

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perekonomian berkaitan erat dengan kehidupan masyarakat. Seiring waktu, kebutuhan masyarakat terus tumbuh dan berubah. Perubahan umum dalam perekonomian suatu negara merupakan akibat dari inflasi, pengangguran, kesempatan kerja, output produksi, dan sebagainya. Jika isu-isu ini ditangani dengan tepat, suatu negara akan mencapai situasi ekonomi yang stabil, yang berdampak pada kesejahteraan penduduknya.

Koperasi dianggap sebagai soko guru perekonomian Indonesia, dan oleh karena itu dianggap sangat penting bagi anggotanya dan masyarakat pada umumnya. Pengembangan koperasi bertujuan untuk mengubahnya menjadi badan usaha yang efisien dan gerakan ekonomi yang kuat di masyarakat.

Pembangunan Negara Republik Indonesia sangat dipengaruhi oleh perkembangan perekonomian nasional, selain ada koperasi ada juga, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), ataupun Badan Usaha Milik Swasta. Dalam kegiatan usahanya, koperasi berorientasi pada pemberian manfaat bagi ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Selain melayani para anggotanya, koperasi juga dapat melayani bukan anggota atau masyarakat jika

koperasi memiliki kelebihan kemampuan. Dalam Pasal 44 ayat 2 dijelaskan bahwa “Yang dimaksud dengan kelebihan kemampuan usaha Koperasi adalah kelebihan kapasitas dana dan daya yang dimiliki oleh Koperasi untuk melayani anggotanya.” Kelebihan kapasitas tersebut oleh Koperasi dapat dimanfaatkan untuk berusaha dengan bukan anggota dengan tujuan untuk mengoptimalkan skala ekonomi dalam arti memperbesar omzet usaha dan menekan biaya per unit yang memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada anggotanya serta untuk memasyarakatkan Koperasi.”

Koperasi menurut H.E Erdman dalam Subandi (2025:19) :

“Koperasi adalah suatu badan usaha yang secara sukarela dimiliki dan dikendalikan oleh orang-orang yang menggunakan jasa-jasanya, dan dioperasikan untuk memberikan manfaat kepada anggotanya.”

Definisi di atas menunjukkan bahwa koperasi adalah lembaga ekonomi yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya.

Salah satu strategi yang digunakan koperasi untuk memenuhi kebutuhan anggotanya adalah dengan menyediakan berbagai unit usaha yang memenuhi kebutuhan anggota, salah satunya adalah unit usaha perdagangan. Unit usaha ini berperan sebagai penyedia jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari maupun kebutuhan barang konsumsi lainnya bagi anggota koperasi itu sendiri. Seiring perkembangannya, unit usaha perdagangan juga dapat melayani masyarakat umum di sekitarnya. Salah satu strategi untuk meningkatkan penjualan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan dalam

pemasaran suatu produk mencakup berbagai aspek, termasuk penawaran produk dan pelayanan dalam mengantarkan produk yang dijual. Keberhasilan suatu usaha dapat diukur dari kemampuannya untuk bersaing secara mandiri di sektor jasa konsumen. Dengan demikian, usaha yang memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan pelayanan yang memuaskan akan memastikan kepuasan pelanggan, yang akhirnya mengarah pada peningkatan penjualan.

Menurut Philip Kotler (2002:83) tentang pelayanan adalah :

“Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”.

Pelayanan yang diberikan oleh koperasi merupakan aspek fundamental yang menentukan keberhasilan operasional dan keberlangsungan koperasi itu sendiri. Dalam konteks koperasi, pelayanan tidak terbatas pada proses transaksi atau interaksi antara karyawan dan anggota, tetapi mencakup seluruh pengalaman anggota dalam berinteraksi dengan lembaga, mulai dari kemudahan akses informasi, kecepatan dan ketepatan pelayanan, hingga sikap dan kompetensi karyawan yang terlibat dalam pelayanan. Koperasi mampu memberikan pelayanan berkualitas tinggi yang responsif terhadap kebutuhan anggota. anggota, serta mampu menciptakan rasa puas, rasa memiliki, dan kepercayaan yang tinggi dari anggota, dengan rasa puas dan kepercayaan yang tinggi, maka diharapkan omzet penjualan akan meningkat. Kepuasan dan kepercayaan inilah yang menjadi kunci penting dalam mendorong loyalitas anggota terhadap koperasi, termasuk dalam

keterlibatan mereka dalam membeli produk atau menggunakan layanan yang ditawarkan oleh koperasi.

Menurut Kotler dan Keller (2016) tentang omzet penjualan adalah :

“Omzet penjualan adalah jumlah total uang yang diterima Perusahaan dari hasil penjualan barang atau jasa selama periode tertentu.”

Di Provinsi Jawa Barat, khususnya di Kabupaten Bandung, terdapat Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya. Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya merupakan salah satu koperasi yang masih aktif yang ada di Jalan Cipaku No. 87 Desa Cipaku Kecamatan Paseh. Koperasi ini sudah berdiri sejak tanggal 3 Mei 1999 dan berbadan hukum dengan nomor 230/ BH / 518-KOP / V / 1999. Untuk memenuhi kebutuhan anggotanya Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya memiliki 3 unit usaha yaitu:

1. Unit perdagangan yaitu sebuah unit usaha yang dimiliki Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya yang menjalankan kegiatannya melalui toko yang menyediakan segala kebutuhan sehari-hari anggota, atau bisa disebut WASERDA.
2. Unit Unit Rekanan dan Jasa merupakan unit usaha yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan dalam lingkungan RSUD, seperti pengadaan barang, kebersihan dan pemeliharaan taman, *porter oxygen*, pengelolaan tenaga pos, penunjang jurumasak, petugas *loundry*, pengantar makanan pasien, penunjang pemulasara jenazah, dan satpam. Namun pada saat ini unit rekanan juga melayani

kegiatan pelayanan jasa *fotocopy*, BBN, pembayaran *online* BPJS, pulsa, rekening listrik, penjualan atribut, dll.

3. Unit Simpan Pinjam, merupakan unit usaha yang dimiliki oleh Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya berfokus pada pinjaman dan simpanan anggota.

Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya dari tahun 1999 aktif dan terus berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan anggota sampai saat ini. Namun perkembangan jumlah anggota yang berpartisipasi di Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya mengalami penurunan. Adapun perkembangan partisipasi anggota pada Unit Usaha Perdagangan dapat dilihat secara rinci pada Tabel 1.1 Berikut ini:

Tabel 1. 1 Perkembangan Jumlah Anggota Pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya Tahun 2020 s/d 2024

Tahun	Anggota (Orang)			Perkembangan Jumlah Anggota (%)
	Jumlah	Aktif	Pasif	
2020	589	585	4	-
2021	584	577	7	(0,85)
2022	565	551	14	(0,33)
2023	507	478	17	(10,27)
2024	486	423	63	(4,14)

Sumber: Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus dan Pengawas Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa Partisipasi anggota dalam penggunaan layanan yang ditawarkan oleh Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya mengalami penurunan sehingga berdampak pada perkembangan pendapatan penjualan. Dampak dari partisipasi anggota yang

menurun menyebabkan omzet penjualan juga menurun lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel dibawah ini:

Tabel 1. 2 Perkembangan Anggota dan Penjualan Pada UnitPerdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Tahun 2020-2024

Tahun	Pelanggan		Omzet Penjualan (Rp)	Perkembangan Omzet (%)
	Anggota (Orang)	Non Anggota (Orang)		
2020	358	10	3.044.106.000	-
2021	325	53	2.610.301.000	(14,25)
2022	335	55	2.776.010.000	6,35
2023	408	53	3.077.275.000	8,33
2024	424	38	3.042.274.000	1,16

Sumber: Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus dan Pengawas Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui Perkembangan Penjualan pada Unit Perdagangan pada Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya tahun 2020-2024 menunjukan penurunan dan angka penurunannya itu di bawah 10% dalam kurun waktu satu tahun sehingga ini bisa menjadi permasalahan karena jika di biarkan di tahun selanjutnya ada kemungkinan besar ini akan menurun, dilihat dari pola maupun tren perkembangan omzet penjualan koperasi konsumen mulia RSUD Majalaya tahun 2020-2024. Oleh sebab itu hal ini menjadi fenomena Ketika kita lihat adanya permasalahan yang sudah disinggung. Perkembangan penjualan selama 5 tahun setelah dilakukan survei pendahuluan dengan observasi secara langsung diduga bahwa penurunan penjualan disebabkan karena hal ini, sebagai berikut:

1. Ketidakakuratan informasi produk atau jasa.
2. Keterlambatan pengiriman barang atau penyelesaian layanan yang berdampak pada kepercayaan anggota menurun, dan beralih ke kompetitor.
3. Lambat merespon keluhan atau permintaan anggota.
4. Kurangnya inisiatif staf dalam membantu penyelesaian masalah. Yang dampaknya adalah anggota merasa tidak dihargai, mengurangi frekuensi transaksi.
5. Kompetensi staf rendah misalnya kesalahan input data
6. Kurangnya sopan santun dan profesionalitas dalam berkomunikasi dampaknya adalah persepsi risiko transaksi meningkat, anggota memilih layanan lain.
7. Tidak memahami kebutuhan spesifik anggota misalnya jam operasional tidak fleksibel.
8. Kurangnya pendekatan personal dalam layanan yang berdampak pada loyalitas anggota berkurang dan penjualan menurun.
9. Fasilitas tidak memadai misalnya display produk berantakan, dan alat transaksi yang digunakan kuno.
10. Kebersihan dan kenyamanan ruang pelayanan kurang. Dampaknya adalah anggota koperasi enggan bertransaksi karena lingkungan tidak menarik.

Berdasarkan fenomena di atas menunjukkan bahwa aspek-aspek mengenai kualitas pelayanan di atas dapat berdampak pada penjualan di Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia. Penjualan pada koperasi konsumen merupakan aspek yang sangat penting karena mencerminkan kinerja dan

keberhasilan koperasi dalam menjalankan usahanya. Semakin besar pendapatan koperasi, maka semakin besar pula yang dapat digunakan untuk menutupi biaya operasional dan menghasilkan Sisa Hasil Usaha (SHU) yang dapat dibagikan kepada anggota.

Selain itu semakin tinggi nya omzet penjualan memungkinkan koperasi untuk membeli barang dengan jumlah besar dengan harga grosir, sehingga dapat menawarkan harga yang lebih bersaing kepada anggota. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi usaha, tetapi juga memberikan keuntungan langsung kepada anggota dalam bentuk harga lebih murah (MEL)

Kualitas pelayanan yang baik merupakan indikator bahwa anggota merasa puas terhadap pelayanan dan produk koperasi. Serta menunjukan bahwa adanya loyalitas dari anggota untuk terus berbelanja di koperasi. Pembelian anggota yang terus meningkat dan selalu konsisten dengan memanfaatkan layanan merupakan dampak dari layanan yang berkualitas dan berdampak pada peningkatan omzet penjualan.

Upaya-upaya perbaikan kualitas pelayanan harus terus dilakukan oleh pihak Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya guna meningkatkan partisipasi dan peningkatan omzet penjualan, salah satunya dengan menyediakan pelayanan yang prima. Menurut Firmansyah (2016) menyatakan bahwa:

“Pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan kepada pelanggan secara maksimal agar dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan”.

Untuk mengetahui penerapan kualitas pelayanan di Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya perlu dilakukan penelitian agar dapat diketahui gambaran yang jelas tentang persepsi anggota terhadap kualitas pelayanan tersebut, sehingga apabila ada yang dianggap kurang baik oleh anggota dapat diperbaiki. Dengan diperbaikinya kualitas pelayanan diharapkan omzet penjualan pada Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya dapat meningkat. Berdasarkan hal tersebut maka dilakukan penelitian dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahannya dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Unit Usaha Perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya.
2. Bagaimana persepsi anggota terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan pada Unit Usaha Perdagangan.
3. Bagaimana ekspektasi anggota terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Unit Usaha Perdagangan.
4. Upaya perbaikan kualitas pelayanan yang bagaimana yang harus dilakukan Unit Perdagangan agar omzet penjualan meningkat

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menggambarkan kualitas pelayanan yang diberikan koperasi dalam upaya meningkatkan omzet penjualan yang dilakukan oleh Unit Usaha Perdagangan Koperasi Mulia RSUD Majalaya, serta untuk mengetahui bagaimana persepsi dan harapan anggota terhadap pelayanan yang diberikan, guna merumuskan upaya perbaikan yang dapat meningkatkan omzet penjualan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- 1) Kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Unit Usaha Perdagangan pada Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya
- 2) Persepsi anggota terhadap pelayanan yang dilakukan oleh Unit Usaha Perdagangan
- 3) Ekspektasi anggota terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Unit Usaha Perdagangan
- 4) Upaya perbaikan kualitas pelayanan yang perlu dilakukan oleh Unit Usaha Perdagangan agar omzet penjualan meningkat

1.4 kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan menjadi masukan bagi pihak-pihak tertentu terutama bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Manajemen Koperasi dalam menginformasikan data yang berkaitan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan omzetpenjualan pada Unit Perdagangan atau Pada Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk digunakan sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan dalam menentukan pelayanan yang tepat dalam upaya meningkatkan omzetpenjualan pada Unit Perdagangan atau Pada Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya.

