

BAB I

PENDAHULUAN

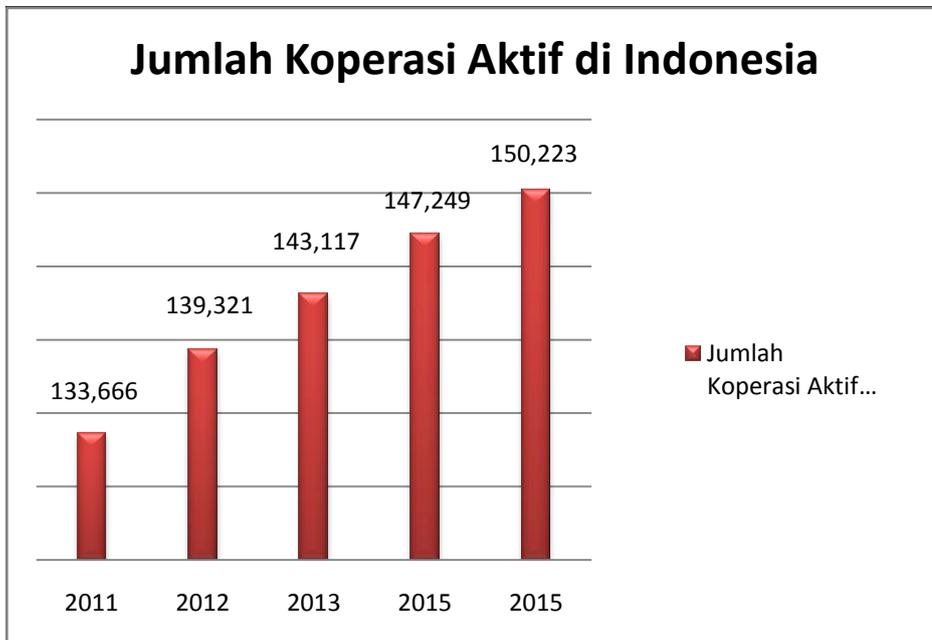
A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan perekonomian nasional yang dihadapi dunia usaha termasuk koperasi dan usaha kecil menengah saat ini sangat cepat dan dinamis. Koperasi merupakan salah satu bentuk badan usaha yang sesuai dengan kepribadian bangsa Indonesia yang pantas untuk ditumbuh kembangkan sebagai badan usaha penting dan bukan sebagai alternatif terakhir. Hal ini sesuai dengan Undang Undang Dasar 1945 pasal 33 ayat 1 yang menyatakan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan. Sesuai dalam penjelasan Undang-Undang Dasar 1945 tersebut dijelaskan bahwa bangun usaha yang sesuai adalah koperasi (www.depkop.go.id).

Koperasi merupakan salah satu lembaga keuangan yang dianggap dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi yang berbasis ekonomi kerakyatan. Koperasi memiliki peranan yang sangat penting bagi semua kalangan masyarakat dalam melakukan aktifitas transaksi keuangan.

Koperasi di Indonesia saat ini telah berkembang dengan pesat karena para anggotanya terdiri dari masyarakat umum yang telah mengetahui manfaat dari pendirian koperasi tersebut yang dapat membantu perekonomian dan mengembangkan kreatifitas masing-masing anggota.

Menurut data pada kementerian koperasi dan usaha kecil menengah Republik Indonesia menunjukkan pertumbuhan jumlah koperasi yang aktif cukup baik, terlihat pada grafik berikut:



Sumber: www.depkop.go.id, 2017

Grafik 1.1
Perkembangan Jumlah Koperasi di Indonesia tahun 2011-2015

Berdasarkan grafik di atas terlihat bahwa koperasi mempunyai perkembangan yang cukup baik dalam beroperasi, hal ini ditandai dengan terus meningkatnya jumlah koperasi aktif di Indonesia pertahunnya. Jumlah koperasi pada tahun 2011 sebanyak 133,666 koperasi. Jumlah koperasi aktif terus mengalami peningkatan hingga tahun 2015 mencapai 150,223 koperasi atau meningkat sebesar 12,4 persen.

Jumlah koperasi yang terus meningkat menunjukkan bahwa daya tarik masyarakat di Indonesia terhadap koperasi sangat tinggi. Keputusan masyarakat sebagai pengguna jasa koperasi dianggap sebagai salah satu penentu keberhasilan dari koperasi itu sendiri dalam menjalankan kegiatannya. Semakin banyak masyarakat yang menggunakan jasa dari suatu koperasi maka koperasi tersebut dapat dinilai cukup baik

dalam menjalankan kegiatannya dan mampu untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan tepat.

Hasil penelitian Simanjuntak (2017) menunjukkan bahwa prosedur kemudahan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggadaikan barangnya dan penelitian ini secara realitas telah mendukung peningkatan nasabah dalam menggadaikan barangnya di PT. Pegadaian Kota Batam dengan jumlah yang sangat banyak. Penelitian Adityo (2011) menunjukkan bahwa semakin baik kepercayaan maka semakin kuat keputusan pembelian oleh konsumen, semakin baik kemudahan yang diberikan oleh penyedia jasa maka akan semakin kuat keputusan pembelian oleh konsumen, dan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa maka semakin kuat keputusan pembelian oleh konsumen.

Penelitian Slamet (2016) menunjukkan bahwa faktor – faktor yang menentukan keputusan menjadi anggota KSU Astadana Jaya Baki Sukoharjo antara lain yaitu tingkat bunga pinjaman, kinerja karyawan, kualitas pelayanan dan promosi. Penelitian Daud (2013) menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan menjadi faktor terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan Jasa Pembiayaan Pada PT. Bess Finance Manado.

