

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Koperasi merupakan salah satu sektor penting dalam membantu meningkatkan perekonomian negara, dimana koperasi mulai berkembang menjadi sebuah badan usaha yang bergerak di berbagai bidang. Semakin banyak munculnya jumlah berbagai macam koperasi di Indonesia, mulai dari koperasi jasa, koperasi konsumsi, koperasi produksi dan kopersi lainnya, telah menunjukkan bahwa koperasi semakin eksis di kalangan masyarakat meskipun masih kurangnya partisipasi masyarakat untuk menjadi anggota koperasi. Koperasi dipandang sebagai suatu sistem ekonomi yang dapat membantu masalah ekonomi masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki kekurangan dalam hal ekonomi. Selain itu, koperasi ternyata telah mampu membangkitkan perekonomian bangsa. Dimasa krisis, sektor Usaha Kecil Menengah dan Koperasi (UKMK) mampu bertahan pada masa krisis, dimana saat itu banyak perusahaan yang tidak mampu bertahan dan akhirnya terpaksa menutup usahanya.

Koperasi membawa orang bersama-sama untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka, koperasi berbeda dari bisnis yang lain, karena koperasi memiliki prinsip-prinsip dan nilai-nilai, seperti keanggotaan yang sukarela dan terbuka, kontrol anggota yang demokratis, dan kepeduliannya terhadap masyarakat. Koperasi adalah tempat bisnis yang menyediakn barang dan jasa yang diperlukan untuk

menjamin kesempatan kerja bagi masyarakat lokal, mendorong bisnis dan menjalin interaksi bisnis. Koperasi dapat menjadi pilihan untuk mengangkat kelompok dan individu keluar dari kemiskinan. Saat ini koperasi sudah banyak bermunculan, namun animo masyarakat untuk menjadi anggota koperasi masih sangat minim, kendala seperti ini yang membuat koperasi menjadi kurang berkembang di masyarakat. Fenomena seperti ini tentunya sangat disayangkan mengingat peran koperasi yang tidak dapat dianggap remeh untuk bangsa dalam memajukan ekonomi bangsa Indonesia.

Belajar dari perkembangan perjalanan koperasi, pengelola koperasi harus mampu bersaing dengan badan usaha lain, seperti perusahaan yang memiliki usaha yang bergerak di bidang yang sama dengan koperasi. Persaingan ini tentunya menuntut koperasi memberikan kinerjanya yang maksimal, dimana kinerja yang maksimal akan memberikan kepuasan pada anggotanya dan meningkatkan kesetiaan anggota sehingga tidak berpaling pada badan usaha lain, karena kunci dari keberhasilan koperasi berasal dari seberapa kuatnya internal dari koperasi itu sendiri dalam mendukung ketercapaian dari tujuan koperasi.

Koperasi sebagai sebuah badan usaha tentunya memiliki tujuan-tujuan yang akan dicapainya, maka untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan manajemen yang baik. Salah satu aspek manajemen dalam koperasi adalah manajemen pemasaran, dimana kegunaannya adalah untuk memasarkan dan menciptakan permintaan terhadap barang dan jasa yang dihasilkannya. Masalah utama dalam kegiatan pemasaran koperasi adalah bagaimana mengupayakan tercapainya

kepuasan anggota melalui perencanaan yang matang dari pengelolaan koperasi untuk mencapai tujuan tersebut.

Kepuasan merupakan salah satu tolak ukur dari suatu usaha untuk melihat sejauh mana keberhasilan usaha dan dapat dijadikan sebagai gambaran akan seperti apa perkembangan usaha mereka kedepannya. Konsumen seringkali dihadapkan pada permasalahan pemilihan produk yang diinginkannya, seperti pada harga, merek, serta kualitasnya. Kurangnya kepuasan anggota dapat mengurangi kepercayaan anggota akan kinerja dan produk yang diberikan oleh koperasi, sehingga diperlukannya cara bagaimana memberikan kepuasan yang maksimal kepada anggota agar anggota merasa nyaman untuk melakukan pembelian atau menggunakan jasa koperasi.

