

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Perkembangan bisnis sangat bergerak dinamis di era revolusi 4.0 ini, banyak sekali bisnis yang bermunculan baik berupa bisnis produk maupun jasa. Di era 4.0 ini para pebisnis dituntut untuk memiliki inovasi yang sangat tinggi di dalam menjalankannya baik berupa aspek yang ia produksi atau dari aspek-aspek yang terkait terhadap bisnisnya. Karena di era 4.0 produsen atau pelaku bisnis dituntut untuk peka, kritis, dan reaktif terhadap perubahan yang ada baik politik ,sosial budaya, dan ekonomi.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya Dan usaha bisa berjalan dengan baik ketika ia berhasil memuaskan pelanggannya karena kepuasan pelanggan ialah bagaimana kita bisa mengukur tingkat konsumen setelah membandingkan antara apa yang ia terima ¹.

¹ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Gramedia, 2009) hlm. 52

dan bisnis yang sedang berkembang pesat ialah bisnis ritel , atau bisa dikenal dengan bisnis mart-mart yang tersedia di masyarakat. Bisnis ritel ialah penjualan barang secara eceran pada berbagai tipe gerai seperti kios, pasar, department store, butik dan lain-lain (termasuk juga penjualan dengan sistem *delivery service*), yang umumnya untuk dipergunakan langsung oleh pembeli yang bersangkutan. ²

Bisnis Ritel merupakan mata rantai yang penting dalam proses distribusi barang dan merupakan mata rantai terakhir dalam suatu proses distribusi. Melalui ritel, suatu produk dapat bertemu langsung dengan penggunaanya. Industri ritel di sini didefinisikan sebagai industri yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pemakai akhir. Produk yang dijual kebanyakan adalah pemenuhan dari kebutuhan rumah tangga termasuk sembilan bahan pokok.

Mengapa bisnis ritel menjadi bisnis yang berkembang di indonesia, karena bisnis ritel indonesia memberikan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) \dan juga menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar. Karena masyarakat di permudah untuk mendapatkan bahan pokok yang ia konsumsi sehingga masyarakat merasa mudah dengan adanya ritel-ritel atau mart-mart yang beredar di indonesia³. Dan bisnis ini bisa berkembang di indonesia karena pola bisnis ini yang memudahkan rakyat untuk memenuhi

² Euis sholiha , “*Analisis Industri Ritel Indonesia*”, Jurnal Bisnis Ekonomi, Volume 15, Nomer 2, 2008, hlm.129

³ Ibid hlm. 129

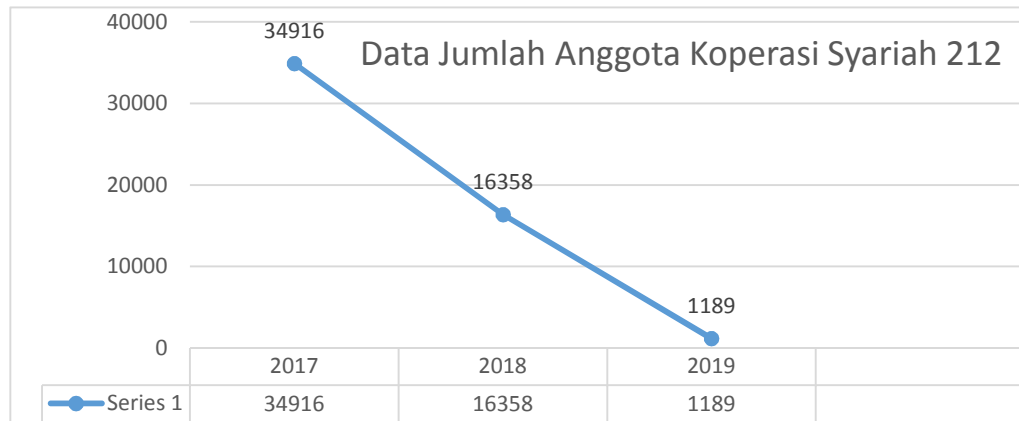
kebutuhan sandang dan pangannya dengan adanya bisnis ritel ini sehingga bisnis ini bisa berkembang pesat di Indonesia.

Dan seiring berjalannya waktu perkembangan ritel di Indonesia semakin membesar, dan membuat ritel ini memiliki sistem yang beragam, salah satunya bisnis ritel berbasis syariah. Karena sistem syariah ini semakin lama. Semakin berkembang di Indonesia sehingga sistem ini tidak dilakukan lembaga keuangan saja dan dipakai pun lembaga bisnis, sehingga muncullah bisnis ritel syariah salah satunya 212 Mart. Tetapi dengan berkembangnya sistem syariah ini dan perkembangan ritel itu tersendiri, Bisnis ritel ini tidak bisa bersaing secara masif dengan bisnis ritel lainnya atau bisnis ritel yang tidak memakai sistem syariah itu tersendiri, dilihat dari mayoritas masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama muslim, tetapi bisnis ritel berbasis syariah ini tidak bisa bersaing dengan ritel lainnya, dilihat dari kondisi 212 Mart di daerah Cibinong, Kabupaten Bogor, yang tidak bisa menjual minyak dengan kapasitas 2 Liter dengan harga yang murah, tetapi pihak 212 Mart itu sendiri tidak bisa menjualnya sehingga mengalami kerugian dari item minyak itu sendiri. Dan ditambah bisnis ritel syariah itu sendiri tidak mencapai *income* yang ditargetkan selalu mengalami *down income* terhadap bisnis itu sendiri.⁴

⁴ Hasil Observasi di kantor Koperasi 212 Pusat. (Pada masa waktu magang 23 Juni – 31 Juli 2019)

Dan dilihat dari data berikut :

Grafik 1.1 Jumlah Anggota Koperasi Syariah 212



Sumber : Hasil olah data dari wawancara dengan pengurus Koperasi 212 pusat ⁵

Dan dapat disimpulkan dari masalah yang telah di observasi bahwasanya para pelanggan tidak mengalami kepuasan dikarenakan mart ini tidak bisa memenuhi kepuasan para pembelinya , karena kepuasan pelanggan bisa dipenuhi jika faktor-faktor kepuasan pelanggan seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, faktor emosional, harga, dan biaya kemudahan mendapatkan produk dan jasa bisa dipenuhi.

