

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan bergulirnya globalisasi didalam perdagangan dunia, tentu persaingan didunia usaha dan tantangan pembangunan nasional semakin sulit. Salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah adalah dengan program dalam pemberdayaan ekonomi kerakyatan, yaitu salah satunya melalui pendekatan Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Dengan melalui program pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) diharapkan dapat mendukung upaya pemerintah tersebut dalam rangka menjawab tantangan pembangunan nasional melalui program-program yang langsung dapat menyentuh masyarakat.

Pemerintah secara tegas menetapkan bahwa dalam rangka pembangunan nasional dewasa ini, koperasi harus menjadi tulang punggung dan wadah bagi perekonomian rakyat, hal tersebut tertuang dalam Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 33 yang menyatakan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan dimana kemakmuran masyarakatlah yang menjadi tujuan utama. Berdasarkan penjelasan Undang–Undang Dasar 1945 pasal 33 tersebut diungkapkan bahwa bangun usaha yang sesuai adalah koperasi.

Pendirian suatu koperasi bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya karena koperasi didirikan dengan anggota yang memiliki kepentingan yang sama. Demikian juga dengan pembentukan Koperasi UNTAR merupakan koperasi yang dibentuk oleh Universitas Tarumanagara yang berfungsi untuk melayani kebutuhan sehari-hari khususnya karyawan UNTAR. Koperasi UNTAR terletak di jalan S.Parman No.1.Gd.M Lantai 5 Jakarta Barat 1140. Koperasi UNTAR memiliki jumlah 80 anggota dan bergerak di bidang penyediaan barang-barang dan simpan pinjam.

Koperasi UNTAR dalam menjalankan kegiatan usahanya lebih menitik beratkan pada kebutuhan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Koperasi karyawan UNTAR secara umum telah menjalankan 3 Usaha yang dikelola dalam unit-unit usaha, yaitu terdiri dari:

1. Unit Usaha simpan pinjam masih menjadi andalan bisnis bagi koperasi karyawan UNTAR. Unit usaha ini telah melakukan penjualan lebih besar dari tahun-tahun sebelumnya dengan alokasi pinjaman yang sama. Program simpan pinjam, secara langsung telah memberikan alternative dan jalan keluar untuk pemenuhan kebutuhan anggota. Urutan alokasi pinjaman yang paling banyak diminati anggota adalah: Pinjaman Umum dengan bunga 11% pertahun, Pinjaman Pendidikan dengan bunga 10,5% pertahun, dan Pinjaman Darurat / Rumah Sakit dengan bunga 10% pertahun.

2. Unit usaha Toko/Waserda

Kegiatan usaha ini dimaksudkan untuk membantu memenuhi kebutuhan anggota seperti makanan ringan, kebutuhan pokok rumah tangga, obat-obatan, voucher isi ulang, dan lain-lain.

3. Unit usaha Fotocopy

Jasa yang dijual oleh unit ini terdiri dari: penjilidan, fotocopy transparan daur ulang perbesar dan perkecil, fotocopy dengan ukuran kertas A3, A4, B4, dan folio/kuarto.

Tujuan dari beberapa unit usaha tersebut tidak lain adalah untuk mensejahterakan anggota karena anggota mempunyai kekuasaan tertinggi pada koperasi. Untuk itu kegiatan usaha koperasi ditunjukkan pada kepentingan anggotanya. Loyalitas pada koperasi merupakan hal yang penting ditumbuhkan dan dipertahankan karena hal ini merupakan unsur yang penting untuk maju mundurnya koperasi.

Maju mundurnya koperasi ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia. Koperasi yang dikelola oleh sumber daya manusia yang kompetensi memadai, maka akan melesat maju dan memberikan manfaat bagi para anggotanya. Faktor penyebab koperasi tidak maju salah satunya adalah menurunnya rasa kepercayaan masyarakat kepada koperasi serta kurangnya sosialisasi koperasi kepada masyarakat.

Dalam penelitian ini penulis hanya memfokuskan penelitian pada unit usaha toko, karena aktifitas atau frekuensi pelayanan dilakukan setiap hari serta keberadaan toko saat ini belum sepenuhnya maksimal dan belum

memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan, akan tetapi dari sisi lain usaha toko sangat membantu anggota dalam pemenuhan kebutuhan pokok/sembako. Lain halnya dengan unit usaha simpan pinjam dimana unit tersebut memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan.

