

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan perekonomian di Indonesia saat ini sangat meningkat. Peningkatan ini tidak lepas dari semua pelaku ekonomi yang ada di Indonesia termasuk koperasi. Sebagai salah satu pelaku ekonomi, peran koperasi dalam suatu negara ialah mewujudkan kesejahteraan bersama bagi seluruh rakyat. Berdasarkan UU Nomor 25 Tahun 1992 Pasal 3, peran koperasi dalam perekonomian adalah untuk mensejahterakan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

Koperasi merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peranan dalam menumbuhkembangkan perekonomian masyarakat (Yuvanda dan Rachmad, 2021:1). Menurut Undang-Undang No. 25 Tahun 1992, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan.

Tujuan dari koperasi adalah untuk mensejahterakan anggotanya. Kepuasan anggota mengartikan bahwa koperasi telah berhasil mencapai tujuannya. Menurut Kotler dalam Pamura (2018:20) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan anggota suatu koperasi seperti kepercayaan. Menurut Ropke (2003:151) kepercayaan adalah keyakinan bahwa pihak lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi semua kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Kepercayaan menjadi sangat penting untuk menjalin hubungan dengan

pelanggan. Dengan kepercayaan seseorang dapat membangun hubungan dengan baik dan sebaliknya seseorang tidak dapat membangun hubungan yang sebenarnya tanpa ada kepercayaan.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sutrisno, Cahyono dan Qomariah (2017) dengan objek Kopriska Anjasmoro Jember menyatakan bahwa kepercayaan ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota di Kopriska Anjasmoro. Sedangkan menurut Sulaeman, Ruswaji dan Cahyono (2022) dengan objek koperasi Simpan Pinjam Artha Niaga Sentosa Surabaya mengatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Artha Niaga Sentosa Surabaya.

Selain kepercayaan, citra merek juga dapat menjadi faktor dalam kepuasan anggota. Citra merek merupakan asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat merek tertentu dan asosiasi tersebut dengan sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran dan citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek (Indrasari, 2019:94). Citra merek yang positif dapat mempertinggi kepercayaan konsumen terhadap produknya dan mendorong konsumen yang nantinya akan menjadi konsumen yang loyal terhadap produknya.

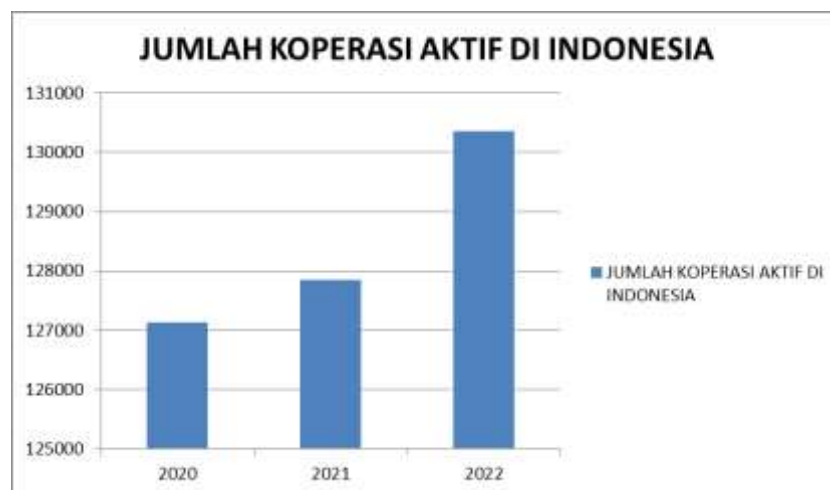
Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sutrisno, Cahyono dan Qomariah (2017) dengan objek Kopriska Anjasmoro Jember dan penelitian yang dilakukan oleh Sulaeman, Ruswaji dan Cahyono (2022) dengan objek penelitian Koperasi Simpan Pinjam Artha Niaga Sentosa Surabaya mengatakan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi. Namun hasil yang berbeda ditunjukkan oleh Haryono dan Octavia (2014) dengan objek penelitian PT Nusantara Jaya Sentosa menyatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Motivasi Anggota juga dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota koperasi. Motivasi dapat didefinisikan sebagai proses dimana seseorang mengenal kebutuhannya dan berani mengambil tindakan untuk memuaskan kebutuhan tersebut. Menurut

(Purwanggono, 2017:41) Motivasi adalah sesuatu yang menggerakkan orang, memberikan motivasi adalah memastikan bahwa orang bergerak kearah yang diinginkan.

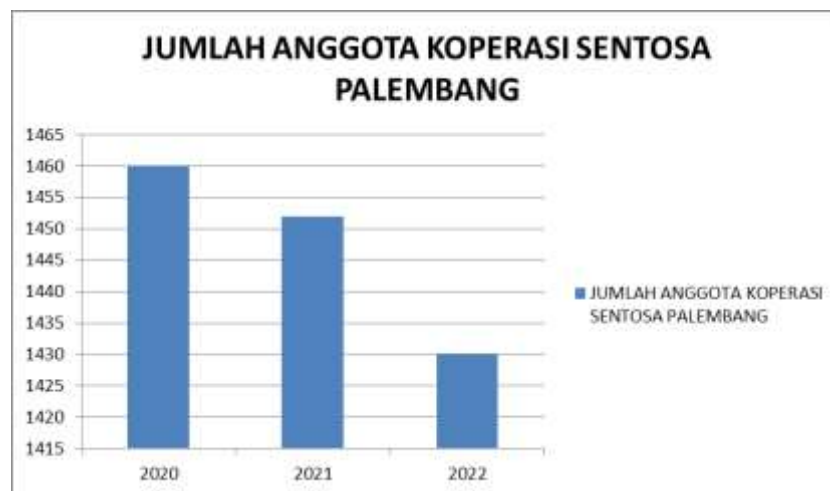
Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arisandi (2014) dengan objek penelitian Koperasi Pegawai Replubik Indonesia (KPRI) Segarbo Kabupaten Pematang Jaya menyatakan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi. Namun hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Nazria (2019) dengan objek penelitian Koperasi Pegawai Replubik Indonesia (KPRI) Djiwa Tonjong kabupateb Brebes yang menyatakan bahwa motivasi anggota tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota koperasi.

Di Inonesia senndiri tidak sedikit koperasi yang berhasil dan bertahan sampai saat ini. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah koperasi aktif di Indonesia sebanyak 130.354 unit koperasi per tahun 2022. Salah satu koperasi yang masih aktif yang berada dikota Palembang yaitu Koperasi Sentosa.



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Kopersi Aktif Di Indonesia
Sumber: BPS, Data Diolah Oleh Penulis, 2023

Koperasi Sentosa merupakan koperasi simpan pinjam yang beralamat di Jalan Kamboja Lorong Lintas No. 1364 Rt. 21 Rw. 08 Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang Sumatera Selatan. Koperasi Sentosa berdiri pada tanggal 14 Januari 1999 dan masih beroperasi sampai saat ini. Koperasi Sentosa mempunyai anggota sebanyak 1430 anggota per tahun 2022.



Gambar 1.2 Grafik Jumlah Anggota Koperasi Sentosa
Sumber: Koperasi Sentosa, Data Diolah Oleh Penulis, 2023

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah anggota Koperasi Sentosa dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2022 mengalami penurunan. Pada tahun 2020 anggota Koperasi Sentosa tercatat sebanyak 1460 anggota kemudian ditahun 2021 sebanyak 1452 anggota dan di tahun 2022 sebanyak 1430 anggota. Ada beberapa kemungkinan yang menyebabkan anggota Koperasi Sentosa mengalami penurunan seperti anggota merasa kurang puas terhadap apa yang didapat selama menjadi bagian dari anggota Koperasi Sentosa atau bahkan kebutuhan anggota telah terpenuhi oleh Koperasi Sentosa.

Koperasi Sentosa dapat berjalan dengan baik dikarenakan banyak hal yang diperlukan dalam meningkatkan kepuasan anggota koperasi. Kepuasan anggota Koperasi Sentosa dapat dilihat dari faktor kepercayaan. Anggota akan merasa puas apabila kebutuhan anggota terpenuhi selama menjadi anggota

Koperasi Sentosa. Koperasi Sentosa senantiasa menjaga kepercayaan anggotanya dengan memenuhi janji-janji dan harapan yang diberikan kepada anggota.

Koperasi Sentosa juga senantiasa berusaha untuk menjadi koperasi dengan citra yang baik dimata masyarakat. Citra yang baik akan mampu meningkatkan kesuksesan suatu koperasi. Koperasi yang memiliki citra yang baik akan mempertinggi kemampuan bersaing, mendorong semangat kerja karyawan dan meningkatkan loyalitas anggota Koperasi Sentosa.

Motivasi anggota Koperasi Sentosa dalam mengikuti kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh koperasi terbilang cukup baik walaupun belum maksimal. Hal ini dapat dilihat pada saat Koperasi Sentosa mengadakan pertemuan karena belum semua anggota koperasi yang menghadiri pertemuan yang diadakan oleh Koperasi Sentosa.

Apabila Koperasi Sentosa mempunyai kepercayaan yang baik, citra yang baik dimata masyarakat dan motivasi anggotanya yang baik maka koperasi sentosa dapat bersaing dan semangat kerja pengurus koperaasi sentosa akan meningkat sehingga dapat meningkatkan kepuasan anggota Koperasi Sentosa. Begitu juga sebaliknya jika tidak ada kepercayaan terhadap koperasi, citra yang buruk dan motivasi anggotanya belum maksimal akan berdampak negatif terhadap kepuasan anggota Koperasi Sentosa.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk membahas tentang “Pengaruh Kepercayaan, Citra Merek dan Motivasi Anggota Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Sentosa Palembang”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan anggota Koperasi Sentosa Palembang?
2. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap kepuasan anggota Koperasi Sentosa Palembang?

3. Bagaimana pengaruh motivasi anggota terhadap kepuasan anggota Koperasi Sentosa Palembang?
4. Apakah kepercayaan, citra merek dan motivasi anggota berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan anggota Koperasi Sentosa Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Masalah

Untuk mempermudah penulisan agar terarah dan berjalan dengan baik, maka penulis hanya menyelidiki permasalahan yang ada dalam focus penelitian ini. Ruang lingkup masalah yang akan dibahas pada penulisan skripsi yaitu:

1. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepercayaan, citra merek dan motivasi anggota, sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan anggota Koperasi Sentosa Palembang
2. Objek penelitian berfokus pada anggota Koperasi Sentosa Palembang

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan anggota Koperasi Sentosa Palembang
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek terhadap kepuasan anggota Koperasi Sentosa Palembang
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh motivasi anggota terhadap kepuasan anggota Koperasi Sentosa Palembang
4. Untuk Mengetahui Apakah kepercayaan, citra merek dan motivasi anggota berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan anggota Koperasi Sentosa Palembang

1.4.2 Manfaat

Penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
 - a) Pengembangan ilmu pemasaran jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
 - b) Memberikan informasi penelitian dan hasil dari penelitian ini untuk dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi lebih mengenai pengaruh kepercayaan, citra merek dan motivasi anggota terhadap kepuasan anggota koperasi sehingga pihak koperasi dapat meningkatkan pelayanannya guna mensejahterakan anggotanya.