

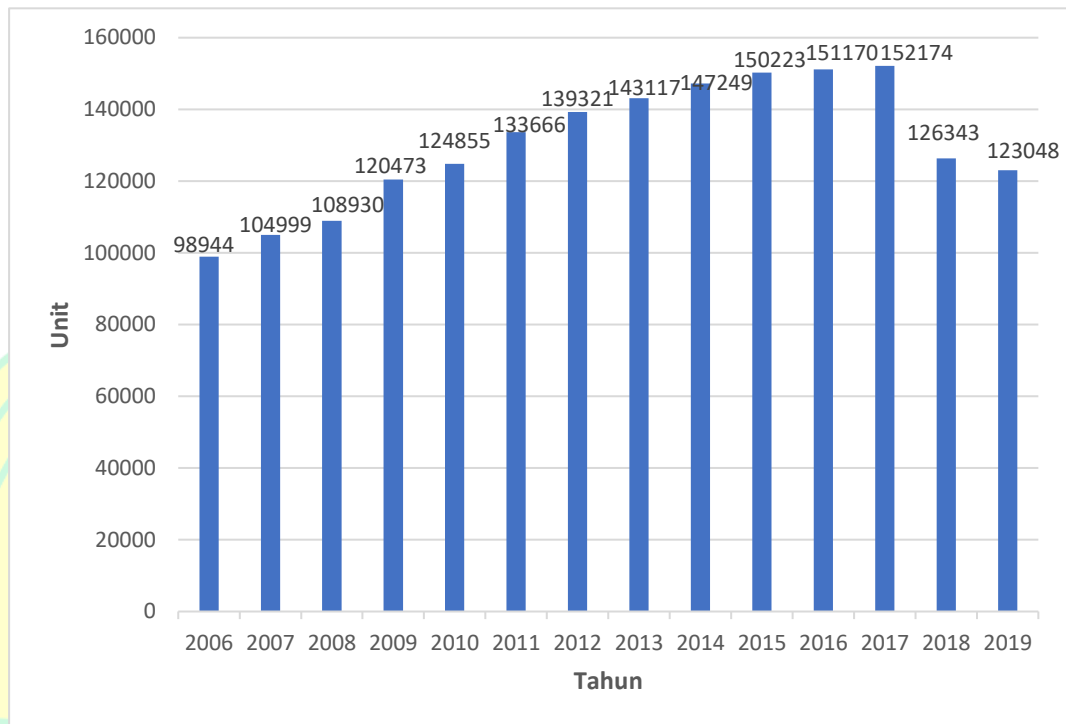
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Koperasi menjadi sebuah alat untuk masyarakat dalam mengatasi berbagai persoalan di bidang ekonomi yang nampak adanya terutama permasalahan di kehidupan sehari-hari yang bergulik dengan pemenuhan kebutuhan hidup yang tidak terbatas. Peran dari adanya koperasi tentunya memberikan dampak positif terhadap masyarakat golongan menengah ke bawah untuk memperoleh tingkat kesejahteraan yang mencapai taraf hidup layak. Begitupun peran koperasi terhadap negara yang memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan perekonomian dan pembangunan nasional.

Setiap tahun koperasi terus mengalami perkembangan yang signifikan terutama di abad ke-20. Penyebaran koperasi sudah banyak menjamur di berbagai penjuru wilayah daerah yang ada di negara Indonesia. Pada tahun 2020, terdapat 45.489 koperasi yang telah melaporkan pelaksanaan Rapat Anggota Tahunan (RAT) dan sebanyak 35.761 koperasi telah memiliki Sertifikat Nomor Induk Koperasi. Jumlah koperasi saat ini masih didominasi oleh jenis Koperasi Konsumen, Koperasi Produsen dan Koperasi Simpan Pinjam dan terpusat di Pulau Jawa sebanyak 57.247 koperasi. Nilai aset yang dimiliki koperasi mencapai Rp152,11 T dengan nilai omset mencapai Rp154,72 T dan Sisa Hasil Usaha (SHU) mencapai Rp6,26 T (Fin.co.id, 2020).