Koperasi dapat berkembang baik dan maju bila seluruh anggota mempunyai loyalitas anggota terhadap koperasi yang diwujudkan dalam berbagai kegiatan. Loyalitas anggota harus ditanamkan pada anggota sejak dini, melalui penjelasan dan sosialisasi tentang perkoperasian oleh pengurus koperasi yang bersangkutan yang bertujuan untuk memberikan arahan yang dapat menimbulkan kesadaran kepada anggota akan pentingnya peran aktif anggota kepada koperasi lama-kelamaan anggota akan merasa memiliki koperasi sehingga loyalitas anggota kepada koperasi akan tercipta.

Salah satu penunjang tercapainya loyalitas anggota adalah unit usaha yang dijalankan koperasi. Sebab jika unit usaha yang dijalankan koperasi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anggota, secara otomatis anggota ikut berpartisipasi pada koperasi yang pada akhirnya mereka akan loyal pada koperasi. Karena unit usaha yang dijalankan koperasi tersebut sangatlah membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Keanggotaan yang bersifat sukarela atau tidak secara otomatis karyawan dapat menjadi anggota, disinilah kelayakan anggota terhadap koperasi dapat dilihat.

Kualitas pelayanan merupakan sebagai tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut, untuk memenuhi kebutuhan konsumen kualitas layanan dibentuk oleh 5 (lima) dimensi antara lain *tangible, realibility, responsiveness, assurance, dan empathy*. Sedangkan loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan didalam melakukan pembelian produk secara teratur terhadap produk atau pelayanan yang diberikan.

Demi mewujudkan loyalitas pada anggota, maka koperasi harus bisa menangani masalah-masalah yang terdapat didalamnya, seperti terjadinya keluhan dari anggota akan kualitas pelayanan yang diberikan. Dengan adanya keluhan tersebut maka kepuasan anggota yang didapat tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. \

Rendahnya loyalitas anggota ditunjukkan oleh jumlah anggota tahun 2012 pada koperasi sangat sedikit, jumlah anggota secara keseluruhan dikoperasi 80 anggota. Berikut data tentang jumlah anggota koperasi UNTAR periode 2008- 2012 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Jumlah Anggota Di Koperasi UNTAR
Periode Tahun 2008 – 2012

Tahun	2008	2009	2010	2011	2012
Jumlah	150	146	132	121	80

Sumber : Koperasi UNTAR, Tahun 2012

Berdasarkan tabel 1.1, dapat dilihat dari data jumlah anggota tahun 2008-2012 dikoperasi mengalami kecenderungan penurunan jumlah anggota tiap tahunnya, selama 5 (lima) tahun terakhir. Hal ini dapat dilihat dari data

keaktifan anggota, dimana kecenderungan penurunan meningkat pada tahun 2011 dengan jumlah anggota sebesar 121 anggota mengalami penurunan pada tahun 2012 sebesar 80 anggota disebabkan karena kurangnya keikutsertaan anggota dalam mengembangkan usahanya dikoperasi, sehingga mengakibatkan loyalitas anggota dikoperasi tersebut rendah.

Rendahnya loyalitas anggota koperasi bukan hanya terlihat dari jumlah keaktifan anggota didalam mengembangkan usaha koperasi, tetapi partisipasi anggota didalam mengembangkan usaha koperasi termasuk didalamnya. Banyak anggota yang kurang berpartisipasi dalam kehidupan berkoperasi, padahal partisipasi anggota dalam koperasi sangat penting peranannya untuk memajukan dan mengembangkan koperasi. Dengan keikutsertaan anggota dalam berpartisipasi dengan baik dapat menumbuhkan loyalitas anggota pada koperasi.

Rendahnya partisipasi anggota dapat disebabkan pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan kebutuhan anggota, sehingga partisipasi yang terjalin antara anggota, manajemen koperasi dan program tidak satu arah. Partisipasi anggota merupakan unsur utama dalam memacu kegiatan dan untuk mempertahankan ikatan pemersatu didalam koperasi. Partisipasi anggota dalam koperasi ditunjukkan pula untuk menempatkan para anggota menjadi subyek dari pengembangan koperasi, anggota harus terlibat dalam setiap langkah proses pengembangan koperasi dari tingkat penetapan tujuan, sasaran atau penyusunan strategi, serta pelaksanaan untuk merealisasikan dan pengendalian sosial sesuai kepentingan anggota.

