

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan di era globalisasi pada saat ini sangatlah sarat dengan persaingan yang berat diantara para pelaku ekonomi, hal inilah yang membuat manusia selalu dihadapkan pada banyak pilihan untuk mencari yang terbaik untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya yang semakin beragam dengan biaya yang tidak sedikit untuk mencapai kesejahteraan hidup. Persaingan tidak hanya dirasakan pada beberapa pihak atau negara saja tetapi dirasakan oleh semua negara baik negara maju ataupun berkembang. Dengan adanya perjanjian-perjanjian perdagangan yang dilakukan oleh Indonesia seperti ASEAN-China Free Trade Agreement (ACFTA) Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), dan sebagainya pada akhirnya menuntut para pelaku ekonomi yang ada di Indonesia untuk dapat meningkatkan daya saingnya agar usahanya tetap bertahan menunjukkan eksistensinya dalam era globalisasi seperti ini.

Dasar perekonomian Indonesia tertuang dalam pasal 33 ayat (1) UUD 1945 yang menyatakan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan. Dari penjelasan tersebut mengemukakan bahwa kemakmuran dan kesejahteraan masyarakatlah yang harus diutamakan bukan orang seorang. Dan berdasarkan penjelasan pasal tersebut maka dapat dikatakan bahwa badan usaha yang sesuai dengan bunyi pasal tersebut adalah badan usaha koperasi.

Dilihat dari sejarahnya, koperasi memang dilahirkan sebagai badan usaha dengan tujuan untuk memajukan kepentingan ekonomi dari para anggotanya. Latar belakang lahirnya koperasi telah memberikan ciri-ciri khusus dan berbeda dengan bentuk badan usaha lainnya. Koperasi melandaskan diri pada nilai-nilai menolong diri sendiri, bertanggung jawab pada diri sendiri, demokrasi, persamaan, keadilan dan solidaritas.

Koperasi di Indonesia bertujuan untuk memajukan kesejahteraan anggotanya pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat adil dan makmur. Untuk mewujudkan tujuan koperasi tersebut, kualitas pelayanan dan kepercayaan anggota memegang peranan yang sangat penting. Kualitas pelayanan yang baik dapat menarik simpati pelanggan dan juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah para anggotanya. Kepuasan ini menjadi dasar terwujudnya pelanggan yang loyal atau setia. Dengan adanya kualitas pelayanan yang optimal dan kepercayaan para anggota maka diharapkan dapat meningkatkan loyalitas anggota koperasi. Kemampuan yang dimiliki oleh koperasi bukan hanya dalam permodalan atau peningkatan SHU saja tetapi juga dibutuhkan loyalitas dari para anggotanya sehingga hal ini dapat menopang sekaligus sebagai langkah pasti untuk dapat meningkatkan usaha dari koperasi.

Asisten Deputi Urusan Asuransi dan Jasa Keuangan Kementerian Koperasi dan UKM Toto Sugiyono mengatakan, “penyebab koperasi sulit berkembang salah satu yang menjadi penghalang koperasi menjadi bisnis skala

besar secara internal adalah pada kualitas sumber daya manusia, pelaksanaan prinsip koperasi, sistem administrasi dan bisnis yang masih rendah, ketidakpercayaan anggota pada koperasi dan sayangnya, kendala koperasi di Indonesia bukan hanya dari internal tapi juga dari faktor eksternalnya”.¹

Loyalitas memiliki peranan penting dalam sebuah usaha, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup usaha. Sementara menurut Kotler dan Keller, berpendapat bahwa pelanggan yang puas dan loyal merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Mendapatkan pelanggan yang baru bisa menghabiskan biaya lima kali lebih besar daripada biaya yang tercakup dalam memuaskan dan mempertahankan pelanggan yang ada.² Kepercayaan pelanggan terhadap penyedia jasa akan meningkatkan nilai hubungan yang terjalin dengan penyedia jasa. Selain itu, tingginya kepercayaan akan dapat berpengaruh terhadap menurunnya kemungkinan untuk melakukan perpindahan terhadap penyedia jasa lain. Jika perusahaan dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan pelanggan merasa mendapatkan kepuasan maka akan tercipta loyalitas pelanggan, dan sebaliknya.

Berbicara soal loyalitas, hal tersebut harus ditanamkan pada anggota sejak dini melalui penjelasan dan sosialisasi tentang perkoperasian oleh pengurus koperasi yang bersangkutan serta ditambah dengan nara sumber lain untuk memberikan arahan yang dapat menimbulkan kesadaran kepada anggota akan pentingnya peran aktif anggota kepada koperasi yang lama-kelamaan anggota

¹<http://www.depkop.go.id>, diakses tanggal 4 April 2014.

²Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Indeks, 2009)

akan merasa memiliki koperasi sehingga loyalitas anggota kepada koperasi pun akan tercipta.

Loyalitas anggota yang rendah ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Permasalahan utama dan menjadi penyebab menurunnya jumlah anggota koperasi primkopti Jakarta utara adalah rendahnya loyalitas anggota koperasi. Berdasarkan penuturan salah satu pengurus koperasi primkopti Jakarta utara Bapak Soewarno, mengemukakan bahwa, “loyalitas anggota primkopti Jakarta Utara pada tahun 2011-2013 memang rendah apabila dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya”. Dapat dilihat pada tabel 1.1 jumlah anggota menurun sebanyak 240 orang.

Anggota yang terdaftar tidak semuanya aktif. Dikatakan pasif karena tidak teratur membayar simpanan dan seringnya tidak hadir dalam undangan rapat anggota. Upaya untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan hendaknya menjadi prioritas yang lebih besar bagi koperasi. Untuk menjadikan anggota loyal kepada koperasi salah satu diantaranya koperasi harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada para anggota. Apalagi persaingan dunia usaha saat ini sangat banyak membuat koperasi harus lebih pintar dalam segi kualitas pelayanan dan juga harus memberikan banyak manfaat kepada anggota agar senantiasa koperasi tidak kehilangan para anggotanya untuk tetap loyal kepada koperasi. Berdasarkan penuturan pengurus koperasi Bapak Soewarno bahwa, ”Penurunan jumlah anggota pada koperasi ini karena mereka tidak cinta dan setia kepada koperasi apalagi persaingan badan usaha saat ini sangat ketat dan banyak yang

menawarkan pinjaman dengan bunga yang sangat rendah. Banyaknya anggota yang keluar karena rasa kebersamaan memiliki koperasi sudah tidak ada.”

Faktor yang pertama adalah rendahnya kualitas pelayanan. Semakin banyak industri minimarket franchise seperti Alfamart, Indomaret, Alfamidi, Galiano meresahkan perkembangan toserba primkopti Jakarta utara. Persaingan harga, pelayanan, adanya potongan harga untuk member dan tempat yang lebih nyaman membuat anggota koperasi tidak loyal kepada koperasinya sendiri. Di sekitar toserba kopti saja ada 3 minimarket dengan jarak yang berdekatan sehingga persaingan sangat ketat. Kusnadi dan Hendar menyatakan bahwa, “dua faktor utama yang mengharuskan koperasi meningkatkan pelayanan kepada anggotanya. Pertama adalah tekanan persaingan dari organisasi lain (terutama organisasi non koperasi), dan kedua adalah perubahan kebutuhan manusia sebagai akibat perubahan waktu dan peradaban.”³ Sedangkan menurut Fandy Tjiptono, bahwa:

“Faktor penyebab buruknya kualitas pelayanan diantaranya:

1. Tidak terampil dalam melayani pelanggan,
2. Tutar kata karyawan kurang sopan atau bahkan menyebalkan,
3. Karyawan selalu cemberut,
4. Cara berpakaian karyawan kurang rapi, motivasi kerja karyawan rendah,
5. Penyedia layanan tidak bisa selalu menyajikan informasi terbaru kepada para pelanggan,
6. Penyedia layanan tidak memperhatikan atau tidak segera menindaklanjuti keluhan dan/atau saran pelanggan.”⁴

Bila koperasi mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan anggota yang lebih besar daripada pesaingnya, maka tingkat loyalitas anggota

³Kusnadi dan Hendar. *Ekonomi Koperasi: Untuk Perguruan Tinggi* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2005), p.65

⁴Fandy Tjiptono. *Service Managemet Edisi 2* (Yogyakarta: ANDI, 2012)

kepada koperasinya akan meningkat. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, koperasi memerlukan informasi-informasi yang datang terutama dari para anggotanya. Toserba primkopti ini merupakan salah satu usaha koperasi yang memang didirikan untuk memenuhi kebutuhan para anggotanya dan juga masyarakat disekitarnya. Toserba ini sama dengan minimarket seperti Alfamart dimana terdapat pramuniaga yang bertugas melayani konsumen baik anggota maupun non anggota. Kurang lengkapnya barang yang ada di toserba, serta kurang optimalnya pelayanan yang diberikan oleh pramuniaga membuat anggota maupun masyarakat enggan untuk membeli di toserba. Hal inilah yang membuat koperasi sulit berkembang dan bersaing.

