

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini perkembangan bisnis jasa keuangan sudah sangat maju. Salah satu usaha jasa keuangan yang saat ini berkembang di Indonesia adalah koperasi. Koperasi adalah suatu organisasi yang didirikan untuk kepentingan para anggotanya. Menurut ketentuan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992, Koperasi di Indonesia adalah badan usaha yang anggotanya adalah orang perseorangan atau badan hukum koperasi, yang menjalankan usahanya berdasarkan asas Koperasi, serta membentuk gerakan ekonomi kerakyatan berdasarkan asas tersebut hubungan kekeluargaan.

Koperasi simpan pinjam atau koperasi kredit adalah salah satu jenis koperasi yang mempunyai kegiatan utama adalah menyediakan jasa penyimpanan dan peminjaman dana kepada anggota koperasi dengan tujuan memajukan kesejahteraan anggota koperasi dan juga masyarakat. Pada saat ini banyak orang yang masih belum memahami betapa pentingnya peran koperasi, banyak orang menganggap koperasi hanyalah lembaga keuangan biasa. Berdasarkan pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian “koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan”

Koperasi telah lama menjadi lembaga yang akrab di masyarakat Indonesia, baik di masyarakat perkotaan maupun pedesaan. Koperasi membantu menyatukan,

mengorientasikan, mengembangkan dan memajukan potensi manusia, kreativitas dan usaha ekonomi untuk meningkatkan produksi dan mencapai kesetaraan pendapatan dan kesejahteraan. Pada hakikatnya koperasi di Indonesia bertujuan untuk membantu para anggotanya. Artinya koperasi tidak hanya mencari keuntungan tetapi juga bekerjasama untuk saling membantu (Ema Moria Sari Naibaho, N.D.2022).

Koperasi terus mengalami pertumbuhan serta perkembangan di Indonesia dan menjadi elemen kunci dalam mengurangi tingkat kemiskinan dan memberikan dukungan bagi perekonomian masyarakat. Pemerintah Indonesia juga aktif mendorong pendirian koperasi di beragam sektor untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk.

Menurut Abdurahman (2015) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan kebutuhan. Untuk memenangkan persaingan perusahaan wajib melaksanakan inovasi. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah dari suatu produk, Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah produk. Produk adalah segala sesuatu yang kita gunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. produk-produk yang dimaksud meliputi barang, jasa, tempat, dan gagasan". Produk yang disediakan harus berkualitas bagus. Karena kualitas dari produk menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan pembeli sebelum membeli suatu produk. Hasil penelitian dari rifqi sultan fahrezzy (2018) mendukung dan menjelaskan bahwa produk punya pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Produk yang semakin berkualitas maka keputusan pembelian konsumen semakin meningkat.

Selain produk, citra merek juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan terjualnya suatu produk. Untuk memahami sekaligus memengaruhi keputusan pembelian, maka perusahaan harus memiliki citra merek yang kuat di benak konsumen. Perusahaan yang berhasil membangun merek yang kuat akan memiliki nilai tambah dari perusahaan lain (Ian dan Sugiono, 2015). Citra merek merupakan sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat di benak konsumen. Konsumen yang terbiasa menggunakan merek tertentu cenderung memiliki konsistensi terhadap brand image (Indrawati, 2015). dan selain inovasi produk salah satu strategi perusahaan untuk membangun merek yang kuat pada benak konsumen adalah dengan ekuitas merek. Menurut Setiadi (2015), citra terhadap merek berhubungan dengan sikap berupa keyakinan dan preferensi suatu merek. Konsumen dengan citra yang positif terhadap suatu merek, memungkinkan untuk melakukan pembelian. brand image berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk koperasi simpan pinjam. Jika citra produk baik maka konsumen melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Perusahaan yang melakukan inovasi produk juga harus memperhatikan citra merek. Citra merek dapat memberikan beberapa keunggulan utama bagi suatu perusahaan salah satunya akan menciptakan suatu keunggulan bersaing. Citra merek adalah apa yang dipersepsikan oleh konsumen mengenai sebuah merek. (Melisa et al., n.d.)

Perusahaan pada umumnya menginginkan apa yang diproduksi dapat dipasarkan dengan lancar dan menguntungkan. Perusahaan akan mengupayakan

agar pelanggan yang sudah diciptakan dapat dipertahankan selamanya. Proses keputusan pembelian menurut Kotler (dalam indrasari 2019) dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif. Dimana seseorang dalam menentukan evaluasi alternatif akan membentuk sebuah kepercayaan yang akan menghasilkan sebuah sikap positif dalam membentuk niat beli. Niat beli akan membentuk sikap dan memutuskan pembelian.

