapatan dan kekayaan yang merata berdasarkan kontribusinya. **Pemuliaan terhadap manusia**, sebagai makhluk yang paling mulia, kerja sebagai wujud kemanusiaan yang paling tinggi harus lebih dihargai dari pada modal sebagai wujud harta, tercermin dalam koperasi yang membatasi keuntungan dari saham yang ditanamkan anggota di koperasi. **Otonomi**, anggota mengendalikan sepenuhnya ke arah mana dan bagaimana

usaha koperasi diselenggarakan. Otonomi adalah bentuk lain dari kemerdekaan dimana syariah memandang kemerdekaan adalah bagian paling asasi dalam kehidupan manusia. Dalam kapitalis, hanya majikan yang mempunyai kebebasan. **Kebebasan mengemukakan pendapat**, dalam koperasi disebut satu orang satu suara. Tidak berarti voting tetapi melalui musyawarah mufakat yang melibatkan seluruh anggotanya dimana hal ini hanya bisa berlaku jika ada kesetaraan. **Pendidikan anggota**, pendidikan untuk menanamkan karakter positif seperti tekun, pantang menyerah, aktif melakukan inovasi, solider dan lainnya, dimana syariah sangat mendukung kegiatan pendidikan semacam ini. **Kerja sama aktif antar sesama anggota koperasi**, merapatkan barisan dan bersatu dengan pengorganisasian yang baik dalam menghadapi tantangan adalah wajib dalam persaingan global yang semakin sulit jika dihadapi sendirian dan prinsip ini sangat dianjurkan oleh syariah dalam kehidupan sosial.

#### *Pengertian Loyalitas Anggota*

Loyalitas dapat diartikan dengan kesetiaan. Makna loyalitas konsumen yaitu konsistensi seorang pelanggan untuk membeli produk yang sama dalam kurun waktu berbeda, loyalitas pelanggan tidak terlepas dari kepuasan yang sudah dirasakan oleh pelanggan tersebut (Gultom, Arif, & Fahmi, 2020).

Menurut Tjiptono, loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten (Gultom et al., 2020). Jadi loyalitas seorang anggota koperasi dapat diartikan

kesetiaan, konsistensi seseorang untuk aktif berbelanja dan bertransaksi pada koperasi tersebut dalam kurun waktu berbeda, dikarenakan merasa menjadi pemilik sekaligus pemakai jasa koperasi yang akan merasakan manfaatnya dimasa akan datang.

#### *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen*

Menurut Cravens dan Piracy faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada sebuah produk ataupun perusahaan adalah sebagai berikut ,Performa produk/jasa,Citra perusahaan/ produk/ merek, Hubungan harga dengan nilai, Kinerja/ prestasi karyawan, Persaingan, Sistem pengiriman barang tepat waktu, dan Hubungan kepuasan dengan konsumen

Pelanggan yang loyal adalah aset penting bagi perusahaan, maka dari itu berbagai macam cara yang dilakukan suatu perusahaan untuk menarik loyalitas konsumennya, perusahaan tersebut sangat khawatir ditinggalkan konsumennya, diantara karakteristik dari loyalitas konsumen yang kemukakan oleh Griffin yaitu,Melakukan pembelian secara *teratur (Makes regular repeat purchases*, dimana konsumen membeli suatu produk secara berulang-ulang dalam jangka waktu tertentu,Membeli diluar lini produk/jasa (*Purchases across product and services lines*), dalam artian konsumen akan membeli produk lain yang ditawarkan Perusahaan,Merekomendasikan produk lain (*Refers onther*), konsumen akan menceritakan kepada orang lain bahwa produk dari perusahaan itu sangat bagus. Dan Menunjukkkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of*

*the competition*), dimana konsumen tidak tertarik dengan produk dari perusahaan lain walaupun produk itu sejenis dan harganya bersaing (Farisi & Siregar, 2020).