Faktor yang kedua, yaitu kepercayaan anggota terhadap koperasi. Permasalahan kepercayaan anggota dan masyarakat kepada koperasi juga terjadi akibat adanya beberapa kasus yang marak terjadi dengan mengatasnamakan koperasi. Hancurnya kepercayaan masyarakat kepada koperasi menjadikan koperasi semakin terpuruk. Rendahnya kepercayaan masyarakat dan juga para anggota kepada koperasi akan mempengaruhi loyalitas anggota kepada koperasi sehingga berpengaruh pula kepada kelanjutan usaha koperasi kedepannya. Dengan adanya kasus-kasus penipuan koperasi membuat masyarakatpun harus berhati-hati karena maraknya kasus penipuan berkedok koperasi. Seperti yang dikatakan oleh Menteri Koperasi dan UKM, Syarif Hasan mengatakan, "masyarakat diminta untuk hati-hati terhadap berbagai bentuk

tawaran investasi berkedok koperasi karena maraknya dugaan penipuan berkedok tawaran investasi mengatasnamakan koperasi”.⁵

Faktor yang ketiga, yaitu citra koperasi yang kurang baik. Kita sudah banyak mendengar dan sering membaca berita-berita, bahwa kehancuran koperasi Indonesia disebabkan tidak lain karena pengurusan dan pengelolaan koperasi Indonesia tidak becus. Ninik Widiyanti menyatakan bahwa, “pengurus koperasi yang tidak jujur, yang bekerja tidak dijiwai oleh cita-cita koperasi yang luhur, hanya merusak kepercayaan masyarakat serta menghancurkan citra koperasi dimata masyarakat yang mendambakan kesejahteraan dan kemakmuran bersama melalui usaha koperasi”.⁶ Banyak masyarakat yang kurang tertarik untuk menjadi anggota koperasi karena koperasi sering mengalami kegagalan dan hancur berantakan karena dikemudikan dan di kelola oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.

Faktor yang keempat adalah kepuasan anggota. Masalah yang dapat menghambat kepuasan anggota yaitu karena kurangnya dorongan pengurus terhadap anggota untuk memajukan koperasi. Produk yang ditawarkan koperasi dan rendahnya kualitas layanan yang diberikan pengurus dan karyawan toko kepada anggota sehingga loyalitas anggota pada koperasi menurun.

Faktor yang kelima adalah rendahnya pengetahuan anggota tentang koperasi. Berdasarkan pemaparan Bapak Soewarno kepada peneliti bahwa, ”pada umumnya calon anggota yang ingin menjadi anggota koperasi kurang memiliki pengetahuan tentang koperasi dan kebanyakan motif calon anggota yang masuk

⁵<http://www.tribunnews.com> di akses tanggal 04 April 2014

⁶Ninik Widiyanti, *Manajemen Koperasi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), p. 203

ke dalam koperasi memang untuk memenuhi kebutuhan keuangan anggota saja". Pengetahuan tentang koperasi bisa didapatkan dari pendidikan yang diberikan oleh pengurus koperasi kepada para anggotanya dengan tujuan supaya para anggotanya lebih mengetahui secara mendalam tentang koperasi sehingga dapat menginspirasi para anggotanya untuk berperan aktif dan mengawasi jalannya koperasi. Untuk meningkatkan sumber daya manusia khususnya dilingkungan keluarga besar Primkopti Jakarta Utara, Pemerintah selaku Pembina melalui instansi terkait yaitu Kantor wilayah Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan Kotamadya Jakarta Utara dan Dekopinda Jakarta Utara selalu mengadakan pembinaan/diklat, serta memberikan penyuluhan kepada para anggota Primkopti Jakarta Utara. Secara umum materi penyuluhan yang disampaikan yaitu, pengertian koperasi, perbedaan badan usaha koperasi dengan badan usaha lainnya, syarat menjadi anggota koperasi yang baik, kewajiban dan hak anggota, pengertian pengurus dan pengawas, wewenang/tugas pengurus dan pengawa, jenis/proses rapat anggota.

Primkopti berdiri pada tanggal 20 Mei 1979 dan mendapat pengesahan sebagai Badan Hukum No.1306/BH/I/1979 tanggal 6 September 1979. Koperasi Primkopti Jakarta Utara memiliki lebih dari satu jenis usaha yang dijalankan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan para anggotanya. Salah satunya adalah pengadaan penyaluran kedelai dimana PRIMKOPTI bekerja sama dengan Bulog. Jumlah realisasinya telah ditentukan berdasarkan permintaan anggota. Untuk tahun 2005 telah direalisasikan kepada anggota sebanyak 12.215.500 Kg dengan harga 2.800/Kg. Primkopti Jakarta Utara memiliki beberapa kegiatan usaha, yaitu:

- 1) Pengadaan dan penyaluran kedelei.
- 2) Usaha simpan pinjam.
- 3) Usaha toserba.
- 4) Usaha perdagangan umum.
- 5) Menyelenggarakan usaha jasa seperti jasa fotokopi dan cetakan, biro jasa pengurusan surat-surat, jasa penyewaan alat-alat (perlengkapan pesta), dll.