Tabel I.1 Jumlah Koperasi Aktif di Indonesia

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2020)

Berdasarkan data diatas jumlah koperasi aktif di Indonesia pada tahun 2006 hanya sebanyak 98.944 unit. Seiring berjalannya waktu tiap tahun jumlah koperasi aktif terus mengalami peningkatan dan puncaknya ada pada tahun 2017 dengan jumlah koperasi aktif di Indonesia yang terbanyak sejumlah 152.174 unit. Namun pada dua tahun terakhir mengalami penurunan menjadi 126.343 unit pada tahun 2018 dan sebanyak 123.048 unit pada tahun 2019 (Badan Pusat Statistik, 2020).

Dibalik ketercapaian yang telah diperoleh koperasi di Indonesia, ternyata ada fakta yang memprihatinkan karena dalam kurun 4 tahun terakhir ini ada sejumlah 81.686 unit yang di bubarkan dengan rincian sebanyak 45.629 unit di tahun 2016, 32.778 unit di tahun 2017, 2.830 unit di tahun 2018 dan 449 unit di tahun 2019 (Perpustakaan Nasional, 2020).

Menilik jumlah koperasi di Indonesia yang dibubarkan selama 4 tahun terakhir tidak mengherankan apabila jumlahnya cukup besar karena masih banyak hambatan baik dari pihak internal maupun eksternal seperti sistem manajemen yang masih tradisional, kurangnya permodalan, kualitas sumber daya pengelola kurang terampil dan anggota yang kurang berpartisipasi aktif atau sedikit memberikan kontribusinya dalam berkoperasi. Sehingga mengakibatkan tidak aktif dalam menjalankan organisasinya, terutama kegiatan penting koperasi yang merupakan agenda wajib sudah tidak lagi dilakukan yakni Rapat Anggota Tahunan (RAT).

Begitupun pada realitanya, koperasi yang ada di Indonesia belum mampu menghadapi era globalisasi dengan baik. Jumlah koperasi yang sudah berperan aktif menggunakan inovasi platform digital masih sangat rendah yakni baru sekitar 906 unit atau setara dengan 0,73% dari 123.048 unit koperasi yang aktif (depkop.go.id, 2020).

Sedangkan di era globalisasi sangat dituntut sikap profesionalisme, kreatif dan inovatif. Terutama di era pandemi kini yang digemparkan dengan munculnya virus jenis baru yang sering disebut Covid-19 (Yuliana, 2020). Penyebaran virus Covid-19 yang semakin hari semakin meluas memaksa beberapa negara untuk menerapkan kebijakan *physical distancing* (menjaga jarak fisik). Pembatasan interaksi sosial yang diberlakukan oleh pemerintah tentu saja berimbas pada semua sektor terutama di bidang ekonomi. Artinya tantangan koperasi untuk tetap eksis serta memajukan organisasi dan mengembangkan usaha kian bertambah akibat dari adanya pandemi Covid-19.

Dilansir dari web resmi Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia (KemenkopUKM RI) pada saat wabah pandemi Covid-19 sudah terverifikasi bahwa koperasi dan UMKM yang sudah bergabung dengan platform digital ialah badan usaha yang sanggup bertahan. Data membuktikan bahwa para pemakai platform digital pada kuartal dua mengalami peningkatan sebesar 26% dibandingkan dengan tahun lalu, sedangkan bagi para pemakai yang tidak terhubung dengan platform digital mengalami penurunan omzet (depkop.go.id, 2020).

Upaya koperasi dalam mengatasi tantangan baru di era globalisasi dan pandemi Covid-19 sangat besar, koperasi harus bisa keluar dari zona nyaman agar dapat bertahan eksis di tengah kompetisi perbankan dan lembaga keuangan masa kini yang sudah lebih dulu melakukan berbagai inovasi dengan melahirkan layanan *financial technology* (Fintech). Koperasi harus mampu melakukan penyesuaian dan bertransformasi sesuai perkembangan zaman dengan cara memanfaatkan teknologi dengan kreatif dan inovatif dalam menjalankan usahanya agar dapat maju dan berkembang. Cara yang dapat dilakukan agar kinerja usaha koperasi dapat meningkat maka yang harus dilangsungkan koperasi ialah dengan mulai menggunakan aplikasi dalam kegiatan bisnis maupun pelayanan anggota (Wartaekonomi.co.id, 2019).

Kemajuan dan keberhasilan koperasi dalam dunia ekonomi modern ini sangat bergantung pada pengurus dan anggota koperasi itu sendiri. Selain dengan memanfaatkan peran teknologi komunikasi digital, hal yang sangat diperlukan ialah partisipasi aktif dari anggota dalam memberikan kontribusinya

untuk membantu melakukan pengembangan dan pembangunan agar organisasi koperasi dapat maju dan dunia usaha koperasi dapat berjalan dengan baik sehingga tujuan koperasi untuk mewujudkan cita-cita nasional dalam menciptakan kesejahteraan tercapai dan semua dapat merasakan manfaatnya.

Seperti yang dikemukakan oleh Ida Ayu Febri Sugiastini dan Ni Nyoman Yuliarni, agar tujuan dan keberhasilan koperasi dapat tercapai maka yang dibutuhkan ialah adanya partisipasi aktif anggota dalam kegiatan pengambilan keputusan guna mendukung usaha dan organisasi koperasi yang dapat dilakukan dengan giat hadir mengikuti berbagai rapat yang diadakan dan memberikan sumbangsi berupa gagasan maupun saran untuk koperasi dalam menjalankan usahanya. Partisipasi aktif anggota lainnya ialah dalam hal permodalan, artinya anggota aktif membayar simpanan wajib dan pokok dengan tepat waktu serta membesarkan simpanan sukarelanya. Karena anggota merangkap peran sebagai pemilik sekaligus pengguna maka partisipasi aktif anggota dalam menggunakan berbagai layanan koperasi akan berdampak terhadap peluang koperasi untuk mencapai keberhasilannya memiliki Sisa Hasil Usaha (SHU) yang tinggi semakin besar (Sugiastini & Yuliarni, 2015).

Usaha untuk mewujudkan partisipasi anggota menjadi lebih aktif terhadap koperasi ialah dengan memberikan kepuasan (Astuty & Yuliarni, 2015). Berdasarkan hasil penelitian Dien Cahyani Hayatiningrum & Kardoyo, koperasi harus memperhatikan tingkat kepuasan anggota karena anggota yang puas akan meningkatkan partisipasinya menjadi lebih aktif dalam berbagai kegiatan koperasi (Hayatiningrum & Kardoyo, 2019).

Koperasi yang ingin menjaga sikap setia atau loyalitas anggota maka harus mampu mempertahankan kepuasan anggotanya. Karena kepuasan menjadi salah satu faktor penting dalam menumbuhkan loyalitas. Perusahaan yang berhasil memenuhi ekspektasi para pelanggan maka akan mengurangi peluang mereka untuk beralih ke produk perusahaan lain (Fauzi & Mandala, 2019).

Hal inilah yang wajib diperhatikan oleh koperasi karena ketika anggota koperasi terpuaskan oleh usaha yang dilakukan koperasi maka akan ada kemudahan bagi koperasi untuk meningkatkan produksi. Sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller, dimana kepuasan pelanggan mengarah pada bisnis berulang (pembelian kembali) yang berdampak pada pertumbuhan dan keuntungan perusahaan lebih tinggi (Kotler & Keller, 2016). Artinya ini menjadi peluang untuk koperasi menawarkan lebih banyak produk dan layanan kepada anggota dalam memenuhi setiap kebutuhan dan keinginannya yang tentunya akan berpengaruh terhadap kontribusi anggota untuk terus menggunakan produk dan layanan koperasi menjadi lebih sering atau bertambah semakin banyak sehingga berdampak terhadap peningkatan pendapatan koperasi dan hal ini akan berdampak pula terhadap peningkatan sisa hasil usaha (SHU) yang tentunya akan meningkatkan kesejahteraan anggota.

Oleh karenanya, perlu berbagai usaha yang harus dilakukan koperasi untuk memperoleh kepuasan dari anggota. Salah satu cara meningkatkan kepuasan anggota ialah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan menjadi lebih baik. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan hubungan yang erat, sehingga memberikan kemudahan untuk perusahaan memahami semua kebutuhan dan

keinginan yang diharapkan oleh pelanggan, yang pada akhirnya kepuasan yang tercapai dapat menciptakan pelanggan menjadi setia atau loyal kepada perusahaan (Nurjanah & Mulazid, 2018). Memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada anggota akan mempertahankan mereka untuk tidak beralih ke koperasi yang lain (Susiyanti & Asim, 2017). Keuntungan dari anggota yang terpuaskan karena jasa pelayanan yang diberikan oleh koperasi sangat baik dan berkualitas tentunya akan membuat anggota dengan senang hati untuk ikut turut andil dalam segala kegiatan perkoperasian (Astuty & Yuliarmi, 2015).

Baik buruknya kualitas pelayanan yang dimiliki oleh suatu perusahaan menggambarkan sebuah citra perusahaan yang bersangkutan. Maka dari itu, selain memberikan kualitas pelayanan yang lebih lebih baik, yang menjadi hal penting dalam meningkatkan kepuasan anggota ialah dengan memberikan citra koperasi yang baik kepada anggota (Sutrisno et al., 2017).

Namun realitas di lapangan menunjukkan bahwa citra koperasi di Indonesia masih kurang baik. Banyaknya kasus pembubaran koperasi membuat anggota dan masyarakat menilai buruk perkoperasian Indonesia. Padahal citra menjadi dasar seseorang untuk melakukan berbagai transaksi dalam memperoleh produk dan layanan di sebuah perusahaan. Sehingga tidak mengherankan apabila koperasi jarang peminatnya, karena tidak sedikit anggota yang beranggapan bahwa berkoperasi tidak mampu memenuhi semua kebutuhan dan keinginan anggota. Oleh karenanya, citra yang positif perlu dibangun karena ini merupakan sebuah aset penting yang harus dimiliki oleh koperasi demi memperoleh keuntungan jangka panjang dalam bermitra dengan para anggota.

Berdasarkan pemaparan peneliti mengenai fenomena-fenomena permasalahan diatas, menghadapi berbagai tantangan yang di hadapi oleh negara di era globalisasi sekaligus masa pandemi Covid-19 ini maka peneliti tertarik untuk mengambil tema koperasi, hal ini dikarenakan menurut peneliti koperasi melambangkan pilar perekonomian Indonesia karena merupakan sebuah perangkat demokrasi ekonomi & pembangunan nasional.

Objek penelitian ini ialah Koperasi Bhakti Arthama Fiskal yang merupakan salah satu koperasi pegawai negeri yang berada dibawah intansi pemerintahan Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Didirikan berdasarkan akta pendirian badan hukum koperasi yang telah disahkan oleh Menteri Koperasi, Pengusaha Kecil dan Menengah dengan Surat Keputusan No. 027/BH/KDK.9.1/IV/1999 tanggal 07 April 1999. KBA Fiskal hadir dalam beberapa unit kerja seperti unit simpan pinjam, unit dagang dan unit lainnya yang siap untuk membantu dan melayani khususnya para anggota dan seluruh pelanggan yang berada di wilayah lingkungan kerja Kementerian Keuangan RI dalam memenuhi setiap kebutuhan dan keinginannya.

Dari hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, yang terjadi di lapangan ialah KBA Fiskal memiliki anggota sebanyak 428 orang namun anggota yang aktif hanya sejumlah 378 orang sisanya menjadi anggota pasif. Hal ini menjadi permasalahan yang cukup nyata padahal KBA Fiskal dalam memberikan pelayanan kepada anggota telah cukup memadai untuk pemenuhan setiap kebutuhan dan keinginan anggota karena menjalin kerja sama dengan mitra yang handal dan berkualitas. Pelayanan yang diberikan sudah cukup

modern mengikuti perkembangan zaman seperti yang terjadi pada unit dagang dalam pelayanan belanja di KBA Mart. Pembayaran sudah dapat menggunakan dompet digital dan bagi anggota yang belanja akan mendapatkan poin yang dapat dilihat jumlahnya melalui akun anggota dari ponsel genggamnya.

Namun, dari segi pelayanan yang diberikan oleh KBA Fiskal jika ditinjau tingkat kepuasan anggota hasilnya bervariasi dikarenakan pelayanan yang diberikan belum merata terutama dalam penggunaan teknologi pada setiap unit usaha seperti pada unit simpan pinjam yang belum merilis juga aplikasi peninjau saldo simpanan, SHU dan pinjaman anggota. Jika dibandingkan dengan koperasi serupa, kualitas pelayanan yang diberikan oleh KBA Fiskal masih berbanding jauh sehingga memberikan dampak terhadap pembentukan citra koperasi yang kurang baik. KBA *Office* pun masih belum sepenuhnya memberikan kenyamanan kepada anggota yang khususnya pada saat anggota melakukan transaksi pinjaman. Ruang kantor tidak memiliki ruangan khusus untuk anggota melakukan transaksi akad pinjam. Sehingga ini menjadi salah satu faktor yang menghambat terciptanya kepuasan anggota secara maksimal.

