

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menyadari bahwa persaingan semakin ketat penting bagi perusahaan untuk dapat memdapatkan laba demi menjalankan perusahaan dalam hal ini pemasaran menjadi faktor utama yang perlu diperhatikan. Pemasaran seperti halnya dengan ilmu pengetahuan, bersifat dinamis dan selalu mengalami perubahan. Perubahan dalam dunia pemasaran merupakan suatu keharusan lantaran dunia bisnis sebagai induk dari pemasaran yang secara terus menerus berubah menyesuaikan diri dengan perkembangan jaman. Keberhasilan perusahaan bukan semata terletak pada produk atau jasa yang ditawarkan tetapi seberapa jauh upaya perusahaan memuaskan kebutuhan konsumen, perusahaan menyediakan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka, kemudian menjaga hubungan erat dengan konsumen untuk memastikan agar mereka menjadi konsumen setia. Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dalam meningkatkan keuntungan bagi sebuah perusahaan. Keuntungan yang didapat tidak lepas dari konsumen yang merasa puas.

Menurut Irawan (2008 : 37) kepuasan pelanggan di tentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Irawan berpendapat ada lima driver utama pelanggan yaitu kualitas produk, harga, service quality, emotional factor, biaya dan kemudahan. Sebagaimana diketahui bahwa tujuan dari suatu bisnis adalah untuk

menciptakan para pelanggan merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap merek serta membuat suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 2008). Menurut Tjiptono (2008) loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Artinya, bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Sedangkan kepuasan pelanggan tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasaan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh konsumen. Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Selanjutnya pada tahap berikutnya pelanggan yang loyal tersebut akan memperluas "kesetiaan" mereka pada produk- produk lain buatan produsen yang sama, dan pada akhirnya mereka adalah konsumen yang setia pada produsen atau perusahaan tertentu untuk selamanya. Kotler (2008) menyatakan bahwa kesetiaan terhadap merek merupakan salah satu dari aset merek, yang menunjukkan mahalnya nilai sebuah loyalitas, karena untuk membangunnya banyak tantangan yang harus dihadapi serta membutuhkan waktu yang sangat lama.

Menurut Robinette dalam Sandra (2007) terdapat empat faktor yang mempengaruhi pengembangan *relationship marketing*. Keempat faktor tersebut

adalah keuntungan bersama (*mutual benefit*), Komitmen (*Commitment*), komunikasi (*communication*), dan kebenaran (*authenticity*), sedangkan Barnes (2007) menambahkan faktor kepercayaan sebagai faktor yang berpengaruh dalam implementasi *relationship marketing*. Pada penelitian ini akan mengambil variabel bebas dari *relationship marketing* berupa *mutual benefit*, kepercayaan, dan komitmen.

Menurut (Niken Kusdayanti, 2016) bangsa Indonesia mempunyai tiga sektor kekuatan ekonomi yang melaksanakan berbagai kegiatan usaha dalam tata kehidupan perekonomian. Ketiga sektor tersebut adalah sektor negara, swasta dan koperasi. Untuk mencapai kedudukan ekonomi yang kuat dan mencapai masyarakat yang adil dan makmur, maka ketiga sektor kekuatan ekonomi tersebut harus saling berhubungan dan bekerjasama secara baik.

Menurut Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang pokok-pokok perkoperasian bahwa koperasi sebagai organisasi ekonomi rakyat bertujuan untuk memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945. Dengan memperhatikan kedudukan dan tujuan koperasi tersebut, maka dapat dilihat bahwa peranan koperasi sangatlah penting dalam menumbuhkan dan mengembangkan potensi ekonomi rakyat.

Pasal 33 UUD 1945 menempatkan koperasi sebagai soko guru perekonomian nasional. Koperasi merupakan perkumpulan otonom dari orang – orang yang bergabung secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi

ekonomi, sosial dan budaya mereka yang sama melalui perusahaan yang dimiliki dan diawasi secara demokratis, dengan tujuan untuk memajukan kesejahteraan anggota. Koperasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian nasional, karena tujuan dari koperasi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Jadi pada dasarnya koperasi merupakan tumpuan ekonomi Indonesia. Oleh sebab itu, koperasi perlu dibina secara profesional baik dalam bidang organisasi maupun dalam bidang mental dan usaha agar dapat maju dan berkembang.

Departemen Koperasi telah memberikan berbagai konsep pengukuran kinerja koperasi yaitu konsep pengukuran kinerja sebelum tahun 1997, yang meliputi 3(Tiga) Sehat (Mental, Usaha, Organisasi), Pengklasifikasian Koperasi A, B, C setelah tahun 1997, Penilaian Kesehatan USP/KSP (Adanya PP No. 9 tahun 1965 dan Kep. Men. No. 226 dan 227 tahun 1996), Penilaian Kesehatan Simpan Pinjam dalam Surat Keputusan Menteri Koperasi, Pengusaha Kecil dan Menengah No. 194/KEP/M/IX/1998, Konsep pengukuran kinerja yang diukur dari produktivitas, efisiensi, kemampuan, pertumbuhan, cooperative effect (Keputusan Dep. Kop & PPK RI No. 20/PPK/1997) dan konsep pengukuran kinerja menurut Pedoman Pemeringkatan Koperasi (Kep. Men. No. 06/Per/M. KUKM/III/2008).

