

RINGKASAN

Koperasi Pengusaha Per Indonesia telah berdiri sejak tahun 1992 dengan alamat Jalan Kalisari Pasar Rebo Jakarta Timur, Koperasi ini mempunyai 4 (empat) unit layanan yaitu Simpan Pinjam, DISTRIBUTOR Per Mobil, kredit elektronik kebutuhan rumah tangga dan Unit BMT, dalam perjalanannya cukup menunjukkan perkembangan, namun kurang menghasilkan yang signifikan bagi anggotanya terutama untuk unit Distributor per mobil, maka tahun buku 2002 atas kehendak anggota terjadi penggantian pengurus dan pengelolaan diserahkan kepada tenaga profesional yang dianggap mampu dibidang tugasnya. Sejak terpilihnya pengurus baru alamat koperasi pindah ke Jalan Lapangan Tembak No. 64 Cibubur Jakarta Timur yang tidak terlalu jauh dari alamat semula, tepatnya tanggal 1 Mei 2003 KPPI mulai dengan wajah baru, walaupun tetap dengan pakaian lamanya.

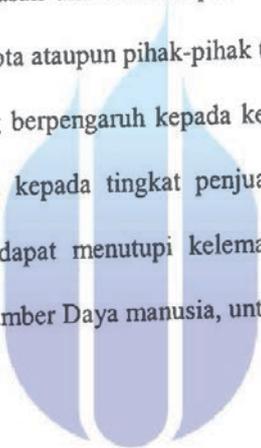
Keputusan ini diambil tentu melalui proses yang panjang dan memakan waktu, namun inilah keputusan yang terbaik, kantor lama KPPI beralih guna menjadi kantor milik sebuah perusahaan yang kini bergerak dibidang yang sama yaitu distributor per mobil dengan pengelola orang-orang yang sudah sangat berpengalaman dibidang ini. Menyadari hal tersebut pihak manajemen KPPI menyusun strategi-strategi untuk memperkuat kembali KPPI dan anggota diharapkan untuk tetap setia dan loyal terhadap koperasinya.

Akibat pemisahan Koperasi sebagian anggota berjumlah 47 orang keluar, namun masuk sebagai anggota baru sebanyak 26 orang. Kondisi ini menunjukkan sesuatu yang cukup dinamis, mengingat peran anggota dikoperasi sangat menentukan, maka koperasi berusaha untuk memelihara anggotanya selaku konsumen/pelanggan untuk tidak berpaling kepada kompetitornya dan berupaya menarik anggota baru yang potensial sebagai perluasan pasar. Berkaitan dengan hal ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap anggota, dimana anggota adalah konsumen atau pelanggan koperasi untuk mengetahui sejauh mana kepuasan mempengaruhi kesetiaan atau loyalitas pelanggan. Strategi-strategi apa yang dilakukan oleh KPPI untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan penjualan serta variabel mana yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dari analisis yang dilakukan sangat besar

pengaruhnya, bila tidak terpenuhinya harapan sangat berpengaruh kepada kepuasan dan loyalitas seseorang terhadap koperasi/perusahaannya yang berpengaruh pula kepada tingkat penjualan.

Metode penelitian yang digunakan adalah, survey langsung kepada obyek yang diteliti dengan mempersiapkan questioner terlebih dahulu untuk disebarakan kepada UKM anggota KPPI secara sampling.

Analisis yang digunakan adalah : Analisis Harapan dan Realita, Analisis Segmentasi dan Targeting-Positioning, Analisis SWOT dan Analisis PLC. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa, Koperasi Pengusaha Per Indonesia (KPPI) dapat dikategorikan pada pertumbuhan. Pada siklus ini semestinya penekanan diberikan kepada penjelasan untuk mendapatkan penerimaan yang semakin luas baik kepada anggota maupun kepada calon anggota ataupun pihak-pihak terkait yang dapat mendukung KPPI. Harapan masih lebih besar dari Realita yang berpengaruh kepada ketidakpuasan dan belum maksimalnya tingkat loyalitas pelanggan berakibat pula kepada tingkat penjualan/omset. Kekuatan-kekuatan yang dimiliki hendaknya dimaksimalkan untuk dapat menutupi kelemahan-kelemahan yang ada dan kinerja harus ditunjang dengan pengembangan Sumber Daya manusia, untuk merebut peluang dan mengatasi ancaman.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA