

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era yang semakin kompetitif ini, di mana organisasi bersaing secara intensif untuk mendapatkan perhatian dan dukungan dari anggota mereka. Analisis kualitas pelayanan menjadi semakin penting dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota. Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan pola perilaku konsumen, anggota organisasi memiliki ekspektasi yang semakin tinggi terhadap pelayanan yang mereka terima. Anggota tidak hanya menginginkan produk atau layanan yang berkualitas, tetapi juga pengalaman yang memuaskan dan terpersonalisasi. Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Koperasi merupakan salah satu peningkatan kemajuan ekonomi bagi anggota dan masyarakat.

Koperasi sebagai organisasi bisnis yang dimiliki dan dioperasikan oleh orang-orang demi kepentingan bersama. Keberadaan koperasi merupakan salah satu sumber daya yang dapat membantu perekonomian Indonesia dan memajukan pembangunan nasional. Bahwa koperasi perlu lebih membangun dirinya dan dibangun menjadi kuat dan mandiri berdasarkan prinsip koperasi sehingga mampu berperan sebagai soko guru perekonomian nasional. Hal ini sesuai dengan tujuan koperasi menurut Undang-Undang No 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian Bab II Pasal 3 yang berbunyi :

“Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Undang-Undang Dasar 1945”.

Hal ini menunjukkan bahwa tujuan dibentuknya koperasi yaitu untuk membangun perkembangan perekonomian nasional guna mewujudkan masyarakat yang makmur, sejahtera dan maju. Oleh karena itu, pentingnya partisipasi anggota untuk mencapai tujuan bersama. Sehingga perlu diperbaiki sumber daya manusia maupun manajemen agar perkembangan koperasi sesuai dengan apa yang diharapkan.

Di dalam koperasi, partisipasi anggota sangat diperlukan dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan koperasi. Pada dasarnya anggota koperasi merupakan pemilik (*owner*) sekaligus sebagai pengguna atau pelanggan (*user*) koperasi. Ketentuan tersebut sesuai dengan Undang-Undang No 25 tahun 1992 Pasal 16 yang berbunyi :

“Koperasi konsumen adalah koperasi yang melaksanakan kegiatan bagi anggota dalam rangka penyediaan barang atau jasa yang dibutuhkan anggota. Pada koperasi ini, anggota memiliki identitas sebagai pemilik (*owner*) dan sebagai pelanggan (*customer*)”.

Yang menjelaskan bahwa jenis koperasi didasarkan pada kesamaan dan kepentingan ekonomi anggotanya. Artinya bahwa usaha koperasi memang ditujukan terutama untuk melayani kebutuhan anggota. Dengan demikian apabila anggota sebagai pelanggan utama yang dilayani koperasi tidak berpartisipasi pada koperasi, tentu saja usaha yang diselenggarakan koperasi menjadi sia-sia. Dengan kata lain, potensi usaha koperasi tersebut menjadi tidak bernilai ekonomi. Oleh karena itu, partisipasi anggota dalam kegiatan koperasi mutlak diperlukan oleh

koperasi. Berjalan atau tidaknya usaha koperasi sangat ditentukan oleh partisipasi anggota dalam mendukung dan memanfaatkan layanan usaha koperasi. Dalam hal ini adalah pemanfaatan layanan unit perdagangan yang merupakan bagian partisipasi anggota dan dalam upaya menuju keberhasilan koperasi, karena dalam menuju keberhasilan koperasi juga ditunjang oleh partisipasi anggotanya. Dalam hal ini pemanfaatan yang diberikan oleh koperasi menitikberatkan pada layanan yang diberikan oleh unit perdagangan antara lain menyediakan barang-barang konsumsi sebagai kebutuhan sehari-hari para anggotanya. Oleh karena itu, tidak berlebihan apabila dikatakan bahwa keberhasilan usaha koperasi sangat ditentukan oleh partisipasi anggota dalam koperasi. Kepuasan anggota adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi yang mereka terima dengan harapan mereka. Kepuasan juga tergantung pada kualitas produk dan jasa. Salah satu Koperasi yang mampu berusaha memenuhi kebutuhan anggotanya yaitu Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) Kamola Majalaya Kabupaten Bandung.

Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) Kamola Majalaya yaitu salah satu Koperasi yang akan dijadikan penelitian dengan Badan Hukum No. 10427/BH/PAD/518-KOP/X/2020 yang beralamat di Jalan Raya Rancaekek-Majalaya No. 183 Desa Majasetra Kecamatan Majalaya Kabupaten Bandung Jawa Barat.

Berikut Unit Usaha yang dimiliki koperasi yaitu :

1. Unit Usaha Simpan Pinjam

- a) Pinjaman Jangka Panjang (Pjpan), adalah pinjaman dengan masa pinjaman lebih dari satu tahun dengan bunga jasa 2% perbulan dan provisi 1%.
- b) Pinjaman Khusus (PjKhs), adalah adalah pinjaman dengan masa pinjaman kurang dari satu tahun dengan bunga jasa 3% perbulan dan provisi 2%.

2. Unit Usaha Perdagangan

- a) Unit Toko (KKMK Mart), yang di dalamnya terdiri dari Perdagangan Konsumsi adalah barang yang disediakan koperasi bagi anggotanya berupa kebutuhan sehari-hari seperti beras, telur, minyak, mie dll. Dan Perdagangan Konsumtif, adalah barang-barang lain dari kebutuhan anggota seperti handphone, TV, kulas, mesin cuci dll.
- b) Unit Pembayaran Listrik dan unit Perdagangan Fotocopy.

Untuk menunjang pelayanan terhadap anggota, koperasi KKMK kamola ini dikelola oleh 3 orang pengurus, 3 orang pengawas, 4 orang karyawan dan 1 orang penasehat.

Unit-unit tersebut didirikan guna untuk melayani anggota maupun non anggota setiap hari Senin sampai Sabtu pada pukul 08.00-16.00 WIB. Dari kedua unit tersebut penelitian akan difokuskan pada Unit Usaha Perdagangan pada Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) Kamola Majalaya karena dilihat dari Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus dan Pengawas Koperasi Konsumen KKMK Kamola Majalaya terdapat penurunan jumlah partisipasi anggota pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen KKMK Kamola Majalaya. Unit Usaha Perdagangan merupakan unit usaha yang umumnya bergerak dibidang usaha eceran yang berupa toko mini market (KKMK Mart) yang berguna

untuk mengadakan dan mengusahakan kebutuhan untuk anggotanya. Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen KKMK Mart ini menyediakan berbagai kebutuhan pokok (Beras, Minyak, Terigu, Gula, Telur, dan yang lainnya) untuk kebutuhan hidup sehari-hari.

Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) Kamola Majalaya diharuskan untuk meningkatkan pelayanan Unit Usaha Perdagangan agar dapat memenuhi kebutuhan anggotanya. Sebaliknya, anggota diwajibkan untuk berpartisipasi dalam meningkatkan transaksi pembelian dan juga memanfaatkan pelayanan yang sudah disediakan dalam Unit Usaha Perdagangan Koperasi (KKMK) Kamola Majalaya. Namun sampai saat ini Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) Kamola Majalaya belum mampu mengatasi kesulitan mendasar, yaitu kualitas pelayanan yang tidak memadai anggota koperasi merasa bahwa pelayanan yang diberikan masih kurang, terutama dalam hal ketersediaan dan kelengkapan produk, keterlambatan pengantaran, serta masalah teknis pada aplikasi yang digunakan dan terdapat adanya data menunjukkan bahwa partisipasi anggota mengalami fluktuasi, dengan penurunan drastis pada tahun-tahun tertentu, yang berdampak langsung pada penurunan transaksi di Unit Usaha Perdagangan.

Berikut data perkembangan partisipasi anggota pada Koperasi KKMK Kamola Majalaya :

**Tabel 1. 1 Perkembangan Partisipasi Anggota pada Unit Perdagangan
KKMK Kamola Majalaya 2019-2023**

Tahun	Jumlah Anggota (orang)	Jumlah Anggota yang Berpartisipasi (orang)	Persentase Jumlah Selisih Anggota yang Berpartisipasi (%)
2019	486	450	-
2020	558	453	0,66
2021	557	481	5,82
2022	517	500	3,80
2023	428	349	(43,27)

*Sumber ; Laporan RAT Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan
(KKMK) "Kamola" Majalaya*

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa selisih partisipasi anggota tahun 2019 hingga tahun 2023 mengalami kondisi yang fluktuasi. Di tahun 2019 hingga 2022 jumlah selisih partisipasi anggota meningkat setiap tahunnya hingga mencapai persentase 3,80%. Sedangkan di tahun 2023 jumlah selisih partisipasi anggota mengalami penurunan drastis hingga 43,27%.

Dari tren ini, dapat disimpulkan bahwa meskipun jumlah anggota secara keseluruhan mengalami fluktuasi, partisipasi anggota tidak selalu sejalan dengan jumlah anggota. Bahkan, ada indikasi bahwa ketika jumlah anggota berkurang, persentase partisipasi dapat menurun secara signifikan, seperti yang terlihat pada tahun 2023. Ini menunjukkan adanya hubungan antara jumlah anggota dan tingkat partisipasi, tetapi tidak selalu berbanding lurus. Penurunan partisipasi yang tajam pada tahun 2023 bisa disebabkan oleh berbagai faktor, dilihat dari laporan pengurus dan pengawas tahunan terdapat beberapa orang yang mengundurkan diri pada tahun 2022-2023 yang disebabkan oleh dampak pandemi Covid-19 yang masih terasa sehingga menyebabkan macetnya setoran atau tidak membayar kewajibannya

sebagai anggota dengan beberapa alasan seperti, mempunyai cicilan yang lain, gaji tidak cukup dan mempunyai keperluan keluarga yang masih kurang, dan setelah dilakukan musyawarah anggota lebih memilih mengundurkan diri dari Koperasi.

Berikut adalah data perkembangan target dan realisasi pendapatan Koperasi KKMK Kamola Majalaya :

Tabel 1. 2 Perkembangan Target dan Realisasi Pendapatan Koperasi KKMK Kamola Majalaya 2019-2023

Tahun	Unit Perdagangan			Unit Simpan Pinjam		
	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	N/T (%)	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	N/T (%)
2019	287.727.000	516.442.555	48,45	913.746.000	973.425.064	16,10
2020	609.432.946	588.976.669	12,32	1.138.574.705	759.993.500	(28,08)
2021	670.845.015	540.193.032	(9,03)	948.955.067	893.641.850	14,96
2022	705.000.000	495.445.046	(8,94)	945.542.461	918.460.425	2,70
2023	518.170.668	397.055.659	(24,78)	971.315.678	987.116.000	6,96

Sumber: Laporan RAT Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) "Kamola" Majalaya

Berdasarkan Tabel 1.2 terlihat bahwa target maupun realisasi dari unit simpan pinjam Koperasi KKMK Kamola mengalami kenaikan. Sedangkan perkembangan target maupun realisasi pada unit perdagangan cenderung mengalami penurunan setiap tahunnya, Dikarenakan oleh partisipasi anggota yang dirasa belum optimal dalam memanfaatkan pelayanan yang telah diberikan koperasi, anggota hanya membeli kebutuhannya dengan melakukan kewajibannya sebagai anggota, setelah itu anggota membeli kebutuhan sehari-harinya di luar Unit

Usaha Perdagangan Koperasi KKMK Kamola Majalaya. Maka pada penelitian ini, peneliti memfokuskan penelitian hanya pada unit perdagangan saja.

Dari penurunan partisipasi pembelian tentunya memengaruhi nilai transaksi pada Unit Usaha Perdagangan “KKMK Mart” berikut data nilai transaksi pada Unit Toko:

Tabel 1. 3 Nilai Transaksi Anggota pada Unit Perdagangan KKMK Kamola Majalaya 2022-2023

Tahun		Transaksi Anggota (RP)	Perubahan (RP)	N/T (%)
2022	Q1	603.082.345	-	-
	Q2	487.712.345	(115.370.000)	(19,13)
	Q3	444.379.150	(43.333.195)	(8,88)
	Q4	572.488.025	128.108.875	28,83
2023	Q1	617.493.745	45.005.720	7,86
	Q2	516.019.745	(101.474.009)	(16,43)
	Q3	475.578.480	(40.441.265)	(7,84)
	Q4	435.975.700	(39.602.780)	(8,33)

Sumber: Laporan RAT Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan

(KKMK) “Kamola” Majalaya

Keterangan :

Kuartal 1 (Q1) : Januari, Februari, Maret

Kuartal 2 (Q2) : April, Mei, Juni

Kuartal 3 (Q3) : Juli, Agustus, September

Kuartal 4 (Q4) : Oktober, November, Desember

Berdasarkan Tabel 1.3 terlihat bahwa transaksi anggota pada unit perdagangan “KKMK Mart” pada tahun 2022 mengalami kenaikan mencapai 28,83%, kemudian pada tahun 2023 terlihat pada kuartal 1 transaksi anggota meningkat hingga 7,86% dari tahun sebelumnya, namun terlihat pada kuartal 2 hingga kuartal 4 transaksi anggota terus mengalami penurunan partisipasi anggota

oleh karena itu masih banyak anggota lainnya masih belum berpartisipasi dalam memanfaatkan pelayanan yang disediakan oleh Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen KKMK “Kamola” Majalaya.

Dapat dilihat jumlah transaksi anggota pada unit perdagangan dari tahun 2022 hingga 2023 belum mengalami peningkatan yang signifikan. Sedangkan harapan koperasi semua anggota dapat bertransaksi secara keseluruhan.

Berdasarkan observasi dan wawancara secara langsung kepada anggota Koperasi KKMK Kamola Majalaya, ternyata memang anggota mengeluhkan tentang pelayanan yang diberikan di unit usaha perdagangan (KKMK Mart), seperti ketersediaan atau kelengkapan produk dirasa masih kurang terutama bahan bahan masakan, sering mengalami keterlambatan dalam pengantaran barang ke toko, tidak berjalannya aplikasi yang tersedia (KKMK Mart). Maka dari itu, peneliti menduga bahwa aspek-aspek mengenai kualitas layanan di atas dapat berdampak pada partisipasi anggota di Unit Usaha Perdagangan Koperasi KKMK Kamola Majalaya.

Menurut Firmansyah (2016) menyatakan bahwa : **“Pelayanan prima adalah pelayanan yang baik dan memuaskan pelanggan atau masyarakat atau pemangku kepentingan lainnya dalam upaya memenuhi kebutuhan atau permintaan, menyiapkan, mengurus yang diperlukan secara prima, sehingga pelanggan mendapatkan sesuatu yang melebihi harapannya”**.

Adapun penelitian terdahulu yang dikemukakan dalam jurnal, terkait Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan adalah sebagai berikut :

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asty Setia Fpanny (2019) menyatakan bahwa : **“Upaya-upaya yang harus dilakukan oleh Koperasi tersebut**

dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota yaitu dilihat dari indikator-indikator kualitas pelayanan yang sangat penting bagi anggota, akan tetapi pelaksanaan yang diberikan oleh koperasi tersebut kurang baik seperti dari indikator-indikator Kecepatan pelayanan yang diberikan oleh karyawan”

Menurut Rinaldi Syahrial (2018) menyatakan bahwa : “Dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota adalah dengan cara meningkatkan atau memperhatikan indikator-indikator yang belum baik pelaksanaannya namun sangat diharapkan oleh anggota seperti indikator-indikator: kelengkapan produk, persediaan produk, lokasi mudah dijangkau, dan tata letak”.