Menurunnya jumlah anggota juga diimbangi dengan menurunnya jumlah pendapatan usaha toko yang ada pada koperasi tersebut. Koperasi UNTAR pada tahun 2012 mengalami kecenderungan penurunan pada jumlah pendapatan usaha toko dibanding tahun-tahun sebelumnya. Hal tersebut didukung dengan adanya data pendapatan usaha toko di Koperasi Universitas Tarumanagara periode 2008 – 2012 sebagai berikut :

Tabel 1.2
Data Pendapatan Usaha Toko Di Koperasi Keluarga Besar UNTAR
Periode 2008 – 2012

Tahun	Pendapatan Usaha Toko
2008	Rp. 149.555.343.00,-
2009	Rp. 152.807.422.00,-
2010	Rp. 165.225.661.00,-
2011	Rp. 104.334.446.00,-
2012	Rp. 97.433.093.00,-

Sumber: Koperasi Karyawan Keluarga Besar UNTAR, Tahun 2012

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat jumlah pendapatan usaha toko selama 5 (lima) tahun terakhir periode 2008 – 2009 mengalami penurunan jumlah pendapatan usaha toko. Kecenderungan penurunan terjadi pada tahun 2012 sebesar Rp. 97.433.093.00,- dimana sebelumnya mengalami kenaikan pendapatan usaha yang cukup baik tahun 2010 sebesar 165.225.661.00,- diikuti penurunan 2012 pendapatan usaha toko selama 2 tahun terakhir pada tahun 2011 sebesar Rp. 104.334.446.00,- menjadi 97.433.093.00 dimana terjadi selisih pada tahun 2011 sebesar Rp. 6.901.353.00,- terjadi penurunan. Penurunann dari pendapatan usaha toko tersebut, disebabkan karena berkurangnya aktivitas pembelian konsumen pada Koperasi Universitas Tarumanagara. Berkurangnya aktivitas

pembelian konsumen, maka loyalitas anggota koperasi tersebut rendah. Hal ini disebabkan oleh kualitas layanan yang lemah dan kepuasan anggota yang rendah sehingga loyalitas anggota koperasi tersebut rendah. Koperasi juga harus memberika layanan yang memadai dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan agar anggota lebih memilih koperasi dari badan usaha lainnya.

Aktivitas pembelian anggota didalam penjualan berkurang, akan mempengaruhi target realisasi dan persentase pencapaian usaha dagang di Koperasi Universitas Tarumanagara, khususnya pada usaha toko Koperasi Universitas Tarumanagara hal tersebut dapat dilihat dari Target usaha toko Koperasi Universitas Tarumanagara Tahun 2012 sebesar Rp.124.153.004.00,-. Realisasi pada akhir Tahun 2012 adalah Rp.97.433.093.00,- Dengan persentasi pencapaian usaha tokonya adalah 78,5%. Data ini memberikan informasi bahwa target dan realisasi dari toko tersebut belum tercapai.

Rendah loyalitas anggota bukan hanya disebabkan oleh sedikitnya anggota yang aktif dan menurunnya pendapatan usaha toko saja, tetapi juga disebabkan oleh rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan dalam koperasi didalamnya, yang menyebabkan munculnya keluhan-keluhan pada anggota koperasi. Koperasi UNTAR mengalami berbagai macam keluhan dalam hal kualitas pelayanan. Berikut data tentang keluhan anggota atas kualitas pelayanan usaha toko yang diberikan di koperasi UNTAR periode Januari – Desember 2012 sebagai berikut :

Tabel 1.3
Jumlah Keluhan Di Koperasi Keluarga Besar UNTAR
Periode Januari – Desember 2012

Tahun	2008	2009	2010	2011	2012
Jumlah Keluhan	57	35	27	16	28

Sumber: Koperasi Keluarga Besar UNTAR, Tahun 2012

Berdasarkan tabel 1.3, dapat dilihat bahwa terjadi kenaikan komplain pada tahun terakhir yaitu pada tahun 2012 mengalami kecenderungan peningkatan anggota sebanyak 28 anggota dimana tahun 2011 mengalami penurunan komplain atas anggota. Dengan adanya komplain selama satu tahun terakhir dari bulan Januari – Desember 2012, hal tersebut disebabkan oleh kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan pengurus koperasi kepada anggota sehingga berdampak pada kepuasan anggota.

Kualitas pelayanan yang diberikan koperasi memang kurang baik, sehingga komplain tersebut cenderung meningkat pada Koperasi Universitas Tarumanagara. Dengan fenomena semakin meningkatnya komplain anggota pada kualitas pelayanan akan berdampak pada aktivitas pembelian konsumen yang mengalami penurunan di Koperasi Universitas Tarumanagara.

Hal tersebut perlu dilakukan penelitian guna mengetahui sebab munculnya permasalahan-permasalahan yang terjadi karena menurunnya kepuasan anggota sebagai akibat dari kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada anggota sehingga banyak anggota memilih berbelanja

ketempat lain yang lebih baik dalam kualitas pelayanannya, hal ini juga mempunyai makna loyalitas anggota mulai berkurang.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa laba atau profit dari suatu koperasi saat ini bukan lagi merupakan salah satu misi dasar dalam mewujudkan loyalitas anggota, akan tetapi hal tersebut sudah bergeser kepada penciptaan dan penambahan nilai bagi anggota, layanan prima kepada anggota menjadi suatu komponen utama dan nyata pada saat ini.

