

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Koperasi sebagai gerakan ekonomi yang tumbuh di masyarakat merupakan organisasi swadaya yang lahir atas kehendak, kekuatan dan partisipasi masyarakat dalam menentukan tujuan, sasaran kegiatan serta pelaksanaannya. Keberadaan koperasi sebagai wadah untuk mewujudkan kesejahteraan bersama bagi seluruh rakyat Indonesia, sejalan dengan nilai yang terkandung dalam pasal 33 ayat 1 Undang-Undang Dasar 1945. Secara kuantitatif koperasi mengalami kemajuan yang pesat, seperti tampak dari jumlah koperasi, jumlah anggota, total aktiva dan volume Usahanya.

Sampai saat ini jumlah koperasi di Indonesia tercatat lebih dari 116.000 Unit, dengan anggotanya sekitar 29 juta orang. Ini berarti tiap-tiap koperasi rata-rata beranggotakan sekitar 250 orang. Namun demikian, beberapa kalangan menilai bahwa pertumbuhan koperasi dilihat dari segi kualitas masih jauh dari yang diharapkan. Hal tersebut dapat dilihat dari kegiatan ekonomi yang dikuasai koperasi ternyata tidak lebih dari 5% saja. Berdasarkan laporan dari Kementerian Koperasi dan UKM, menyebutkan bahwa koperasi masih memiliki berbagai kendala, antara lain rendahnya partisipasi anggota, rendahnya efisiensi Usaha, rendahnya tingkat Profitabilitas citra koperasi yang dianggap badan Usaha kecil dan terbatas serta bergantung pada program pemerintah, kompetensi SDM yang relatif rendah, dan sebagainya (Adrian, 2006).

Salah satu cara agar koperasi dapat unggul dari badan Usaha yang lain adalah memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu, yang memenuhi tingkat kepentingan anggota, Menurut Loina dalam bukunya yang bertajuk Hubungan Masyarakat Membina Hubungan Baik Dengan Publik (2001:38) mengatakan bahwa Pelayanan merupakan suatu proses keseluruhan dari pembentukan citra perUsahaan, baik melalui media berita, membentuk budaya perUsahaan secara internal, maupun melakukan komunikasi tentang pandangan perUsahaan kepada para pemimpin pemerintahan serta publik lainnya yang berkepentingan.

Pelayanan dirasa memuaskan apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan anggota ataupun nasabah. Sebaliknya, pelayanan dirasa tidak memuaskan apabila pelayanan yang diterima di bawah harapan anggota ataupun nasabah. Pelayanan yang baik dan berkualitas harus diberikan oleh koperasi guna menarik anggota atau calon anggota baru maupun mempertahankan anggota ataupun nasabah lama.

Kotler (2001: 46) menandakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas. Setiap orang atau organisasi (perUsahaan) harus bekerja dengan konsumen internal dan eksternal untuk memenuhi kebutuhan mereka bekerjasama dengan pemasok internal dan eksternal demi terciptanya

kepuasan konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya (Tjiptono et al, 2003) :

- a. Hubungan perUsahaan dengan konsumen menjadi harmonis.
- b. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
- c. Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen.
- d. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perUsahaan.
- e. Laba yang diperoleh meningkat.

Salah satu koperasi yang masih aktif di Indonesia adalah Koperasi Keluarga Besar Institut Manajemen Koperasi Indonesia yang disingkat KKB Ikopin. Koperasi ini didirikan pada 1 Juli 1981 yang berlokasi di Kampus Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN), kawasan pendidikan tinggi Jatinangor KM 20,5 kecamatan Jatinangor Kabupaten Sumedang. KKB Ikopin sudah berbadan hukum dengan nomor 7939A/BH/KWK/10/13. KKB Ikopin pada tahun 2017 memiliki jumlah anggota 1.863 orang yang terdiri dari dosen, karyawan, *cleaning service*, mahasiswa, masyarakat umum dan alumni. Untuk melayani anggota, KKB ikopin mempunyai beberapa unit usaha sebagai berikut:

1. TD Mart KKB Ikopin
2. Unit Pengadaan ATK dan Foto Copy
3. Unit Perdagangan Umum dan Jasa
4. Unit Simpan Pinjam
5. Unit Warung Nasi Ampera
6. Unit Kantin

7. Unit LPK KKB Ikopin
8. USP Swamitra I KKB Ikopin
9. USP Swamitra II KKB Ikopin
10. USP Swamitra III KKB Ikopin

Dari sepuluh UnitUsaha yang ada pada KKB Ikopin yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah hanya Unit Kantin KKB Ikopin dikarenakan banyaknya anggota yang bertransaksi di Unit kantin dibandingkan di UnitUsaha lainnya.

Tabel 1.1Pendapatan Unit Usaha Kantin, Unit Usaha TD Mart. Dan Unit Usaha Photo Copy & ATK

Unit Usaha	Pendapatan Tahun 2016 (Rp)	Pendapatan Tahun 2017 (Rp)
Kantin	598.577.681	540.980.497
TD Mart	536.067.434	429.890.204
Photo Copy & ATK	259.223.400	341.572.850

Sumber: Laporan RAT 6KKB IKOPIN

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa pendapatan Unit Usaha Kantin lebih besar dibandingkan kedua unit lainnya yang juga sering dikunjungi anggota. Hal ini berarti unit kantin adalah Unit Usaha yang paling banyak dikunjungi oleh anggota.

Dalam hal ini pelayanan UnitUsaha Kantin KKB Ikopin tetap harus menjadi perhatian karena pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan anggota, Pelayanan adalah salah satu keunggulan kompetitif yang dapat diciptakan perUsahaan, yaitu memfokuskan bisnisnya pada kepuasan pelanggan dimana pelanggan akan setia mengkonsumsi/menggunakan jasa perUsahaan secara terus

menerus. Pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan.

Pelayanan yang diberikan KKB Ikopin belum tentu sama dengan yang diharapkan oleh pelanggan, sehingga muncul kesenjangan antara pelayanan yang benar-benar diterima dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

Meskipun demikian disinyalir tingkat kepuasan anggota terhadap kantin masih belum optimal hal ini terlihat dari volume transaksi menunjukkan penurunan, pada tabel berikut :

Tabel 1.2 Volume Penjualan Unit Usaha Kantin KKB Ikopin

Tahun	Volume Penjualan (Rp)	Perkembangan Volume Penjualan (%)
2015	132.272.968	-
2016	571.113.918	331,8
2017	441.059.334	-22,8

Sumber: Laporan RAT 6KKB IKOPIN

Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan yang termuat dalam Tabel 1.2 bahwa Unit Usaha Kantin KKB Ikopin mengalami penurunan volume penjualan pada tahun 2017 sebanyak 130,054,584 (22 %) atau Rp. 441.059.334 dibandingkan dengan tahun 2016 yaitu sebanyak Rp. 571.113.918, hal ini diduga tingkat kepuasan anggota terhadap pelayanan yang diberikan oleh Unit Kantin KKB Ikopin kurang sesuai dengan harapan anggota sehingga perlu memperbaiki pelayanan yang telah diberikan. Faktor-faktor yang diduga menjadi penyebab belum optimalnya tingkat kepuasan anggota pada unit kantin berdasarkan pada survei pendahuluan dengan melakukan wawancara pada 10 anggota KKB Ikopin diantaranya :

1. Fasilitas kantin belum dilengkapi dengan TV

2. Cara membayarnya sebelum makan
3. Keadaan yang bising
4. Menu makanan belum begitu beragam seperti adanya ayam,daging sapi,ikan,sayur,buah untuk cuci mulut,tidak ada untuk setiap hari.
5. Harga yang tidak standar untuk produk yang sama kadang berubah-berubah-ubah.

Berdasarkan unsur tersebut maka keluhan yang disampaikan anggota menunjuk pada unsur pelayanan. Oleh karena itu penelitian diberi judul **“ANALISIS PELAYANAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN ANGGOTA” (Studi Kasus Pada Unit Kantin Koperasi Keluarga Besar Institut Koperasi Indonesia).**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pelayanan yang dilaksanakan oleh Unit Kantin KKB IKOPIN
2. Bagaimana tanggapan dan harapan anggota terhadap Pelayanan Unit Kantin pada anggota KKB IKOPIN
3. Bagaimana tingkat kepuasan anggota terhadap pelayanan UnitKantin KKB IKOPIN
4. Upaya-upaya apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki pelayanan Unit Kantin KKB IKOPIN dalam meningkatkan kepuasan anggota

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui pelayanan Unit Kantin KKB IKOPIN dalam upaya meningkatkan kepuasan anggota.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. pelayanan yang dilaksanakan oleh Unit Kantin KKB IKOPIN.
2. Tanggapan dan harapan anggota terhadap pelayanan Unit Kantin pada KKB IKOPIN.
3. Tingkat kepuasan anggota terhadap pelayanan Unit Kantin KKB IKOPIN
4. Upaya apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki pelayanan Unit Kantin KKB IKOPIN dalam meningkatkan kepuasan anggota

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat di manfaatkan oleh pihak-pihak sebagai berikut:

1.4.1. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini di harapkan dapat berguna bagi mengembangkan ilmu pengetahuan penulis dan menjadi ilmu tambahan masukan bagi pengembangan ilmu manajemen dalam bidang pelayanan dan kepuasan khususnya mengenai ilmu manajemen bisnis.

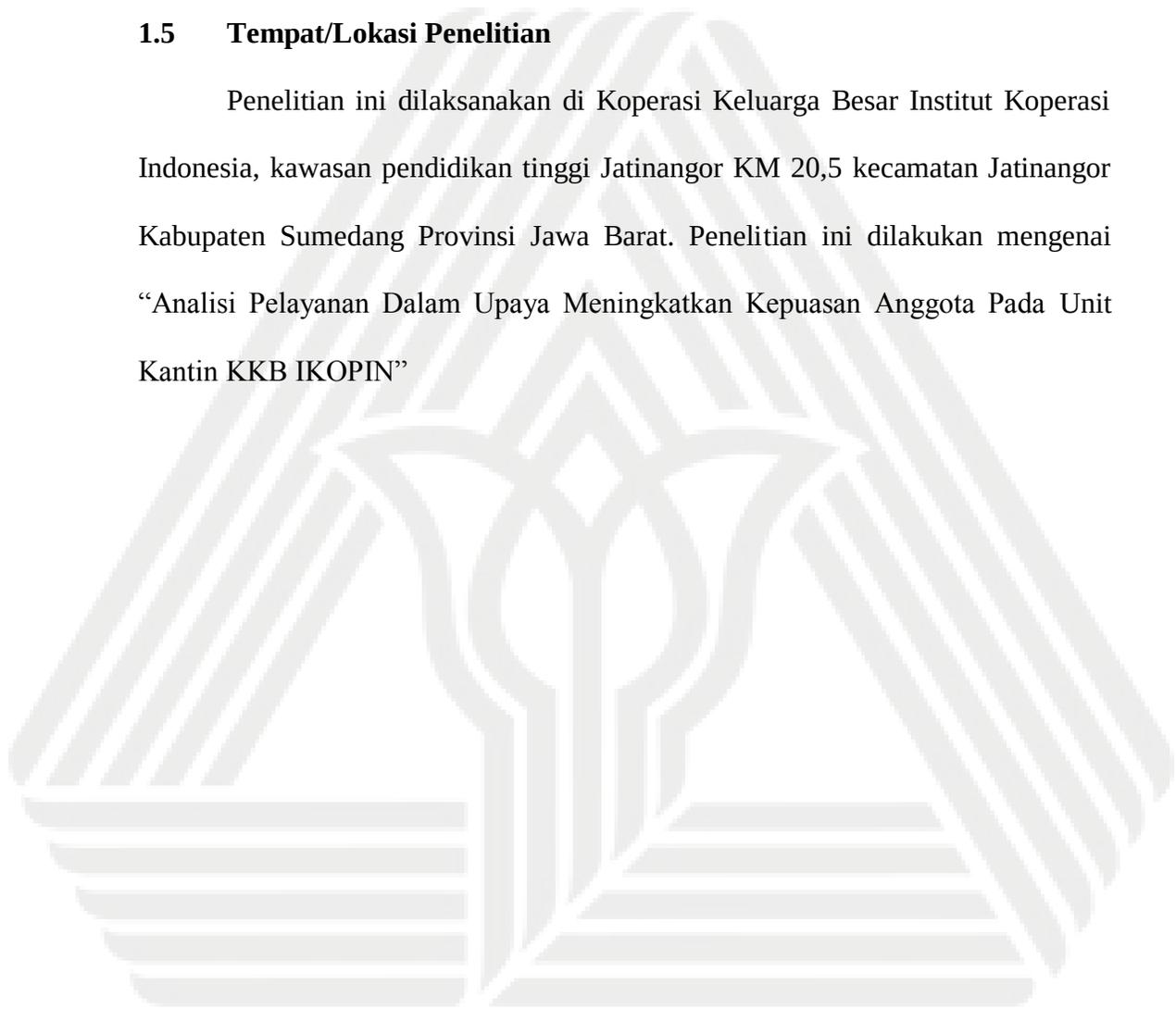
1.4.2. Aspek Guna Laksana

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberi masukan bagi pengurus dan semua pihak yang terlibat di KKB IKOPIN, juga mampu di aplikasikan di

dalam kehidupan dan keseharian koperasi ditempat yang lain , terutama koperasi yang sejenis yang relatif sama (Serba Usaha).

1.5 Tempat/Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Koperasi Keluarga Besar Institut Koperasi Indonesia, kawasan pendidikan tinggi Jatinangor KM 20,5 kecamatan Jatinangor Kabupaten Sumedang Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini dilakukan mengenai “Analisi Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Anggota Pada Unit Kantin KKB IKOPIN”



IKOPIN