Kualitas pelayanan yang baik, adalah salah satu cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan utama dalam pemasaran koperasi, yaitu kepuasan anggota dan sebuah keharusan yang dipertahankan dalam suatu organisasi yang bergerak dibidang jasa termasuk koperasi. “Berdasarkan prinsip identitas dari koperasi, yaitu anggota koperasi adalah sebagai pemilik dan sekaligus pelanggan, maka pemberian pelayanan kepada anggotanya harus benar-benar memuaskan.”¹ Ketika koperasi memberikan pelayanan yang maksimal, maka akan memberikan kepuasan tersendiri bagi anggota koperasi, dimana rasa kepuasan ini akan mendorong terciptanya loyalitas anggota, menciptakan hubungan yang baik antara koperasi dengan anggota dan sebagai dasar untuk melakukan pembelian ulang.

¹ Ign Sukamdiyo, *Manajemen Koperasi*, (Jakarta : Erlangga, 2001) p.67

Koperasi konsumsi sebagai salah satu bidang usaha koperasi yang bergerak pada sektor kebutuhan sehari-hari merupakan salah satu bidang yang mampu memberikan keuntungan yang besar bagi koperasi, mengingat masyarakat Indonesia adalah masyarakat konsumtif, yang seringkali melakukan pembelian. Usaha *food and beverage* (makanan dan minuman) adalah salah satu usaha yang tersedia pada koperasi konsumsi, dimana usaha ini menyediakan makanan dan minuman untuk dinikmati anggota maupun pelanggan koperasi.

Salah satu koperasi yang didalamnya terdapat unit usaha konsumsi adalah Koperasi Karyawan Bank Syariah Mandiri (Kopkar BSM) yang telah berdiri sejak tahun 2002. Kopkar BSM memiliki berbagai unit usaha, salah satu unit usahanya adalah unit usaha *food and beverage* yang bernama Koffierasse. Koffierasse merupakan unit usaha Kopkar BSM yang didalamnya menyediakan menu makanan dan minuman, dimana minuman yang tersedia lebih didominasi pada minuman jenis coffe. Usaha ini memberikan kemudahan bagi pelanggan Kopkar BSM, khususnya anggota Kopkar BSM dalam memenuhi kebutuhan pangan mereka ketika berada di kantor atau untuk bersantai ketika jam istirahat.

Koffirasse merupakan unit usaha baru yang didirikan Kopkar BSM sejak pertengahan Februari 2013 dan diharapkan mampu menarik konsumen yang lebih banyak, khususnya para karyawan Bank Syariah Mandiri yang merupakan anggota koperasi ataupun karyawan lain yang berada di sekitar perkantoran Wisma Mandiri, sehingga dapat menaikkan keuntungan koperasi, akan tetapi kepuasan anggota pada Koffierasse terlihat cukup rendah yang disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan. Dengan adanya 28 menu

yang disediakan oleh Koffierasse, yang terdiri dari 18 menu minuman dan 10 menu makanan diharapkan dapat memenuhi keinginan anggota dan memberikan kepuasan bagi anggota. Akan tetapi tidak setiap hari jumlah makanan dan minuman di daftar menu tersebut tersedia, seringkali stok makanan dan minuman yang tertera di daftar menu tidak tersedia dan mengakibatkan anggota tidak dapat membeli menu yang diinginkannya, meskipun dalam menu kosong tersebut terdapat minat beli yang cukup banyak.

