

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Kuliah Praktik Bisnis yang ditulis oleh:

Hans Christian Wijaya NRP 3103009150

Telah diuji pada tanggal 31 Juli 2013 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Hermeindito, MM

311.94.0207

Mengetahui:

Dekan,

Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM.
NIK. 321.90.0370

Ketua Jurusan,


Herlina Yoka Roida, SE., M.Com (fin)
NIK. 311.99.0362

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan data perkembangan Koperasi dan UMKM tahun 2011, jumlah koperasi mencapai sebanyak 188.181 unit dan menyerap tenaga kerja sebanyak 377.238 orang. Sedangkan sektor UMKM meningkat menjadi sebanyak 55.206.444 unit dan menyerap tenaga kerja sebanyak 101.722.458 orang (Rakyat Merdeka *Online*, 2011). Dengan tren peningkatan penyerapan tenaga kerja di bidang Koperasi dan UMKM, maka dipastikan potensi sektor Koperasi dan UMKM sangat besar dalam menggerakkan perekonomian nasional. Koperasi dan UMKM dapat menciptakan perekonomian dalam negeri yang stabil melalui kemandirian ekonomi. Jumlah populasi penduduk Indonesia mencapai 232 juta jiwa merupakan ceruk pasar dalam negeri yang dapat diisi beragam produk UMKM yang berkualitas.

UMKM dan Koperasi merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, UMKM dan koperasi memiliki hubungan yang sangat erat antara satu dengan yang lain, koperasi adalah sebagai sebuah lembaga permodalan bagi para UMKM di Indonesia (Furqan dan Karim, 2012). Hal ini dibuktikan dengan adanya keputusan dari menteri negara koperasi dan usaha kecil dan menengah republik Indonesia bahwa dalam rangka meningkatkan dan mengembangkan usaha kecil dan menengah (UKM) serta mengembangkan dan memperkuat permodalan, koperasi ditunjuk sebagai lembaga keuangan

yang memfasilitasi usaha kecil dan menengah, maka perlu dukungan fasilitasi permodalan dan investasi diantaranya dengan penyediaan modal awal dan padanan (MAP) melalui KSP/USP Koperasi (Sumber : peraturan menteri negara koperasi dan usaha kecil dan menengah republik Indonesia nomor: 08/Per/M/IX/2005).

Peranan koperasi sangat terasa dalam pembangunan nasional dibidang ekonomi karena koperasi banyak berperan dalam hal tersebut, diantaranya membantu meningkatkan penghasilan dan kemakmuran khususnya anggota dan masyarakat pada umumnya, membantu meningkatkan kemampuan usaha baik perorangan maupun masyarakat, membantu pemerintah dalam menyediakan lapangan pekerjaan, membantu usaha meningkatkan taraf hidup masyarakat, menyelenggarakan kehidupan ekonomi secara demokratis, membantu pembangunan dan pengembangan potensi ekonomi anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya, memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional. Koperasi dapat menjadi pencipta pasar baru dan sumber inovasi, menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor. Peran koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah sangat strategis dalam perekonomian nasional, sehingga perlu menjadi fokus pembangunan ekonomi nasional pada masa mendatang (www.wordpress.com).

Salah satu lembaga kredit yang sangat berperan dalam membangun perekonomian dalam wilayah pedesaan, terutama di Indonesia adalah Koperasi *Credit Union*. Kata *Credit Union* berasal dari bahasa latin, *Credere* yang berarti percaya dan *Union* yang berarti kumpulan/kesatuan (mengikat diri dalam suatu kesatuan). Jadi CU(*Credit Union*) adalah badan usaha yang dimiliki oleh sekumpulan orang yang saling percaya dalam ikatan pemersatu, yang bersepakat untuk menabungkan uang mereka sehingga menciptakan modal bersama guna dipinjamkan di antara sesama

mereka dengan bunga yang layak untuk tujuan produktif dan kesejahteraan. Credit Union kini tidak hanya berfungsi sebuah lembaga yang hanya mengelola keuangan, Credit Union juga merupakan sebuah gerakan yang didasari oleh sikap saling percaya. Tujuannya adalah untuk saling memberdayakan, memperkuat solidaritas, dan memperkokoh kesejahteraan masyarakat, dimana pelakunya adalah anggota itu sendiri, dari anggota, oleh anggota, dan untuk anggota. Pemberdayaan di segala aspek kehidupan anggota, mulai dari aspek ekonomi, moral-sosial, politik, dan hukum. Hal ini memperjelas bahwa CU bukan hanya sebagai sebuah lembaga yang hanya mengelola keuangan saja.

Credit Union lahir dari pendidikan, berkembang melalui pendidikan dan bergantung dari pendidikan, oleh karena itu setiap calon anggota (masyarakat) yang akan bergabung dengan CU wajib untuk mengikuti pendidikan. Tujuan utama pendidikan adalah untuk mengenal dan memperdalam seluk beluk Credit Union, penyamaan visi misi sebagai anggota Credit Union, perubahan-perubahan aspek mental, emosional, perubahan prinsip dan paradigma hidup. Lembaga ini pada dasarnya merupakan lembaga kredit yang mengusahakan pengadaan modal bagi para anggotanya secara swadaya, sehingga tidak memerlukan proses administrasi yang rumit. Selain itu, proses kredit yang berjalan dapat terjamin keamanan dan kenyamanannya karena anggota-anggotanya memiliki latar belakang yang cenderung sama, baik dalam lingkungan tempat tinggal, profesi maupun kegiatan kelembagaan, sehingga mereka sudah saling mengenal sifat satu sama lainnya (www.wikipedia.com).

Credit Union akan semakin dirasakan peran dan manfaatnya bagi anggota dan masyarakat pada umumnya jika terdapat kesederhanaan dan kejelasan dalam hal keanggotaan koperasi. Hal ini secara khusus mengacu pada pemahaman anggota dan masyarakat akan perbedaan hak dan

kewajiban serta manfaat yang dapat diperoleh dengan menjadi anggota atau tidak menjadi anggota, jika terdapat kejelasan atas keanggotaan koperasi dan manfaatnya yang akan diterima anggota yang tidak dapat diterima oleh non anggota maka akan terdapat insentif untuk menjadi anggota koperasi. Pada gilirannya hal ini kemudian akan menumbuhkan kesadaran kolektif dan loyalitas anggota kepada organisasinya yang kemudian akan menjadi basis kekuatan koperasi itu sendiri (www.wikipedia.com).

Sesuai dengan sendi dasar / prinsip koperasi keanggotaan terbuka sekarela, maka tidak menutup kemungkinan bagi anggota untuk keluar atau menghentikan keanggotaannya dari koperasi. Perlu adanya suatu program pemutusan hubungan keanggotaan ini, jangan sampai keluarnya anggota ini dapat merugikan kepentingan anggota lainnya maupun kepentingan usaha perusahaan koperasi, yang jelas bahwa untuk mengurangi keluarnya anggota (*member turn over*), koperasi harus berusaha agar pelayanannya memberikan manfaat kepada anggota lebih besar dari pada jika anggota ini tidak menjadi anggota koperasi lagi atau lebih besar dari pada jika berusaha dengan organisasi lain yang bukan koperasi (Salim, 1989).

Berdasarkan sumber yang di dapat dari data Prima Danarta CU, terdapat 107 anggota yang keluar dari keanggotaan Prima Danarta CU pada tahun 2012. Anggota yang keluar dibagi menjadi 3 bagian yaitu keluar karena permintaan sendiri yang disebabkan oleh beberapa faktor antara lain pinjaman yang tidak disetujui, anggota pindah wilayah, anggota yang sudah melakukan pinjaman lalu keluar dari keanggotaan; dikeluarkan karena alasan tertentu yang disebabkan karena pinjaman yang lalai dan anggota yang meninggal dunia. Terdapat 32 orang anggota yang dikeluarkan karena alasan tertentu, 3 orang yang keluar karena meninggal dunia, dan 72 orang anggota yang keluar dari keanggotaan karena permintaan sendiri. Bila

dibandingkan dengan penambahan jumlah anggota baru pada tahun 2012 yaitu sebanyak 377 orang (RAT, 2012) jumlah anggota yang keluar sebanyak 107 anggota termasuk dalam jumlah yang cukup tinggi. Walaupun jumlah anggota yang keluar dari keanggotaan cukup tinggi, anggota yang masih bertahan dan masih loyal menjadi anggota dari Prima Danarta CU masih cukup besar yaitu sebesar 1.464 orang yang terdiri dari 862 anggota perempuan dan 602 anggota laki-laki, selain itu terdapat 23 keluarga CU Sejati (RAT, 2012).

Dalam persaingan bisnis yang semakin pesat, loyalitas merupakan kunci utama untuk memenangkan persaingan tersebut. Pentingnya membangun loyalitas konsumen harus tertanam di dalam benak para pengusaha yang bergerak di bidang koperasi sehingga menjadi acuan dalam mengembangkan bisnisnya untuk tetap bertahan di dalam persaingan bisnis. Menjalin hubungan dengan pelanggan merupakan salah satu strategi untuk memenangkan persaingan. Moonti (2000) berpendapat bahwa organisasi koperasi harus berusaha agar seseorang yang akan masuk menjadi anggota dijaga terus-menerus mempertahankan anggotanya sampai anggota itu meningkat kesejahteraannya. Meskipun koperasi harus melakukan prinsip keanggotaan yang terbuka dan sukarela hal ini tidak berarti anggota dapat keluar begitu saja sesuai dengan kehendaknya. Pengurus organisasi harus terus berusaha agar kepada para anggota perusahaan koperasi dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya, sehingga para anggota terus mempertahankan kelangsungan anggotanya kepada organisasi koperasi sampai pada suatu saat anggota dengan sukarela mau menghentikan keanggotaannya. Perencanaan yang intensif dalam pemberhentian keanggotaan perlu dilakukan karena akan menyangkut keberhasilan kegiatan permodalan perusahaan koperasi seandainya para anggota ini tidak terkendali dalam pengunduran dirinya sebagai anggota koperasi.

Dengan adanya masalah tentang *turn over* anggota Prima Danarta CU berarti hal ini berkaitan dengan loyalitas anggota koperasi yang masih belum terbentuk secara maksimal yang memungkinkan anggota koperasi tersebut memutuskan untuk keluar dari keanggotaan Prima Danarta CU. Pada kondisi demikian, loyalitas terhadap Prima Danarta CU sangat dibutuhkan agar anggota dapat bertahan dalam keanggotaan. Banyak faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas anggota di antaranya adalah (1). Kualitas layanan, yang dalam perusahaan jasa sering dikondisikan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dan layanan yang diterima secara nyata ; (2).Penanganan keluhan, penanganan keluhan yang dilontarkan oleh nasabah mendapatkan porsi yang penting, keluhan dalam hal ini berarti masukan bagi perusahaan untuk lebih meningkatkan lagi layanannya kepada pelanggan dengan lebih baik; dan (3).Kepuasan, yang adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara kinerja produk (jasa) yang diterima dengan yang diharapkan. (Bloemer et al., 1998; Mittal et al., 2008; Bontis dan Booker, 2007; Gounaris et al., 2003; McCole, 2004; Ngai et al.,2007 dalam Krismanto, 2009).

Untuk mengukur loyalitas anggota, CU dapat mengukur seberapa besar tingkat *member retention rate* yang terjadi.*Retention Rate* Merupakan indikasi tingkat kemungkinan konsumen akan menjadi loyal untuk pembelian mendatang. *Retention rate* dapat dikatakan juga sebagai presentase pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen.*Retention rate* berkaitan erat dengan determinan dari loyalitas seperti kepuasan pelanggan, *switching barrier*, dan ketertarikan mencari alternatif lain (Setiawan, 2013).

Berdasarkan pendahuluan yang telah diuraikan di atas, maka judul dari KPB ini adalah “Eksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota Prima Danarta *Credit Union*.”

1.2 Bidang Kuliah Praktek Bisnis

Laporan tugas akhir bidang kuliah praktek bisnis ini diambil berdasarkan dengan penjurusan dibidang konsentrasi pemasaran dalam bentuk kegiatan praktik kerja lapangan untuk melakukan penelitian mengenai masalah yang terjadi di Prima Danarta *Credit Union* di Surabaya, yaitu adanya tingkat turn over yang cukup tinggi dari anggota Prima Danarta CU.

1.3 Tujuan Kuliah Praktek Bisnis

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dibuat, tujuan dari kuliah praktek bisnis ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota Prima Danarta CU.
2. Memberikan kontribusi pemecahan masalah guna meningkatkan loyalitas anggota Prima Danarta CU.

1.4 Manfaat Kuliah Praktek Bisnis

Dalam melaksanakan kuliah praktik bisnis ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis
Kuliah praktik bisnis ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang masalah – masalah apa saja yang terjadi pada bidang pemasaran dan cara memecahkan kasus secara nyata dibidang pemasaran.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Prima Danarta CU:

Bisa sebagai bahan pertimbangan dan referensi mengenai loyalitas anggota dan meningkatkan komitmen anggota terhadap Prima Danarta CU.

b. Bagi penulis:

1. Menjadi lebih mengerti tentang masalah – masalah yang terjadi dalam dunia bisnis.
2. Mengasah kemampuan menulis untuk dapat memecahkan kasus secara nyata mengenai loyalitas anggota/konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan Kuliah Praktik Bisnis

Untuk mempermudah pemahaman di dalam penelitian ini, maka sistematika penulisan ini dibuat sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan secara singkat tentang latar belakang, bidang kuliah praktik bisnis, tujuan, manfaat kuliah praktik bisnis, dan sistematika penulisan laporan.

BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Dalam bab ini akan dijelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang berhubungan baik secara langsung atau tidak langsung dengan bidang kuliah praktik bisnis. Teori yang dikutip adalah bidang pemasaran.

BAB 3 : HASIL DAN PEMBAHASAN KULIAH PRAKTIK BISNIS

Bab ini akan menjelaskan tentang sedikit gambaran umum mengenai Prima Danarta CU, waktu dan pelaksanaan kegiatan kuliah praktik bisnis, metode pengumpulan data, hasil temuan, analisis, dan pembahasan dari hasil temuan yang didapat dari kuliah praktik bisnis.

BAB 4 : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran berdasarkan dari hasil penelitian sebagai hasil tugas akhir kuliah praktek bisnis dalam penerapan hubungannya diantara aspek-aspek manajemen pemasaran.