Salah satu cara dalam mendorong keputusan pembelian dari konsumen terhadap produknya, produsen dituntut menciptakan produk unggul salah satunya melalui penciptaan inovasi produk menarik, agar mampu memenuhi selera konsumen secara memuaskan. Menurut Penelitian Romdonah dkk (Fresha Kharisma, 2017), menyatakan ada pengaruh positif dari variabel inovasi produk terhadap keputusan pembelian. Artinya jika produk yang ditawarkan semakin baik, maka keputusan pembelian semakin meningkat.

KPRI serba usaha merupakan koperasi pegawai negeri yang beranggotakan guru-guru Sekolah Dasar (SD) sekabupaten Sumenep. Koperasi serba usaha yang dalam perkembangannya ditujukan untuk memelihara kepentingan dan memenuhi kebutuhan anggotanya. Kehadiran KPRI serba usaha di Kabupaten Sumenep, sangat bermanfaat bagi para anggotanya karena KPRI serba usaha, Kabupaten Sumenep, sangat menolong dalam permasalahan pinjam meminjam uang baik dalam waktu jangka pendek maupun waktu jangka panjang. Usaha yang dikelola oleh KPRI serba usaha meliputi pertokoan, print, dan simpan pinjam. Pembentukan KPRI tersebut pada dasarnya untuk melayani kebutuhan anggotanya sehingga akan tercapai kepuasan anggota.

Diperkenalkannya produk yang dimiliki pada koperasi simpan pinjam dikarenakan masih kurangnya kontrol masyarakat dalam menggunakan keuangan dan mempertimbangkan semakin banyaknya pesaing, Produk yang dipasarkan Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KP-RI) "Serba usaha" ini dalam penghimpun dana terdapat berbagai macam produk simpanan yaitu Simpanan Pokok, simpanan wajib, cadangan koperasi, simpanan Mana Suka Penyaluran modal mempunyai macam pinjaman yaitu Pinjaman Bulanan Anggota dan Pinjaman Sementara (kasbon) Anggota. Pada koperasi pegawai republik indonesia (KP-RI) "Serba usaha" yang berada di kabupaten Sumenep produk simpan pinjam yang paling diminati oleh anggota koperasi atau soko guru adalah simpan pinjam pokok. Hal ini disebabkan banyaknya anggota yang memilih produk tersebut karena suku bunga di koperasi pegawai republik indonesia (KP – RI) "Serba usaha" lebih rendah dibandingkan dari koperasi lainnya.

Keberhasilan dalam pemasaran suatu produk perusahaan tidak hanya dinilai dari seberapa banyak produk itu laku terjual, namun lebih diutamakan ialah bagaimana cara mempertahankan pangsa pasar. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian hendaknya juga dilakukan oleh perusahaan (Resawati, n.d.2015) Menurut (Resawati, n.d.2016) mendefinisikan keputusan pembelian adalah sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seseorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif. Peneliti (Amalia 2019) menyatakan keputusan pembelian yaitu untuk membeli merek yang sangat mereka sukai, tetapi terdapat dua faktor yang bisa bercampur antara keputusan pembelian serta niat membeli

(Marbun, Ali, dan Dwikoco 2022). Dapat disimpulkan keputusan pembelian ialah sesuatu proses dalam pengambilan keputusan pembelian, dimana calon konsumen memastikan opsi, mengambil keputusan pembelian serta memuaskan kemauan serta kebutuhannya

Berdasarkan permasalahan diatas dalam kegiatan penelitian ini penulis tertarik untuk meneliti tentang” Pengaruh Produk dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Koperasi Simpan Pinjam KPRI Kabupaten Sumenep”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada koperasi simpan pinjam Koperasi Pegawai Republik Indonesia “Serba usaha” kabupaten Sumenep?
2. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada koperasi simpan pinjam Koperasi Pegawai Republik Indonesia “Serba usaha” kabupaten Sumenep?
3. Apakah produk dan citra perusahaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada koperasi simpan pinjam Koperasi Pegawai Republik Indonesia “Serba usaha” kabupaten Sumenep?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dengan dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis seberapa pengaruhnya produk terhadap keputusan pembelian pada koperasi simpan pinjam di koperasi pegawai republik indonesia “serba usaha” Kabupaten Sumenep.
2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan pembelian pada koperasi simpan pinjam di koperasi pegawai republik indonesia “serba usaha” Kabupaten Sumenep.
3. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh produk dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian pada koperasi simpan pinjam di koperasi pegawai republik indonesia “serba usaha” Kabupaten Sumenep.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademis

Bagi penulis, sebagai media pembelajaran dalam mengembangkan wawasan dan pengetahuan tentang koperasi simpan pinjam, juga bagi peneliti selanjutnya, dapat digunakan sebagai referensi bacaan penelitian sejenis pada masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

Membantu perusahaan dalam menentukan bagaimana inovasi produk dan citra perusahaan mempengaruhi pilihan konsumen di seluruh siklus hidup