Tabel I.1
Data Perkembangan Jumlah Anggota dan Shu di Primkopti Jakarta Utara
Dari Tahun 2008 Sampai 2013

Unit Kerja	Tahun					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Penjaringan	114	114	114	106	106	80
Sunter Timur	137	137	137	122	122	90
Sunter Barat	135	135	135	116	116	89
Kelapa Gading	172	172	172	157	157	94
Sungai Bambu	75	75	75	56	56	49
Semper	207	207	207	184	183	98
Jumlah	840	840	840	741	740	500
Pertumbuhan (%)				(13,36%)	(0.13%)	(48%)

Tahun	Simpanan Wajib	Simpanan Pokok	SHU	Pertumbuhan (%)
2008	Rp 306.868.000	Rp 20.040.000	Rp 120.000.141	
2009	Rp 306.401.500	Rp 20.025.000	Rp 104.567.253	(14,75%)
2010	Rp 305.930.500	Rp 19.990.000	Rp 78.682.586	(32,89%)
2011	Rp 305.930.500	Rp 19.990.000	Rp 70.483.354	(11,63%)
2012	Rp 305.930.500	Rp 19.990.000	Rp 73.375.686	(3,94%)

Sumber: Primkopti Jakarta Utara (diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa jumlah anggota pada dua tahun terakhir mengalami penurunan dari 840 anggota menjadi 500 anggota. Dari hasil wawancara saya dengan salah satu pengurus koperasi Bapak Sahid diketahui ternyata penurunan jumlah anggota tersebut karena banyaknya anggota yang keluar karena tidak mengindahkan kewajibannya sebagai anggota, meninggal,

tidak melunasi pinjaman, lamanya anggota menunggu pencairan dana (*waiting list*), kualitas pelayanan yang diberikan oleh koperasi masih kurang optimal, kepercayaan anggota menurun karena lambannya koperasi dalam menangani masalah yang di alami oleh anggota, dan adanya keinginan untuk mencari tempat lain yang dirasa oleh pelanggan memiliki keunggulan dibandingkan dengan koperasi terdahulu. Pada tahun 2008-2011 SHU mengalami penurunan sebesar dari Rp120.000.141 menjadi Rp78.682.586. Fakta tersebut karena anggota koperasi kurang loyal kepada koperasi sehingga terjadi penurunan jumlah SHU dan anggota yang ada tidak memenuhi kewajibannya. Masalah ini membuat koperasi merugi karena para anggota yang mempunyai pinjaman tidak memenuhi kewajibannya untuk membayar selain itu di cabutnya subsidi kedelai dari bulog kepada koperasi.

Berdasarkan fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada Koperasi Primkopti Jakarta Utara untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan anggota terhadap loyalitas anggota kepada koperasi.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, peneliti dapat mengidentifikasi berbagai permasalahan yang menyebabkan rendahnya hasil belajar pada mata pelajaran ekonomi siswa, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota koperasi?

2. Bagaimana pengaruh kepercayaan anggota terhadap loyalitas anggota koperasi?
3. Apakah terdapat pengaruh citra koperasi terhadap loyalitas anggota koperasi?
4. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan koperasi terhadap loyalitas anggota koperasi?
5. Apakah terdapat pengaruh kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota?
6. Apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama antara kualitas pelayanan dan kepercayaan anggota terhadap loyalitas anggota koperasi?

C. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini tidak semua masalah di atas akan dibahas karena keterbatasan waktu, dana, dan kemampuan peneliti pada saat ini. Masalah yang akan diteliti hanya dibatasi pada pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan anggotaterhadap loyalitas anggota koperasi.

D. Perumusan Masalah

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

“Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota pada koperasi?”

“Apakah terdapat pengaruh kepercayaan anggota terhadap loyalitas anggota pada koperasi?”

“Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan anggota pada koperasi Primkopti Jakarta Utara?”

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi semua pihak pembaca. Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang perkoperasian serta dapat dijadikan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya mengenai kualitas pelayanan dan kepercayaan anggota terhadap loyalitas anggota koperasi.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Program Studi Pendidikan Ekonomi Koperasi pada khususnya, dan seluruh civitas akademika Universitas Negeri Jakarta pada umumnya, sebaagi bahan masukan, tambahan wawasan serta bahan kajian tentang kualitas pelayanan dan kepercayaan anggota yang berpengaruh terhadap loyalitas anggota koperasi
- b. Bagi Primkopti Jakarta Utara, sebagai bahan masukan bagi pihak pengurus agar memperhatikan kualitas pelayanan yang prima bagi anggota serta memperhatikan kepercayaan yang diberikan kepada anggota.