## II. METODE PENELITIAN

**Pendekatan Penelitian** Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan lapangan bersifat kualitatif. Menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat dengan mudah dipahami dan disimpulkan, salah satu ciri penelitian kualitatif tidak menggunakan angka sebagai alat pengumpul data, tentang segala macam hal yang berkaitan dengan faktor penyebab kegagalan 212 Mart ditinjau dari loyalitas anggota. Dan lokasi penelitian Koperasi Sejahtera Bersama Syariah (SBS) beralamat di Ruko Blok EE 2 No. 11-12 Vila Nusa Indah, Desa Bojongsukur, Kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, kode pos 16969.

**Adapun Metode Pengumpulan Datanya adalah :**

*Metode observasi*

Observasi bisa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diteliti, dapat dilakukan dengan pengamatan langsung maupun tidak langsung. Dalam pengumpulan data melalui observasi peneliti turun langsung ke lokasi penelitian, untuk mengamati secara langsung bagaimana kegiatan 212 Mart Bojongsukur.

*Metode wawancara atau interview*

Metode wawancara merupakan proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan antara dua

orang atau lebih, penelitian ini menggunakan wawancara bebas terpimpin yang pelaksanaannya menggunakan pedoman berupa garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan.

Peneliti melakukan wawancara dengan ketua Koperasi SBS, Dewan Pengawas, Dewan Pengawas Syariah, Plt. Manajer Koperasi SBS, kasir toko 212 Mart, dan beberapa orang anggota Koperasi SBS Bojongsukur, peneliti bertanya langsung dengan detail terkait permasalahan penelitian.

*Metode Dokumentasi*

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, transkrip, buku, majalah, notulen, agenda, foto dan sebagainya. Dalam pengambilan data melalui dokumentasi, peneliti diberikan file laporan RAT kemudian mengambil data-data di dalamnya. Peneliti juga mengambil foto saat melakukan wawancara dengan informan.

## III. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

*Sebagian Anggota Mengundurkan Diri.*

Total anggota yang masih tergabung dalam Koperasi SBS sampai dengan 31 Desember 2021 sebanyak 986 anggota (Koperasi SBS, 2021). Pada awalnya terdapat 1.023 anggota namun dalam perjalanannya ada anggota yang mengundurkan diri dengan banyak alasan, ada yang pindah kota, ada yang meninggal, ada yang butuh untuk biaya, dan alasan lainnya. Anggota yang mengundurkan diri ini dinilai oleh ketua Koperasi SBS sebagai anggota yang tidak mengerti dan paham konsep berkoperasi. Sebenarnya, mereka ini anggota yang

mengundurkan diri ini lebih banyak tidak mengerti esensi berkoperasi (Edward, 2022). Melihat perkembangan Koperasi SBS yang tidak menunjukkan hasil positif dari waktu ke waktu, sebenarnya masih banyak anggota yang mau mengundurkan diri namun koperasi tidak lagi mampu untuk membayarkan nilai investasi anggota.

*Kondisi Keuangan Menurun*

Kondisi keuangan Koperasi SBS sampai tanggal 31 Desember 2021 kurang menggembirakan, baik dari segi aset, laporan laba rugi, maupun aliran kas. Karena memang kondisi makro ekonomi dan industri ritel yang kurang baik, kemudian berdampak pada rendahnya daya beli anggota.

Berikut ini gambaran neraca laporan keuangan 2020-2021 sebagaimana dalam tabel:

AKTIVA						PASSIVA		
KETERANGAN	2017	2018	2019	2020	2021	KETERANGAN	2017	2018
<b>AKTIVA LANCAR</b>						<b>KEWAJIBAN LANCAR</b>		
KAS	7.946.039	10.816.526	12.174.000	11.777.925	4.165.000	UTANG PAJAK	36.961.937	44.793.992
BANK	117.078.708	110.944.488	4.871.191	99.901.000	5.701.100	UTANG KEPADA PENGURUS	-	-
SIKILAN	141.070.145	171.817.983	17.208.193	15.164.554	1.688.127	UTANG LAIN-LAIN	-	-
Piutang ke vendor	60.000.000	20.000.000	12.240.000	-	-	UTANG SUPPLIER	-	-
Piutang Pihak Ketiga	28.300.000	28.300.000	28.300.000	28.300.000	28.300.000			
SIKILAN BUKAN BUNYAN	140.000.000	137.000.000	116.000.000	116.000.000	116.000.000			
SIKILAN TOKO	200.000.000	150.000.000	150.000.000	150.000.000	150.000.000			
SIKILAN SIWA TOKO	111.416.167	80.416.167	51.208.117	75.000.000	-			
<b>REKONV TOND</b>								
TOTAL BUKAN REKONV TOND	254.815.929	286.152.487	237.378.511	218.832.281	361.120.000			
AKUMULASI PENYUSUTAN	(18.644.456)	(18.796.480)	(18.796.480)	(18.796.480)	(18.796.480)			
SIKILAN REKONV TOND	281.984.147	257.399.511	262.841.211	262.841.211	262.841.211			
<b>PERSEDIAAN</b>								
KAS BAKAT	140.000.000	140.000.000	178.088.211	117.772.929	128.412.428			
SIKILAN	150.000.000	6.250.122	-	-	-			
ZIEMART	380.000.000	181.228.878	178.088.211	117.772.929	128.412.428			
<b>TOTAL AKTIVA LANCAR</b>	<b>884.111.846</b>	<b>577.788.421</b>	<b>517.858.033</b>	<b>580.461.867</b>	<b>581.879.553</b>	<b>TOTAL KEWAJIBAN LANCAR</b>	<b>36.961.937</b>	<b>44.793.992</b>
<b>AKTIVA TETAP</b>						<b>KEUTIPAN/KEWAL</b>		
Peralatan Toko						SIMPANAN POKOK	50.000.000	-
ATKAMART						SIMPANAN BUNYAN	12.000.000	3.740.000
						SIMPANAN SIWA/RELA	1.518.280.701	1.277.331.800
						SIMPANAN SIWA (SIWA TOKO)	-	-
Nilai Perolehan	736.700.130	264.784.831	173.179.472	141.724.113	-	TOTAL KEUTIPAN/KEWAL	1.580.280.701	1,279,071,800
AKUMULASI PENYUSUTAN	(11.200.000)	(11.200.000)	(11.200.000)	(11.200.000)	(11,200,000)			
SIWA NILAI PEROLEHAN	254.784.831	275.279.472	161.779.113	-	-			
ZIEMART								
Nilai Perolehan	147.942.000	151.965.167	139.968.114	124.371.101	48.748.101			
AKUMULASI PENYUSUTAN	(11.996.818)	(11.996.818)	(11,996,818)	(12,371,101)	(12,371,101)			
SIWA NILAI PEROLEHAN	151,965,167	139,968,114	124,971,101	41,940,124	-	LAIN-LAIN KEWAJIBAN	(201,121,911)	(201,121,911)
<b>TOTAL AKTIVA TETAP</b>	<b>147,942,000</b>	<b>151,965,167</b>	<b>139,968,114</b>	<b>124,371,101</b>	<b>48,748,101</b>	<b>TOTAL KEWAJIBAN</b>	<b>1,580,280,701</b>	<b>1,279,071,800</b>
<b>TOTAL AKTIVA</b>	<b>1,032,053,846</b>	<b>729,753,588</b>	<b>657,826,147</b>	<b>704,832,968</b>	<b>633,727,654</b>	<b>TOTAL PASIVA</b>	<b>1,032,053,846</b>	<b>729,753,588</b>

Pada tahun 2021 kerugian Koperasi SBS tercatat sebesar Rp.179,89 juta, jumlah ini lebih rendah 43,68% dari kerugian tahun 2020 sebesar Rp. 319,40 juta. Penyebab kerugian karena biaya-biaya yang harus dikeluarkan koperasi jauh lebih besar dibandingkan pemasukan atau hasil penjualan.

Jumlah anggota yang berbelanja di 212 Mart Bojongsukur rerata masih pada kisaran 20% hingga 30%. Hanya selama enam bulan terakhir mengalami kenaikan

menjadi 40%, namun kenaikan ini belum bisa menolong menutupi akumulasi kerugian Koperasi SBS semenjak 2017.

