BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di zaman globalisasi sekarang ini Indonesia mengalami perkembangan dalam berbagai bidang, baik dalam bidang politik, sosial, budaya, teknologi komunikasi, dan sebagainya tidak terkecuali ekonomi. Meningkatnya daya beli masyarakat akan beberapa barang tertentu, dan meningkatnya pendapatan masyarakat per kapita walaupun masih dalam skala kecil menunjukkan kemajuan dibidang ekonomi. Globalisasi tentunya membuka kesempatan Indonesia menuju pasar bebas.Dengan masuknya Indonesia ke pasar bebas tentunya memaksa untuk meningkatkan persaingan di dalam maupun luar negeri. Dampaknya adalah ketika suatu perusahaan maupun badan usaha lemah dan tidak siap maka akan tersingkir dari lingkup pasar global. Salah satu badan usaha yang tidak lepas dari dampak pasar bebas adalah koperasi.

Jumlah koperasi di Indonesia merupakan yang terbesar di dunia yaitu 209.000 koperasi. Namun kontribusi koperasi sebagai lembaga mengalami perkembangan setiap tahunnya, seperti terangkum pada data Kemenkop UKM dimana pada tahun 2014 tercatat 1,71%, pada 2015 4,41%, pada tahun 2016 turun menjadi 3,99%terhadap PDB Nasional (Agne Yasa. Kemenkop UKM: Kontribusi Koperasi Terhadap PDB Nasional 4,48%. http://industri.bisnis.com/read/20180105/12/723657/kemenkop-ukm-kontribusi-koperasi-terhadap-pdb-nasional-448-, Diakses 15 Mei 2018).Koperasi merupakan salah satu bentuk badan hukum yang sudah lama dikenal di Indonesia dan dipelopori oleh Bung Hatta, yang

dikenal sebagai bapak koperasi Indonesia. Menurut Undang-undang Nomor 25 tahun 1992:

> "Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan".

Koperasi perlu memenuhi kebutuhan serta keinginan anggotanya, dan pengurus sekaligus pegawai koperasi perlu memberikan *value* yang lebih kepada para anggota sebagai bentuk keunggulan dan keunikan yang dimiliki. Jika anggota merasa memperoleh nilai (*value*) yang lebih dibandingkan dengan koperasi pesaing, maka diharapkan mereka tidak akan beralih ke koperasi lain tetapi akan tetap menjadi anggota yang loyal kepada koperasinya. Kunci keunggulan bersaing dalam situasi yang penuh persaingan adalah kemampuan perusahaan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Kesetiaan pelanggan akan menjadi kunci sukses dan keunggulan bersaing perusahaan tidak hanya dalam jangka pendek tetapi juga dalam jangka panjang.

Loyalitas merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih (Kotler & Keller, 2009: 138). Jika seorang anggota sudah loyal terhadap satu koperasi tertentu maka anggota tersebut akan selalu setia menggunakan produk atau jasa dari koperasitersebut dan mempunyai kecenderungan yang lebih rendah untuk melakukan *switching* (berpindah) ke produk atau jasa yang ditawarkan oleh

koperasi lain. Apabila suatu koperasi tidak terus-menerus mengembangkan kualitas pelayanan kapada anggotanya, maka pesaing yang lain akan dengan mudahnya merebut anggota koperasi tersebut. Sebagai gerakan ekonomi rakyat, koperasi berusaha mengembangkan dirinya untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat pada umumnya untuk dapat bersaing dengan pasar dalam negeri maupun global. Oleh karena itu, terciptanya anggota yang loyal sangat diperlukan dan penting bagi pertumbuhan koperasi itu sendiri. Anggota yang loyal memberikan dampak positif untuk membantu mencapai tujuan awal berdirinya koperasi. Untuk membentuk anggota yang loyal diperlukan waktu dan proses yang tidak sedikit dengan memperhatikan faktor apa saja yang membuat anggota tersebut memiliki loyalitas.

Koperasi merupakan organisasi yang anggotanya sebagai pemilik sekaligus sebagai pelanggan, upaya untuk menciptakan dan mempertahankan anggota (pelanggan) hendaknya menjadi prioritas yang lebih besar bagi koperasi. Lebih dari itu hendaknya koperasi juga terus berupaya agar pelanggan (anggota) dapat menjadi pelanggan yang loyal.

Loyalitas anggota akan tercipta jika koperasi dapat memberikan kepuasan dengan menyediakan produk dan layanan yang berkualitas sesuai dengan harapan anggota, kualitas pelayanan yang dikelola dengan baik dan tepat akan memberikan sumbangan yang positif sehingga dapat terbentuk kerjasama yang saling menguntungkan dalam jangka panjang.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, kurangnya loyalitas anggota terjadi pula pada Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan

(KOPKARHUTAN). Pengamatan dilakukan melalui data perkembangan anggota KOPKARHUTAN. Data yang dijadikan sebagai dasar pengamatan adalah data jumlah anggota akhir tahun serta anggota yang keluar pada tahun 2014-2017.

Tabel I.1.
Data Perkembangan Anggota KOPKARHUTAN
Tahun 2014 - 2017

URAIAN	**TAHUN/ORANG**			
	2014	**2015**	**2016**	**2017**
Jumlah awal tahun	4.471	4.581	4.872	5.279
Anggota baru (+)	213	445	787	421
Jumlah Anggota	4.684	5.026	5.659	5.700
Anggota Keluar (-)	**103**	**154**	**380**	**481**
Jumlah Akhir Tahun	**4.581**	**4.872**	**5.279**	**5.219**
Anggota Pasif	669	728	904	718
Anggota Aktif	3.912	4.144	4.375	4.501

Sumber : LPJ KOPKARHUTAN Tahun Buku 2017

Data tersebut menunjukkan bahwa keanggotaan KOPKARHUTAN setiap tahunnya berfluktuasi. Pada tahun 2014 sampai 2016 setiap akhir tahun jumlah anggota naik namun pada tahun 2017 jumlah anggota koperasi turun menjadi 5.219. Jumlah anggota yang keluar pun setiap tahunnya mengalami peningkatan. Banyak faktor yang menyebabkan anggota yang keluar mengalami peningkatan. Mulai dari mutasi pegawai, pensiun, meninggal dunia hingga keluar secara sukarela. Namun semua itu merupakan hal yang tidak dapat dipungkiri dan dicegah kecuali keluar dengan sukarela. Keluarnya anggota merupakan sesuatu hal yang berbeda dan masih dapat diminimalisir.

Kualitas layanan tersebut berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan (Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, 2010: 114). Kualitas pelayanan koperasi merupakan konsekuensi dari asas sosial yang dimiliki koperasi. Artinya kegiatan usaha koperasi lebih mengutamakan pemberian layanan demi kesejahteraan bersama para anggotanya dari pada pencarian keuntungan. Pelayanan usaha yang diberikan koperasi melalui unit-unit usaha yang dikelolanya terutama yang menjadi kebutuhan anggota koperasi. Setiap perusahaan berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya serta membentuk konsumen yang loyal bagi perusahaan tersebut.

Pelayanan koperasi kepada anggota harus dapat memberikan manfaat yang besaragar mereka tertarik untuk membeli atau meminjam dikoperasi apabila koperasi memberikan manfaat yang lebih dibandingkan jika ia tidak menjadi anggota koperasi. Anggota yang puas dengan kualitas pelayanan yang ditawarkan akan membentuk dasar keberhasilan usaha koperasi (Yusman Yacob dkk, 2016: 377).

Kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Koperasi Karyawan Kemernterian Kehutanan (KOPKARHUTAN) belum dapat dirasakan dengan baik oleh seluruh anggotanya. Berdasarkan pemaparan anggota melalui video profil koperasi yang diberikan oleh pengurus, pelayanan koperasi sudah cukup baik karena bersifat komunikatif. Namun berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan beberapa anggota yang dipilih secara acak, pelayanan yang diberikan kurang memuaskan karena ruang kantor koperasi kurang memadai jika banyak

anggota yang datang. Selain itu waktu jam kerja koperasi yang menyesuaikan jam pulang kantor juga menjadi keluhan karena anggota yang pada umumnya pegawai di instansi tersebut hanya bisa berkunjung pada saat jam istirahat dan jam pulang kerja.

Citra koperasi merupakan faktor lain yang mempengaruhi loyalitas. Untuk membuat anggota loyal, pengurus diharapkan menciptakan citra koperasi yang positif atau baik kepada para anggota atau non anggota. Dengan menampilkan citra yang baik maka anggota mempunyai kebanggaan tersendiri karena menjadi bagian koperasi. Namun pada kenyataannya, dimata masyarakat citra koperasi masih belum terlalu baik. Banyak masyarakat yang menganggap koperasi sebagai badan usaha yang tidak jelas, tidak profesional dan sebagainya. Penyataan tersebut mungkin muncul karena sebagian masyarakat belum mengetahui bagaimana koperasi berjalan.