KSP Bangun Jaya merupakan koperasi yang beralamatkan di Jln. Jawa No. 35, Ponorogo. Koperasi ini beranggotakan masyarakat Kabupaten Ponorogo. Kehadiran KSP Bangun Jaya sangat bermanfaat bagi para anggotanya karena KSP Bangun Jaya sangat menolong dalam urusan pinjam meminjam uang baik dalam waktu jangka pendek maupun waktu jangka panjang. Usaha yang dikelola oleh KSP

Bangun Jaya hanya simpan pinjam. Pembentukan KSP Bangun Jaya tersebut pada dasarnya untuk melayani kebutuhan anggotanya sehingga akan tercapai kepuasan anggota.

Setelah melakukan survey dan wawancara peneliti memperoleh informasi bahwa adanya pengurus yang kurang melaksanakan tugasnya dengan baik hal ini menyebabkan turunnya citra KSP Bangun Jaya sehingga kepercayaan anggota terhadap pengurus KSP Bangun Jaya berkurang. Selain itu ada anggota yang mengeluh mengenai data pembagian keuntungan bersama yang diperoleh tidak transparan. Wawancara yang diperoleh dari anggota koperasi KSP Bangun Jaya para pengurus koperasi tidak memberikan data yang transparan ke semua anggota melainkan pengurus tertentu saja yang mengetahuinya. Anggota KSP Bangun Jaya juga mengeluhkan pelayanan koperasi yang kurang cepat dan tanggap. Beberapa anggota yang mengeluhkan pelayanan pengurus yang belum maksimal, terutama di saat anggota ingin melakukan peminjaman. Pelayanan yang kurang baik seperti ini membuat kepuasan anggota berkurang sehingga mengakibatkan komitmen yang dimiliki anggota hilang dan berpindah ke koperasi lain yang lebih menguntungkan.

Berdasarkan data diatas tersebut, menurut peneliti perusahaan kurang menjaga hubungan dengan konsumen sehingga kurangnya minat konsumen untuk menjadi anggota loyal faktor pertama, kurangnya rasa percaya anggota terhadap koperasi yang disebabkan adanya anggota yang tidak melaksanakan tugasnya dengan baik, serta ketidak sesuaian mutual benefit yang diperoleh oleh masing-masing pihak dimana salah satu pihak merasa diberatkan atau konsumen merasa tidak seimbangnya apa yang mereka peroleh dengan apa yang telah mereka

korbankan. Hal ini dapat dilihat apabila bunga ansuran yang diberikan sangat besar atau pelayanan yang tidak ditanggapi oleh perusahaan.

Faktor yang kedua akibat kurangnya komitmen dari anggota dalam melanjutkan kerjasama dengan perusahaan dikarenakan anggota merasa kurang puas, anggota memutuskan tidak melanjutkan kerjasama dengan perusahaan lalu berpindah ke koperasi yang lain.

Karena meningkatnya kepuasan anggota akan memberikan dampak pada berkembangnya koperasi. Oleh karena itu, peneliti memilih judul: **“Pengaruh Mutual Benefit dan Komitmen Melalui (Mediator) Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen KSP “Bangun Jaya” Cabang Ponorogo”**

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Mutual benefit berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen KSP “Bangun Jaya” Cabang Ponorogo?
2. Apakah Komitmen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen KSP “Bangun Jaya” Cabang Ponorogo?
3. Apakah *Mutual benefit*, dan Komitmen melalui (mediator) Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen KSP “Bangun Jaya” Cabang Ponorogo?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas dapat diketahui bahwa tujuan penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui apakah *Mutual benefit* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen KSP “Bangun Jaya” Cabang Ponorogo.
2. Untuk mengetahui apakah Komitmen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen KSP “Bangun Jaya” Cabang Ponorogo.
3. Untuk mengetahui apakah *Mutual benefit*, dan Komitmen melalui (mediator) Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen KSP “Bangun Jaya” Cabang Ponorogo.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Untuk memberikan saran dan masukan yang bermanfaat bagi KSP “Bangun Jaya” Cabang Ponorogo untuk menciptakan loyalitas melalui *mutual benefit*, dan komitmen pada anggota melalui kepuasan konsumen.

2. Bagi peneliti

Penelitian ini merupakan kesempatan yang baik bagi peneliti untuk dapat menetapkan ilmu yang telah diperoleh selama menjalani perkuliahan dan untuk melatih dan mengembangkan kemampuan berfikir ilmiah serta menambah pengetahuan dan wawasan peneliti.

3. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan diharapkan dapat digunakan sebagai dokumen ilmu dan bahan pemecahan masalah yang serupa bagi pihak yang berkepentingan.
4. Bagi peneliti lain dapat sebagai bahan informasi untuk penelitian yang akan datang.