BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Untuk mewujudkan bentuk perekonomian yang sesuai dengan kultur bangsa Indonesia diperlukan suatu wadah yang mampu menampung aspirasi dan keinginan anggotanya. Wadah dalam hal ini adalah koperasi, yang tujuannya adalah menciptakan perbaikan sosial ekonomi dan kesejahteraan para anggotanya serta masyarakat daerah kerjanya. Untuk meningkatkan kesejahteraan anggota diperlukan suatu usaha ekonomi yang terjadi secara terus menerus dan menguntungkan, sehingga aktivitas usaha koperasi dapat berkembang dan permodalan koperasi juga meningkat.

Koperasi merupakan wadah untuk menggalang perekonomian rakyat disemua kegiatan perekonomian nasional sehingga mampu berperan dalam meningkatkan kondisi ekonomi dan kesejahteraan rakyat.

Karena itu koperasi mempunyai peranan penting dan secara langsung maupun tidak langsung harus dapat memberikan manfaat dan keuntungan kepada anggota.

Seiring dengan lajunya pembangunan, koperasi tumbuh dan berkembang hampir di pelosok negeri. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya koperasi-koperasi baru yang bermunculan di desa maupun di kota. Koperasi di daerah perkotaan dan pedesaan tumbuh dan bertambah secara kuantitatif karena adanya

kepentingan dalam menanggulangi kesulitan bersama, dan juga timbul karena adanya solidaritas diantara anggota masyarakat.

Dengan alasan tersebut, maka mendorong para pedagang untuk mempersatukan diri dalam wadah organisasi koperasi. Para pedagang tidaklah sama dalam memperoleh keuntungan atau hasil usahanya, hal tersebut disebabkan karena beberapa faktor diantaranya adalah modal yang dimiliki para pedagang tidaklah sama sehingga mempengaruhi keuntungan atas hasil usahanya. Melihat kenyataan ini maka koperasi pedagang pasar didirikan untuk menjembatani kesenjangan yang terjadi, dimana pedagang yang memiliki modal cukup kuat diharapkan dapat membantu ikut serta secara aktif dalam kegiatan di koperasi ini. Ini tidak berarti bagi pedagang yang bermodal lemah tidak berperan aktif dalam kegiatan koperasi, sebab koperasi terbentuk karena adanya tujuan dan kepentingan bersama, yaitu menciptakan perbaikan sosial ekonomi dan kesejahteraan anggotanya serta masyarakat sekitarnya. Koperasi pedagang pasar ini diharapkan akan mempunyai peranan positif dalam mengurangi keresahan-keresahan akibat kehidupan ekonomi yang semakin mendesak.

Koperasi pedagang pasar sebagai wadah perekonomian wajib memberikan pelayanan kepada anggota dan masyarakat sekitarnya.

Koperasi Family Mart didirikan atas dasar keinginan bersama, hasrat, kemauan serta semangat kebersamaan dari beberapa pedagang Ruko dan pasar Family Mart yang merasa perlu adanya wadah untuk membina kebersamaan dalam memperjuangkan kesejahteraan dan kualitas kehidupan perekonomian para anggotanya.

Salah satu usaha yang pelayanannya dapat lebih cepat dirasakan adalah usaha simpan pinjam. Boleh dikatakan bahwa sebagian besar koperasi-koperasi di Indonesia memiliki kegiatan simpan pinjam sebagai inti usahanya. Ini membuktikan bahwa kegiatan ini langsung menyentuh kepentingan anggotanya.

Usaha simpan pinjam terbentuk karena adanya kesulitan-kesulitan yang dihadapi para anggotanya dalam memenuhi kebutuhannya. Apabila hanya mengandalkan dari kemampuan pendapatannya sendiri adalah sangat sulit bahkan dalam banyak hal tidak memiliki kemampuan tersebut. Sedangkan jika mereka mengatasi permasalahannya dengan mengusahakan sumber dana dari luar terutama dari lembaga keuangan formal dihadapkan pada prasyarata-prasyaratan teknis yang praktis tidak dapat mereka penuhi. Atas dasar tersebut koperasi membentuk unit usaha simpan pinjam, yang realisasi dari pada cara bekerjanya adalah koperasi menghimpun dana dari simpanan-simpanan para anggotanya. Dari hasil simpanan tersebut akan diatur cara penggunaannya diantara para angota secara bergantian dalam bentuk pinjaman yang harus mereka lunasi secara angsuran.

Ruang lingkup usaha simpan pinjam berfungsi menyediakan kredit bagi para anggotanya, yang jumlahnya tidak terlalu besar hanya sesuai dengan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan anggota dan disesuaikan dengan kemampuan pengembalian pinjaman, juga melihat dari jumlah dana yang tersedia dalam koperasi.

