

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran jasa menurut (Tjiptono, 2014) merupakan suatu proses penyampaian barang dan jasa yang ditawarkan, sesuai dengan keinginan atau kebutuhan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, sehingga pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam proses pemenuhan kepuasan pelanggan. Menurut (Kotler, 2012) pemasaran adalah salah satu kegiatan yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan cara menawarkan, menciptakan, dan mempertukarkan barang. Di era globalisasi dalam satu dekade terakhir, peningkatan kualitas atas jasa yang ditawarkan semakin mendapat banyak perhatian bagi masyarakat. Salah satunya dibidang perbankan dan jasa keuangan yang sedang mengalami pertumbuhan pesat. Pemberian pelayanan yang baik akan mampu memberikan rasa puas kepada nasabah. Pelayanan secara maksimal akan membantu meningkatkan image organisasi sehingga organisasi tersebut memiliki penilaian yang baik dimata masyarakat. Menurut (Tjiptono, 2016) Jasa memiliki empat karakteristik utama yang sangat memengaruhi rancangan program pemasarannya, yaitu : *intangibility* (tidak terwujud), *inseparability* (tidak terpisahkan), *variability* (bervariasi), *perishability* (tidak tahan disimpan).

Banyaknya perusahaan jasa keuangan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan konsumen, mengharuskan perusahaan tersebut meningkatkan daya saing bisnis dan profesionalisme dalam pengelolaan bisnis agar mampu bersaing lebih unggul dalam memberikan pelayanan terhadap konsumennya. Sehingga dapat

menjaga kepercayaan konsumen atas kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan untuk memberikan kepuasan pada pelanggan.

Menurut (Tjiptono, 2012) kepuasan pelanggan adalah situasi yang ditunjukkan konsumen ketika kebutuhan atau keinginan mereka dapat terpenuhi dengan baik. (Lovelock dan Wirtz, 2011) juga mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu sikap atau respon yang diperlihatkan setelah konsumen mendapatkan sesuatu melalui produk atau jasa yang memberikan tingkat kesenangan dalam memenuhi kebutuhannya. Selain kualitas pelayanan dan kepercayaan, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh mutu produk, penetapan harga, pengalaman belanja yang menyenangkan, testimoni orang lain dan strategi pemasarannya (www.sodexo.co.id). Kepuasan Pelanggan menurut (Hawknis dan Lonney dalam Suwito, 2018) memiliki indikator sebagai berikut : 1. Kesesuaian harapan, 2. Minat berkunjung kembali, 3. Kesiediaan merekomendasikan. Kepercayaan merupakan kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnisnya, membangun kepercayaan dengan konsumen akan memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan (Kotler dan Keller, 2016). Nasabah yang percaya terhadap suatu perusahaan menunjukkan bahwa mereka memiliki keyakinan yang tinggi atas perusahaan tersebut, dengan demikian akan membuat nasabah mempertahankan hubungannya dengan perusahaan tersebut.

Kualitas merupakan salah satu kunci yang digunakan untuk memenangkan persaingan dalam pasar. (Sunyoto, 2012) Kualitas merupakan suatu tolak ukur untuk memberikan penilaian suatu barang atau jasa yang dirasa memiliki nilai guna seperti yang dikehendaki. Definisi kualitas (Yamin, 2010) adalah apapun yang menjadi kebutuhan

atau keinginan konsumen dengan berupa kesempurnaan atau kesesuaian terhadap persyaratan. (Tjiptono, 2016) mengatakan kualitas pelayanan merupakan upaya pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dimensi kualitas pelayanan menurut (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Ramadhan, 2013) ada lima dimensi kualitas pelayanan yang dapat memberikan kepuasan pelanggan, antara lain : 1. *tangible* (bentuk fisik), 2. *reliability* (keandalan), 3. *responsiveness* (daya tanggap), 4. *assurance* (jaminan), dan 5. *empathy* (perhatian). (Parasuraman *et al* dalam Fadhil dan Afi, 2018) juga berpendapat bahwa kualitas pelayanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan cara kerja yang diharapkan oleh pelanggan dengan kenyataan yang didapatkan.

Kepercayaan konsumen merupakan hal yang sangat ingin didapatkan oleh semua perusahaan dari para konsumennya. Kepercayaan merupakan persepsi atau keyakinan dari sudut pandang konsumen atas keandalan penjual dalam pengalaman terpenuhinya harapan dan kepuasan konsumen. Namun, saat harapan tidak terpenuhi kepercayaan tersebut akan berkurang begitu saja (Firdayanti, 2012). Indikator kepercayaan menurut (Mayer *et al* dalam David 2017) yaitu : 1. *Ability* (Kemampuan), 2. *Benevolence* (Kebaikan Hati), 3. *Integrity* (Integritas). Konsumen yang merasa puas akan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan tersebut dan tidak akan berpindah ke tempat lain, bahkan akan dengan senang hati mempromosikan perusahaan tersebut kepada orang-orang yang berada dilingkungan sekitarnya. Kepuasan dan kepercayaan pelanggan adalah sebuah perbandingan antara apa yang diharapkan pelanggan dengan apa yang oleh diterima oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah sebuah emosi rasa yang didapatkan oleh pelanggan atas apa yang telah

mereka terima, entah itu sesuai dengan yang mereka inginkan atau tidak.

Sesuai penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh (Ahmad dkk, 2014) yang menyatakan bahwa dimensi dari kualitas pelayanan yaitu *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *empathy* serta dimensi dari kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah jasa keuangan Kospin Cabang Wonosobo. Penelitian yang dilakukan oleh (Eka, 2015) menyatakan variabel kualitas pelayanan dengan indikator *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *empathy* serta variabel kepercayaan dengan indikator integritas, kompetensi, konsistensi dan loyalitas keterbukaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan Sulthan Hotel Banda Aceh. Penelitian tersebut juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Farah dkk, 2016) yang menyatakan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan baik secara simultan maupun secara parsial terhadap kepuasan konsumen PT. FIFGROUP Cabang Manado. (Heri dkk, 2016) mengatakan Kualitas Produk, Kualitas pelayanan dengan indikator *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *competence*, *country*, *credibility*, *security acces*, *communication and understanding* serta variabel kepercayaan dengan indikator kualitas kerja dan kecerdasan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Juga penelitian yang dilakukan oleh (Arlan dan Arief, 2018) yang menghasilkan variabel kualitas pelayanan dengan indikator *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *empathy* serta variabel kepercayaan dengan indikator kehandalan, kejujuran, kepedulian, dan kredibilitas berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menabung pada Bank Sultra baik secara simultan maupun parsial.

Namun pada penelitian yang dilakukan oleh (Thalia dkk, 2018) bahwa kualitas pelayanan dengan indikator *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank SulutGo, sedangkan kepercayaan dengan indikator *ability*, *benevolence*, *integrity* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap nasabah Bank Sulut Go. (Dedi dkk, 2018) mengatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dengan indikator *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dihasilkan oleh (Nadhya dan Jessy, 2019) menunjukkan variabel kepercayaan, kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap loyalitas konsumen dalam pembelian mobil pada P. Hasjart Abadi Manado. Penelitian tersebut didukung oleh hasil penelitian (Ardiansyah, 2020) yang mengatakan Kualitas pelayanan dengan indikator *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *empathy* dan kepercayaan dengan indikator *ability*, *benevolence* dan *integrity* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan. Serta penelitian (Yayan, 2020) yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan dan positif atas variabel kualitas pelayanan dengan indikator *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *empathy* serta kepercayaan dengan indikator kepercayaan terhadap pelayanan karyawan, kepercayaan terhadap fasilitas yang diberikan dan kepercayaan terhadap jaminan keamanan terhadap kepuasan konsumen.

Badan Usaha Milik Desa atau BUMDes adalah usaha desa yang dikelola oleh Pemerintah Desa dan berbadan hukum. BUMDes ini didirikan sesuai dengan kemampuan dan potensi yang dimiliki oleh desa (id.wikipedia.org). Modal yang digunakan BUMDes berasal dari pemerintah desa, bantuan pemerintah dan tabungan nasabah. BUMDes merupakan badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh desa melalui penyertaan secara langsung yang asalnya dari kekayaan desa yang dipisahkan guna mengelola aset, jasa pelayanan dan usaha lainnya untuk kesejahteraan masyarakatnya (Dedi, 2018). Tujuan didirikannya BUMDes yaitu untuk meningkatkan perekonomian desa dan meningkatkan usaha masyarakat dalam mengelola potensi perekonomian desa. Ada beberapa jenis usaha milik BUMDes seperti pengelolaan hasil pertanian dan peternakan, mengelola lingkungan, pengolahan hasil bumi dan masih banyak lagi.

Salah satu contoh BUMDes yakni BUMDes Dana Asri Sejahtera yang terletak di Desa Wonoasri, Kecamatan Tempurejo, Kabupaten Jember merupakan bagian dari jasa simpan pinjam uang untuk menunjang upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Implementasi kualitas jasa yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa yakni kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabahnya untuk memberikan rasa puas kepada nasabahnya. Dalam memberikan pelayanannya kepada nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera menerapkan standar pelayanan yang sama, tanpa membedakan nasabah satu dengan yang lainnya. Seluruh karyawan BUMDes Dana Asri Sejahtera harus melakukan atau menerapkan standar pelayanan tersebut dengan baik dan maksimal, agar konsumen percaya bahwa pelayanannya sangat tidak mengecewakan.

