

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Koperasi merupakan salah satu badan usaha yang diakui oleh negara selain Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Swasta (BUMS). Koperasi hadir sebagai badan usaha yang mengedepankan kesejahteraan anggotanya dan menjadi peran penting dalam memajukan perekonomian nasional. Dewasa ini, era globalisasi mengakibatkan ketidakpastian dan perubahan yang signifikan akibat dari kemajuan teknologi dan persaingan bisnis yang semakin meningkat. Dalam persaingan bisnis yang ketat dan kondisi ekonomi yang penuh dengan ketidakpastian salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan anggota dan terbentuk loyalitas anggota sebagai pelanggan sehingga Koperasi dapat bertahan serta terus berkembang dengan baik.

Tujuan utama dalam berbisnis adalah mendapat keuntungan, salah satu faktor pentingnya adalah peningkatan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan yang baik maka akan berimplikasi pada pendapatan Koperasi, karena dengan terpenuhinya ekspektasi pelanggan maka akan meningkatkan jumlah transaksi anggota dan hal tersebut berbanding lurus dengan pendapatan Koperasi yang akan berdampak pada perekonomian nasional dalam jangka panjang. Pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bukan hanya pada anggota sebagai pelanggan namun Koperasi juga merasakan dampak dari kualitas pelayanan yang baik.

Seiring berjalannya waktu pola perilaku konsumen akan berubah karena dampak perkembangan zaman yang mempermudah kehidupan manusia dan juga meningkatnya kebutuhan manusia, oleh sebab itu pelayanan bisnis yang bersifat konvensional akan ditinggalkan dan dalam memenuhi kebutuhannya konsumen akan mempertimbangkan pelayanan yang menerapkan kebaruan di setiap layanan yang diberikan sesuai dengan perkembangan zaman.

Dampak dari masuknya era globalisasi dan perkembangan zaman yang pesat bukan hanya dirasakan oleh BUMN dan BUMS. Akan tetapi, Koperasi juga mendapatkan tuntutan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dengan mengubah dan menyesuaikan kualitas pelayanan tersebut sesuai dengan kebutuhan zaman yang terus berkembang dengan cepat. Koperasi sebagai wadah pengembangan ekonomi anggotanya diharapkan dapat memenuhi kebutuhan setiap anggotanya dalam berbelanja dengan lebih cepat, lebih hemat dan lebih praktis. Karena, anggota sebagai konsumen memiliki perbandingan tersendiri dalam memutuskan transaksi ekonomi di berbagai pilihan tempat untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Kualitas pelayanan memiliki peranan penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang akan berdampak pada loyalitas pelanggan, sehingga Koperasi dapat terus berkembang dan meningkatkan *value*-nya dalam menghadapi kompetitor. Perkembangan dunia usaha menekankan para pelaku usaha untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, karena semakin pesatnya kemajuan zaman pelanggan memiliki bermacam-macam pilihan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya yang akhirnya berdampak pada pendapatan usaha.

Pendirian Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten merupakan salah satu langkah dalam memenuhi kebutuhan dari para anggotanya, bertempat di Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten yang didirikan pada tanggal 21 Mei 1999 dengan nomor Badan Hukum 29/PAD/KDK-10.21/V/1999 beralamat di Jl. Soekarno Hatta Km 14 No. 628, Kelurahan Cimincrang, Kecamatan Gedebage, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat. Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten memiliki visi mewujudkan koperasi yang tangguh dan mandiri dalam rangka meningkatkan kemampuan ekonomi untuk kesejahteraan anggota/karyawan perhutani dan memiliki misi membangun, mengembangkan dan kompetensi kemampuan ekonomi anggota untuk meningkatkan kesejahteraan anggota serta memenuhi kebutuhan anggota baik berupa kebutuhan pokok, pendidikan dan kesehatan anggota, Koperasi tersebut bergerak di bidang kebutuhan primer dan sekunder serta kebutuhan lainnya yang dibutuhkan oleh anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Untuk memenuhi kebutuhan anggota dan masyarakat umum terdapat beberapa jenis unit usaha yang dimiliki:

- Unit Usaha Simpan Pinjam;
- Unit Niaga (Toko);
- Unit Usaha AMDK Perhutani;
- Unit Usaha Industri (Kaleng Gondorukem);
- Unit Usaha Bahan Kimia;
- Unit Pelayanan Jasa;
- a. Unit Usaha Wisata;