Kegiatan usaha yang dilakukan koperasi merupakan bentuk pelayanan yang diberikan kepada anggota sebagai pemakai atau pelanggan, dan wujud

partisipasi anggota dalam hal ini adalah pemanfaatan pelayanan tersebut. Pada koperasi yang bergerak di bidang perkreditan, maka anggota akan memanfaat kan pelayanan tersebut dengan meminjam uang kepada koperasi dengan jasa yang layak. Sedangkan pada koperasi yang bergerak di bidang usaha pertokoan atau konsumsi, maka anggota akan memanfaatkan pelayanan tersebut dengan melakukan pembelian barang atau belanja. Partisipasi anggota dalam hal ini terlihat dari jumlah pinjaman anggota pada koperasi dan besarnya konsumsi anggota pada koperasi. Banyaknya usaha yang dijalankan koperasi dapat memberikan gambaran semakin maju usaha koperasi dan semakin luas kesempatan anggota untuk berpartisipasi. Untuk dapat meningkatkan partisipasi anggota, maka koperasi dituntut untuk memberikan pinjaman yang berkualitas.

Kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka mempertahankan eksistensi koperasi. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan atau anggota koperasi dapat meningkatkan keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas meskipun demikian tidaklah mudah untuk mewujudkan harapan pelanggan secara menyeluruh. Pelanggan atau anggota yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsinya akan mencari penyedia barang atau jasa lain yang mampu memuaskan kebutuhannya. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan yaitu : Kualitas jasa pinjaman, kualitas layanan, promosi, persepsi citra, penempatan lokasi usaha, kecepatan pelayanan, inovasi produk.

Kualitas pelayanan yang merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan atau anggota ditentukan oleh berbagai jenis

pelayanan yang diterima oleh pelanggan selama ia menggunakan produk atau jasa tersebut. Kualitas pelayanan sangat bergantung pada tiga hal, yaitu sistem teknologi dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sangat besar. Tidak mengherankan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Pembentukan sikap dan perilaku yang sesuai dengan keinginan perusahaan bukanlah suatu pekerjaan yang mudah.

Ketidakpuasan yang diperoleh pada tahap awal akan menimbulakan persepsi yang buruk terhadap penilaian pelayanan. Sehinga pelangan akan merasa tidak puas pada pelayanan, selanjutnya terkadang perusahaan jarang memberikan kemudahann bagi para pelangganya yang ingin memberikan usulan dan mengajukan pertanyaan seputar produk perusahaan tersebut.

Citra koperasi juga termasuk salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasaan pelanggan. Citra koperasi merupakan aset penting bagi koperasi dalam mendapatkan konsumen membawa dampak besar bagi perusahaan mampu menciptakan kepuasan pelanggan. Namun pada kenyataannya tidak selalu koperasi mampu memberikan citra yang baik kepada pelanggan, hambatan yang mungkin saja terjadi adalah bahwa belum bertahannya citra koperasi yang baik dimata konsumen. Oleh karena itu, citra koperasi yang kuat akan berpengaruh terhadap kepuasaan membeli yang di peroleh konsumen.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasaan pelanggan adalah faktor penempatan lokasi usaha. Biasanya lokasi usaha yang strategis (dekat dengan konsumen) bisa meningkatkan kepuasaan pelanggan karena pelanggan tidak perlu berusaha payah untuk membeli produk dan mendapatkan pelayanan

maupun informasi seputar produk jika mereka mendapatkan masalah mengenai produk. Tetapi yang sering terjadi adalah lokasi usaha yang didirikan kurang strategis sehingga menyulitkan pelanggan dalam membeli dan mendapatkan pelayanan seputar produk dan akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Promosi merupakan salah satu elemen bauran pemasaran. Promosi juga merupakan alat komunikasi yang dapat memberikan informasi bagi pelanggan mengenai keberadaan dan keuntungan dari barang dan jasa. Dalam hal ini promosi dapat dilakukan melalui iklan pada media elektronik ataupun media cetak. Promosi menjadi wadah yang baik dalam memperkenalkan barang dan jasa yang dikeluarkan oleh koperasi, namun ada beberapa koperasi yang memberikan promosi yang berlebihan kepada konsumen agar konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan, tapi pada kenyataanya hasil yang didapatkan konsumen biasanya tidak sesuai dengan promosi yang ditampilkan di iklan sehingga konsumen tidak terpuaskan.

Faktor yang juga penting dalam memenuhi kebutuhan pelanggan akan kepuasaan adalah kecepatan pelayanan. Saat ini masyarakat menuntut pelayanan yang serba cepat, dikarenakan masyarakat saat ini semakin dinamis. Pelayanan wiraniaga yang cepat dalam melayani pelanggan, penanganan masalah dari bagian *costomer service* juga diharapkan pelanggan akan cepat terselesaikan. Contoh lain pada perusahaan jasa bank, menyediakan layanan transaksi melalui ATM dari pada harus mengantri menunggu pelayanan dari teller. Itu semua didirikan karena pelayanan yang langsung dirasakan saat ini kurang cepat dan terlalu bertele-tele.

