

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN

Keberadaan koperasi di tengah-tengah pembangunan di era revolusi industri 4.0 diharapkan akan semakin bisa menunjukkan peranannya, sehingga koperasi diharapkan dapat memberikan sumbangan yang besar pada perekonomian nasional. Revolusi Industri 4.0 yang terjadi saat ini ditandai dengan kemajuan dalam hal teknologi yang berdampak cukup besar terhadap kehidupan manusia diseluruh dunia. Karena, pada revolusi industri 4.0 semua proses dilakukan secara otomatisasi yang diterapkan pada semua proses aktivitas kehidupan termasuk juga pada bisnis ritel. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, revolusi industri 4.0 telah memunculkan bisnis ritel *online* baru seperti Lazada, Shopee, Tokopedia, Bukalapak dan sebagainya, hal tersebut menunjukkan integrasi aktivitas manusia dengan teknologi informasi, yang mengakibatkan semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi. Hal tersebut mengakibatkan perubahan pola belanja konsumen, dalam hal ini model ritel konvensional sudah mulai ditinggalkan, kecuali dalam memenuhi kebutuhan yang sifatnya mendesak

IKOPIN

Perubahan yang diakibatkan revolusi industri juga berpengaruh pada Koperasi, dalam hal ini koperasi dituntut untuk dapat menetapkan berbagai strategi usaha, koperasi harus mampu memenuhi kebutuhan dan dalam kaitan ini juga memenuhi kebutuhan anggotanya dalam berbelanja, yaitu lebih praktis, lebih cepat, lebih hemat. Karena, sebagai mahluk ekonomi, anggota memiliki banyak pilihan tempat berbelanja untuk memenuhinya.

Maka dari itu, di dirikanlah Primer Koperasi Kartika Viyata Virajati SESKOAD bertempat di Sekolah Staff dan Komando Angkatan Darat (SESKOAD) yang didirikan pada 14 Desember dengan nomor Badan Hukum 23/BH/X.10/12-67 tanggal 30 Desember 1968 beralamat di Jl. Gatot Subroto No.96 Bandung. Primer Koperasi Kartika Viyata Virajati SESKOAD memiliki tujuan untuk mensejahterakan personil militer dan PNS beserta keluarganya, koperasi tersebut bergerak di bidang kebutuhan primer dan sekunder serta kebutuhan pokok lain yang dibutuhkan anggota dan masyarakat umum. Untuk memenuhi kebutuhan anggota maka terdapat beberapa jenis unit usaha:

- Unit Simpan Pinjam (USIPA);
- Unit Niaga (Toko);
- Unit Pelayanan Jasa berupa:
 - a. Unit Usaha Foto Copy;
 - b. Unit Usaha Kantin Primkop/Pujasera;
 - c. Unit Usaha Pangkas Rambut;
 - d. Unit Usaha Jahit;
 - e. Unit Usaha D'Manten dan Katering Uday; serta
 - f. Unit Usaha Motor.

Unit Niaga (Toko) Primer Koperasi Kartika Viyata Virajati SESKOAD harus berupaya lebih keras dalam menjalankan, mempertahankan dan mengembangkan unit usaha tokonya, salah satunya melalui peningkatan pelayanan untuk memenuhi kepuasan anggota, karena kepuasan akan berpengaruh pada keputusan pembelian. Dalam upaya meningkatkan kepuasan anggota, penting diterapkannya model peningkatan kualitas pelayanan terutama di Unit Niaga (Toko) ini agar minat konsumen untuk melakukan kegiatan berbelanja akan meningkat. Lupiyoadi (2001:158) memaparkan bahwa ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang perlu diperhatikan yaitu:

a. Kualitas Produk

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

b. Kualitas Pelayanan

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

c. Emosional

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.

d. Harga

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

e. Biaya

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.

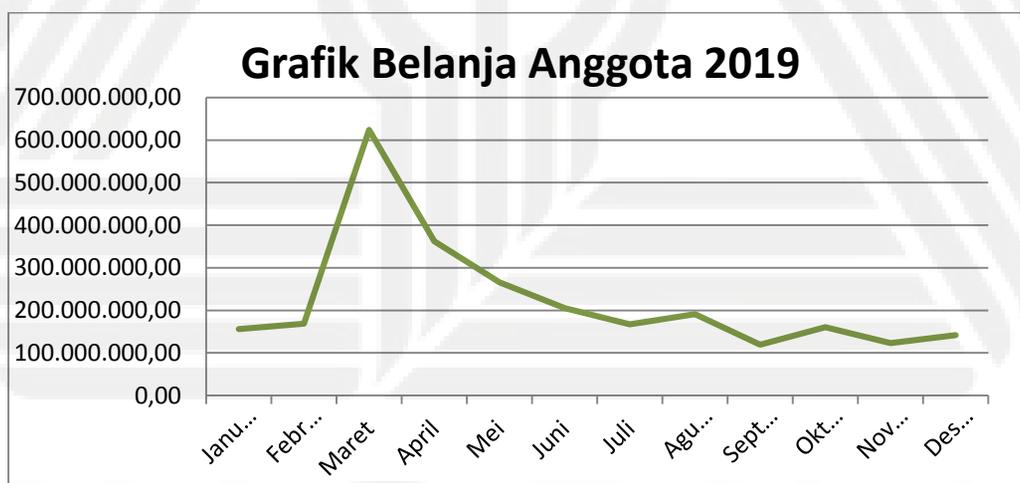
Faktor-faktor tersebut di atas dapat ditingkatkan dengan menggunakan unsur bauran ritel sebagaimana yang dijelaskan oleh Hendri Ma'ruf (2005:13), yang terdiri atas Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Pelayanan dan Fasilitas Fisik. Sedangkan dalam mengukur suatu kualitas pelayanan, terdapat lima dimensi yang dikemukakan oleh Parasuraman (dalam Fandy Tjiptono 2014:282) yaitu *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Realibilitas), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan) , dan *Empathy* (Empati). Dalam pelayanan Unit Niaga (Toko) harus berusaha melakukan kegiatan yang mampu memberikan pelayanan dengan maksimal, sehingga diharapkan dapat meningkatkan partisipasi belanja anggota. Pelayanan dan partisipasi merupakan kesatuan yang terkait antara satu sama lain, oleh karena itu dalam pelaksanaannya perlu diupayakan agar kedua unsur tersebut dapat berjalan searah untuk mencapai tujuan koperasi yaitu dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota koperasi.

Dalam upaya mendorong kinerja usaha Unit Niaga (Toko), Primer Koperasi Kartika Viyata Virajati SESKOAD memiliki program belanja wajib senilai Rp. 150.000,00 berupa voucher setiap bulannya bagi seluruh anggota

untuk meningkatkan partisipasi anggota. Akan tetapi, program wajib belanja terdapat perubahan nilai wajib belanja berdasarkan hasil dari keputusan Rapat Anggota pada tahun 2019 yang diusulkan oleh pengurus atas persetujuan ketua dengan nilai wajib belanja yang bermula Rp. 150.000,00 menjadi Rp 100.000,00. Penurunan nilai wajib belanja tersebut diketahui karena anggota merasa keberatan dengan nilai tersebut karena dinilai terlalu besar. Sehingga, jika di akumulasikan bahwa anggota koperasi adalah 709 orang maka minimal omset bulanan yang didapatkan oleh koperasi pada unit usaha niaga (toko) adalah Rp. 106.350.000,00

Untuk memperjelas partisipasi anggota dalam berbelanja akan disajikan pada gambar 1.1 sebagai berikut:

Gambar 1.1 Partisipasi Belanja Anggota Primer Koperasi Kartika Viyata Virajati SESKOAD Tahun 2019.



Sumber: Laporan Belanja Anggota Primer Koperasi Kartika Viyata Virajati SESKOAD 2019.

Gambar 1.1 di atas menunjukkan kecenderungan partisipasi belanja anggota yang bersifat *fluktuatif* pada Unit Niaga (Toko). Partisipasi belanja anggota tertinggi terjadi pada bulan maret, karena mulai diberlakukan belanja wajib bagi anggota senilai Rp. 150.000,00. Partisipasi anggota terendah terjadi

pada bulan september, karena kebosanan dan kurangnya kepuasan berbelanja anggota.

Hasil pengamatan awal yang dilakukan melalui wawancara kepada beberapa anggota koperasi, mereka merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Unit Niaga (Toko), karena beberapa hal yang ada di Unit Niaga (Toko) seperti:

1. Produk

Permasalahan yang terkait dengan produk atau aneka barang yang disediakan unit toko adalah:

- Jenis produk yang kurang bervariasi dan kurang lengkap;
- Harga produk yang lebih mahal dibandingkan pesaing seperti pada *e-commerce* dan ritel konvensional lain;
- Kurangnya promosi yang dilakukan oleh toko sehingga kurangnya minat beli oleh anggota.

2. Atmosfer Toko

Atmosfer yang diberikan unit usaha niaga (toko) ini kurang memberikan kenyamanan dikarenakan *layout* toko terutama penggunaan etalase berukuran berbeda dengan penempatan produk yang kurang tertata, serta suasana dalam toko yang kurang mendukung konsumen untuk berbelanja.

3. Sistem pembayaran

Belum diterapkannya sistem pembayaran modern yang digunakan oleh pesaing seperti *electronical money* (kartu debit dan kredit) serta *e-wallet*

(OVO, T-Cash, GoPay, Dompotku dan lain-lain) pada unit usaha niaga ini membuat anggota harus tetap menggunakan uang tunai.

4. Adanya pesaing yang lebih unggul

Dengan adanya pesaing ritel konvensional seperti Alfamart, Indomart, Yomart dll membuat Unit Niaga (Toko) ini tidak dapat berkembang lebih pesat. Hal tersebut di karenakan produk yang disediakan oleh pesaing lebih lengkap dan harganya pun murah, selain itu pembayaran yang digunakan pun sudah modern karena bisa menggunakan transaksi *non-cash*.

Berdasarkan hasil dari pengamatan awal peneliti, beberapa anggota berpendapat bahwa pada zaman sekarang, dunia pembelanjaan telah berubah karena semakin canggihnya teknologi yang ada. Salah satunya dengan adanya *e-commerce* seperti Shopee yang didalamnya terdapat produk yang lengkap dengan harga yang sangat terjangkau. Untuk memesan barang yang diinginkan juga cukup mudah, hanya dengan membuka aplikasi lalu mencari barang yang dibutuhkan dimanapun dan kapanpun karena hanya menggunakan aplikasi dalam *smartphone* yang merupakan barang yang selalu dibawa oleh masyarakat pada zaman sekarang. Dalam penerimaan produk pun lebih mudah dan cepat karena barang akan dikirimkan melalui kurir, konsumen hanya menunggu dirumah tanpa harus mengeluarkan tenaga serta biaya ongkos untuk datang ke tempat. Maka, menurut beberapa anggota berbelanja dengan menggunakan *e-commerce* lebih memudahkan dan mengurangi pengeluaran mereka serta lebih membutuhkan

tenaga dan waktu yang lebih sedikit dibandingkan harus berbelanja langsung ke toko.