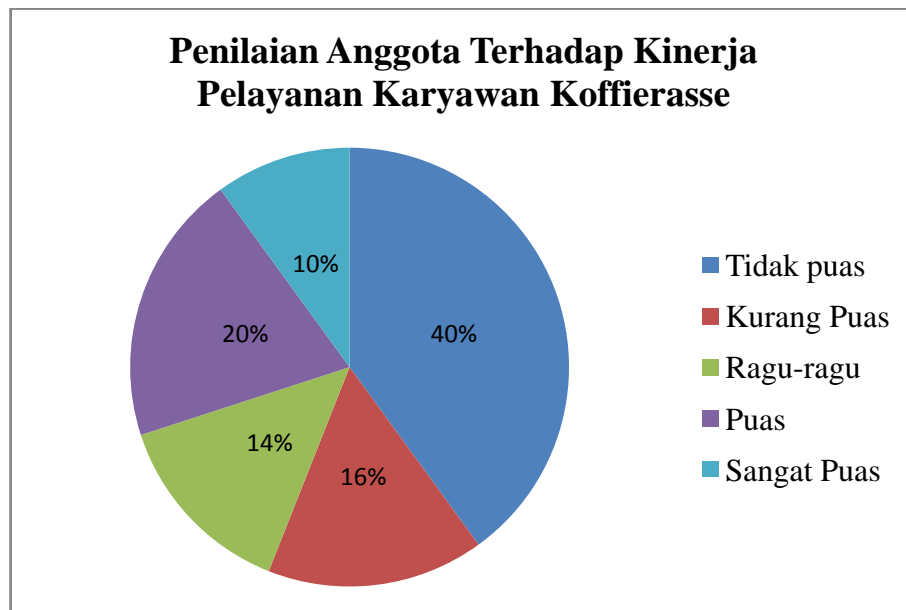
Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh Bapak Acep Sumantri selaku *supervisor* dari Koffierasse, dikatakan bahwa terdapat beberapa *complain* mengenai kualitas pelayanan yang diberikan, antara lain kurangnya rasa pada makanan, ketidaksesuaian rasa yang diinginkan dalam penyajian makanan atau minuman. Terdapat pula *complain* anggota mengenai waktu pelayanan yang lama dalam hal penyajian makanan, kelalaian karyawan dalam hal pengecekan untuk makanan yang sudah kadaluarsa dan seringkali karyawan lalai dalam membersihkan meja yang telah dipakai oleh pelanggan, sehingga apabila anggota masuk dan ingin duduk, ternyata di meja tersebut masih terdapat sisa-sisa gelas dan piring yang belum dibersihkan. Koffierasse juga tidak menyediakan area merokok, seperti *coffe shop* lain yang menyediakan area *smooking* khusus untuk pelanggannya yang ingin merokok, dan tempat tempat yang disediakan juga terbatas, karena seringkali pelanggan atau anggota ingin melakukan *meeting* dengan beberapa jumlah orang yang banyak, namun tempat yang disediakan tidak memadai. Data *complain* yang terdapat di Koffierasse dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1.1
Data *Complain* Kualitas Pelayanan di Koffierasse

No	<i>Complain</i>
1.	Kurangnya rasa pada makanan
2.	Ketidakesuaian rasa yang diinginkan dalam penyajian makanan atau minuman
3.	Lamanya waktu penyajian makanan dan minuman
4.	Kurangnya fasilitas untuk area <i>smooking</i> dan tempat <i>meeting</i>

Sumber: Data diolah peneliti, tahun 2014

Berdasarkan penilaian yang dilakukan oleh 50 anggota koperasi pada ulang tahun Koffierasse yang pertama untuk mengukur kinerja pelayanan karyawan koperasi, khususnya pelayanan karyawan Koffierasse, hasil yang diperoleh dinilai kurang memuaskan. Penilaian anggota terhadap kinerja karyawan Koffierasse dapat dilihat pada gambar sebagai berikut.



Gambar 1.1

Penilaian Anggota Terhadap Kinerja Pelayanan Karyawan Koffierasse

Sumber: Koperasi Karyawan Bank Syariah Mandiri (Kopkar BSM) tahun 2014

Hasil survey yang dilakukan oleh koperasi terhadap kinerja karyawan Koffierase berdasarkan penilaian anggota koperasi memperlihatkan bahwa 40% anggota menyatakan kinerja pelayanan dari karyawan Koffierase masih belum memuaskan, sehingga kualitas pelayanan yang diberikan dapat dikatakan rendah. Padahal kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat memberikan kepuasan yang tinggi bagi pelanggan, khususnya anggota koperasi.

Selain kualitas pelayanan yang baik, persepsi harga juga merupakan salah satu faktor yang dapat memperlihatkan bagaimana kepuasan dari anggota. Penetapan harga yang sesuai dengan keadaan masyarakat juga merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan anggota karena akan menimbulkan persepsi yang baik atau yang buruk dari anggota. Keadaan ekonomi yang dinamis

berdampak pada pendapatan yang diperoleh masyarakat, hal ini mengakibatkan masyarakat menilai harga secara hati-hati, mengingat banyaknya kebutuhan sehari-hari yang harus di penuhi sehingga membuat masyarakat menjadi sensitif terhadap harga. Dalam menentukan berapa keuntungan yang akan dicapai, koperasi harus menetapkan harga secara optimal dan terencana yang diimbangi dengan memperhatikan berbagai faktor yang akan menyebabkan naik atau turunnya permintaan konsumen karena adanya harga tersebut.