- b. Unit Usaha Sewa Gedung;
- c. Unit Usaha Sub Kontraktor (PT. Anugerah Rimba Selaras);

Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten khususnya Unit Niaga (Toko) dalam prosesnya perlu melakukan pengembangan pada kualitas produk atau jasa dalam menjalankan kegiatan ekonomi bagi anggota dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang berimplikasi pada kepuasan anggota selanjutnya akan mempengaruhi loyalitas anggota sebagai pelanggan. Namun, Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten belum melakukan peningkatan kualitas pelayanan yang perlu diterapkan, khususnya Unit Usaha Niaga (Toko) untuk meningkatkan transaksi pembelian yang mana hal ini dapat menjadi ancaman terhadap peningkatan pendapatan Koperasi yang bertumpu pada jumlah transaksi anggota sehingga kepuasan anggota menjadi hal yang penting untuk diperhatikan melalui peningkatan kualitas pelayanan yang akan berdampak pada loyalitas anggota sebagai pelanggan.

Unit Usaha Niaga (Toko) merupakan salah satu unit usaha PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten yang berdiri pada tahun 2013. Unit Usaha Niaga (Toko) adalah unit usaha yang melaksanakan kegiatan pengadaan barang dan jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan anggota. Unit Usaha Niaga (Toko) memiliki 1 karyawan. Berdasarkan jam operasionalnya, buka mulai jam 08.00 - 16.00 WIB dengan melayani pelanggan secara langsung atau secara *offline*.

Beberapa produk yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

- Kebutuhan pokok
- Obat-obatan
- Makanan dan minuman
- Barang-barang keperluan rumah tangga

Produk-produk tersebut dipasok dari toko grosir daerah Bandung juga beberapa sales produk tertentu, pembelian produk untuk memenuhi kebutuhan toko dilakukan setiap hari dengan mempertimbangkan kebutuhan Unit Usaha Niaga (Toko). Dalam praktiknya pelayanan yang diberikan pada Unit Niaga (Toko) sudah menggunakan digitalisasi dalam mencatat transaksi anggotanya sehingga memudahkan pencatatan, pelayanan yang lebih cepat dan jaminan dalam melakukan transaksi, namun dalam prosesnya dengan segala perkembangan teknologi yang ada hal tersebut belum dapat memberikan kepuasan pada pelanggan karena bukan hanya digitalisasi saja yang dibutuhkan namun kondisi toko, layanan dan fasilitas pendukung lainnya perlu diperhatikan untuk mengoptimalkan kepuasan pelanggan. Ketika kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat dan akan berpengaruh pada pendapatan Koperasi. Semakin besar pendapatan sebuah Koperasi maka menunjukkan bahwa Koperasi tersebut dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan anggota berpartisipasi aktif dalam bertransaksi sebagai pelanggan khususnya pada Unit Usaha Niaga (Toko).

Tabel 1. 1 Pendapatan Unit Usaha Niaga (Toko) Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten Tahun 2020-2024

Tahun	Pendapatan (Rp)	Perkembangan (%)
2020	590.770.500	-
2021	719.514.573	21,79
2022	852.819,166	18,53
2023	796.708.903	(6,58)
2024	593.377.202	(25,52)

Sumber: Laporan RAT Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten Tahun 2020-2024

Tabel 1.1 menunjukkan pendapatan Koperasi mengalami fluktuatif, yang mana setiap tahunnya mengalami perubahan yang cukup signifikan, hasil tersebut tidak terlepas dari minimnya implementasi teknologi pada penerapan bisnis di Koperasi. Pendapatan bersih Koperasi pada tahun 2020-2022 naik secara konsisten, akan tetapi pada tahun 2023-2024 pendapatan mengalami penurunan yang signifikan. Data tersebut membuktikan bahwa menurunnya kualitas pelayanan yang diberikan mengakibatkan berkurangnya kepuasan pelanggan dalam melakukan transaksi di Koperasi, hal tersebut berimplikasi pada pendapatan Koperasi yang fluktuatif. Sistem toko yang belum memaksimalkan penggunaan layanan digital dan layanan fisik akan berpengaruh pada kualitas pelayanan. Hal ini juga menunjukkan bahwa peran Koperasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan merupakan sebuah urgensi untuk menciptakan konsistensi peningkatan pendapatan. Kepuasan pelanggan menjadi pilar utama dalam era saat ini, yang mengutamakan pelanggan sebagai pusat perkembangan usaha. Koperasi sebagai badan usaha yang memberikan manfaat lebih kepada anggota sudah seharusnya memberikan pelayanan lebih baik dibandingkan dengan kompetitornya demi tercapainya kepuasan anggota sebagai pelanggan.