Pesaing Unit Niaga (Toko) Primer Koperasi Kartika Viyata Virajati ialah Alfamart. Alfamart merupakan perusahaan ritel yang terus melakukan inovasi pada kegiatan usahanya sehingga dari awal didirikan sampai sekarang, Alfamart sudah memiliki lebih dari 10.000 gerai yang tersebar diseluruh Indonesia. Di dalam kegiatan usahanya, Alfamart bekerja sama dengan banyak distributor pertama untuk melengkapi barang-barang kebutuhan konsumen dengan memberikan harga yang murah dibandingkan pesaingnya. Inovasi yang dilakukan oleh Alfamart sudah mencapai ciri revolusi industri 4.0 yaitu digitalisasi dengan menggunakan sistem belanja *online* melalui *website* Alfamartku.com dan aplikasi Alfamartku serta pembayaran yang dapat dilakukan secara non-tunai dimana Alfamart dapat menggunakan *electronical money* (kartu debit dan kredit) serta *e-wallet* (OVO, T-Cash, Go-Pay, Dompetku dan lain-lain).

Untuk mendapatkan gambaran keragaan Unit Usaha Niaga (Toko) Primer Koperasi Viyata Virajati SESKOAD dilakukan perbandingan keragaan unit toko koperasi dengan salah satu *e-commerce* besar di Indonesia yaitu Shopee, dan Alfamart, sebagai pesaing utama. Shopee merupakan perusahaan *e-commerce* yang diluncurkan pada tahun 2015 dan saat ini Shopee telah menjadi *e-commerce* yang berkembang pesat di Indonesia. Alfamart digunakan sebagai pembanding karena Alfamart merupakan toko ritel konvensional, dengan jejaring kinerja usaha yang sangat luas. Tidak hanya unggul dalam lokasi, Alfamart juga menyediakan produk yang bervariasi mulai dari kebutuhan primer dan sekunder konsumen.

Hasil observasi awal, disajikan dalam tabel perbandingan pelayanan antara Unit Niaga (Toko) di Primer Koperasi Kartika Viyata Virajati SESKOAD dengan Alfamart serta *e-commerce* Shopee dengan menggunakan unsur-unsur bauran ritel yang telah disebutkan oleh Hendri Ma'ruf (2005:87) yaitu Produk, Lokasi, Harga, Promosi, Pelayanan dan Fasilitas Fisik.

Tabel 1.1 Tabel Perbandingan Pelayanan Unit Niaga (Toko) dengan Shopee dan Alfamart Berdasarkan Unsur Bauran Ritel.

Unsur Bauran Ritel	Unit Niaga (Toko) Koperasi	Shopee	Alfamart
Produk	Disesuaikan dengan kebutuhan anggota yang merupakan PNS dan militer berupa kebutuhan primer dan sekunder saja.	Bervariasi, tidak hanya kebutuhan primer dan sekunder; produk yang dijual tidak hanya berasal dari dalam negeri tapi juga berasal dari luar negeri.	Cukup lengkap karena memiliki sistem jaringan kerjasama yang sangat baik
Harga	Harga ditentukan berdasarkan persetujuan antara pengurus dan anggota.	Harga yang sangat terjangkau karena Shopee merupakan toko ritel <i>online</i> yang tidak menyewa toko dan <i>Sales Promotion</i> .	Harga yang terjangkau bagi konsumen.
Lokasi	Berada dikawasan kompleks militer SESKOAD yang beralamat di Jl. Gatot Subroto No.96, Bandung.	Melalui website shopee.co.id maupun aplikasi "Shopee" yang dapat diunduh secara gratis melalui App Store maupun Play Store.	Lokasinya dapat mudah dijangkau oleh masyarakat umum, serta Alfamart juga mempunyai website <i>alfamartku.com</i> dan aplikasi "Alfamart"
Promosi	Promosi dilakukan minimal satu bulan sekali dengan berupa potongan harga maupun bonus produk yang ditampilkan pada brosur serta bazaar dengan harga murah yang diselenggarakan oleh pengurus koperasi.	Shopee memberikan promosi berupa <i>flash sale</i> , potongan harga, bonus produk, potongan berupa penukaran koin serta gratis ongkos kirim.	Berupa penukaran poin yang sehingga akan mendapatkan hadiah, potongan harga, program SELARAS dan Pak Rahmat saat akan menjelang lebaran.

Pelayanan	Sistem bayar tunai maupun kredit khusus bagi anggota, serta kasir yang merupakan PNS sekaligus pengurus koperasi sehingga konsumen tidak akan merasa canggung jika membutuhkan bantuan.	Shopee memberikan perhatian kepada konsumen berupa asuransi pengembalian barang, penggunaan sistem pembayaran <i>e-money</i> dan <i>e-wallet</i> serta pembayaran melalui gerai toko seperti Alfamart dan Indomart dan kredit dengan nama “Shopee Pay Later”.	Alfamart menyediakan pelayanan pembayaran tagihan kebutuhan konsumen, transfer uang dll dengan pramuniaga yang sudah melakukan beberapa tahap seleksi.
Fasilitas Fisik	Unit Niaga (Toko) dibangun dengan penampilan sederhana dengan fasilitas televisi, CCTV untuk menambah kenyamanan konsumen dalam berbelanja. Produk yang dijual ditata dengan baik dalam rak yang diatur berdasarkan jarak keleluasaan konsumen untuk bergerak.	Shopee adalah tempat belanja <i>online</i> dimana konsumen dapat melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun, dengan aplikasi yang di desain dengan sangat baik dan mudah digunakan oleh konsumen.	Alfamart menciptakan suasana toko yang menarik dengan penyajian produk yang ditata dengan baik dan rapi, penerangan yang memadai, penggunaan rak yang pas sehingga membuat konsumen leluasa, bebas dan nyaman untuk berbelanja.

Sumber: Diolah Oleh Peneliti 2020

Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa masih banyak hal yang belum diterapkan oleh Unit Niaga (Toko) dibandingkan dengan pesaing yaitu Shopee dan Alfamart. Hal tersebut tentunya berpengaruh pada kepuasan anggota yang akan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Tidak hanya itu, Unit Niaga

(Toko) perlu melakukan pembaruan dengan cara terbaru dengan melihat perkembangan teknologi yang ada pada era revolusi 4.0 ini untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi secara terus menerus.

Berdasarkan latar belakang dan uraian di atas, peneliti tertarik untuk membahas mengenai model peningkatan kualitas pelayanan Unit Niaga (Toko) di era revolusi industri 4.0 karena, Unit Niaga (Toko) perlu mengembangkan kualitas pelayanannya agar tidak tertinggal jauh dengan para pesaingnya, baik dari segi fasilitas, kecepatan dan ketepatan produk serta karyawan yang mendukung karena dengan pelayanan yang baik akan menghasilkan konsumen yang puas yang dimana peneliti akan menyajikan bentuk model bisnis kanvas dengan disertakan *flowchart* tahapan anggota saat berbelanja di Unit Niaga (Toko) baik secara *online* maupun *offline*. Kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan anggota maupun konsumen akan meningkatkan daya tarik bagi mereka untuk tetap memilih dan terus melakukan pembelian di Unit Niaga (Toko) tersebut tanpa memilih kompetitor yang lain. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Model Peningkatan Kualitas Pelayanan Bagi Anggota Di Era Revolusi Industri 4.0”** (Studi Kasus di Unit Niaga Primer Koperasi Kartika Viyata Virajati SESKOAD Kota Bandung).

IKOPIN

1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka peneliti akan membahas mengenai peningkatan kualitas pelayanan bagi anggota di era revolusi industri 4.0 di Primer Koperasi Kartika Viyata Virajati SESKOAD Kota Bandung dengan identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pelayanan Unit Niaga (Toko) Primer Koperasi Kartika Viyata Virajati SESKOAD Kota Bandung kepada Anggota.
2. Bagaimana tanggapan dan harapan anggota terhadap pelaksanaan pelayanan Unit Niaga (Toko) Primer Koperasi Kartika Viyata Virajati SESKOAD Kota Bandung di Era Revolusi Industri 4.0 ini.
3. Bagaimana model peningkatan kualitas pelayanan Unit Niaga (Toko) Primer Koperasi Kartika Viyata Virajati SESKOAD Kota Bandung.
4. Upaya apa saja yang harus dilakukan oleh Unit Niaga (Toko) Primer Koperasi Kartika Viyata Virajati SESKOAD Kota Bandung dalam meningkatkan kualitas pelayanan bagi Anggota di Era Revolusi Industri 4.0.

1.3 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN

Dalam pelaksanaan penelitian ini disusun untuk mendeskripsikan tentang Peningkatan Kualitas Pelayanan Bagi Anggota di Era Revolusi Industri 4.0. Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini akan lebih diperjelas sebagai berikut:

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yang mendalam mengenai kualitas pelayanan dan menemukan solusi bagi koperasi untuk meningkatkan kepuasan anggota di Era Revolusi Industri 4.0.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi yang ada, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui:

1. Pelayanan Unit Niaga (Toko) Primer Koperasi Kartika Viyata Virajati SESKOAD Kota Bandung.
2. Tanggapan dan harapan anggota terhadap pelayanan di Unit Niaga (Toko) Primer Koperasi Kartika Viyata Virajati SESKOAD Kota Bandung pada Era Revolusi Industri 4.0.
3. Penyusunan Model Bisnis Kanvas mengenai peningkatan kualitas pelayanan pada Unit Niaga (Toko) Primer Koperasi Kartika Viyata Virajati SESKOAD.
4. Upaya apa saja yang harus dilakukan Unit Niaga (Toko) Primer Koperasi Kartika Viyata Virajati SESKOAD Bandung bagi anggota di Era Revolusi Industri 4.0.

1.4 KEGUNAAN PENELITIAN

1.4.1 Kegunaan secara teoritis

1. Di harapkan hasil penelitian ini dapat memberikan minat bagi kemajuan koperasi dan pengembangan ilmu pengetahuan dan pada umumnya serta manajemen pada khususnya terutama mengenai kajian tinjauan mengenai model peningkatan kualitas pelayanan untuk peneliti selanjutnya.
2. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi model percontohan bagi Unit Toko lain baik di Koperasi maupun Lembaga lainnya.
3. Di harapkan hasil penelitian ini dapat tambahan referensi dan informasi bagi para pembaca di perpustakaan Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN) serta bagi peneliti yang akan meneliti lebih lanjut mengenai topik yang serupa dengan penelitian ini.

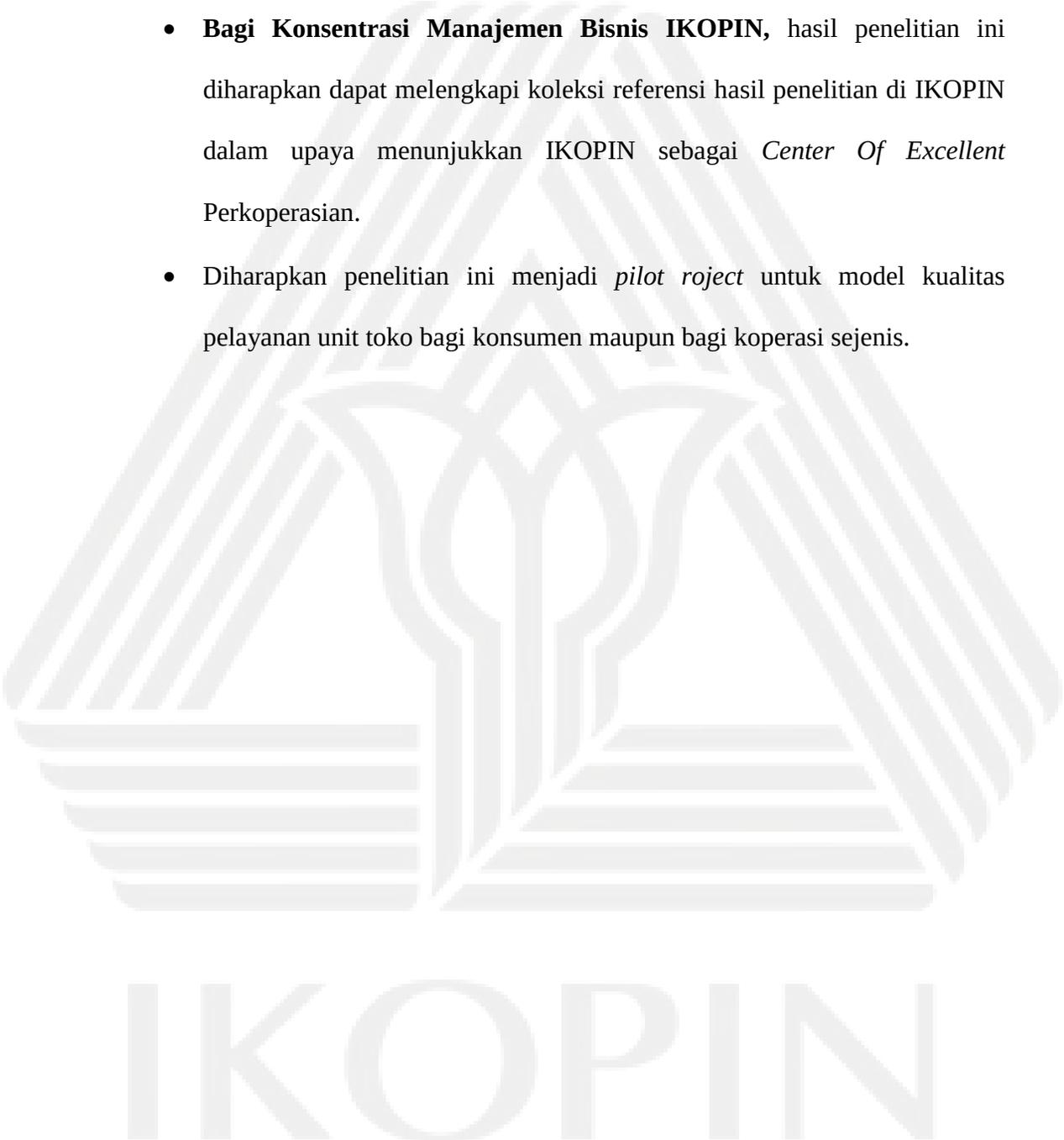
1.4.2 Kegunaan secara praktik

Hasil penelitian tentang model peningkatan kualitas pelayanan ini diharapkan dapat berguna baik:

- **Bagi Peneliti,** menambah pengetahuan, wawasan daya analitis mengenai kualitas pelayanan unit usaha koperasi bagi anggota di Era Revolusi Industri 4.0.
- **Bagi Koperasi,** sebagai bahan masukan informasi dalam menghadapi tantangan yang ada pada Koperasi di Era Revolusi Industri 4.0 terutama dalam upaya menghadapi persaingan dengan kegiatan usaha lain.
- **Bagi Primer Koperasi Kartika Viyata Virajati SESKOAD Bandung,** sebagai bahan masukan informasi untuk pengambilan keputusan dalam

rangka meningkatkan layanan di Unit Niaga (Toko) Koperasi, serta aplikasinya pada unit usaha lain.

- **Bagi Konsentrasi Manajemen Bisnis IKOPIN**, hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi koleksi referensi hasil penelitian di IKOPIN dalam upaya menunjukkan IKOPIN sebagai *Center Of Excellent* Perkoperasian.
- Diharapkan penelitian ini menjadi *pilot roject* untuk model kualitas pelayanan unit toko bagi konsumen maupun bagi koperasi sejenis.



IKOPIN