

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Koperasi Unit Desa (KUD) dibentuk atas dasar kesamaan persepsi dan kebutuhan petani akan kemudahan untuk memperoleh sarana dan prasarana produksi pertanian dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan. Pada masa yang akan datang peran koperasi di Indonesia diperkirakan akan tetap bahkan semakin penting, terutama dalam kaitannya untuk menjadi wahana pengembangan ekonomi rakyat, namun demikian koperasi juga akan menghadapi tantangan yang semakin berat. Globalisasi, perkembangan sosial ekonomi masyarakat serta perkembangan koperasi sendiri akan menuntut koperasi untuk mampu meningkatkan peran dan fungsi usahanya jika tidak ingin tersisih oleh pelaku usaha lainnya (Wahyudi et al., 2020).

Pembinaan koperasi unit desa bertujuan untuk memantapkan dan menumbuhkan swadaya Koperasi Unit desa (KUD), sehingga mampu menjadi pusat pelayanan kegiatan perekonomian pedesaan yang berdaya guna dan berhasil guna serta dimiliki dan diatur oleh warga desa sendiri untuk keperluan mereka dan pengembangan desa (Kasih, 2022). Pembinaan Koperasi Unit Desa (KUD) juga bertujuan untuk memperkuat kerangka dasar dan arah pembangunan Koperasi Unit Desa (KUD) sebagai pusat pelayanan dalam tata perekonomian masyarakat di daerah pedesaan yang merupakan bagian integral pembangunan Nasional, Untuk itu perkembangan koperasi unit desa pun menjadi penting untuk

diperhatikan demi upaya peningkatan kemajuan koperasi unit desa, faktor penentu didalam kemajuan koperasi unit desa adalah bagaimana loyalitas konsumen.

Dalam jangka panjang loyalitas pelanggan menjadi tujuan bagi perencanaan pasar strategis, selain itu juga dijadikan dasar pengembangan keunggulan yang berkelanjutan, yaitu berbagai keunggulan yang dapat direalisasikan melalui upaya-upaya pemasaran (Aryoni et al., 2019). Dalam lingkungan persaingan global yang semakin ketat dengan masuknya beberapa produk yang inovatif ke pemasaran di satu sisi dan kondisi pasar yang semakin jenuh untuk beberapa produk tertentu di sisi lain, menyebabkan tugas untuk mengelola loyalitas pelanggan menjadi tantangan manajerial yang tidak ringan, kepergian pelanggan merupakan salah satu kadar ukuran yang paling nyata didalam bisnis.

KUD sawit Makmur mandiri II merupakan kegiatan usaha yang kegiatannya termasuk Penjualan Tandan buah segar Anggota, Simpan Pinjam Anggota, Angkutan Tandan buah segar Anggota. Keberadaan usaha ini pun tidak luput dari yang namanya persaingan, untuk itu loyalitas konsumen menjadi hal yang penting untuk mendapatkan perhatian khusus, konsumen dengan tingkat loyalitas yang baik akan selalu memberikan keuntungan bagi suatu usaha, untuk itu menjaga keberlangsungan loyalitas konsumen menjadi hal penting untuk diperhatikan.

Fenomena yang peneliti lihat adalah Tingkat loyalitas konsumen pada KUD sawit Makmur mandiri II masih belum sepenuhnya maksimal, hal ini terlihat dari konsumen yang memberikan pernyataan bahwa konsumen merupakan

konsumen baru dan konsumen hanya sesekali melakukan transaksi pada KUD Sawit Makmur mandiri II, hal ini tentu saja menunjukkan bahwa Tingkat loyalitas konsumen masih belum sepenuhnya maksimal, untuk itu pihak KUD harus memperhatikan dengan baik bagaimana Tingkat loyalitas konsumennya.

Peneliti menilai bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi bagaimana loyalitas seorang konsumen, faktor pendorong tersebut menjadi penting untuk diperhatikan karena dengan hal tersebut loyalitas konsumen menjadi lebih meningkat dan terjaga, konsumen dengan Tingkat loyalitas yang baik akan memberikan keuntungan bagi kegiatan usaha, didalam Upaya peningkatan loyalitas konsumen, bagaimana kualitas pelayanan, memperhatikan gaya hidup konsumen, menjaga kepercayaan konsumen dan memperhatikan kepuasan konsumen menjadi hal yang penting untuk diperhatikan.

Kualitas didalam memberikan pelayanan menjadi faktor utama yang penting didalam upaya peningkatan loyalitas seorang konsumen, kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kenyamanan sendiri bagi seorang konsumen dan secara otomatis akan meningkatkan loyalitas konsumen. Memberikan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan pengaruh baik terhadap kegiatan usaha, fenomena yang peneliti lihat bahwa tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan KUD masih belum sepenuhnya berjalan dengan baik, hal ini dinilai dari masih ada konsumen yang memberikan penilaian bahwa didalam memberikan pelayanan karyawan dinilai kurang ramah, terdapat staf KUD yang tidak memberikan senyum pada saat memberikan pelayanan, dan tidak memberikan penjelasan dengan detail pada saat konsumen bertanya.