Dalam penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap partisipasi anggota. Pelayanan tidak hanya dilihat dari kecepatan karyawan saat melakukan keinginan konsumen, namun kualitas pelayanan juga dapat dilihat dari kelengkapan atau persediaan pada produk, kenyamanan tempat, dan lokasi yang mudah dijangkau, karena jika pelayanan yang diberikan sangat tidak memuaskan bagi anggota atau konsumen maka akan menyebabkan kurangnya transaksi dari anggota atau konsumen.

Kepuasan Konsumen akan memberikan manfaat bagi perusahaan, khususnya usaha dalam bidang perdagangan. Dengan mempertahankan dan memberikan kepuasan kepada konsumen maka mereka cenderung untuk membeli ulang barang dan jasa yang telah mereka konsumsi. Kepuasan juga akan mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Komunikasi yang disampaikan oleh konsumen yang merasa puas dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan

Heryanto (2008). Faktor-faktor yang dapat mendorong Kepuasan Konsumen diantaranya yaitu Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, faktor emosional, biaya, tempat yang strategis dan kemudahan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, untuk mengetahui dengan jelas penyebab dari masalah yang terjadi, maka peneliti merumuskan masalah penelitian yaitu perlu diketahui kualitas pelayanan yang diterapkan unit usaha perdagangan. Kemudian, membuat pertanyaan penelitian yaitu “Bagaimana Pelaksanaan Kualitas Pelayanan Unit Usaha Perdagangan Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan”. Maka agar ditemukannya solusi yang tepat untuk unit usaha perdagangan yang diharapkan dapat meningkatkan partisipasi anggota. Oleh karena itu peneliti akan mengkaji lebih mendalam dengan melakukan penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Peneliti akan melakukan proses penelitian yang berlangsung di Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan (KKMK) “Kamola” Majalaya yang beralamatkan di Jalan Raya Rancaekek-Majalaya No. 183 Kode Pos 40382 Desa Majasetra Kecamatan Majalaya Kabupaten Bandung Jawa Barat.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang, maka masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan yang dilakukan Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen KKMK Kamola Majalaya?

2. Bagaimana partisipasi anggota pada Unit Usaha Perdagangan di Koperasi Konsumen KKMK Kamola Majalaya?
3. Bagaimana harapan anggota terhadap pelayanan yang diberikan oleh Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen KKMK Kamola Majalaya?
4. Upaya apa saja yang harus dilakukan untuk anggota dalam meningkatkan partisipasi melalui kualitas pelayanan pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi KKMK Kamola Majalaya?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis tentang pelayanan yang dilakukan Unit Usaha Perdagangan Koperasi Karyawan dan Mantan Karyawan KKMK Kamola Majalaya dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah di maksud untuk mengetahui :

1. Pelaksanaan Kualitas Pelayanan yang dilakukan Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen KKMK Kamola Majalaya.
2. Partisipasi anggota pada Unit Usaha Perdagangan di Koperasi Konsumen KKMK Kamola Majalaya.
3. Harapan anggota terhadap pelayanan yang diberikan oleh Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen KKMK Kamola Majalaya.

4. Upaya apa saja yang harus dilakukan untuk anggota dalam meningkatkan partisipasi melalui kualitas pelayanan pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi KKMK Kamola Majalaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Berkontribusi sebagai bahan masukan dalam melakukan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu perkoperasian dan manajemen bisnis.
2. Bagi peneliti lain, diharapkan dapat menjadi salah satu referensi yang berguna mengenai topik yang berkaitan dengan masalah kualitas pelayanan dan partisipasi anggota.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat untuk Koperasi Konsumen Karyawan dan Mantan Karyawan KKMK Kamola Majalaya sebagai informan tambahan dalam membuat kebijakan dan keputusan terhadap hal-hal yang berkaitan dengan bidang bisnis usahanya.