*Kondisi Toko 212 Mart*

Seiring berjalannya waktu permasalahan mulai muncul, omzet yang sangat besar tersebut tidak bertahan bahkan terus menurun, anggota tidak sadar disamping bisa mendirikan toko 212 Mart, anggota juga harus memeliharanya dengan cara rajin berbelanja ditoko 212 Mart (Edward, 2022), ditambah lagi dengan kondisi krisis ekonomi global maupun nasional, sehingga industri ritel banyak yang berguguran, ditambah lagi maraknya kehadiran toko ritel online berbasis aplikasi yang sangat marak dengan harga yang sangat bersaing, sehingga menambah berat beban bisnis di industri ritel.

*Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis 212 Mart Bojongsukur*

Banyak faktor yang menyebabkan kegagalan suatu usaha apalagi usaha tersebut berbentuk koperasi yang memiliki banyak anggota dan dikelola oleh banyak pihak yang masing-masing memiliki kepentingan tersendiri, diantara faktor-faktor yang peneliti temukan di lapangan diantaranya ,Kurangnya Rasa Memiliki Anggota Terhadap Koperasi, Anggota Minim Berbelanja, Brand 212 Hanya untuk Muslim Fanatik, Banyak Toko-toko Ritel Disekitar, Harga dari Suplayer Tinggi, Poltik bisnis, dan Pengurus kurang focus  
Upaya yang Ditempuh untuk Menarik Loyalitas Anggota.

*Mencari Suplayer yang Murah*

Dalam rangka untuk mendapatkan harga yang bisa bersaing dilakukanlah manuver dengan belanja langsung ke suplayer yang harganya lebih murah, tapi ternyata

belum bersaing juga, akhirnya beli langsung *on the spot*, misalnya kalau ada promo di swalayan tertentu maka beli dari swalayan tersebut, jika disuatu tempat ada promo maka beli dari sana, dengan seperti itu lumayan bisa mendapatkan harga lebih bersaing dengan Indomart dan Alfamart (Nurzaman, 2022). Strategi ini cukup berhasil mendapatkan harga yang lebih murah, sehingga dalam satu periode kami mengalami 300

item produk jauh lebih murah dari pada Indomart dan Alfamart (Edward, 2022). Walaupun tidak bisa murah semua tapi setidaknya harga sudah bisa bersaing.

#### ***Memberikan pemahaman kepada anggota***

Memberikan pemahaman kepada orang banyak memang tidak mudah bahwa toko ini dari uang anggota, modal dari anggota, dari anggota, oleh anggota, untuk anggota. Memsosialisasikan program dan memberikan edukasi kepada anggota sudah ditempuh juga oleh anggota, pengurus mencoba memberi pengetahuan, mengajak dan juga mendorong para anggota untuk berbelanja karena disitulah nyawa koperasi berada. Pengelola 212 Mart memberi pengertian juga mengajak menghimbau bahwa ini toko kita sendiri jangan berfikir kompetitif, jangan berfikir efisien dan sebagainya, kalau saja anggota koperasi berbelanja Rp. 300 ribu perbulan 1023 anggota ini berbelanja, koperasi akan tetap eksis, bahkan mendapatkan laba. (Edward, 2022).

#### ***Melayani belanja online dan delivery order***

Memberikan layanan pesanan yang dipesan via Whatsaap, promosi di grup wa facebook (Prayogo, 2022), juga

memberikan layanan melalui internet, lewat website koperasisbs.com tapi ternyata pemanfaatannya tidak optimum oleh anggota, anggota lebih banyak menggunakan pelayanan via whatsapp kemudian didelivery sampai ke depan rumah anggota itu bagian dari kelebihan yang dari 212 Mart (Edward, 2022).

#### ***Menunjuk perwakilan perwakilan dimasjid masjid***

Strategi yang dilakukan dengan menunjuk perwakilan, satu masjid satu perwakilan yang mengcover kebutuhan jamaah masjid tersebut, karena terbentuknya 212 Mart Bojongsukur berawal dari jamaah masjid, salah satu contoh di masjid al-Huda ditunjuk perwakilan yang mengkoordinir kebutuhan jamaah masjid kemudian barangnya dari 212 Mart, margin 212 Mart diturunkan agar harganya bisa bersaing, jadi perwakilan ini perpanjangan dari 212 Mart (Prayogo, 2022).