Gaya hidup konsumen juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi Tingkat loyalitas konsumen, konsumen cenderung menyesuaikan gaya hidup dengan kualitas barang atau jasa yang ingin diperoleh, gaya hidup menjadi tolak ukur konsumen di dalam menentukan sesuatu, untuk itu gaya hidup akan mempengaruhi bagaimana loyalitas seorang konsumen, fenomena yang peneliti nilai bahwa gaya hidup masyarakat desa bunut mempengaruhi bagaimana loyalitas konsumen KUD sawit mandiri, peneliti menilai bahwa masih terdapat konsumen yang lebih memilih bertransaksi langsung ke ram dan tidak tertarik untuk melakukan transaksi di kud karena di nilai kurang sesuai dengan keinginannya.

Kepercayaan juga menjadi hal penting yang harus diperhatikan didalam upaya peningkatan Loyalitas konsumen, konsumen dengan tingkat kepercayaan yang baik akan senantiasa kembali ketempat yang sama untuk mendapatkan hal yang konsumen butuhkan, semakin tinggi kepercayaan semakin tinggi pula tingkat Loyalitas konsumen. Fenomena yang peneliti menilai bahwa tingkat Loyalitas konsumen pada KUD sawit mandiri masih belum sepenuhnya baik, hal ini terlihat dari masih terdapat konsumen yang memberikan penilaian bahwa lebih percaya melakukan transaksi ditempat lain karena dinilai hasil pelayanan yang mereka dapatkan kurang sesuai.

Kepuasan konsumen juga hal yang sangat penting untuk diperhatikan, karena konsumen dengan tingkat kepuasan yang baik akan memiliki loyalitas yang baik pula sebaliknya konsumen dengan tingkat kepuasan yang rendah akan cenderung memiliki tingkat Loyalitas yang rendah pula. Peneliti menilai bahwa

didalam upaya memberikan kepuasan bagi konsumen pihak KUD sawit mandiri masih belum sepenuhnya maksimal, hal ini terlihat dari masih terdapat konsumen yang memberikan komplek terhadap hal-hal pada pihak KUD Sawit salah satunya adalah harga penjualan tandan buah segar yang dinilai lebih rendah bila dibandingkan dengan tempat lainnya, hal ini tentu saja menunjukkan bahwa Tingkat kepuasan konsumen masih belum sepenuhnya maksimal.

Dari penjabaran fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, GAYA HIDUP, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA KUD SAWIT MAKMUR MANDIRI II DESA BUNUT”.

B. Batasan dan Perumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang meluas dan agar lebih terarah maka peneliti membatasi masalah dalam penulisan ini yaitu pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kud Sawit Makmur Mandiri Ii Desa Bunut.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) pada KUD Sawit Makmur mandiri II Desa Bunut?

2. Apakah pengaruh gaya hidup (X_2) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) pada KUD Sawit Makmur mandiri II Desa Bunut?
3. Apakah pengaruh kepercayaan (X_3) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) pada KUD Sawit Makmur mandiri II Desa Bunut?
4. Apakah kepuasan (X_4) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) pada KUD Sawit Makmur mandiri II Desa Bunut?
5. Apakah kualitas pelayanan (X_1), gaya hidup (X_2), kepercayaan (X_3), dan kepuasan konsumen (X_4) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) pada KUD Sawit Makmur mandiri II Desa Bunut?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada KUD Sawit Makmur mandiri II Desa Bunut.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup (X_2) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada KUD Sawit Makmur mandiri II Desa Bunut.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan (X_3) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada KUD Sawit Makmur mandiri II Desa Bunut.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan (X_4) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada KUD Sawit Makmur mandiri II Desa Bunut.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X_1), gaya hidup (X_2), kepercayaan (X_3), dan kepuasan konsumen (X_4) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada KUD Sawit Makmur mandiri II Desa Bunut.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti didalam mengetahui ilmu pemasaran yang berkaitan dengan variabel penelitian.

2. Bagi KUD Mandiri II

Hasil penelitian di harapkan memberikan masukan kepada KUD Mandiri II di dalam Upaya meningkatkan loyalitas konsumen pada KUD Mandiri II, dan faktor yang mempengaruhi nya

3. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi memberikan sumbangan konseptual dalam rangka mengembangkan penelitian khususnya manajemen pemasaran.

4. Bagi Peneliti lain

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan bahan acuan didalam melakukan penelitian selanjutnya, baik dari segi penulisan maupun isi penelitian guna meningkatkan kualitas penelitian di masa mendatang.