

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu tolak ukur penting dalam menentukan keberhasilan pembangunan ekonomi, di mana pertumbuhan ekonomi menggambarkan suatu dampak nyata dari kebijakan pembangunan yang dilaksanakan pemerintah. Pemerintah harus mempunyai sasaran utama bagi rakyatnya terutama yang berkenaan dengan upaya meningkatkan taraf hidup atau tingkat kemakmuran rakyatnya.

Pemerintah Republik Indonesia telah menegaskan bahwa dalam rangka pembangunan ekonomi nasional salah satu solusinya dengan pengembangan koperasi. Koperasi merupakan organisasi ekonomi yang berasaskan kekeluargaan dengan memiliki tujuan untuk memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Peran dari koperasi yaitu untuk mewujudkan masyarakat maju, adil dan makmur yang berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang 1945 dalam tata perekonomian nasional yang disusun sebagai usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi. Oleh karena itu, koperasi perlu disebarluaskan kepada seluruh masyarakat hingga benar-benar dapat memberikan manfaat untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi rakyat.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Pasal 1 Ayat 1 menjelaskan bahwa:

“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berlandaskan atas azas kekeluargaan”

Berdasarkan undang-undang diatas koperasi dijalankan secara kekeluargaan. Artinya, tujuan koperasi bukan hanya untuk menguntungkan satu orang saja, tetapi untuk mencapai keuntungan bersama. Hal tersebut yang membedakan koperasi dengan badan usaha lainnya. Koperasi mempunyai tugas untuk berperan nyata dalam menyusun pembangunan perekonomian dan demokrasi ekonomi yang mengutamakan kesejahteraan masyarakat. Dalam pasal 17 Undang-Undang yang berbunyi “Anggota koperasi adalah pemilik sekaligus pengguna jasa koperasi”, koperasi memiliki peranan penting dalam mendorong perekonomian rakyat.

Dalam menjalankan usahanya koperasi perlu melakukan kerjasama yang baik antara pengelola dan anggota. Salah satu faktor yang memengaruhi berkembang atau tidaknya suatu koperasi adalah kepuasan konsumen. Memberikan pelayanan yang baik merupakan hal yang penting dilakukan oleh suatu koperasi. Kualitas pelayanan merupakan unsur yang utama guna menunjang keberhasilan koperasi. Kualitas pelayanan yang baik dan berkualitas juga sangat penting karena dapat menarik simpati pelanggan dan juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang dalam hal ini adalah para anggotanya.

Pelayanan yang memuaskan adalah salah satu strategi koperasi untuk mempertahankan kedudukannya sebagai soko perekonomian di Indonesia. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan fasilitas yang baik untuk

konsumen, maka konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang di jual oleh koperasi.

Menurut Kotler (2000:25)

“Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi”.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sangat penting bagi suatu koperasi. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan harus dilakukan sedemikian rupa sehingga konsumen menawarkan kepuasan juga sebesar mungkin, oleh karena itu koperasi harus sesuai dengan fungsi koperasi.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011) **”Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.** Berdasarkan defisini tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah yang utama bagi koperasi agar konsumen merasakan kepuasan.

Menurut Lewis & Booms dan Chandra (Atmaja, 2018) **“Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.** Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tolak ukur layanan dari koperasi agar konsumen dan anggota merasakan kepuasan dan bisa memberikan ekspektasi lebih terhadap kinerja koperasi. Kualitas pelayanan dan partisipasi

merupakan unsur yang utama guna menunjang keberhasilan koperasi. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh koperasi maka semakin tinggi pula partisipasi anggota yang diberikan kepada koperasi.

Partisipasi anggota memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan koperasi. Apabila anggota koperasi tidak ikut berpartisipasi secara aktif dalam setiap usaha koperasi maka koperasi tersebut akan sulit berkembang di era persaingan ekonomi yang semakin ketat.

Berdasarkan pemaparan di atas kualitas pelayanan dan partisipasi anggota memiliki peran dan kaitan yang sangat penting dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi. Begitupun pada koperasi dan salah satunya Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) Kamola.

Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) Kamola adalah koperasi konsumen yang berdiri pada tahun 1990 dan pertama kali disahkan pada tanggal 02 Februari 1992. Koperasi ini bertempat di JL. Babakan, Majasetra, Kecamatan Majalaya, Kabupaten Bandung serta berbadan hukum 10427/BH/KWK.10/12 pada tanggal 17 September 1992 dan 10427/BH/PAD/518-KOP/III/2020 pada tanggal 02 Oktober 2020. Koperasi ini berasaskan kekeluargaan dan gotong royong yang dinamis. Anggota koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola ini berasal dari karyawan dan mantan karyawan PT.KAMOLA yang merupakan suatu perusahaan tekstil yang berada di Majalaya.