Penelitian Firda (2017) menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT Mandiri Sejahtera cabang pasar Kranji, Lamongan adalah lokasi sedangkan produk dan kualitas jasa menunjukkan hasil yang tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Mandiri Sejahtera cabang pasar Kranji, Lamongan. Penelitian Sofiyanto dkk (2016) menunjukkan bahwa terdapat faktor – faktor yang berpengaruh kepada kepuasan

nasabah kredit kepemilikan rumah pada PT. Bank Tabungan Negara cabang Semarang adalah lokasi, tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan. Penelitian Shobirin (2016) menunjukkan hasil bahwa lokasi, tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pengambilan kredit, sedangkan penelitian Desy (2015) menunjukkan hasil bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah adalah lokasi dalam menggunakan jasa pegadaian syariah di Pekalongan.

Penelitian Awang dkk (2009) menunjukkan bahwa keberhasilan pada keuangan lembaga mikro bukan saja hanya dilihat dari kinerja keuangannya melainkan pada kinerja sosial. Sejalan dengan beberapa pendekatan yang digunakan dalam berbagai studi, penilaian indikator kinerja sosial memfokuskan diri pada empat dimensi kinerja sosial sebagai berikut, (1) orientasi pada lembaga kelompok miskin (*the poor*) dan terpinggirkan (*excluded*) yang tidak memiliki akses ke sektor perbankan modern (*unbankable*). Dalam dimensi ini penilaian atas LKM mengarahkan usahanya pada kelompok miskin dan terpinggirkan, (2) fleksibilitas yang disesuaikan dengan lingkungan dan kenyataan hidup kelompok miskin. Dimensi ini meliputi keragaman jenis pelayanan, kualitas pelayanan (kecepatan, transparansi, ketepatan), serta akses pada pelayanan non financial, (3) pemanfaatan modal sosial dan modal politik (*political dan sosial capital*) untuk membangun lembaga meliputi hubungan saling percaya dengan nasabah dan (4) kepedulian nasabah, masyarakat sekitar dan pekerjaannya.

Penelitian Putri (2013) menunjukkan bahwa fleksibilitas keuangan dipandang sebagai kapasitas sebuah perusahaan untuk memobilisasi sumber-sumber keuangannya agar mampu melakukan tindakan pencegahan dan pemanfaatan untuk merespon ketidakpastian yang terjadi dimasa depan secara tepat waktu untuk memaksimalkan

nilai perusahaan. Fleksibilitas keuangan mampu mempengaruhi keputusan modal yang akan diambil oleh manajer perusahaan dan pada setiap tahapan besarnya perusahaan keputusan struktur modal akan berbeda-beda. Perusahaan dengan *earned to total capital* yang rendah, dan *cash flow value* yang rendah memiliki *leverage* yang lebih kecil dan perusahaan dalam upaya untuk meningkatkan fleksibilitas keuangannya.

Hasil pada penelitian terdahulu menunjukkan bahwa adanya hasil yang berbeda-beda, oleh karena itu peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian ulang mengenai faktor – faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan Jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama dan menggunakan konsumen aktif di koperasi serba usaha harapan bersama di Kabupaten Muara Bungo. Adapun alasan dalam menggunakan konsumen aktif di Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo karena responden dengan mudah dapat ditemui secara langsung saat mendatangi koperasi untuk bertransaksi. Selain itu, dengan memperhatikan berbagai ketentuan yang berlaku pada koperasi konsumen diasumsikan mempunyai beberapa faktor sebelum memutuskan untuk menggunakan jasa koperasi. Oleh karena itu, untuk mengetahui faktor apa sajakah yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama ini perlu diadakan sebuah penelitian untuk mengetahui hal apa saja yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “**Faktor – faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama (Studi Kasus Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama Cabang Muara Bungo)**”

B. Batasan Masalah Penelitian

Penelitian ini dibatasi oleh beberapa hal, yaitu :

1. Penelitian ini hanya meneliti keputusan masyarakat dalam memilih jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama cabang Muara Bungo.
2. Terdapat 4 (empat) dimensi faktor yang diteliti yaitu kualitas pelayanan, persepsi kemudahan, lokasi dan fleksibilitas.
3. Responden pada penelitian ini yaitu konsumen yang menjadi anggota di Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan pada penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen memilih jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen memilih jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo?
3. Apakah lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen memilih jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo?
4. Apakah fleksibilitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen memilih jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji apakah terdapat hubungan faktor Kualitas Pelayanan terhadap keputusan konsumen memilih jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo.
2. Untuk menguji apakah terdapat hubungan faktor Persepsi Kemudahan terhadap keputusan konsumen memilih jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo.
3. Untuk menguji apakah terdapat hubungan faktor Lokasi terhadap keputusan konsumen memilih jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo.
4. Untuk menguji apakah terdapat hubungan faktor Fleksibilitas terhadap keputusan konsumen memilih jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama
 - a. Memberikan informasi mengenai faktor-faktor apa sajakah yang dapat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama agar dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi koperasi supaya diwaktu yang akan datang dapat jauh lebih baik dalam melayani konsumennya.
 - b. Memberikan informasi tentang kemampuan Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama dalam menyediakan pelayanan bagi konsumennya.

2. Bagi peneliti

- a. Sebagai media untuk mengaplikasikan kemampuan yang dimiliki secara teoritis dan dapat menambah wawasan mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen memilih jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama.