

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Koperasi disebut sebagai gerakan ekonomi rakyat, karena di dalam koperasi kemakmuran masyarakat bersama yang lebih diutamakan bukan kemakmuran secara individu. Koperasi lebih mengutamakan manfaat dan kesejahteraan anggota atau yang lebih dikenal dengan sebutan *benefit oriental*. Dengan pernyataan tersebut maka bisa dikatakan keberadaan Koperasi sangat penting dalam menumbuhkembangkan potensi ekonomi rakyat.

Dalam undang-undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian pasal 3 disebut bahwa :

“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 Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945.”

Dalam tujuan tersebut dapat dikatakan bahwa Koperasi memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Pernyataan ini mengandung arti bahwa meningkatkan kesejahteraan anggota adalah menjadi program utama koperasi melalui pelayanan usaha. Pelayanan terhadap anggota merupakan prioritas utama dibandingkan dengan masyarakat umum. Sementara menurut Ramudi Ariffin (2013 : 21) secara universal tujuan

koperasi dirumuskan sebagai *to promote the members* (mempromosikan anggota). Maksud dari mempromosikan adalah meningkatkan atau memperbaiki keadaan ekonomi yang sedang terjadi. Peningkatan atau perbaikan itu diperoleh anggota karena Koperasi melayani mereka dalam kedudukan anggota sebagai pelanggan koperasi.

Dalam mengarahkan koperasi untuk mencapai tujuannya, ada tiga aspek utama yaitu pengelolaan organisasi dan kegiatan (manajemen koperasi), anggota dan program kerja. Ketiga komponen ini berinteraksi sebagai pencerminan dari pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen. Program kerja mengundang perintah tugas kepada manajemen koperasi untuk dilaksanakan guna menghasilkan pelayanan-pelayanan kepada anggota.

Program kerja berisi sejumlah rencana tindakan yang harus dijalankan oleh manajemen Koperasi. Program sudah disetujui dan disahkan oleh Rapat Anggota, maka penugasan dari anggota yang harus dijalankan oleh manajemen apabila manajemen memiliki kapasitas kerja yang sebanding dengan tuntutan tugasnya. Jika tuntutan anggota tidak sebanding dengan kapasitas kerja manajemen dapat melahirkan kekecewaan anggota. Keseimbangan kemampuan manajemen dalam pengambilan keputusan-keputusan tindakan harus disesuaikan dengan permintaan anggota yang keadaan ekonominya harus dipromosikan.

Parasuraman, (1998:5) kualitas pelayanan merupakan dasar bagi jasa karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas), dan kinerjalah yang dibeli oleh pelanggan. Oleh karena itu kualitas kinerja pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran, konsep pelayanan yang baik akan memberikan peluang bagi

perusahaan untuk bersaing dalam merebut konsumen. Sedangkan kinerja yang baik (berkualitas) dari sebuah konsep pelayanan menimbulkan situasi yang kompetitif dimana hal tersebut dapat diimplementasikan melalui strategi untuk meyakinkan pelanggan,

Kemampuan Koperasi dalam manajemen mencerminkan keberhasilan dalam memanfaatkan peluang usaha seoptimal mungkin, sehingga dapat menghasilkan pemasukan sesuai dengan yang diharapkan. Salah satunya dengan meningkatkan loyalitas anggota, Mendapatkan anggota yang loyal merupakan keinginan setiap organisasi koperasi yang ingin sukses dalam jangka panjang. Akan tetapi untuk memperoleh pelanggann atau anggota yang loyal bukan pekerjaan yang mudah. Untuk itu diperlukan langkah-langkah dan tahapan yang harus dilakukan serta sejumlah faktor yang ikut mempengaruhinya.

Menurut Olivier (1997 : 392) definisi loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) adalah suatu komitmen untuk bertahan secara mendalam dengan melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali dengan produk atau pelayanan yang terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meski pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Jika dilihat dari definisi yang dikemukakan Oliver tersebut dapat dikatakan bahwa pelanggan yang loyal mempunyai semacam fanatisme yang relatif permanen dalam jangka panjang terhadap suatu produk perusahaan yang menjadi pilihannya.

Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo yang terletak di Jl.Cicendo yang beranggotakan 448 orang, bergerak dalam bidang serba usaha dan simpan pinjam.

Dalam hal kegiatan Usaha Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo masih diapit oleh Toserba seperti Gya, Borma, Alfamart, Indomart dll, yang menawarkan tempat berbelanja yang nyaman dan relatif murah, sehingga keberadaannya disinyalir bisa mengundang karyawan atau anggota Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo untuk berbelanja di Toserba tersebut. Selain itu jasa simpan pinjam juga mendapat persaingan dari Bank dan para *salesman* kartu kredit yang datang ke koperasi. Dalam penelitian ini penulis hanya memfokuskan penelitian pada unit usaha Toko saja karena aktifitas atau frekuensi pelayanan dilakukan setiap hari kerja sehingga peneliti bisa melihat bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas koperasi. Pelayanan di Koprusmat sendiri melayani pelanggan yang berbelanja, Kualitas Pelayanan yang diberikan Koperasri Rumah Sakit Mata Cicendo belum tentu sama dengan yang diharapkan oleh anggota sehingga perlu adanya perbaikan kualitas pelayanan di koperasi.

Unit Usaha Toko Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo memberikan suatu pelayanan yang dapat dirasakan, baik dilihat dari segi bangunan fisik, produk yang ditawarkan, maupun pelayanan dari para petugasnya. Kualitas Pelayanan dipresepsikan baik apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, Sebagian pengurus koperasi adalah dokter di Rumah Sakit Mata Cicendo dan sebanyak 19 orang karyawan yang direkrut dari luar yang terbagi disetiap unti usaha koperasi.

Adapun perkembangan dan pertumbuhan pendapatan Toko Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo selama 2014 – 2017, dapat dilihat dalam tabel 1.1 berikut:

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Pendapatan Toko Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo Tahun 2014-2017

Tahun	Pendapatan (Rp)	Pertumbuhan (%)
2014	17,666,028	-
2015	64,389,132	264,4
2016	53,100,798	(0,17)
2017	39,228,76	(92,5)

Sumber: Laporan Pertanggung jawaban Pengurus dan Pengawas Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo Tahun 2014-2017

Dapat dilihat, dalam Tabel 1.1. bahwa selama 4 tahun terakhir pendapatan Toko Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo mengalami penurunan di tahun 2016 dan 2017 yaitu turun sebesar 0,17% dan 92,5%.

Untuk mengetahui perkembangan Sisa Hasil Usaha Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo selama 2014-2017, dapat dilihat dalam tabel 1.2 berikut:

Tabel 1. 2 Perkembangan Sisa Hasil Usaha Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo Tahun 2014-2017

Tahun	Sisa Hasil Usaha (Rp)	Pertumbuhan (%)
2014	47.473.963	-
2015	125.571.264	164,5
2016	255.590.882	103,5
2017	339.802.537	32,9

Sumber: Laporan Pertanggung jawaban Pengurus dan Pengawa Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo Tahun 2014-2017

Perkembangan sisa hasil usaha Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo, selama 4 tahun terakhir dari tahun ke tahun mengalami kenaikan, berbanding terbalik dengan pendapatan Unit Toko Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo.

Kemudian untuk mengetahui perbandingan Sisa Hasil Usaha terhadap pendapatan Toko Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo dapat dilihat dalam tabel 1.3 berikut:

Tabel 1. 3 Perbandingan Sisa Hasil Usaha Terhadap Pendapatan Toko Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo

Tahun	Pendapatan (Rp) (A)	Sisa Hasil Usha (Rp) (B)	Perbandingan (%) {(C)= B/A}
2014	17.666.028	47.473.963	2,68%
2015	64.389.132	125.571.264	1,95%
2016	53.100.798	255.590.882	4,81%
2017	39.228.76	339.802.537	86,6%

Sumber: Laporan Pertanggung jawaban Pengurus dan Pengawa Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo Tahun 2014-2017

Perbandingan sisa hasil usaha terhadap pendapatan Toko Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo selama 4 tahun terakhir mengalami peningkatan yang cukup signifikan dilihat pada tahun 2017 peningkatan Sisa Hasil Usaha mencapai 89,6%.

Memang tidak bisa begitu saja membandingkan unit usaha koperasi dengan toserba atau *bank*, tetapi dalam hal ini konteks dari pelayanan *customer* tetap harus menjadi perhatian. Terlepas dari apakah itu perusahaan besar maupun kecil, semuanya ditujukan untuk memuaskan kebutuhan *customer*. Dalam pemasaran tradisional bertumpu hanya pada kepuasan pelanggan, namun sekarang pelanggan menuntut pelayanan dan kualitas yang lebih (Adhitya Warhono, 2001). Selain itu terdapat 10% anggota koperasi yang tidak melakukan aktivitas atau tidak melakukan pembelian atau transaksi di koperasi bisa dikatakan anggota Koprusmat belum semuanya loyal kepada koperasi.

Berdasarkan fenomena di atas maka penulis ingin mengetahui sejauh mana “Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap Loyalitas Anggota”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di dalam Bab I maka rumusan masalah yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penilaian anggota terhadap kualitas pelayanan Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo
2. Bagaimana loyalitas anggota terhadap unit Toko Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo
3. Sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap loyalitas anggota

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota dalam upaya meningkatkan loyalitas anggota Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana penilaian anggota terhadap kualitas pelayanan Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo.
2. Untuk mengetahui bagaimana loyalitas anggota kepada Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo.

3. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas anggota Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo.

1.4. KEGUNAAN PENELITIAN

1.4.1. Aspek Teoritis dan Pengembangan Ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi aspek pengembangan ilmu pengetahuan terutama pada jurusan manajemen pemasaran dan di dalam ruang lingkup koperasi aspek guna laksana bagi Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo dan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya:

1. Aspek Guna Laksana

Penelitian ini semoga dapat bermanfaat bagi Koperasi Rumah Sakit Mata Cicendo dan dapat berguna bagi pengurus, manajer, karyawan, serta anggota sebagai bahan perbandingan didalam melakukan aktifitas di lingkungan koperasi, sehingga harapan dan tujuan dari koperasi dapat terlaksana dengan baik.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini dapat bermanfaat pengembangan Ilmu Manajemen Koperasi pada umumnya dan khususnya di bidang manajemen pemasaran.