Karena koperasi merupakan pelaku yang kecil di pasar, maka koperasi tak dapat mempengaruhi harga, juga tak dapat membebankan harga yang lebih mahal dari para pesaingnya kepada anggota. Dengan harga yang lebih tinggi akan mengakibatkan kerugian bagi koperasi.²

Harga yang sesuai dengan produk yang diberikan oleh koperasi akan menentukan bagaimana sikap anggota terhadap koperasi dan memberikan persepsi yang baik dari anggota akan harga yang sudah ada. Harga yang lebih murah tentunya akan memberikan kepuasan yang tinggi untuk anggota, akan tetapi harga yang ditetapkan oleh koperasi ternyata sangat mahal. Koperasi sendiri memiliki tujuan untuk mensejahterakan anggota, akan tetapi dalam penetapan harga ini, terlihat keuntungan yang lebih diutamakan koperasi. Daftar harga Koffierasse dapat dilihat dalam tabel berikut:

² Jochen Ropke, *Ekonomi Koperasi: Teori dan Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000) p.94

Tabel I.2
Daftar Harga Koffierasse

Daftar Menu	Harga Koffierasse		
Minuman			
	Hot	Iced	Blended
Espresso	Rp 10.000		
Long Black	Rp 15.000	Rp 20.000	
Cappucinno	Rp 18.000	Rp 20.000	
Creme Brule Coffe	Rp 18.000		
Koffie Latte	Rp 18.000	Rp 20.000	Rp 22.000
Vanilla Latte	Rp 18.000	Rp 20.000	Rp 22.000
Caramel Latte	Rp 18.000	Rp 20.000	Rp 22.000
Hazelnut Latte	Rp 18.000	Rp 20.000	Rp 22.000
Koffie Mocha	Rp 18.000	Rp 20.000	Rp 22.000
White Chocolate Mocha	Rp 18.000	Rp 20.000	Rp 22.000
Papermint Mocha	Rp 18.000	Rp 20.000	Rp 22.000
Mineral Water		Rp 6.000	
Tea	Rp 10.000	Rp 12.000	
Lemon Tea	Rp 15.000	Rp 18.000	
Green Tea	Rp 18.000	Rp 22.000	Rp 24.000
Chocolate	Rp 18.000	Rp 20.000	Rp 22.000
Orange		Rp 15.000	
Cookies and Creme			Rp 22.000
Makanan			
Nasi Goreng		Rp 20.000	
Spagetti		Rp 20.000	
Pancake		Rp 18.000	
Macaroni		Rp 15.000	
Lasagna		Rp 15.000	
Zupa Soup		Rp 18.000	
Burger		Rp 18.000	
Chicken Wings		Rp 22.000	
Fried Fries		Rp 15.000	
Pastry		Rp 10.000	

Sumber: Koperasi Karyawan Bank Syariah Mandiri (Kopkar BSM)

Berdasarkan data tersebut, terlihat bahwa harga yang ditetapkan oleh Koffierasse sangat mahal untuk anggota, dimana harga ini belum termasuk pajak. Harga yang mahal akan menciptakan kepuasan yang rendah untuk anggota dan mengakibatkan anggota akan berpaling pada usaha lain.

Rendahnya kepuasan anggota juga dapat dikarenakan oleh beberapa faktor. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh *supervisor* Koffierasse terdapat beberapa faktor kurangnya kepuasan anggota, antara lain dalam hal produk. Produk yang ditawarkan Koffierasse tidak memiliki variasi dalam ukuran penyajiannya. Seperti yang dilakukan oleh McCafe, Sevel, Starbuck atau usaha lain yang mengutamakan menu coffe, yaitu dengan menawarkan ukuran *small*, *medium* dan *large*, sehingga dapat sesuai dengan selera anggota, sedangkan di Koffierasse penyajian minuman hanya dalam ukuran *medium*. Banyaknya pesaing yang ada disekitar Koffierasse membuat Koffierasse harus mengatur strategi bagaimana anggota melakukan pembelian ulang, terutama dalam menu kopi yang menjadi menu utama, dimana sudah banyak coffe shop yang memiliki kreativitas untuk memodifikasi dan memberikan inovasi dalam menu kopi mereka sehingga menjadi lebih menarik.