Tabel 1. 2 Target Pendapatan dan Realisasi Pendapatan Koperasi PRIMKOPKAR Unit III Jawa Barat dan Banten Tahun 2020-2024

Tahun	Target Pendapatan	Realisasi Pendapatan	Perkembangan (%)
2020	510.000.000	590.770.500	15,84
2021	510.000.000	719.514.573	41,08
2022	755.496.000	852.819.166	12,88
2023	938.000.000	796.708.903	(15,06)
2024	876.000.000	593.377.202	(32,26)

Sumber: Laporan RAT Koperasi PRIMKOPKAR Unit III Jawa Barat dan Banten Tahun 2020-2024

Berdasarkan data RAPBK (Rencana Anggaran dan Pendapatan Belanja Koperasi) dalam dokumen laporan RAT (Rapat Anggota Tahunan) terdapat fluktuatif pada angka perkembangan realisasi terhadap target pendapatan. Pada tahun 2020-2022 angka realisasi melebihi target pendapatan, namun pada tahun 2023 dan 2024 mengalami penurunan yang signifikan yang mana diduga disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya seperti rendahnya kualitas pelayanan yang mana mengakibatkan kepuasan pelanggan menurun hal ini sejalan dengan penurunan realisasi pendapatan yang terdampak oleh rendahnya kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan mempengaruhi tinggi rendahnya kepuasan pelanggan dan akan berdampak pada loyalitas pelanggan, hal ini akan menyebabkan pada jumlah transaksi yang terjadi pada Unit Usaha Niaga (Toko) yang terus mengalami penurunan, dalam jangka pendek akan mempengaruhi pada perputaran modal yang semakin menurun dan dalam jangka panjang akan mempengaruhi keberlanjutan usaha.

Tabel 1. 3 Perkembangan Jumlah Anggota Koperasi PRIMKOPKAR Unit III Jawa Barat dan Banten Tahun 2020-2024

Tahun	Anggota Masuk (Orang)	Anggota Keluar (Orang)	Jumlah Anggota (Orang)
2020	55	24	489
2021	125	17	633
2022	114	14	733
2023	120	25	822
2024	127	27	1.012

Sumber: Laporan RAT Koperasi PRIMKOPKAR Unit III Jawa Barat dan Banten Tahun 2020-2024

Tabel 1.3 menunjukkan konsistensi pada peningkatan jumlah anggota Koperasi PRIMKOPKAR Unit III Jawa Barat dan Banten dari tahun 2020-2024 namun pola tersebut tidak berlaku pada jumlah anggota masuk yang mengalami fluktuatif dan terjadi peningkatan secara konsisten pada jumlah anggota yang keluar dari tahun 2021-2024. Berdasarkan data tersebut, jumlah anggota yang masuk mengalami fluktuatif dan terdapat peningkatan jumlah anggota keluar yang mana terdapat beberapa faktor yang diduga sebagai penyebab anggota memutuskan keluar, salah satunya kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi kepada anggotanya. Pelayanan yang baik dapat mempertahankan dan/atau meningkatkan jumlah anggota Koperasi melalui peningkatan efisiensi transaksi, kemudahan akses, produk yang bervariasi, informasi yang lebih baik, respon yang cepat dan tata letak toko. Apabila kualitas pelayanan buruk seperti lambatnya menanggapi respon keluhan, ketidakjelasan informasi yang diberikan, kurangnya opsi dalam transaksi, maka hal-hal tersebut dapat mempengaruhi loyalitas anggota sehingga memutuskan untuk keluar dari Koperasi.

Tabel 1. 4 Persebaran Anggota Koperasi Berdasarkan Tempat Bekerja Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten Tahun 2024

Cabang	Anggota (Orang)	Anggota Keluar (Orang)	Jumlah Anggota (Orang)
Bandung	702	14	688
Jakarta	29	-	29
Banten	4	-	4
Bandung Selatan	70	3	67
Bandung Utara	37	4	33
Garut	9	-	9
Indramayu	15	-	15
Majalengka	10	-	10
Purwakarta	85	4	81
Bogor	3	-	3
Ciamis	7	-	7
Cianjur	27	1	26
Sukabumi	12	1	11
Sumedang	19	-	19
Tasikmalaya	7	-	7
Kuningan	3	-	3
Total			1.012

Sumber: Dokumen Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten Tahun 2024

Berdasarkan persebarannya, maka anggota Koperasi dapat disimpulkan paling banyak anggota berada di daerah Bandung dengan jumlah anggota 688 orang yang mana hal ini menjadi peran penting dalam pengembangan Koperasi untuk mengoptimalkan pendapatan sehingga Koperasi dapat terus berkembang menjadi lebih baik. Koperasi belum dapat mengoptimalkan seluruh anggota yang bekerja di Bandung untuk dijadikan sebagai pelanggan tetap di Koperasi, oleh sebab itu perlu peningkatan kualitas pelayanan untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama melalui tingkat kepuasan yang tinggi sehingga terbentuk loyalitas bagi anggota Koperasi. Dengan mengoptimalkan anggota

Koperasi yang bekerja di wilayah Bandung (Pusat Koperasi) maka Koperasi dapat meningkatkan jumlah pendapatan yang akan berdampak pada kemajuan Koperasi serta kesejahteraan anggotanya baik sebagai pemilik ataupun sebagai pelanggan.

Tabel 1. 5 Perkembangan Jumlah Transaksi Pelanggan PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten 2020-2024

Tahun	Anggota	Non-Anggota	Jumlah Pelanggan	Presentasi Jumlah Transaksi
2020	321	12	333	96
2021	509	25	534	95
2022	467	56	523	89
2023	413	40	453	91
2024	407	44	451	90

Sumber: Dokumen Koperasi PRIMKOPKAR Unit III Jawa Barat dan Banten

Tabel 1.5 memperlihatkan bahwa jumlah partisipasi anggota mengalami fluktuatif. Pada tahun 2020-2021 mengalami peningkatan, namun tahun 2022-2024 mengalami penurunan yang konsisten sehingga partisipasi anggota menjadi poin penting yang mana kontribusinya terus menurun dari tahun ke tahun. Kinerja Koperasi bergantung pada tingkat partisipasi anggotanya, jika anggota berpartisipasi dengan aktif maka Koperasi akan berkembang dengan baik. Dalam mengembangkan Koperasi peran anggota sangatlah penting, anggota memiliki peran sebagai pemilik dan pengguna jasa sehingga keterlibatan anggota merupakan sebuah keniscayaan. Koperasi memiliki tugas untuk memenuhi kebutuhan anggota dan anggota memiliki tugas sebagai pengguna jasa dalam kaitannya sebagai pelanggan untuk terus bertransaksi di Unit Usaha Niaga (Toko).

Menurut Lupiyoadi (2001:158) terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu:

1. Kualitas Produk (*Product Quality*)

Pelanggan akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang dikonsumsi berkualitas.

2. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Pelanggan akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan mereka.

3. Emosional (*Emotional*)

Pelanggan akan bangga dan merasa orang lain akan kagum jika seseorang menggunakan produk yang bermerk dan cenderung memiliki rasa kepuasan yang lebih tinggi. Dimana kepuasan disini diperoleh pada nilai sosial yang membuat pelanggan merasa puas atas penilaian orang lain bukan karena kualitas dari produk.

4. Harga (*Price*)

Produk dengan harga yang relatif lebih murah dengan kualitas yang sama akan memberikan nilai yang lebih tinggi di mata pelanggan.

5. Biaya (*Cost*)

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya ekstra atau waktu ekstra untuk mendapatkan suatu produk ataupun jasa cenderung akan membuat pelanggan puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Dari lima faktor tersebut, terdapat kualitas pelayanan. Pengukuran kualitas pertama kali dikembangkan oleh Parasuraman, pada perkembangannya konsep tersebut dikembangkan kedalam lima dimensi, yaitu *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Realibilitas), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Empati) (Lupiyoadi 2001:158). Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut harus dijalankan dan dibuktikan oleh Koperasi khususnya pada unit niaga (toko) untuk memberikan kesan yang baik karena dengan hal itu maka kepercayaan pelanggan akan terbentuk dan pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan. Dalam menjalankan unit niaga (toko) maka pelayanan merupakan hal yang utama, pelayanan yang diberikan perlu maksimal untuk memberikan kepuasan pada anggota sebagai pelanggan dan meningkatkan partisipasi anggota dalam melakukan transaksi ekonomi di unit usaha niaga (toko). Memberikan pelayanan yang baik akan berimplikasi pada kepuasan pelanggan yang mana akan meningkatkan partisipasi anggota, oleh sebab itu dalam pelaksanaannya kedua unsur tersebut perlu ditingkatkan untuk menciptakan loyalitas pada anggota sebagai pelanggan dan mencapai tujuan koperasi yaitu mensejahterakan anggota Koperasi.

