

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Sejak lahir, manusia menghadapi masalah untuk bertahan hidup dan akan berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Demi mempertahankan mata pencaharian dan mempertahankan kelangsungan hidupnya, manusia harus selalu bekerja keras. Orang-orang berusaha mempertahankan hidup dengan memproduksi barang-barang untuk diri mereka sendiri atau keluarga mereka. Seiring dengan berjalannya waktu, upaya manusia untuk mewujudkan keinginannya bukan lagi individu, melainkan anggota kelompok sosial, untuk mengatasi permasalahan ekonomi tersebut harus bergotong royong dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Untuk membantu perekonomian kerakyatan, dibentuk badan usaha yang disebut koperasi sebagai gerakan ekonomi kerakyatan yang berbasis kekeluargaan.

Koperasi disebut sebagai gerakan ekonomi rakyat, karena di dalam Koperasi terdapat prinsip kemakmuran masyarakat bersama yang paling diutamakan. Hal tersebut bisa dikatakan keberadaan koperasi penting dalam menumbuhkan kembangkan potensi ekonomi rakyat. Koperasi berperan untuk memberikan kesejahteraan seperti kontribusinya dalam menciptakan lapangan pekerjaan untuk meringankan beban pemerintah dalam hal menangani tenaga kerja yang semakin banyak. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Pasal 3 disebutkan 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”**

Berdasarkan pengertian di atas dapat dikatakan tujuan dari koperasi adalah untuk mensejahterakan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, selain itu koperasi merupakan sebagai salah satu perwujudan sistem perekonomian bangsa harus ditunjang dengan pengelolaan organisasi secara berkesinambungan. Pembangunan koperasi juga diarahkan menjadi gerakan ekonomi rakyat yang didukung oleh jiwa dan semangat yang tinggi dalam mewujudkan demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Di kota Bandung khusus nya di Kecamatan Cicendo terdapat Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata (KOPRUSMAT) Cicendo dimana koperasi tersebut berdiri sejak tanggal 3 April 1981 dengan berbadan hukum 7228/BH/DK-10/1 dan beralamatkan di Jalan Cicendo No. 4 Kecamatan Cicendo, Kota Bandung. Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata yang disingkat KOPRUSMAT Cicendo, anggotanya terdiri dari karyawan, baik PNS maupun Non PNS Rumah Sakit Mata Cicendo. Jumlah anggota di KOPRUSMAT Cicendo bisa dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut:

IKOPIN

**Tabel 1. 1 Jumlah Anggota KOPRUSMAT Cicendo 2014-2019**

Tahun	Jumlah Anggota (Orang)			Persentase naik/turun (%)
	Aktif	Baru	Keluar	
2014	545	46	12	-
2015	458	11	98	(16)
2016	480	52	30	5
2017	448	36	23	(7)
2018	454	48	42	1,3
2019	471	28	16	0,04

*Sumber: Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus dan Pegawai KOPRUSMAT Cicendo Tahun 2014-2019*

Koperasi ini bergerak sebagai entitas gerakan ekonomi rakyat yang harus benar-benar dimanfaatkan oleh semua pihak masyarakat pada umumnya dan pegawai Rumah Sakit Mata Cicendo pada khususnya yang berperan aktif sebagai anggota KOPRUSMAT Cicendo untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat serta sebagai landas gerak dibidang ekonomi. KOPRUSMAT Cicendo selalu melakukan inovasi dan pengembangan dalam hal usaha baik dalam hal organisasi kelembagaan maupun dalam hal usaha. Unit-unit usaha yang dijalankan KOPRUSMAT Cicendo antara lain :

1. Unit Usaha Simpan Pinjam
2. Unit Usaha Toko
3. Unit Pengadaan Barang dan Jasa
4. Unit Fotocopy dan ATK
5. Unit Minimarket Cicendomart
6. Pengelolaan Parkir

## 7. Pengelolaan Tour dan Travel KOPRUSMAT.

Data pendapatan usaha Koperasi Pegawai Rumah Sakit Mata (KOPRUSMAT)

Cicendo adalah sebagai berikut :

**Tabel 1. 2 Data Perbandingan Pendapatan Setiap Usaha KOPRUSMAT  
Cicendo 2015-2019**

No	Unit Usaha	Tahun (Rp)			
		2015	2016	2017	2018
1.	Simpan Pinjam	116.072.484	100.661.448	46.464.874	57.372.584
2.	Toko	81.885.880	105.005.138	107.050.263	106.761.454
3.	Pengadaan Barang dan Jasa	34.400.771	56.845.019	34.550.355	100.229.483
4.	Fotocopy dan ATK	-	33.854.175	220.096.806	248.993.017
5.	Cicendomart	-	548.980.229	1.039.992.064	1.210.865.606
6.	Café & Parkir	191.681.001	274.566.225	483.560.800	406.479.800

**Sumber :** Laporan RAT KOPRUSMAT Cicendo Tahun 2015-2019

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa, pendapatan usaha-usaha koperasi cenderung mengalami kenaikan. Salah satu unit usaha yang juga memiliki andil dalam pendapatan koperasi adalah Unit Cicendomart. Tabel 1.2 menunjukkan bahwa Unit Cicendomart adalah unit usaha yang memberikan pendapatan paling tinggi bila dibandingkan dengan unit usaha lainnya, meskipun unit usaha minimart didirikan paling baru yakni pada tahun 2016 bila dibandingkan dengan unit usaha lainnya. Tujuan didirikannya unit usaha minimarket di Kawasan rumah sakit mata cicendo adalah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari para anggota yang terdiri dari

karyawan rumah sakit atau pun non anggota yang biasanya merupakan pasien atau keluarga pasien di rumah sakit mata cicendo.

Unit usaha minimarket Cicendomart adalah salah satu unit usaha retail KOPRUSMAT Cicendo yang bekerja sama dengan pihak PT. Inti Cakrawala Citra dari segi pemasokan barang dan pengembangan retail. Minimarket Cicendomart ini menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok untuk anggota dan setiap transaksi yang dilakukan oleh anggota akan dihitung ke dalam SHU masing-masing anggota sesuai dengan jumlah transaksi yang dilakukan anggota selama satu tahun dan akan diberikan kepada anggota pada saat RAT. Unit usaha Cicendomart juga menyediakan keperluan sehari-hari untuk para anggota secara khususnya, dan untuk non anggota atau pasien yang berkunjung ke rumah sakit mata cicendo. Barang yang disediakan dapat dikonsumsi secara langsung untuk memenuhi kebutuhan para anggota di rumah sakit mata cicendo atau dapat juga di bawa ke rumah. Lokasi minimarket yang berada di dekat pintu masuk utama rumah sakit membuat minimarket ini mudah di temukan.

Untuk melihat perkembangan partisipasi anggota pada unit usaha Cicendomart KOPRUSMAT Cicendo dari tahun 2015-2018 adalah sebagai berikut:

IKOPIN

**Tabel 1. 3 Penjualan Unit Cicendo Mart Tahun 2016-2018**

<b>Tahun</b>	<b>Volume Penjualan (Rp)</b>	<b>Jumlah Pembelian Anggota/Tahun (%)</b>	<b>Jumlah Pembelian Anggota (Rp)/Tahun</b>	<b>Jumlah Pembelian Non Anggota/Tahun (%)</b>	<b>Jumlah Pembelian Non Anggota (Rp)/Tahun</b>
2016	548.980.229	14,2	77.956.715	85,8	471.013.514
2017	1.039.992.064	24,8	258.450.484	75,2	781.541.580
2018	1.210.865.606	19,9	214.532.958	80,1	967.332.648

*Sumber : Laporan RAT KOPRUSMAT Cicendo Tahun 2016-2018*

Tabel 1.3 di atas menunjukkan bahwa Unit Cicendomart mengalami penjualan yang selalu naik di setiap tahun nya. Namun yang sangat disayangkan adalah presentase pembeli anggota jauh lebih sedikit dibandingkan dengan persentase pembeli non anggota.

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer Unit Cicendomart, Nizar, mengatakan bahwa dalam satu hari bisa mencapai 350 transaksi di Unit Cicendomart, rata-rata pembeli adalah 75% dari non anggota dan dari anggota nya hanya 25% perhari. Artinya dalam satu hari hanya ada 87 anggota koperasi yang berbelanja di Cicendomart. Apabila dibandingkan dengan total anggota di tahun 2019 yaitu sebanyak 471 anggota, maka ada sebanyak 384 anggota yang kurang berpartisipasi perhari nya.

Partisipasi anggota dalam melakukan transaksi pada Unit Cicedomart merupakan bentuk kontribusi anggota akan perkembangan koperasi khususnya perkembangan kelancaran Unit Cicendomart. Mengacu pada hasil wawancara kepada pengurus mengenai sejarah Unit Cicendomart, peneliti mendapatkan

informasi bahwa awal mula pendirian Unit Cicendomart merupakan inisiatif pengurus yang kemudian disetujui oleh anggota pada Rapat Anggota. Hal ini bertolak belakang dengan keadaan Unit Cicendomart saat ini yang menunjukkan bahwa anggota tidak berpartisipasi penuh pada unit usaha tersebut, hal ini terbukti pada Tabel 1.3.

Anggota dalam organisasi koperasi memiliki peran ganda yaitu sebagai pemilik dan pelanggan (pengguna jasa koperasi). Peran ganda tersebut menunjukkan bahwa yang melakukan kerjasama atau kegiatan usahanya adalah anggotanya baik yang mengelola, bertransaksi maupun yang memanfaatkan hasil usahanya.

