

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Koperasi Indonesia merupakan alat demokrasi ekonomi dan alat pembangunan masyarakat, yang dilandasi Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Kedudukan koperasi di Indonesia dalam perekonomian nasional mendapat tempat yang paling penting sesuai dengan Undang - Undang Dasar 1945 pasal 33 ayat 1 yang menyatakan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan. Selanjutnya penjelasan pasal 33 antara lain menyatakan bahwa kemakmuran masyarakatlah yang diutamakan bukan merupakan orang seorang dan bangun perusahaan yang sesuai dengan itu ialah koperasi. Dengan demikian, Undang-Undang Dasar 1945 menempatkan koperasi sebagai soko guru perekonomian sekaligus sebagai bagian integral tata perekonomian nasional (Undang - Undang Dasar 45, pasal 33 ayat 1).

Didalam memajukan usahanya, koperasi membutuhkan orang-orang yang relevan didalam bidangnya. Karyawan koperasi sebagai penggerak usaha koperasi haruslah mampu mendorong kemajuan koperasi dengan cara meningkatkan kinerjanya. Dengan kinerja karyawan yang semakin baik secara tidak langsung akan membuat anggota merasa puas. Anggota yang merasa puas akan meningkatkan keaktifannya dalam usaha koperasi. Anggota yang

semakin aktif akan berdampak kepada kemajuan usaha koperasi itu sendiri (Lestari, 2013).

Kepuasan anggota merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Puas tidaknya anggota diketahui setelah melakukan transaksi, tergantung pada kinerja tawaran dalam pemenuhan harapan anggota. Jika kinerja berada di bawah harapan, anggota tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, anggota puas. Jika kinerja melebihi harapan, anggota amat puas atau senang (Kotler dan Keller, 2009). Hasil survey internal menunjukkan kepuasan anggota Koperasi Tunas Artha Mandiri ditandai dengan kepuasan terhadap sikap pelayanan, keinginan untuk selalu menjadi anggota, anggota merekomendasikan calon anggota baru dan anggota merasa nyaman dengan sistem kekeluargaan.

Kepuasan anggota koperasi simpan pinjam (KSP) Tunas Artha Mandiri dapat dimungkinkan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kotler (2009) mengatakan bahwa kualitas jasa (*service quality*) harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Kualitas pelayanan koperasi simpan pinjam (KSP) Tunas Artha Mandiri yang diutamakan adalah pelayanan *door to door*, penarikan angsuran dilakukan karyawan langsung ketempat anggota, sistem pelayanan secara kekeluargaan, pelayanan 5 S (senyum, salam, sapa, sopan,

santun), serta tetap menjaga komunikasi dengan anggota walaupun sudah tidak meminjam.

Selain kualitas pelayanan, kepuasan anggota koperasisimpan pinjam (KSP) Tunas Artha Mandiri dapat dimungkinkan dipengaruhi oleh nilai anggota. Nilai anggota adalah selisih antara evaluasi calon anggota atas semua manfaat serta semua biaya tawaran tertentu dan alternatif-alternatif lain yang dipikirkan (Kotler dan Keller, 2009). Sedangkan nilai anggota total nilai moneter yang dipikirkan atas sekumpulan manfaat ekonomis, fungsional, dan psikologis, yang diharapkan oleh anggota atas tawaran pasar tertentu. Biaya anggota total adalah sekumpulan biaya yang harus dikeluarkan anggota untuk mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan, dan membuang tawaran pasar tertentu, termasuk biaya moneter, waktu, energi, dan psikis. Nilai anggota Koperasisimpan pinjam (KSP) Tunas ArthaMandiri yang menjadi unggulan antara lain bunga pinjaman yang lebih murah dibandingkan dengan KSP lain, transaksi langsung ditempat anggota, syarat mudah, sistem kekeluargaan antar anggota dan anggota merasa nyaman untuk bertransaksi.

Selain itu, menurut Kotler dan Keller (2009) sebuah produk, baik barang maupun jasa harus memiliki sebuah nama atau merek. Citra merek ialah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen. Citra merek Koperasisimpan pinjam (KSP) Tunas ArthaMandiri dimata anggota cukup baik. Hal ini dapat dilihat dengan kepercayaan anggota untuk tetap menjadi anggota bahkan merekomendasikan anggota baru.

Penelitian tentang kepuasan nasabah koperasi telah dilakukan oleh Amirudin dan Farida (2014) dengan judul faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dilihat dari kualitas pelayanan dan nilai nasabah pada Koperasi Serba Usaha (KSU) Bina Mitra Mandiri Di Kudus. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan nilai anggota terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian lain dilakukan oleh Najib (2014) tentang analisis faktor – faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan anggota terhadap penggunaan jasa koperasi simpan pinjam (studi kasus pada koperasi simpan pinjam Sanggar Bina Usaha Temanggung). Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa ketiga variabel independent yaitu kualitas pelayanan (X_1), kepercayaan (X_2), dan citra merek (X_3) yang diteliti terbukti secara positif dan signifikan mempengaruhi variabel dependent yaitu kepuasan anggota (Y).

Penelitian ini bermaksud mengulang penelitian yang dilakukan oleh Amirudin dan Farida (2014) dengan menambah variabel citra merek dari penelitian Najib (2014). Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan mengenai kepuasan anggota koperasi, secara lebih baik dibandingkan hasil penelitian Amirudin dan Farida (2014) atau secara spesifik dapat mendapatkan nilai R^2 yang lebih baik.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Anggotadan dan**

Citra Merek Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Tunas Artha Mandiri Cabang Salatiga”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan anggota?
2. Apakah nilai anggota secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan anggota?
3. Apakah citra merek secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan anggota?
4. Apakah kualitas pelayanan, nilai anggotadan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan anggota?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan anggota.
2. Untuk mengetahui pengaruh nilai anggota secara parsial terhadap kepuasan anggota.

3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek secara parsial terhadap kepuasan anggota.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, nilai anggota dan citra merek secara simultan terhadap kepuasan anggota.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Ilmu Manajemen Pemasaran

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu yang berkaitan dengan peningkatan kualitas pelayanan koperasi khususnya kepuasan anggota.

2. Bagi Koperasi Tunas Artha Mandiri Cabang Salatiga

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang berharga bagi manajer koperasi dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan peningkatan kualitas pelayanan.

3. Bagi peneliti

Dapat mengetahui aplikasi ilmu manajemen pemasaran khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan sebagai syarat lulus S1 dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.