Dilihat dari data grafik anggota koperasi 212 syariah , setiap tahunnya anggota koperasi syariah 212 mengalami kemunduran dalam menambahkan anggota baru , yang dimana awal dari pembentukan koperasi ini diawali dari 30.000 orang dan di tahun 2019 hanya mencapai 1000 orang dalam pencapaian anggota koperasinya , dan bisa disimpulkan koperasi syariah 212 ini mengalami kemunduran dalam anggotanya sehingga ditakutkan kepercayaan minat terhadap

⁵ Hasil wawancara dengan defri sebagai penanggung jawab komunitas koperasi syariah 212 .
(Pada tanggal 28 juli 2019 pukul 08.00)

212 mart itu sendiri bisa menurun karena menurunnya peminat untuk menjadi anggota koperasi syariah 212 itu sendiri.

Dan dilihat dari data komunitas 212 itu sendiri :

Tabel 1.1 Jumlah Komunitas Koperasi Syariah 212



Sumber : Hasil olah data dari wawancara dengan pengurus Koperasi 212 pusat⁶

Komunitas pun menurun dalam perkembangannya , sehingga kedepannya mart 212 tidak bisa memperbanyak diri lagi, karena syarat untuk mendirikan 212 mart itu tersendiri dimulai dari komunitasnya. Dan itupun mengalami penurunan sehingga disimpulkan tidak adanya nilai kepuasan dalam koperasi itu sendiri dan disitulah ditakukan jika kedepannya 212 mart pun bisa cepat mengalami kegagalan dalam unit usaha ritelnya

Dan untuk 212 mart di Tasikmalaya, mart ini telah berjalan kurang lebih 1 tahun 7 bulanan dan keseluruhan anggota koperasi 212 yang berhubungan dengan

⁶ Hasil wawancara dengan defri sebagai penanggung jawab komunitas koperasi syariah 212 .
(Pada tanggal 29 Juli 2019 pukul 08.00)

212 mart hanya berjumlah 103 orang , dan anggota itulah yang langsung berhubungan dengan 212 mart Tasikmalaya dan pendirian 212 mart itu sendiri dan ini ialah anggota koperasi yang langsung berhubungan dengan koperasi 212 pusat. Dan anggota ini bertambah hanya sekitar belasan orang sehingga perkembangan anggota koperasi yang berhubungan dengan 212 pusat ini tidak berkembang baik⁷. Sehingga bisa disimpulkan bahwasanya tidak ada juga kepuasan untuk menjadi anggota nasional di tasikmalaya sehingga perkembangan anggota nasional di tasikmalaya tidak berkembang baik dan menurut penulis, bahwasanya tidak ada juga kepuasan anggota koperasi untuk menjadi anggota koperasi 212 mart nasional Tasikmalaya, dan bisa dilihat dari data anggota nasional koperasi 212 mart nasional Tasikmalaya.

Tabel 1.2 Jumlah Anggota Koperasi syariah 212 Nasional di tasikmalaya



⁷ Hasil wawancara dengan dani sebagai penanggung jawab 212 Mart Tasikmalaya (Pada tanggal 30 Oktober 2019 pukul 10.00)

Sumber : Hasil olah data dari wawancara pengurus koperasi syariah 212 Tasikmalaya ⁸

Berdasarkan latar belakang yang telah dirumuskan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut bagaimana kepuasan anggota koperasi terhadap kegiatan bisnis yang dikerjakan oleh 212 mart. Dengan mengambil judul **“ANALISIS KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI 212 MART TASIKMALA DENGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*** (studi kasus pada 212 Mart tasikmalaya).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan landasan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah bagaimana kepuasan anggota koperasi syariah 212 dalam pelayanan 212 mart dengan menggunakan metode IPA ?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan , maka tujuan penelitian ialah untuk mengetahui tingkat kepuasan anggota koperasi syariah 212 terhadap pelayanan 212 mart , dengan alat ukur metode IPA

D. Kegunaan penelitian

1. Secara Akademis

Secara Akademis manfaat penelitian dalam tulisan ini adalah agar dapat menjadi tambahan referensi dan menambah ilmu pengetahuan penulis dan

⁸ Ibid

membaca mengenai kepuasan pelanggan , khususnya mengetahui tentang bagaimana kita mengetahui kepuasan pelanggan dengan metode IPA

2. Secara praktis

- a. Bagi masyarakat , penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan serta informasi mengenai masalah yang perlu diadakan perbaikan dan pembenahan serta menderikan kontribusi mengenai pentingnya kepuasan pelanggan , khususnya terhadap kepuasan pelanggan konsumen minimarket 212
- b. Bagi perusahaan , penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan perusahaan yang berkaitan dengan produk yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut