

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1. 1. Latar Belakang Penelitian**

Berada pada era globalisasi dimana persaingan dunia usaha semakin mengglobal dan sarat dengan persaingan, mau tidak mau para pelaku ekonomi termasuk koperasi, bila ingin terus tumbuh dan bertahan, koperasi harus memiliki daya saing yang berkelanjutan, Koperasi perlu memahami kondisi lingkungan internal secara luas dan mendalam untuk dapat mengetahui kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh koperasi. Selain mengetahui kekuatan dan kelemahan, koperasi perlu mencermati peluang yang ada dan memanfaatkannya, agar koperasi memiliki daya saing yang berkelanjutan dan membentuk keunggulan dari koperasi agar memiliki daya saing yang kuat untuk bertarung dalam pasar.

Berdasarkan konstitusi yang berlaku, Indonesia memiliki 3 pelaku ekonomi yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), ia juga turut berperan menghasilkan barang dan jasa bagi kesejahteraan rakyat serta berperan besar dalam sistem ekonomi kerakyatan. Selanjutnya Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), peran BUMS salah satunya ialah untuk membantu peningkatan produksi nasional, mengurangi pengangguran, pemerataan pembangunan, dan meningkatkan pendapatan negara melalui pajak. Dan yang terakhir ialah Koperasi merupakan badan usaha ekonomi yang berbadan hukum yang pelaksanaannya berlandaskan kekeluargaan.

Dalam dunia bisnis, koperasi juga harus dapat mengoptimalkan pelayanan terhadap anggota yang mempunyai hak untuk memperoleh insentif atau manfaat dari koperasi. Anggota merupakan salah satu pihak yang menentukan keberhasilan sebuah koperasi. Maka koperasi harus memiliki daya saing dengan sebuah usaha tidak terlepas dari beberapa aspek penentu, diantaranya: kualitas pelayanan koperasi, kualitas produk yang ditawarkan, kualitas sistem manajemen koperasi, kualitas sumber daya manusia, teknologi, efisiensi dan produktivitas, sumber daya modal, service after sales, dan tingkat kewirausahaan. Dengan begitu koperasi memiliki peluang dalam pengembangan ekonomi anggotanya.

Penting bagi koperasi untuk memfokuskan pada CRM, melalui penerapan CRM koperasi diharapkan dapat membangun komunikasi dan hubungan yang baik dengan para pelanggannya sehingga dalam menawarkan dan memasarkan suatu produk dengan kualitas yang baik atau harga yang bersaing tetapi Koperasi Karyawan juga dapat menjawab keinginan dan kebutuhan anggota. Koperasi dapat melakukan survei mengenai kepuasan pelanggan secara benar dengan tujuan mengetahui kebutuhan dasar, keinginan, dan harapan pelanggan dan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan.

Salah satu koperasi serba usaha yang berada di Kota Bandung yang masih aktif sejak didirikannya pada tahun 1990 ialah Koperasi Karyawan (KopKar) LEN yang beralamat di Jl. Soekarno-Hatta No. 442 Kecamatan Pasirluyu, Regol, Kota Bandung, Jawa Barat. Kemudian dibadan hukumkan pada 12 September 1990 dengan Nomor Badan Hukum : 9405/BH/KWK 10/27.

Koperasi Karyawan LEN ini berada dalam kawasan kantor PT. LEN (Persero) Bandung pendirian koperasi bertujuan untuk menghimpun modal bersama, mempererat rasa persaudaraan dan silaturahmi serta meningkatkan kesejahteraan pegawai. Untuk dapat memenuhi kebutuhan anggota yang saat ini berjumlah 759 orang, Koperasi Karyawan LEN membentuk beberapa unit usaha sebagai berikut:

1. Unit Pelayanan Bisnis
2. Unit Simpan Pinjam
3. Unit Toko

Berikut adalah kontribusi pendapatan dari setiap unit usaha Koperasi Karyawan LEN dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1. 1. Perbandingan Pendapatan Unit Usaha Koperasi Karyawan LEN**

Tahun	Unit Pelayanan Bisnis (Rp)	Kontribusi (%)	Unit Simpan Pinjam (Rp)	Kontribusi (%)	Unit Toko (Rp)	Kontribusi (%)
2015	92.828.052.794	95,7	2.247.219.912	2,3	1.968.931.596	2
2016	60.077.726.780	94,3	1.820.512.865	2,9	1.768.353.254	2,8
2017	62.757.602.077	94,6	1.882.305.428	2,9	1.710.432.306	2,6
2018	100.482.344.835	95,8	2.805.431.605	2,7	1.581.117.221	1,5

Sumber: Laporan RAT Koperasi Karyawan LEN Tahun 2015-2018

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dalam penyokong pendapatan terbesar unit usaha Koperasi Karyawan LEN dalam empat tahun terakhir yaitu Unit Pelayanan Bisnis, dengan menyokong pendapatan koperasi rata-rata sebesar 95,8%, sedangkan sisanya dari Unit Simpan Pinjam menyokong pendapatan koperasi rata-rata sebesar 2,7% dan 1,5% dari Unit Toko. Dari ketiga unit usaha Koperasi Karyawan LEN yang memiliki kontribusi pendapatan tertinggi adalah unit pelayanan bisnis dan terendah unit toko. Kegiatan usaha

dalam unit pelayanan bisnis seperti pengadaan jasa tenaga kerja (*outsourcing*), pengadaan barang, mekanik elektrik dan elektronik, pengadaan ATK, percetakan, ekspedisi dan pengemasan barang. Unit pelayanan bisnis dikelola oleh anak perusahaan koperasi PT. SiLen. Unit pelayanan bisnis memiliki kontribusi pendapatan terbesar hanya saja unit ini tidak memenuhi kebutuhan anggota dan memberikan pelayanan secara langsung kepada anggota.

Dari ketiga unit Koperasi Karyawan LEN, salah satu cara yang dilakukan untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari anggota, Koperasi Karyawan LEN membentuk salah satunya adalah Unit Toko yang ditujukan sebagai unit usaha pelayanan untuk memudahkan anggota memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari. Unit toko Koperasi Karyawan LEN menyediakan berbagai macam makan ringan dan minuman dingin maupun memenuhi kebutuhan pokok bulanan.

Sebagai unit usaha pelayanan, Koperasi Karyawan LEN harus memberikan pelayanan yang prima bagi anggota koperasi. Pelayanan yang diberikan oleh unit toko yaitu dibuka setiap hari Senin sampai hari Jumat dimulai dari pukul 07.30 – 16.00 WIB. Setiap transaksi anggota akan dibantu dengan satu pramuniaga atau kasir yang bertugas melakukan pencatatan atas semua transaksi, dan membantu anggota dalam memberikan informasi produk. Anggota juga dapat melakukan transaksi pembelian dengan kredit yang harus dibayar setiap bulannya atau sistem potong gaji dengan batas maksimal kredit Rp.300.000/bulan.

Dalam menyelenggarakan unit usaha pelayanan baik kepada konsumen anggota maupun non anggota, Koperasi Karyawan LEN harus selalu berupaya

untuk mengacu kepada salah satu tujuan yang utama pelayanan yaitu kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya (Kotler, P., 2006).

Berikut adalah potensi penjualan Unit Toko Koperasi Karyawan LEN, dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1. 2. Transaksi Penjualan Unit Toko Koperasi Karyawan LEN**

No	1	2	3	4	5	6
Thn	Jumlah Anggota (orang)	Potensi Pencapaian (Rp)	Total Penjualan (Rp)	Transaksi Non Anggota (Rp)	Transaksi Anggota (Rp)	N/T% (Rp)
2014	756	1.979.999.532	1.936.015.968	484.003.996	1.452.011.972	-
2015	767	2.111.999.695	1.968.931.596	492.232.899	1.476.698.697	1,70%
2016	713	1.847.999.745	1.768.353.254	442.088.313	1.326.264.941	(10,19%)
2017	754	1.768.799.552	1.710.432.306	427.608.076	1.282.824.230	(3,28%)
2018	759	1.715.999.571	1.581.117.221	395.279.305	1.185.837.916	(7,56%)
2019*	-	-	1.497.249.371	365.428.021	1.131.821.350	(4,55%)

Sumber: Laporan RAT Koperasi Karyawan LEN Tahun 2015-2018

Berdasarkan table di atas, dapat diketahui bahwa total transaksi anggota dalam 5 tahun terakhir lebih kecil dari pada potensi yang seharusnya dapat dicapai Koperasi Karyawan LEN. Pada tahun 2015 dilihat dari transaksi anggota, presentase anggota yang belum bertransaksi dapat sebesar 1,70% pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 10,19%, pada tahun 2017 sebesar 3,28%, pada tahun 2018 sebesar 7,56% dan pada 2019\* transaksi anggota mengalami penurunan sebesar 4,55%. Menurunnya tingkat penjualan diduga memiliki

hubungan dengan ketidakpuasan pelanggan. Karena jika belum terpenuhinya kebutuhan anggota mengindikasikan bahwa anggota Koperasi Karyawan LEN belum merasa puas atau pelayanan yang diterima belum melampaui harapan anggota.

Berdasarkan survei pendahuluan dengan melakukan wawancara kepada beberapa anggota yang berjumlah 10 orang yang sedang berbelanja di Unit Toko Koperasi Karyawan LEN, tentang kepuasan anggota pada pelayanan unit toko sebagai berikut:

1. Anggota koperasi tidak merasakan perbedaan harga atau pelayanan antara anggota dan non anggota. Koperasi menerapkan SOP pelayanan maupun penetapan harga yang sama untuk anggota dan non anggota.
2. Penerapan harga yang ditetapkan koperasi cenderung mengikuti harga pasar, dan beberapa cenderung lebih mahal. Seperti snack beng-beng yang dijual koperasi seharga Rp.2500/pcs sedangkan snack ditoko lainnya seharga Rp2000/pcs.
3. Tidak tersedianya media untuk menyampaikan keluhan pelanggan kepada unit toko secara langsung.
4. Belum adanya media promosi toko yang mudah diakses anggota koperasi. koperasi belum menggunakan social media apapun seperti whatapp grup ataupun instagram.
5. Tidak ada reward atau point dalam setiap transaksi yang dilakukan anggota koperasi. koperasi tidak melakukan pencatatan untuk setiap anggota yang melakukan transaksi.

Berdasarkan paparan di atas, kepuasan anggota pada unit toko Koperasi Karyawan LEN belum memenuhi harapan anggota. Peneliti juga melakukan survey pendahuluan dengan mewawancarai kepala unit toko. Unit toko Koperasi Karyawan LEN sudah menerapkan beberapa unsur CRM tetapi masih belum optimal di beberapa aspek, yaitu:

1. Koperasi Karyawan LEN belum melakukan segmentasi pelanggan sesuai dengan kebutuhan.
2. Koperasi Karyawan LEN belum menggunakan database pembelian/transaksi untuk setiap anggota.
3. Koperasi Karyawan LEN belum menggunakan *social media* yang memudahkan bagi pelanggan.
4. Koperasi Karyawan LEN belum adanya personal trainer yang membantu pelanggan.

Berdasarkan paparan di atas, diduga unit toko Koperasi Karyawan LEN belum optimal menerapkan CRM, oleh karena itulah sistem *Customer Relationship Management* dapat lebih diperhatikan karena dalam penerapan *process* dan pengaplikasian *technology* Koperasi Karyawan LEN yang belum optimal. Dalam fokus pelanggan koperasi membutuhkan informasi profil dari anggota, kemudian keinginan dan kebutuhan yang diinginkan anggota, bagaimana cara puaskan anggota mereka dan faktor-faktor yang terkait dengan pelanggan. Dilansir dalam jurnal Alfian Rahmat (2018) mengungkapkan bahwa variabel *Customer Relationship Management* memiliki pengaruh secara langsung terhadap Kepuasan Pelanggan dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan

Pelanggan. Ini bertujuan untuk memahami pelanggan dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. *Customer relationship management* (CRM) merupakan strategi tentang bagaimana mengoptimalkan profitabilitas melalui hubungan baik dengan anggota dan penciptaan kepuasan anggota.

Koperasi Karyawan LEN pada Unit toko diharapkan mampu menjalin hubungan jangka panjang dengan anggota, mengelola dan mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki secara optimal dengan strategi *Customer relationship management* (CRM). Oleh karena itu berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan sebelumnya dan dilihat dari kepuasan pelanggan di Unit toko Koperasi Karyawan LEN, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“HUBUNGAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAJEMEN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA”**

## **1. 2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan, maka yang akan diteliti adalah **“HUBUNGAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAJEMEN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA”** dan terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana Customer Relationship Management pada Koperasi Karyawan LEN.
2. Bagaimana kepuasan anggota yang dirasakan pada Koperasi Karyawan LEN.
3. Bagaimana hubungan Customer Relationship Management dan kepuasan anggota pada Koperasi Karyawan LEN.

4. Bagaimanakah upaya meningkatkan kepuasan anggota Koperasi Karyawan LEN agar sesuai dengan harapan anggota

### **1. 3. Maksud dan Tujuan**

Berdasarkan dari perumusan masalah yang ada, maka maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah:

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini untuk meneliti, memperoleh data, dan informasi yang dibutuhkan dengan menganalisis hubungan *customer relationship manajemen* pada kepuasan anggota di unit toko Koperasi Karyawan LEN.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Sehubungan dengan identifikasi masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui bagaimana *customer relationship manajemen* di Unit toko Koperasi Karyawan LEN.
2. Mengetahui bagaimana kepuasan anggota di Unit toko Koperasi Karyawan LEN.
3. Mengetahui hubungan kepuasan anggota dan *customer relationship manajemen* di Unit toko Koperasi Karyawan LEN.
4. Mengetahui upaya yang harus dilakukan Unit toko Koperasi Karyawan LEN dalam meningkatkan kepuasan anggot

### **1. 4. Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan**

1. Bagi peneliti, diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan baik secara teori maupun praktis, terutama dalam bidang perkoperasian dan manajemen pemasaran serta dalam rangka menambah pengetahuan dan bahan kajian yang berkaitan dengan permasalahan mengenai *customer relationship manajemen* pada kepuasan anggota pada unit toko di Koperasi Karyawan LEN.
2. Bagi peneliti lain, diharapkan dapat menjadi salah satu tambahan referensi yang selanjutnya dapat menghasilkan khasanah ilmu pengetahuan baru mengenai konsep atau topik yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

#### **1.4.2 Aspek Guna Laksana**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, manfaat yang dapat digunakan sebagai masukan dan pertimbangan bagi pengurus, pengawas, karyawan, dan anggota Koperasi Karyawan LEN khususnya pada usaha Unit toko yang berhubungan dengan pengembangan usaha yang telah dilakukan, serta upaya-upaya yang harus dilakukan dalam memenuhi harapan anggota koperasi.

IKOPIN