Perbaikan citra koperasi sendiri sebenarnya dapat dilakukan dengan cara rehabilitasi, reorientasi, dan pengembangan koperasi (Puspayoga,"Pemerintah Gencar Bubarkan Koperasi yang Tidak Aktif". https://ekonomi.kompas.com/read/2017/02/21/090546726/pemerintah.gencar.bubarkan.koperasi.yang.tidak.aktif. Diakses 4 Juli 2018). Pemerintah telah bertindak tegas dengan memberikan sanksi atau membubarkan organisasi yang berkedok koperasi, koperasi-koperasi yang "tidur", dan selanjutnya membina koperasi yangrospektif dan benar-benar sehat (Sukidjo, 2008: 201). Namun pada akhirnya koperasi sendirilah yang menjadi elemen penentu dalam menciptakan citra baik atau buruk. Beberapa anggota Kopkarhutan menilai bahwa citra koperasi masih kurang, karena masih ada beberapa

pelaksanaan yang harus dievaluasi kembali. Masalah pelaksanaan layanan yang dirasa masih memiliki kekurangan serta transparansi dalam kepengurusan koperasi juga menjadi penilaian bagi anggota.

Kepuasan anggota merupakan faktor lain yang mempengaruhi loyalitas anggota. Kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan loyalitas konsumen, dimana pelanggan yang terpuaskan akan menjadi pelanggan yang loyal (Sudarti dan Iva, 2012: 105).Sikap puas dan tidak puas atas pelayanan yang diberikan dapat menimbulkan respon, lebih lanjut bila kepuasan yang dirasakan oleh anggota dapat terwujud maka hal ini akan memberikan umpan balik yang positif untuk tetap loyal. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan diharapkan dapat menumbuh kembangkan loyalitas anggota sebagai mana terjadi pada koperasi, layanan yang memuaskan bisa menjamin bagi para anggotanya untuk bersikap loyal. Beberapa anggota Kopkarhutan mengatakan kurang puas dengan pelayanan serta transparansi kepengurusan, menurut mereka pelayanan untuk simpan pinjam maupun toko sebaiknya tidak perlu sama dengan jam kerja di instansi, tapi menyesuaikan.

Anggota koperasi yang bertahan dan tetap aktif dikoperasi tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, citra koperasi, dan kepuasan, tetapi dapat dipengaruhi oleh *switching barrier.* Fornell dalam Siti Maghfiroh (2016: 297) mengungkapkan hambatan untuk berpindah (*switching barrier*) dapat menjadikan pelanggan merasa enggan, rugi, atau perlu mengeluarkan biaya besar untuk berganti pemasok (vendor, toko, dan lain-lain).

Berdasarkanfaktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas yang telah dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti masalah loyalitas anggota di Kopkarhutan.

B. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka diketahui bahwa masalah Loyalitas Anggota memiliki faktor-faktor yang cukup banyak dan luas. Penelitian ini dibatasi hanya pada masalah antara lain sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN).
2. Pengaruh Citra Koperasi terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN).
3. Pengaruh Kepuasan Anggota terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN).
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN).
5. Pengaruh Citra Koperasi terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN).
6. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN).
7. Pengaruh Citra Koperasi terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN).

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan masalah tersebut, maka peneliti merumuskan masalah antara lain sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN)?
2. Apakah terdapat pengaruh Citra Koperasi terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN)?
3. Apakah terdapat pengaruh Kepuasan Anggota terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN)?
4. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN)?
5. Apakah terdapat pengaruh Citra Koperasi, terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN)?
6. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN)?
7. Apakah terdapat pengaruh Citra Koperasi, terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN)?

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian diharapkan meliputi kegunaan teoritis dan praktis antara lain sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan rujukan dan acuan informasi yang memberikan pemahaman tentang Kualitas Pelayanan, Citra, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN).

2. Kegunaan Praktis

Penelitian tentang Kualitas Pelayanan, Citra, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN) dapat digunakan untuk menambah referensi perbendaharaan kepustakaan serta menambah pengetahuan civitas akademika yang akan melakukan penelitian serupa.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah peneliti rumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN).
2. Pengaruh Citra Koperasi terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN).
3. Pengaruh Kepuasan Anggota terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN).
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN).

5. Pengaruh Citra terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN).
6. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN).
7. Pengaruh Citraterhadap Loyalitas melalui Kepuasan Anggota Koperasi Karyawan Kementrian Kehutanan (KOPKARHUTAN).