Di era perdagangan bebas yang memiliki banyak kompetitor maka tumpuan tersebut jatuh pada loyalitas pelanggan yang akan mempertahankan keberlangsungan usaha yang dijalani melalui kualitas pelayanan yang baik secara konsisten dan lebih jauh pelanggan akan merasa puas dan loyalitas akan terbentuk dengan baik, pelanggan yang loyal bukan hanya berdampak positif dalam jangka pendek namun juga dalam jangka panjang.

Kepuasan pelanggan merupakan poin penting dalam menjalankan suatu bisnis khususnya Koperasi, di dalamnya terdapat ekspektasi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dapat memenuhi harapan seorang pelanggan dan/atau melebihi harapan seorang pelanggan. Melalui kualitas pelayanan yang baik maka Koperasi dapat meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan dan meningkatkan pendapatan Koperasi. (Lupiyoadi and Hamdani 2006) menjelaskan dalam Kualitas pelayanan yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pelanggan, tidak hanya pelanggan yang bertransaksi di tempat tersebut namun hal tersebut akan berdampak pada pelanggan lain. Kualitas pelayanan yang baik dapat menarik pelanggan baru dan meningkatkan profit pada Koperasi dalam jangka waktu yang panjang karena loyalitas pelanggan akan menghasilkan jumlah transaksi yang konsisten pada Koperasi.

Unit Usaha Niaga (Toko) Koperasi PRIMKOPKAR Unit III Jawa Barat dan Banten dalam pelayanan belum dapat memuaskan anggota sebagai pelanggan hal ini terlihat dari saran yang diberikan pada laporan RAT serta wawancara yang dilakukan kepada anggota perlu peningkatan kualitas pelayanan pada Koperasi.

Berdasarkan observasi di Unit Usaha Niaga (Toko) Koperasi PRIMKOPKAR Unit III Jawa Barat dan Banten, peneliti menemukan beberapa fenomena yang berkaitan dengan masalah kinerja tersebut:

1. Layanan transaksi yang tersedia hanya berupa pembayaran *cash* tidak menggunakan *cashless* atau *scan* QRIS sehingga tidak optimal dalam memberikan layanan transaksi. (Keandalan)

2. Fasilitas toko yang kurang nyaman dan tidak lengkap seperti kenyamanan tempat menunggu, tidak adanya akses Wi-Fi dan kondisi toko yang minim fasilitas pendukung. (Bukti Fisik)
3. Karyawan kurang sigap dalam menyambut pelanggan dan menanggapi keluhan. (Daya Tanggap)
4. Pengurus sudah dapat memenuhi kebutuhan anggota, namun dalam variasi produk yang ditawarkan minim sehingga perlu memperhatikan kembali produk yang dibutuhkan dan hal ini akan memengaruhi jumlah transaksi unit toko. (Empati)

Berdasarkan kondisi yang telah diuraikan, Koperasi perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar pelanggan merasa puas dan terbentuk loyalitas pelanggan terutama pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan lama sehingga tidak beralih ke produk atau jasa pesaing dengan tujuan mempertahankan keberlangsungan unit niaga (toko). Dalam mengatasi permasalahan yang terjadi, Koperasi dapat melakukan perbaikan pada fasilitas toko, memperhatikan variasi produk sesuai dengan preferensi anggota, kualitas pelayanan toko dan pemanfaatan teknologi dalam layanan akan memberikan pengalaman terbaik dan berkesan bagi anggota. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan yang tinggi kepada pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan pada unit toko.

Hal ini didukung oleh pernyataan Noviyanti, Endri dan Dalius (2018) dalam publikasi MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen, berpendapat bahwa kualitas pelayanan dengan melalui kelima dimensi *tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness Assurance*,

Empathy, terbukti lima dimensi kualitas pelayanan memberikan kepuasan yang baik kepada pelanggan, sehingga perlu dioptimalkan dengan baik untuk menciptakan dan/atau meningkatkan loyalitas pelanggan Koperasi.