Koperasi harus melakukan inovasi produk. Adanya perubahan yang pesat dalam selera, teknologi dan persaingan antar koperasi menyebabkan koperasi tidak dapat bergantung hanya pada produk-produk yang ada dan menuntut koperasi agar lebih mengoptimalkan inovasi produk yang dimiliki, karena apabila inovasi produk koperasi tidak sesuai, sehingga ketinggalan dengan koperasi lain, maka koperasi lambat laun akan tersisih dari persaingan usaha dan konsumen beralih ke produk koperasi lain yang lebih inovatif. Oleh karena itu, untuk memuaskan anggota atau pelanggan, koperasi harus lebih menciptakan produk-produk inovatif yang dapat memuaskan pelanggan. Namun pada kenyataannya inovasi produk yang dibuat koperasi biasanya tidak dapat memenuhi selera konsumen sehingga ada konsumen yang tidak terpuaskan.

Koperasi kredit biasanya muncul atas prakarsa dan mufakat sekelompok orang yang merasa mempunyai kesamaan kebutuhan dan kepentingan untuk menggerakkan suatu modal berasama, terutama yang berasal dari simpanan untuk dipinjamkan diantara sesame mereka, dengan tingkat bunga yang memadai sesuai dengan kesepakatan bersama pula. Pinjaman dapat diberikan atas dasar keperluan darurat, usaha produktif (niaga atau investasi) atau untuk keperluaan kesejahteraan para anggota. Agar dapat bersaing dengan perusahaan atau lembaga lain bunga pinjaman atau jasa pinjaman koperasi harus lah lebih berkualitas. Namun pada kenyataannya jasa pinjaman yang diberikan koperasi terkadang tidak begitu jauh atau sama dengan perusahaan atau lembaga lainnya.

Anggota dalam kegiatannya merupakan sumber utama sebagai pelaku operasional koperasi, maka perlu ditingkatkan pelayanan anggota. Anggota

Koperasi Family Mart pada tahun 2006 sebanyak 497 kemudian terjadi penambahan tahun 2007 yaitu 33 orang dan dalam perjalanannya 124 orang keluar menjadi 406 orang.

Uraian di atas menunjukan bahwa banyaknya anggota yang keluar dari Koperasi Family Mart diakibatkan salah satu faktornya adalah ketidakpuasan anggota. Oleh karena itu peneliti terdorong untuk meneliti masalah kepuasan anggota pada Koperasi Familiy Mart yang dikaitkan dengan kualitas jasa pinjaman.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latarbelakang yang telah diuraikan di atas dapat diidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelangga, antara lain :

1. Kualitas pelayanan yang tidak memuaskan anggota
2. Belum bertahannya citra koperasi yang baik di mata konsumen
3. Penempatan lokasi usaha yang kurang strategis
4. Promosi yang ditampilkan di iklan tidak sesuai dengan yang didapatkan oleh konsumen
5. Kecepatan pelayanan yang diberikan perusahaan tidak dilaksanankan dengan baik, sehinga pelayanan yang dirasakan begitu lambat.
6. Inovasi produk yang tidak dapat memenuhi selera konsumen.
7. Kualitas jasa pinjaman yang tidak jauh dengan jenis usaha lain.

C. Pembatasan Masalah

Dari berbagai masalah di atas, masalah dalam penelitian ini dibatasi pada hubungan antara kualitas jasa pinjaman dengan kepuasan anggota pada Koperasi Family Mart.

D. Perumusan Masalah

Dari latarbelakang masalah , identifikasi dan pembatasan masalah dapat dirumuskan Apakah terdapat hubungan antara kualitas jasa pinjaman dengan kepuasan anggota.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, sebagai bahan tambahan dalam rangka menambah wawasan, pengetahuan dan kemampuan berpikir khususnya dalam bidang sumber daya manusia.
2. Bagi koperasi, untuk mendapatkan pemecahan masalah yang dialami perusahaan berhubungan dengan prestasi kerja pegawai.
3. Bagi Program Studi Ekonomi Koperasi, sebagai bahan masukan dalam meningkatkan pengetahuan tentang kualitas jasa pinjaman dengan kepuasan anggota.
4. Bagi perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, sebagai bahan masukan informasi dan menambah referensi untuk peneliti-peneliti

selanjutnya mengenai kualitas jasa pinjaman dengan kepuasan anggota.

5. Bagi pembaca, sebagai sumber untuk menambah wawasan mengenai percaya diri dengan prestasi kerja.