Akan tetapi, KBA Fiskal terus melakukan inovasi dan perbaikan untuk membangun citra koperasi positif dengan memberikan pelayanan yang terbaik dalam memenuhi setiap kebutuhan dan keinginan sehingga dapat mengembalikan pelanggan dan meningkatkan kepuasan anggota. Oleh karenanya, lebih lanjut bahasan dalam penelitian ini ialah mengenai bagaimana pengaruh dari peningkatan kepuasan anggota koperasi melalui kualitas pelayanan dan citra koperasi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan oleh peneliti diatas, maka rumusan masalah penelitian ini yakni:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota?
2. Apakah terdapat pengaruh citra koperasi terhadap kepuasan anggota?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra koperasi?
4. Apakah terdapat pengaruh citra koperasi sebagai variabel mediasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan anggota?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini yakni:

1. Untuk mengetahui secara empiris bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota koperasi.
2. Untuk mengetahui secara empiris bagaimana pengaruh citra koperasi terhadap kepuasan anggota koperasi.
3. Untuk mengetahui secara empiris bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra koperasi.
4. Untuk mengetahui secara empiris bagaimana pengaruh citra koperasi sebagai variabel mediasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan anggota.

D. Kebaruan Penelitian

Beberapa peneliti terdahulu telah melakukan penelitian serupa mengenai variabel Kualitas pelayanan, Kepuasan Anggota dan Citra Koperasi. Namun masing-masing peneliti memiliki hasil yang berbeda-beda dengan kasus, objek, teori, dan model atau metode penelitian yang berbeda pula.

Penelitian yang dilakukan oleh Luki, Salma dan Sinarwati (2019) mengkaji bahasan yang berjudul Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen yang dimediasi oleh Citra Perusahaan. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode *explanatory survey* dengan melalui teknik *purposive sampling* diperoleh 155 responden yang merupakan pelanggan rumah tangga dari PDAM Wakatobi. Dari teknik analisis data yang menggunakan pengujian melalui *Structural Equation Model* (SEM) diperoleh hasil bahwa Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan. Citra Perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan. Dan yang terakhir ialah Citra Perusahaan memiliki pengaruh mediasi parsial terhadap hubungan antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen (Kusuma et al., 2019).

Peneliti lainnya ialah LiHsien dan Shuyi (2019) yang mengkaji penelitian dengan judul *Corporate Image as a Mediator Service Quality and Customer Satisfaction: Difference across Categorized Exhibitors*. Dari 113 responden NFA dengan model pengujian menggunakan PLS-SEM diperoleh hasil bahwa *Corporate Image* memiliki pengaruh media parsial terhadap *Service Quality* dan *Exhibitor Satisfaction*. Untuk *Service Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Image* dan *Service Quality* juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* (Chien & Chi, 2019).

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Susiyanti dan Asim (2017) mereka mengkaji penelitian dengan judul Pengaruh Citra Koperasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Karyawan Rumah Sakit Anak Dan Bunda (RSAB) Harapan Kita Jakarta. Penelitian dengan desain *crosection* ini memperoleh sampel sebanyak 91 orang anggota koperasi karyawan dengan menggunakan teknik *insidental sampling*. Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi berganda diperoleh hubungan bahwa Citra Koperasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota. Serta Citra Koperasi dan Kualitas Pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota (Susiyanti & Asim, 2017).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh para peneliti terdahulu, maka disini peneliti melakukan penelitian serupa dengan melakukan kebaruan penelitian yang dilakukan yaitu:

1. Meneliti dengan variabel lain di luar model para peneliti terdahulu karena topik yang dibahas mengenai citra koperasi yang dijadikan variabel mediasi pada topik kepuasan anggota dan kualitas pelayanan koperasi belum ada yang mengkaji.
2. Objek penelitian akan dilaksanakan kepada Anggota Koperasi karena masih jarang topik yang membahas mengenai koperasi