Melalui survei awal kepada 14 anggota yang dipilih secara acak, diperoleh data berupa keluhan-keluhan terhadap pelayanan Unit Cicendomart seperti; 6 orang mengeluhkan pelayanan kurang baik karena kurang lengkapnya produk yang ditawarkan, 5 orang mengeluhkan tidak adanya perbedaan harga antara koperasi dan non-koperasi dan selain pembagian hasil SHU, 3 orang mengeluhkan tidak ada kelebihan khusus untuk anggota koperasi dibandingkan dengan non-anggota yang berbelanja Cicendomart. Berdasarkan survei awal tersebut juga diketahui, setiap bulan nya anggota yang sudah menikah menghabiskan uang sekitar 2 sampai 3 juta untuk belanja bulanan dan anggota yang belum menikah menghabiskan 1 sampai 2 juta, namun anggota tidak menjadikan koperasi sebagai tempat belanja bulanan, anggota memilih alternatif lain seperti belanja di Superindo dan Yogya, sedangkan uang yang dihabiskan anggota untuk berbelanja di koperasi hanya sekitar 200 sampai 300 ribu perbulan.

Dari hasil survei tersebut juga para anggota tersebut lebih tertarik untuk melakukan transaksi atau melakukan pembelian di luar koperasi karena produk yang ditawarkan lebih lengkap dan cepatnya karyawan dalam merespon ketika bertransaksi. Rendahnya partisipasi anggota dalam melakukan transaksi di Unit Cicendomart diduga ada kaitannya dengan pelayanan, maka dari itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut. Hal ini penting untuk mengetahui dengan pasti apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh Unit Cicendomart ada kaitannya dengan rendahnya partisipasi anggota sehingga dapat dicari solusi yang tepat untuk mengatasinya.

Penelitian mengenai analisis kualitas pelayanan dalam meningkatkan partisipasi anggota telah dilakukan oleh beberapa peneliti diantaranya oleh Raisa Humaira (2019), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa minimnya partisipasi anggota dikarenakan kualitas pelayanan kurang. Adapun penelitian yang dilakukan Salsabila (2018) yang menunjukkan hasil yang sama.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang ada, peneliti bermaksud menganalisis hal-hal yang membuat anggota menjadi tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan Cicendomart KOPRUSMAT Cicendo, maka peneliti mengajukan sebuah penelitian yang berjudul **“Analisis Kualitas Pelayanan Unit Cicendomart Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota Sebagai Pelanggan (Studi Kasus pada Unit Cicendomart KOPRUSMAT Kecamatan Cicendo Kota Bandung Provinsi Jawa Barat)”**



## **1.2. Identifikasi Masalah**

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

1. Bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan yang diberikan Unit Ciceondomart KOPRUSMAT Cicendo?
2. Bagaimana penilaian antara pelaksanaan (kinerja) dan harapan anggota terhadap pelayanan Unit Ciceondomart KOPRUSMAT Cicendo?
3. Upaya-upaya apa yang harus dilakukan dalam memperbaiki pelayanan untuk meningkatkan partisipasi anggota KOPRUSMAT Cicendo?

## **1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1. Maksud Penelitian**

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi serta memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai kualitas pelayanan Unit Cicendomart dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota KOPRUSMAT Cicendo.

### **1.3.2. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pelaksanaan kualitas pelayanan yang diberikan Unit Ciceondomart KOPRUSMAT Cicendo.
2. Penilaian antara pelaksanaan (kinerja) dan harapan anggota terhadap pelayanan Unit Ciceondomart KOPRUSMAT Cicendo.

3. Upaya-upaya yang harus dilakukan dalam memperbaiki pelayanan untuk meningkatkan partisipasi anggota KOPRUSMAT Cicendo.

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

##### **1.4.1. Kegunaan Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan data dan informasi yang bermanfaat bagi aspek pengembangan ilmu, khususnya bagi :

- a. Peneliti, yaitu diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mengenai konsep dan penerapan manajemen pemasaran bagi koperasi. Serta untuk menilai seberapa jauh kemampuan dalam meneliti, menelaah, serta menganalisa suatu masalah dan bagaimana cara memecahkan masalah tersebut dengan menggunakan ilmu yang telah diperoleh.
- b. Peneliti lain, sebagai bahan informasi untuk melakukan penelitian sejenis yang lebih mendalam.

##### **1.4.2. Kegunaan Praktis**

Sebagai bahan evaluasi pihak manajemen koperasi perihal strategi pemasaran, terutama dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik guna meningkatkan partisipasi anggota sehingga tujuan Koprsmat Cicendo tercapai.