

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual pembeli. Kegiatan pasar merupakan salah satu cara dalam penyampaian barang dan jasa kepada konsumen. Pasar memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian. Bagi konsumen mereka akan mendapatkan kebutuhannya melalui pasar. Sedangkan, produsen dapat membeli segala bahan yang dibutuhkan untuk membuat suatu produk barang maupun jasa.

Pasar terbagi menjadi dua berdasarkan jenis transaksinya. Pertama pasar tradisional yakni, pasar yang bersifat tradisional dimana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar-menawar secara langsung. Barang-barang yang dijual pun merupakan barang-barang kebutuhan pokok. Sedangkan Pasar modern yakni, pasar yang bersifat modern dimana barang-barang diperjual belikan dengan harga pas dan dengan layanan sendiri.

Pasar tradisional dalam perekonomian Indonesia mempunyai peranan yang strategis sebagai salah satu penggerak roda perekonomian di daerah khususnya bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pasar tradisional menjadi tempat berinteraksi antara produsen dan konsumen, pemasaran hasil pertanian, industri rumah tangga serta tempat paling mudah bagi masyarakat untuk

berbaur. Pasar tradisional merupakan wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah kecil serta mikro. Selain itu, pasar tradisional juga merupakan indikator nasional dalam kaitannya dengan pergerakan tingkat kestabilan harga atau inflasi domestik. Dalam menghitung inflasi, harga kebutuhan pokok penduduk yang dijual di pasar tradisional seperti beras, gula, dan sembilan kebutuhan pokok lainnya menjadi objek monitoring para ahli statistik. Akan tetapi, pertumbuhan pasar tradisional saat ini minus 8,1% sedangkan pasar modern mencapai 31,4% pada tahun 2012.¹ Hal ini menandakan mulai tergesernya pasar tradisional. Oleh karena itu diperlukan suatu langkah yang tepat dalam mengatasi masalah tersebut yakni dengan pemberdayaan pedagang pasar melalui koperasi.

Koperasi pedagang pasar bertujuan untuk melayani kebutuhan yang berkaitan dengan kegiatan para pedagang. Misalnya modal dan penyediaan barang dagangan. KOPPAS sebagai badan usaha juga harus mementingkan kepuasan para pelanggannya. Karena pelanggan koperasi utamanya adalah anggota koperasi sendiri pada khususnya. Perhatian yang lebih terhadap pelanggan anggota koperasi sebagai pengguna tentunya akan menumbuhkan sikap loyalitas yang tinggi terhadap koperasi. Loyalitas yang baik seperti ini tentunya akan memajukan koperasi sebagai badan usaha yang dimiliki mereka.

¹“*Pertumbuhan Pasar Modern Indonesia Capai 31,4 Persen*”
<http://www.lensaIndonesia.com/2012/04/24/pertumbuhan-pasar-modern-indonesia-capai-314-persen.html>
diakses pada 26 November 2013

Koperasi merupakan suatu badan usaha yang didirikan berdasarkan atas asas dasar kekeluargaan dan kerjasama. Prinsip yang mendasari koperasi adalah prinsip demokrasi ekonomi yang merupakan cara yang ampuh dalam mempertahankan diri di persaingan bebas tersebut. Di Indonesia koperasi mempunyai kedudukan yang sangat kuat dan secara eksplisit tercantum dalam penjelasan pasal 33 UUD 1945. Oleh karena itu, memajukan koperasi sebagai badan usaha rakyat tentunya akan memajukan pula perekonomian bangsa.

Berdasarkan penuturan, Sjarifuddin Hasan, sampai dengan pertengahan tahun 2012 jumlah Koperasi Indonesia telah mencapai 192.443 unit dengan jumlah anggota sebanyak 33.687.417 orang.² Gerakan koperasi di Indonesia yang dinamis dengan pergerakan jumlah koperasi dan anggotanya yang terus meningkat telah memberikan kontribusi yang positif bagi perekonomian nasional untuk dapat bertahan menghadapi krisis global. Tercatat jumlah dan anggota koperasi di Indonesia terus meningkat yakni pada 2009 jumlah Koperasi Indonesia sebanyak 170.411 unit dan meningkat pada 2010 sebesar 177.482 unit, berlanjut pada 2011 jumlah koperasi mencapai 188.181 unit.³

Besarnya jumlah anggota yang dimiliki koperasi saat ini merupakan suatu peluang usaha dan potensi yang besar bagi koperasi. Anggota pada sejatinya merupakan pemberi modal sekaligus pengguna barang dan jasa

² <http://www.antaraneews.com/berita/321117/menkop-bangga-anggota> diakses pada 30 September 2013

³ *Ibid*

koperasi. Semakin tinggi intensitas penggunaan produk oleh anggota pada koperasi tentunya akan meningkatkan keuntungan koperasi. Untuk itu, dalam memelihara pelayanan terhadap anggota koperasi perlu mementingkan kepuasan pelanggan setia koperasi yakni, anggota. Anggota yang puas akan memiliki hubungan yang harmonis dengan koperasi, memberikan dasar yang baik untuk pembelian kembali, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, dan timbulnya kesediaan pelanggan untuk membayar dengan harga yang wajar atas jasa yang diterimanya. Sebaliknya pelanggan yang tidak puas akan berpindah ke penyedia barang dan jasa lainnya hingga kebutuhannya terpenuhi. Oleh karena itu, penting bagi koperasi untuk memelihara kepuasan pelanggan mereka.

Kepuasan pelanggan merupakan aspek yang sangat penting dalam rangka mempertahankan dan memperluas suatu bisnis. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan koperasi dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan dapat memperluas pangsa pasar. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, di antara lain kualitas pelayanan, harga, *emotional factor*, kemudahan dan kualitas produk.

Pelayanan merupakan faktor penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelayanan adalah salah satu kunci keberhasilan berbagai usaha atau kegiatan dalam menjalankan suatu usaha. Perannya sangat besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan di masyarakat terdapat kompetisi didalam merebut pangsa pasar atau langganan. Pelayanan pada dasarnya bertujuan pada usaha dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan

konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk memenuhi harapan konsumen. Konsumen yang terlayani dengan baik tentunya akan merasakan kepuasan sehingga akan kembali pada suatu usaha yang mempunyai kualitas pelayan yang baik.

Kemudian kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh tingkat harga. Harga mempunyai daya tarik tersendiri bagi mereka yang akan membeli produk mutu barang atau jasa. Semakin tinggi harga suatu barang maka permintaan akan suatu produk menurun. Sebaliknya, semakin rendah harga suatu barang maka permintaan akan meningkat. Selain itu, harga dapat menunjukkan kualitas merek dari suatu produk, dimana konsumen mempunyai anggapan bahwa harga yang mahal biasanya mempunyai kualitas yang baik. Pada umumnya harga mempunyai pengaruh yang positif dengan kualitas, semakin tinggi harga maka semakin tinggi kualitas.

Faktor selanjutnya ialah *emotional factor* atau *brand image*. Kepuasan konsumen atau pelanggan akan timbul apabila produk atau jasa yang digunakan memiliki citra merek yang bagus. Misalnya saja seseorang akan merasa puas bila menggunakan barang atau jasa yang sudah terkenal seperti menggunakan sepatu bermerek tertentu. Hal ini disebabkan adanya emosi atau perasaan seseorang menggunakan produk yang dapat meningkatkan rasa percaya diri, bangga, simbol kesuksesan dan sebagainya.

Faktor lainnya ialah kemudahan dalam mendapatkan produk barang atau jasa tersebut. Pelanggan akan merasa puas apabila relatif mudah, nyaman

dan efisien dalam mendapatkan produk atau jasa. Misalnya ada pelanggan yang ingin memesan kamar hotel tetapi tidak bisa diberikan karena sudah tidak ada kamar yang kosong. Ketidaktersedian barang ataupun jasa tentu akan mengecewakan konsumen. Hasilnya konsumen tidak akan merasa puas.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ialah kualitas produk. Konsumen akan merasa puas apabila barang atau jasa yang dibeli atau digunakan olehnya mempunyai kualitas yang baik. Semakin tinggi tingkat mutu yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, maka akan semakin tinggi tingkat terpenuhinya kebutuhan pelanggan yang biasa dinyatakan oleh tingkat kepuasan pelanggan. Tetapi apabila terjadi kesenjangan antara tingkat kualitas yang diberikan perusahaan dengan kebutuhan pelanggan, maka akan timbul ketidakpuasan pelanggan yang merupakan masalah yang harus diselesaikan oleh perusahaan atau penyedia produk.

Semakin banyaknya produsen yang menawarkan aneka produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang makin beragam. Oleh karena itu, badan usaha yang akan mempunyai posisi kuat dalam persaingan adalah badan usaha yang mementingkan konsumen sebagai pengguna produk. Koperasi sebagai badan usaha yang mengutamakan kesejahteraan anggotanya mempunyai posisi tawar yang kuat dalam persaingan. Karena anggota koperasi adalah pengguna produk jasa koperasi yang disebut sebagai konsumen atau pelanggan.

Koperasi Pedagang Pasar Kramat Jati berdiri sejak 36 tahun yang lalu yaitu pada tahun 1977. Pada awalnya KOPPAS memiliki kegiatan operasional yakni usaha simpan pinjam yang telah lebih dulu dirintis, KOPPAS berusaha untuk lebih dahulu membangun sebuah sistem yang berlandaskan azas-azas koperasi secara keseluruhan. Selanjutnya merintis usaha perdagangan tetapi KOPPAS mengalami kesulitan sehingga usaha perdagangan dihentikan.

KOPPAS hanya mempunyai usaha yaitu simpan pinjam. Simpan pinjam merupakan usaha KOPPAS dalam menghimpun dana dari pedagang untuk kemudian menyalurkan dana tersebut kepada mereka yang membutuhkan modal baik dalam skala kecil maupun besar yang biasanya akan digunakan untuk pembiayaan usaha anggota sebagai pedagang.

Semua kegiatan usaha tersebut tidak terlepas dari tujuan utama KOPPAS dalam memenuhi dan memuaskan anggota-anggotanya. Dengan makin baik kualitas produk jasa yang ditawarkan KOPPAS anggotanya tentu akan merasa puas. Akan tetapi, pada kenyataannya anggota yang menggunakan jasa simpan pinjam dirasa belum maksimal. Hal tersebut dapat terlihat dari kurang anggota yang belum aktif dalam menggunakan produk simpan pinjam pada koperasi. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari koperasi. Jumlah anggota dari KOPPAS Kramat Jati sebesar 370 anggota akan tetapi yang aktif hanya 24% saja yakni 90 orang di tahun 2011.

**Tabel I.1 Jumlah Nasabah
KOPPAS Kramat Jati Jakarta Timur**

Tahun	Jumlah Nasabah Penabung	Jumlah Nasabah Peminjam
2009		30
2010	10	35
2011	60	90
2012	45	65
2013	52	65

Sumber: KOPPAS Kramat Jati, 2013

Berdasarkan tabel di atas jumlah nasabah koperasi mengalami fluktuasi dari tahun 2009 hingga 2013. Jumlah nasabah koperasi mengalami penurunan dari tahun 2011-2012, yakni sebesar 27,7% dan di tahun 2013 tidak terjadi penambahan jumlah nasabah. Sampai Desember 2013 jumlah nasabah KOPPAS berjumlah 85 orang. Jumlah nasabah yang menabung sebesar 52 orang dan nasabah yang meminjam 65 orang. Sedikitnya jumlah penabung dan peminjam dikarenakan KOPPAS belum mampu memenuhi kebutuhan nasabahnya. Hal tersebut dikarenakan KOPPAS hanya mampu memberikan pinjaman sebesar Rp 5.000.000,- untuk anggota dan untuk non anggota sebesar Rp. 2000.000,-. Selain itu, nasabah sering merasa kesulitan untuk mengambil tabungannya karena pengurus tidak dapat melayani setiap saat karena kesibukannya sebagai pedagang juga sehingga mereka harus bersabar dan menunggu pengurus untuk hadir di koperasi.

Kurang maksimalnya anggota dan turunnya jumlah nasabah dalam menggunakan usaha dan jasa koperasi menandakan masih rendahnya kepuasan para nasabah atau pelanggan. Pelanggan yang tidak puas tidak akan menggunakan produk kembali dan akan menceritakan hal negatif pada calon

pelanggan baru. Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai Kepuasan Pelanggan Pada Koperasi Pedagang Pasar Kramat Jati Jakarta Timur.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Pedagang Pasar Kramat Jati Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh tingkat harga terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Pedagang Pasar Kramat Jati Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh *emotional factor* atau *brand image* terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Pedagang Pasar Kramat Jati Jakarta?
4. Apakah terdapat pengaruh kemudahan terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Pedagang Pasar Kramat Jati Jakarta?
5. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk (jasa) terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Pedagang Pasar Kramat Jati Jakarta?

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut terdapat banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu peneliti membatasi masalah pada “ Pengaruh Kualitas Produk (Jasa) terhadap Kepuasan Pelanggan Koperasi Pedagang Pasar Kramat Jati Jakarta Timur”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah tersebut maka masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh kualitas produk (jasa) terhadap kepuasan pelanggan Koperasi Padang Pasar Kramat Jati Jakarta Timur?”.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi semua pihak baik secara teoretis maupun secara praktis, diantaranya:

1. Kegunaan Teoretis

Penelitian ini berguna sebagai bahan masukan pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh kualitas produk jasa terhadap kepuasan pelanggan koperasi.

2. Kegunaan Praktis

Sebagai sarana untuk memberikan informasi tentang kualitas produk jasa dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Serta sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lainnya bila ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan kualitas produk jasa dan kepuasan pelanggan pada koperasi.