

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Koperasi merupakan suatu badan usaha yang dibentuk berdasarkan asas kekeluargaan yang bertujuan untuk mensejahterakan anggotanya. Hal ini mengacu pada faktor dunia usaha termasuk usaha kecil menengah karena koperasi berperan dalam menumbuhkan dan mengembangkan potensi ekonomi rakyat. Salah satu yang diupayakan di Indonesia dengan adanya pembangunan ekonomi nasional yaitu adanya Koperasi sebagai salah satu bagian dari pembangunan nasional.

Bangsa Indonesia mempunyai tiga sektor perekonomian yang masing-masing melaksanakan tugas berbagai kegiatan usaha dalam kegiatan perekonomian. Adapun ketiga sektor perekonomian yaitu sektor negara, sektor swasta dan sektor koperasi. Untuk terciptanya kedudukan ekonomi yang kuat serta masyarakat yang adil dan makmur, maka ketiga sektor tersebut harus saling berhubungan dan bekerjasama dengan baik.

Koperasi merupakan fungsi demokrasi dan sosial, serta mempunyai peranan yang penting dalam perekonomian nasional, karena tujuan dari koperasi adalah meningkatkan kesejahteraan para anggotanya dan para anggota koperasi selalu melakukan kerjasama, kegotongroyongan, berdasarkan persamaan hak, kewajiban, dan derajat. Jadi pada dasarnya koperasi merupakan tumpuan ekonomi Indonesia dan oleh sebab itu, koperasi perlu dibina secara profesional agar dapat maju dan berkembang.

Melihat pentingnya koperasi, agar dapat berjalan dengan baik banyak hal yang diperlukan dalam sebuah koperasi, misalnya terdapat kompetisi dalam memperoleh pelanggan serta mempertahankan kesetiaan pelanggan sehingga dibutuhkan pengetahuan tentang pengkoperasian untuk pengurus dan anggota koperasi, citra koperasi yang baik, dan pelayanan kualitas yang baik. Dalam menciptakan citra koperasi yang baik dan kualitas layanan yang baik maka diperlukan teknik serta metode yang menarik agar lebih banyak orang menggunakan jasa atau produk yang dihasilkan oleh koperasi tersebut. Jika semua faktor tadi bisa dipenuhi koperasi dapat maju dan berkembang.

Menurut UU 17 Tahun 2012 tentang Pengkoperasian yang memuat pembaharuan hukum, Koperasi sebagai organisasi ekonomi yang sehat, kuat, mandiri dan tangguh serta terpercaya sebagai entitas bisnis, yang kegiatannya mendasarkan dalam nilai dan prinsip koperasi. Selain itu, UU 17 Tahun 2012 menegaskan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama atas asas kekeluargaan, dimana ketentuan tersebut sesuai dengan prinsip koperasi.

Citra merupakan cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandang (Aditya, 2011). Saat ini banyak sekali organisasi memahami perlunya memberi perhatian yang cukup untuk membangun citra yang menguntungkan bagi perusahaan.

Dengan melakukan penelitian mengenai citra, koperasi dapat mengetahui sikap nasabah terhadap

organisasi maupun produk atau jasa yang dihasilkan oleh koperasi yang bersangkutan. Selain itu, koperasi dapat mengetahui apa yang disukai dan tidak disukai publik mengenai koperasi, dengan demikian koperasi dapat mengambil langkah selanjutnya (Soemirat & Ardianto, 2013).

Agar dapat menciptakan koperasi yang maju dan berkembang, koperasi tersebut harus membuktikan bahwa koperasi itu dapat dipercaya. Citra yang baik akan mampu meningkatkan kesuksesan suatu koperasi dengan begitu koperasi mampu bersaing dan semangat kerja pengurus koperasi akan meningkat sehingga dapat menciptakan *customer loyalty*. Sebaliknya jika citra koperasi buruk maka akan berdampak negatif terhadap *customer loyalty*.

Selain citra agar mempertahankan pengguna jasa atau pelanggan agar memperoleh loyalitas pelanggan, dibutuhkan strategi yang dapat diimplementasikan oleh pihak koperasi. Salah satu strategi yang paling penting adalah dengan memberikan kualitas layanan yang baik. Saat ini persaingan semakin ketat, setiap koperasi menawarkan berbagai produk yang hampir sama, dengan demikian peningkatan kualitas layanan kepada pelanggan atau nasabah koperasi merupakan kunci sukses mempertahankan pelanggan atau nasabah supaya tidak berpindah ke koperasi lain untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. kualitas pelayanan mendefinisikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono & Chandra, 2016). Jika kualitas layanan baik

maka loyalitas pelanggan dapat meningkatkan. Jika kualitas layanan buruk maka akan berdampak negatif.