Laksaguna dan Sucipto (2019) dalam publikasi Jurnal Riset Manajemen Indonesia (JRMI), menyatakan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan karyawan, hal-hal yang melekat pada diri karyawan menjadi indikator penting dalam mencapai tingkat kepuasan yang baik, sehingga pelanggan akan loyal dengan membeli produk secara berulang dan merekomendasikan pada orang lain. Karyawan memiliki peran krusial sebagai muka Koperasi dihadapan pelanggan baik anggota maupun non-anggota, hal ini menjadi penting karena baik atau buruknya citra Koperasi tergantung dengan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik, sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Menurut Rusdiyanto & Suranti (2021) dalam publikasi JEMBA (Jurnal Ekonom, Manajemen, Bisnis, Akutansi), menyatakan bahwa kualitas yang baik akan memberikan kepuasan tersendiri kepada pelanggan, dengan tingkat kepuasan yang tinggi loyalitas akan tercapai. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan mampu mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, dengan memperhatikan pelayanan yang berasal dari kemampuan karyawan dan fasilitas fisik yang dapat langsung dirasakan oleh pelanggan, keduanya merupakan hal yang utama untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga berdampak pada loyalitas yang akan memberikan efek positif bagi Koperasi dalam jangka panjang.

Hasil penelitian sebelumnya memberikan gambaran bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan memberikan dampak pada loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan bukan hanya terfokus pada pelayanan yang diberikan karyawan, namun kualitas pelayanan yang diberikan perlu memperhatikan faktor pendukung lainnya, seperti fasilitas toko dan produk atau jasa yang ditawarkan oleh unit toko. Tingkat kepuasan konsumen yang tinggi akan memberikan dampak yang baik pada tingkat loyalitas pelanggan, semakin pelanggan puas maka loyalitas pelanggan akan meningkat.

Berdasarkan pada latar belakang permasalahan tersebut, belum diketahui tentang deskripsi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota dan dampaknya pada loyalitas anggota sebagai pelanggan pada Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten. Maka peneliti merumuskan masalah penelitian yaitu perlu diuji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota dan dampaknya pada loyalitas anggota sebagai pelanggan. Peneliti merumuskan pertanyaan penelitian, yaitu ingin mengetahui bagaimana deskripsi dan pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota dan dampaknya pada loyalitas anggota sebagai pelanggan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti mengidentifikasi masalah sesuai dengan fenomena, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan Unit Usaha Niaga (Toko) Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan Unit Usaha Niaga (Toko) Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten?
3. Bagaimana loyalitas pelanggan Unit Usaha Niaga (Toko) Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten?
4. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Unit Usaha Niaga (Toko) Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten?
5. Bagaimana kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Unit Usaha Niaga (Toko) Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Unit Usaha Niaga (Toko) Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten?
7. Bagaimana upaya manajerial dalam membentuk loyalitas pelanggan dengan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan Unit Usaha Niaga (Toko) Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota dan Dampaknya Pada Loyalitas Anggota Sebagai Pelanggan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendapatkan informasi mengenai kualitas pelayanan Unit Usaha Niaga (Toko) Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten.
2. Untuk mendapatkan informasi mengenai kepuasan pelanggan Unit Usaha Niaga (Toko) Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten.
3. Untuk mendapatkan informasi mengenai loyalitas pelanggan Unit Usaha Niaga (Toko) Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten.
4. Untuk mendapatkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Unit Usaha Niaga (Toko) Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten.
5. Untuk mendapatkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Unit Usaha Niaga (Toko) Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten.

6. Untuk mendapatkan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Unit Usaha Niaga (Toko) Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten.
7. Untuk mendapatkan upaya manajerial dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan serta membentuk loyalitas pelanggan Unit Usaha Niaga (Toko) Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Diharapkan penelitian ini akan membantu mengembangkan teori kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan serta menambah wawasan pembaca, khususnya pada pengurus Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten. Selain itu, diharapkan penelitian ini akan menjadi bagian dari literatur akademik tentang Manajemen Bisnis, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini ditujukan untuk memformulasikan kualitas pelayanan yang baik, meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan serta memberikan saran kepada Koperasi. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat membantu Koperasi dalam meningkatkan pengelolaan bisnis secara baik dan berkelanjutan.