Memfokuskan dan mendengarkan suara anggota penting, berarti menjamin bahwa kualitas dibangun dalam produk-produk atau versi baru produk baru yang sudah ada dalam tahap desain awal, secara spesifik pentingnya peningkatan kualitas pelayanan adalah menciptakan loyalitas anggota sebagai fokus utamanya. Dengan demikian persoalan kualitas dan loyalitas anggota kini menjadi hal yang sangat penting bagi koperasi.

Sikap puas atau tidak puas atas pelayanan yang diberikan dapat menimbulkan loyalitas, lebih lanjut bila kepuasan yang dirasakan oleh anggota dapat terwujud maka hal ini akan memberikan umpan balik yang positif untuk tetap loyal. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan diharapkan dapat menumbuh kembangkan loyalitas anggota sebagai mana terjadi pada koperasi, layanan yang memuaskan bisa menjamin stimulasi bagi para anggota untuk bersikap loyal.

Bagi koperasi, proses dan mekanisme untuk mencapai loyalitas anggota dan mewujudkan kepuasan anggota atas kualitas pelayanan yang diberikan. Konsep loyalitas merupakan konsep dasar dalam memahami

hubungan loyalitas terhadap anggota. Karena pada hakekatnya loyalitas berkaitan dengan faktor internal dalam setiap diri koperasi. Bagi koperasi memandang arti penting loyalitas anggota adalah merupakan perwujudan moral yang positif dari anggota terhadap koperasi.

Berdasarkan hal tersebut diatas maka penulis mencoba untuk mengetahui sejauh mana hubungan kualitas pelayanan unit usaha toko yang diberikan oleh Koperasi UNTAR terhadap anggotanya sehingga memungkinkan mereka tetap loyal terhadap Koperasi UNTAR.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka permasalahan dalam penelitian ini diidentifikasi sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas anggota?
2. Apakah terdapat hubungan antara pengetahuan perkoperasian dengan loyalitas anggota?
3. Apakah terdapat hubungan antara keaktifan anggota dengan loyalitas anggota?
4. Apakah terdapat hubungan antara unit usaha koperasi dengan loyalitas anggota?
5. Apakah terdapat hubungan antara kualitas disain produk terhadap kualitas pelayanan?

C. Pembatasan Masalah

Dari berbagai permasalahan yang telah diidentifikasi di atas, maka penelitian akan dibatasi hanya pada masalah hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas anggota pada unit usaha toko Koperasi Universitas Tarumanagara.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah dikemukakan, maka dirumuskan penelitian ini yaitu "Apakah terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas anggota pada unit usaha toko Koperasi Universitas Tarumanagara?"

E. Kegunaan Penelitian

Secara umum hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi semua pihak baik secara teoritis maupun praktis:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat berguna untuk menambah referensi dan khasanah ilmu mengenai kualitas pelayanan koperasi dengan loyalitas anggota.

2. Secara Praktisi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan, masukan, serta referensi menambah ilmu pengetahuan, khususnya tentang kualitas pelayanan dan loyalitas anggota dengan tujuan memperbaiki kualitas pelayanan yang baik serta menjadikan anggota menjadi loyal.

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Deskripsi Teoretis

1. Loyalitas Anggota

1.1 . Hakekat Loyalitas

Menurut Herman Kartajaya, Loyal adalah orang yang akan tetap membeli kendati harga lebih mahal, bisa mengajak orang lain untuk brand tersebut, tidak bisa melihat brand lain, bahkan mau dimanfaatkan jika suatu saat brand erosi.¹ Sedangkan menurut Jirrl Griffin, karakteristik pelanggan yang loyal adalah:

- 1) Melakukan pembelian berulang secara teratur
- 2) Membeli antar lini produk dan jasa
- 3) Merefereasikan kepada orang lain.
- 4) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing-pesaing.²

Semua karakteristik diatas dapat terwujud, jika pelanggan yang menggunakan produk pelayanan tertentu merasa terpuaskan atau pelayanan tersebut. Pelanggan yang puas terhadap pelayanan yang baik akan senang melakukan pembelian atau menggunakan pelayanan secara berulang-ulang, lebih lanjut lagi mereka akan mudah merekomendasikan kepada orang lain mengenai keunggulan suatu produk atau pelayanan.

¹ Sheth,J., and Mitthal, B, *Consumer Behaviour : A Behaviour Perspective 2nd ed.*, (South Western, 2004), h.24

² Jirrl Griffin, *Customer Loyalty : How to Earn It. How to Keep It*,(Jakarta: PT.Gelora Aksara Pratama, 2005), h.31.