Adapun pelayanan usaha yang dijalankan oleh Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya antara lain:

1. Simpanan Tilmidhun
2. Simpanan Fitri
3. Simpanan Qurban
4. Simpanan Sejahtera
5. Simpanan Haji & Umroh
6. Deposito
7. Pembiayaan Syariah
8. Wakaf tunai
9. Multi Pembayaran

Customer Loyalty di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya dapat dipengaruhi beberapa faktor seperti citra koperasi dan kualitas layanan.

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya merupakan koperasi syariah yang anggotanya rata-rata berprofesi sebagai pedagang mikro, kecil maupun menengah. Kehadiran Koperasi Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya bermanfaat bagi anggotanya karena dengan adanya koperasi tersebut sangat menolong para pedagang agar dapat menabung tanpa harus datang ke koperasi dan dapat menolong dalam urusan pinjam meminjam uang baik dalam waktu yang jangka yang pendek maupun jangka panjang. Usaha yang dikelola oleh Koperasi Amanah Ummah Kantor

Cabang Karah Surabaya yaitu simpan pinjam, investasi serta pembiayaan multiguna. Pembentukan Koperasi Syariah Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya pada dasarnya untuk membantu dan melayani kebutuhan anggotanya sehingga tercipta *customer loyalty*.

Menurut observasi yang dilakukan oleh peneliti, pengurus koperasi mendapatkan pendidikan tentang pengkoperasian agar dapat melayani nasabah dengan baik tetapi setelah melakukan observasi peneliti memperoleh informasi bahwa citra pada koperasi tersebut kurang baik dikarenakan pernah ada pengurus koperasi yang tidak melaksanakan tugasnya sehingga menyebabkan turunnya citra Koperasi Syariah Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya.

Setelah melakukan observasi terhadap beberapa nasabah Koperasi Syariah Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya peneliti juga menemukan bahwa kualitas layanan nasabah koperasi tersebut kurang tanggap dan kurang cepat pada saat melakukan kegiatan simpan maupun pinjam.

Untuk mengetahui Koperasi Syariah Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya telah memberikan kualitas layanan yang baik dan sesuai yang diharapkan, maka perlu dilakukan evaluasi. Oleh sebab itu, mengingat pentingnya citra koperasi dan kualitas layanan dalam mempengaruhi *customer loyalty* perlu di kaji bagaimana agar kedua unsur tersebut dapat meningkatkan nilai unggul dalam bersaing karena dengan adanya *customer loyalty* maka akan memberikan dampak yang baik pada perkembangan koperasi tersebut. Dan oleh sebab itu, peneliti memilih judul “ **Pengaruh**

Citra Koperasi dan Kualitas Layanan terhadap *Customer Loyalty* di Koperasi Syariah Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, ada beberapa permasalahan yang akan diteliti, yaitu :

1. Apakah citra koperasi berpengaruh terhadap *customer loyalty* di Koperasi Syariah Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap *customer loyalty* di Koperasi Syariah Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya?
3. Apakah citra koperasi dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap *customer loyalty* di Koperasi Syariah Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengamati dan menganalisis citra koperasi terhadap pengaruh *customer loyalty* di Koperasi Syariah Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya
2. Untuk mengamati dan menganalisis kualitas layanan terhadap pengaruh *customer loyalty* di Koperasi Syariah Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya
3. Untuk mengamati dan menganalisis citra koperasi dan kualitas layanan terhadap pengaruh *customer loyalty* di Koperasi Syariah Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Koperasi Syariah Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya
2. Sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam pengadaan kepada pihak koperasi dalam upaya menambah citra koperasi yang baik dan memberikan kualitas yang cepat dan tanggap.
3. Bagi Universitas PGRI Adi Buana
4. Mewakili lembaga untuk memberikan solusi bagi dunia usaha koperasi dalam memecahkan berbagai permasalahan.
5. Bagi Peneliti
6. Menambah wawasan serta kemampuan menganalisis berbagai masalah dan memberikan solusi dalam dunia usaha.