#### ***Mensosialisasikan kepada anggota***

Usaha lainnya yang ditempuh oleh pengurus koperasi, yaitu berusaha mensosialisasikan kepada anggota-anggota supaya berbelanja ke toko 212 Mart, sosialisasi dibanyak masjid, sosialisasi dipengajian-pengajian untuk komitmen belanja, memang kelemahan dari 212 Mart ada beberapa item barang yang harganya lebih mahal, kemudian barang yang dicari tidak ada ditempat, itu selalu dikeluhkan oleh Anggota (Edward, 2022).

#### ***Menjual produk dengan harga promosi***

Konsep toko ritel mengedepankan promo, Koperasi SBS dengan toko 212 Mart memberikan layanan diskon maupun promo terhadap produk-produk tertentu tujuannya untuk menambah

daya tarik dari pembeli baik anggota maupun non anggota (Edward, 2022). Produk-produk promo akan diupdate setiap pagi oleh petugas kemudian di share kepada anggota di grup-grup whatsapp.

#### IV. KESIMPULAN

Faktor penyebab kegagalan bisnis gerai 212 Mart secara umum adalah kesulitan mendapatkan produk, sebagian besar produk-produk yang ada di 212 Mart adalah produk dari kompetitor, sehingga dengan sangat mudah mereka mengendalikan 212 Mart melalui produk dan harga, berakibat sulitnya 212 Mart bersaing di pasaran. Harga dari distributor tinggi sehingga 212 Mart kesulitan mengatur harga untuk dijual yang sesuai dengan harga pasaran, karena harga beli dari distributor tinggi maka harga jual ke konsumen juga tinggi sehingga anggota ataupun konsumen yang tidak loyal akan membandingkan harga dengan harga kompetitor. Membentuk image bahwa 212 Mart mahal, lama-kelamaan mereka enggan untuk mengunjungi 212 Mart. Dan Umat Islam tidak menguasai produk, bahan baku, produksi dan tenaga kerja, untuk membuat produk alternatif sangat sulit, walaupun ada harganya tinggi tidak bisa bersaing, sehingga sangat sulit untuk lepas dari produk-produk mereka yang sudah menjadi konsumsi harian. Namun kita bisa memperbaiki dengan upaya-upaya yang telah dibahas.

#### V. DAFTAR PUSTAKA

Aziz, A. (2015). Peran koperasi syariah dan kinerjanya menyalurkan pembiayaan produktif implikasinya pada sektor

perdagangan usaha kecil tahun 2014. In *Nurjati Press*. Cirebon: Nuriati Press.

Edward, D. (2022). *Wawancara 1 dengan ketua koperasi SBS*. Bogor.

Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa transportasi online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148-159.

Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan. *Maneggio*, 3(2), 273-282

Hartati, R. (2019). Pengaruh kepuasan da kualitas pelayanan karyawan 212 mart terhadap loyalitas konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen 212

mart Mutiara, Cibarusah – Bekasi). *Ilmu Ekonomi Terapan*, 1(1), 111-127.

I Itang. (2016). *Pemikiran Ekonomi Koperasi Mohammad Hatta Relevansinya dengan Etika Ekonomi Islam* (2nd ed.; M. N. Arifin, Ed.). Serang: Laksita Indonesia.

Koperasisyariah212.co.id. (2017a). Dahsyat! 212 Mart Bojong Kulur raih rekor omzet tertinggi Rp 76 juta per hari. Retrieved May 14, 2022, from Koperasisyariah212.co.id website: <https://koperasisyariah212.co.id/blog/2017/08/07/dahsyat-212mart-bojong-kulur-raih-rekor-omzet-tertinggi-rp-76-juta-per-hari/>

Nizar, M. (2018). *Ekonomi koperasi* (M. Nizar, Ed.). Pasuruan: Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan.

Nurzaman, M. (2022). *Wawancara 2 dengan dewan pengawas syariah koperasi SBS*. Bogor.

PPrayogo, E. (2022). *Wawancara 4 dengan Plt. Manajer toko 212 mart Bojongkulur (12 april 2022)*.

PRita Agustine. (2016). *Faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan koperasi syariah yaa salam*.

SSabiq, S. (2000). *Fiqh sunnah*. Mesir: Dar Al-fath.