Hal lain yang dapat menjadi faktor rendahnya kepuasan anggota adalah lingkungan di Koffierasse. Apabila tempat yang disediakan nyaman, dan bersih akan menjadikan anggota nyaman dan betah untuk berlama-lama. Di Koffierasse sendiri, kebersihan dirasa masih kurang, karena terlihat banyak galon-galon kosong didekat meja dan mengakibatkan rasa kurang nyaman bagi anggota ataupun pelanggan yang datang ke Koffierasse.

Selain itu, promosi juga merupakan salah satu penyebab kurangnya kepuasan anggota, dimana di dalam Koffierasse ini terdapat promo untuk para anggota koperasi, yaitu dengan menyediakan sistem potong gaji (PG). Sistem ini merupakan sistem dimana anggota dapat membayar tagihan menu dengan

memotong dari gaji, sehingga anggota tidak perlu mengeluarkan uang *cash*. Sistem potong gaji ini hanya dapat dinikmati oleh anggota koperasi saja, akan tetapi masih banyak anggota koperasi yang belum mengetahui promo ini, sehingga mereka yang ingin melakukan potong gaji belum dapat menikmatinya. Selain itu data karyawan BSM yang menjadi anggota koperasi di Koffierasse juga kurang lengkap, sehingga anggota yang sudah mengetahui promo potong gaji ini dan ingin menggunakannya, tidak dapat menikmatinya.

Perlunya evaluasi atau pengukuran bagaimana kepuasan anggota dalam peningkatan usaha yang dijalankan diharapkan memberikan perubahan yang positif terhadap usaha koperasi. Kemampuan Koffirase dalam menciptakan pelayanan prima yang baik dan harga yang sesuai dengan manfaat produk yang diberikan akan memberikan kepuasan dikemudian harinya dan akan menjadi pilihan pertama ketika anggota ingin membeli makanan dan minuman, sehingga koperasi tidak harus selalu melakukan promosi pada karyawan.

Berdasarkan uraian di atas, masalah kepuasan anggota dipengaruhi oleh beberapa faktor. Berdasarkan beberapa faktor tersebut, peneliti tertarik untuk mengangkat masalah kualitas pelayanan dan persepsi harga karena berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Supervisor Koffierasse terdapat banyaknya komplain yang disampaikan anggota mengenai kualitas pelayanan Koffierasse dan penetapan harga yang ditawarkan terbilang sangat mahal.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan di atas, maka masalah kurangnya kepuasan anggota dipengaruhi oleh hal-hal sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh loyalitas anggota terhadap kepuasan anggota?
2. Apakah terdapat pengaruh manajemen koperasi terhadap kepuasan anggota?
3. Apakah terdapat pengaruh persaingan koperasi terhadap kepuasan anggota?
4. Apakah terdapat pengaruh variasi produk terhadap kepuasan anggota?
5. Apakah terdapat pengaruh lingkungan terhadap kepuasan anggota?
6. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota?
7. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan anggota?

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti hanya membatasi masalah pada pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan anggota pada unit usaha *food and beverage* di Koperasi Karyawan Bank Syariah Mandiri Jakarta Pusat. Anggota disini adalah anggota koperasi yang sudah pernah melakukan pembelian pada unit usaha *food and beverage*.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota?
2. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan anggota?

3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga secara bersama-sama terhadap kepuasan anggota?

E. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti berharap semoga hasil penelitian ini memiliki kegunaan di antaranya yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, peneliti berharap penelitian ini dapat berguna sebagai penambah khasanah pengetahuan bagi disiplin ilmu koperasi, khususnya di bidang kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan anggota.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

- a. Dapat memperoleh pengalaman langsung dalam meneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan anggota.
- b. Dapat mengetahui bagaimana kepuasan anggota yang disebabkan oleh kualitas pelayanan dan persepsi harga serta menjadi bahan evaluasi bagi koperasi pada unit usaha *food and beverage*.
- c. Dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan persepsi harga pada koperasi
- d. Bagi mahasiswa yang nantinya dapat menjadi pengusaha, diharapkan dapat menjadi bahan informasi yang memadai mengenai salah satu faktor penyebab adanya kepuasan anggota.