Koperasi KKMK Kamola memiliki 2 (dua) unit usaha yaitu:

1. Unit Usaha Simpan Pinjam (USP)
2. Unit Usaha Perdagangan (KKMK *Mart*) dan Jasa Fotocopy

Dari kedua unit usaha tersebut, unit perdagangan (KKMK *Mart*) yang peneliti fokuskan dalam penelitian ini. Unit Perdagangan (KKMK *Mart*) menyediakan berbagai macam produk sesuai kebutuhan para anggotanya, baik kebutuhan konsumsi maupun kebutuhan konsumtif lainnya. Dalam segi pelayanannya terdapat perbedaan antara anggota dan non anggota. Anggota koperasi mendapatkan fasilitas lebih seperti adanya kartu anggota serta akses penggunaan KKMK *Mobile* yang merupakan sebuah aplikasi khusus anggota yang disediakan oleh Koperasi KKMK Kamola untuk melakukan transaksi secara *online*. Namun dengan adanya fasilitas yang disediakan oleh koperasi tetap ada hal yang harus diperhatikan oleh Koperasi KKMK Kamola salah satunya ialah dengan memperhatikan perkembangan anggota koperasi.

Tabel 1. 1 Perkembangan Anggota Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola Tahun 2018-2022

Tahun	Anggota Aktif (Orang)	Anggota Tidak Aktif (Orang)	Jumlah Anggota (Orang)	NT (%)
2018	389	36	425	-
2019	450	36	486	0,13
2020	453	105	558	0,13
2021	481	76	557	(0,001)
2022	500	17	517	(0,08)

Sumber : Laporan Pertanggungjawaban Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola tahun 2018-2022

Berdasarkan Tabel 1.1 perkembangan anggota koperasi KKMK Kamola pada tahun 2017 hingga tahun 2021 mengalami kenaikan anggota yang cukup pesat. Namun pada tahun 2022 mengalami penurunan jumlah anggota sebanyak 40 anggota. Penurunan jumlah anggota ini tentu sangat berpengaruh besar terhadap unit perdagangan (KKMK *Mart*). Apabila jumlah anggota dan partisipasi anggota sebagai pelanggan menurun maka tentunya ini menjadi ancaman bagi unit perdagangan KKMK *Mart*. Berdasarkan data yang didapat, partisipasi anggota pada Unit Perdagangan KKMK *Mart* masih minim.

Tabel 1. 2 Volume Penjualan Unit Pedagangan KKMK Mart Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola

Tahun	Jumlah Penjualan (Rp)	N/T (%)
2018	1.732.104.466	-
2019	3.989.909.212	130
2020	4.351.619.899	9
2021	3.014.384.819	(31)
2022	4.902.764.275	63

Sumber : Laporan Pertanggungjawaban Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola tahun 2018-2022

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa volume penjualan pada unit perdagangan (KKMK *Mart*) Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola mengalami kenaikan yang sangat tinggi pada tahun 2019 hingga mencapai 130%, dan pada tahun 2020 mengalami kenaikan kembali sebesar 9%. Namun, pada tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 31% dari

tahun sebelumnya, dan pada tahun 2022 mengalami kenaikan kembali yang cukup tinggi hingga mencapai 63%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa volume penjualan di KKMK Mart mengalami fluktuasi dimana kenaikan tertinggi terjadi pada tahun 2019 yaitu sebesar 130% dan volume penjualan terendah terjadi pada tahun 2021 yaitu sebesar 30%.

Tabel 1. 3 Jumlah Transaksi Anggota Pada Unit Perdagangan (KKMK Mart) Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola

Tahun	Volume Penjualan (Rp)	Transaksi Anggota		Transaksi Non Anggota	
		Jumlah (Rp)	Persentase (%)	Jumlah (Rp)	Persentase (%)
2018	1.732.104.466	1.039.262.680	60	692.841.786	40
2019	3.989.909.212	2.513.642.804	63	1.476.266.408	37
2020	4.351.619.899	2.959.101.531	68	1.392.518.368	32
2021	3.014.384.819	1.989.493.981	66	1.024.890.838	34
2022	4.902.764.275	1.961.105.710	40	2.941.658.565	60

Data Transaksi di KKMK Mart Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola tahun 2018-2022

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa jumlah transaksi anggota KKMK Mart Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola mengalami fluktuasi yang dimana pada tahun 2018 dari volume penjualan Rp. 1.732.104.466 anggota bertransaksi sebesar 60%, kemudian pada tahun 2019 jumlah anggota yang bertransaksi 63%, di tahun 2020 jumlah anggota yang bertransaksi sebesar 68%, kemudian pada tahun 2021 dari Rp. 3.014.384.819 jumlah anggota yang bertransaksi 66%, dan ditahun 2022 dari Rp. 4.902.764.275

hanya 40% anggota yang bertransaksi. Maka dapat disimpulkan bahwa partisipasi anggota sebagai pelanggan mengalami penurunan yang cukup tinggi dari 66% menjadi 40%.

**Tabel 1. 4 Data Transaksi Anggota Pada Unit Perdagangan (KKMK Mart)
Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola**

Tahun	Jumlah Anggota	Transaksi Konsumsi (Barang)	Transaksi Konsumtif (Jasa)
2018	425	122	127
2019	486	122	211
2020	558	304	202
2021	557	407	220
2022	517	462	164

Sumber : Laporan Pertanggungjawaban Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola tahun 2018-2022

Berdasarkan Tabel 1.4 bahwa transaksi anggota terbagi menjadi dua bagian yaitu transaksi konsumsi dan transaksi konsumtif, transaksi konsumsi yaitu transaksi yang berupa kebutuhan-kebutuhan sehari-hari sedangkan transaksi konsumtif adalah transaksi yang berupa produk elektronik dan transaksi-transaksi jasa seperti pulsa, token listrik dan fotocopy. Berdasarkan data di atas bisa diketahui bahwa jumlah transaksi konsumtif anggota mengalami fluktuasi dimana pada tahun 2018 jumlah anggota yang bertransaksi di KKMK Mart hanya 127 anggota dari 425 jumlah anggota, kemudian ditahun 2019 jumlah anggota yang bertansaksi yaitu sebanyak 211 anggota dari 486 jumlah anggota, kemudian ditahun 2020 jumlah anggota yang bertransaksi sebanyak 202 anggota dari 558

jumlah anggota, ditahun 2021 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yaitu jumlah anggota yang bertransaksi sebanyak 220 anggota dari 557 jumlah anggota, kemudian ditahun 2022 jumlah anggota yang bertransaksi di KKMK *Mart* sebanyak 164 anggota dari 517 jumlah anggota. Sehingga dapat disimpulkan bahwa meskipun terjadi fluktuasi setiap tahunnya, namun partisipasi anggota sebagai pelanggan terhadap KKMK *Mart* masih kurang dikarenakan jumlah anggota yang bertransaksi masih kurang dari 50% setiap tahunnya, ini tentunya menjadi sebuah permasalahan bagi KKMK *Mart* dan menjadi tugas bagi koperasi untuk meningkatkan partisipasi tersebut.

Berdasarkan data di atas maka dapat disimpulkan bahwa partisipasi anggota terhadap KKMK *Mart* Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola masih kurang dan bahkan menurun. Permasalahan partisipasi anggota terhadap koperasi ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola. Tentunya partisipasi anggota sangat diperlukan dalam hal pengembangan koperasi. Peranan anggota sebagai pemilik sekaligus pelanggan tidak bisa dipisahkan karena hal tersebut merupakan suatu kesatuan yang mutlak. Upaya-upaya terus dilakukan oleh Koperasi KKMK Kamola untuk meningkatkan partisipasi melalui kualitas pelayanan dan juga manfaat ekonomi bagi anggota. Berdasarkan permasalahan yang terjadi di unit perdagangan (KKMK *Mart*) Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola maka peneliti ingin membuktikan apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh KKMK *Mart* memengaruhi kenaikan dan penurunan partisipasi anggota, maka

penulis melakukan penelitian dengan mengambil judul “**Analisis Kualitas Pelayanan KKMK *Mart* Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota**” Studi Kasus Pada Unit Perdagangan Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena pada latar belakang penelitian, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan unit perdagangan (KKMK *Mart*) Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola.
2. Bagaimana tingkat partisipasi anggota pada unit perdagangan (KKMK *Mart*) Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola.
3. Bagaimana manfaat ekonomi yang diterima anggota Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola.
4. Upaya-upaya yang harus dilakukan unit perdagangan (KKMK *Mart*) Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola dalam meningkatkan partisipasi anggota melalui kualitas pelayanan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis kualitas pelayanan KKMK *Mart* terhadap partisipasi anggota pada Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

- 1) Mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan unit perdagangan (KKMK *Mart*) Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola.
- 2) Mengetahui tingkat partisipasi anggota pada unit perdagangan (KKMK *Mart*) Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola.
- 3) Mengetahui manfaat ekonomi yang diterima anggota pada Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola.
- 4) Mengetahui upaya-upaya yang harus dilakukan unit perdagangan (KKMK *Mart*) Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola dalam meningkatkan partisipasi anggota melalui kualitas pelayanan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa berguna dan memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu perkoperasian serta manajemen bisnis khususnya mengenai kualitas pelayanan dan partisipasi anggota. Dan penelitian inidiharapkan berguna untuk peneliti lain sebagai sumber referensi sekaligus bahan pertimbangan apabila dikemudian hari dilakukan penelitian yang serupa.

1.4.2 Aspek Praktis

Bagi Koperasi

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan masukan untuk peningkatan kualitas pelayanan pada Koperasi Karyawan dan Mantan Karyawan Kamola.