BUMDes Dana Asri Sejahtera menyediakan jasa tabungan, pinjaman serta kredit barang dan sembako. Untuk pembayaran kredit barang dan sembako pihak BUMDes menggunakan cara mengambil atau memotong dari tabungan yang dimiliki oleh nasabah sebanyak jumlah yang dibutuhkan. Pihak BUMDes hanya mengambil keuntungan sebesar 5% dari harga asli toko. Tapi untuk nasabah yang melakukan transaksi pinjaman kepada pihak BUMDes ada sanksi tersendiri jika nasabah melakukan keterlambatan pembayaran pinjaman, terlebih lagi jika sampai terjadi penunggakan pembayaran tanpa ada komunikasi yang baik antar 2 belah pihak.

Tabel 1.1 Total Nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera Tahun 2015 – Tahun 2020

NO	TAHUN	PENABUNG	PEMINJAM
1	2015	7 Orang	12 Orang
2	2016	22 Orang	25 Orang
3	2017	13 Orang	10 Orang
4	2018	19 Orang	12 Orang
5	2019	39 Orang	16 Orang
6	2020	344 Orang	208 Orang

(Sumber : BUMDes Dana Asri Sejahtera, 2020)

Tabel 1.2 Jumlah Tabungan Dan Pinjaman Di Bumdes Dana Asri Sejahtera Tahun 2015 - 2020

NO	TAHUN	TABUNGAN	PINJAMAN
1	2015	3.000.000	15.000.000
2	2016	6.225.000	18.000.000
3	2017	4.285.000	10.000.000

4	2018	7.500.000	15.000.000
5	2019	8.125.000	12.045.000
6	2020	507.277.000	141.273.000

(Sumber: BUMDes Dana Asri Sejahtera, 2020)

Tabel total nasabah BUMDES Dana Asri Sejahtera Tahun 2015 – Tahun 2020 diatas menunjukkan pada tahun 2015 jumlah penabungnya sebanyak 7 orang dengan jumlah tabungan sebesar Rp. 3.000.000,- dan jumlah peminjamnya sebanyak 12 orang dengan jumlah pinjaman sebesar Rp. 15.000.000,- , ditahun 2016 jumlah penabungnya meningkat menjadi 22 orang dengan jumlah tabungan sebesar Rp.6.225.000 dan jumlah peminjamnya sebanyak 25 orang dengan jumlah pinjaman sebesar Rp. 18.000.000,- , ditahun 2017 jumlah penabungnya menurun menjadi 13 orang dengan jumlah tabungan Rp. 4.285.000,- dan jumlah peminjamnya sebanyak 10 orang dengan jumlah pinjaman sebesar Rp. 10.000.000,- , ditahun 2018 jumlah penabungnya meningkat menjadi 19 orang dengan jumlah tabungan sebesar Rp. 7.500.000,- dan jumlah peminjamnya sebanyak 12 orang dengan jumlah pinjaman sebesar Rp. 15.000.000,- , ditahun 2019 jumlah penabungnya mengalami peningkatan sebanyak 20 orang yaitu menjadi 39 orang dengan jumlah tabungan sebesar Rp. 8.125.000 dan jumlah peminjamnya sebanyak 16 orang dengan jumlah pinjaman sebesar Rp. 12.045.000,- , ditahun 2020 jumlah penabungnya mengalami peningkatan drastis menjadi 344 orang dengan jumlah tabungan sebesar 507.277.000.- dan jumlah peminjamnya sebanyak 208 orang dengan jumlah pinjaman sebesar Rp. 141.273.000,- .

Dari tabel diatas terlihat dengan jelas perkembangan jumlah nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera Desa Wonoasri, Kecamatan

Tempurejo yang sempat mengalami kenaikan dan penurunan dalam beberapa tahun. Terutama ditahun 2017 dimana terjadi penurunan jumlah orang yang menabung ditahun itu hanya 13 orang dan jumlah orang yang melakukan pinjaman hanya 10 orang, penurunan tersebut terjadi ditahun ke 3 berdirinya BUMDES. Pasti sedang terjadi pemasalahan sehingga mengakibatkan penurunan jumlah penabung dan peminjam. Penurunan tersebut disinyalir karena masih banyak masyarakat yang awam tentang informasi tabungan dan pinjaman serta kurangnya pihak BUMDES dalam memberi sosialisasi tentang hal tersebut kepada masyarakat, karena memang pihak BUMDES sendiri masih dalam tahap belajar dan penyesuaian dalam menjalankan BUMDES pada masa itu. Pada tahun 2020 BUMDes Dana Asri Sejahtera mengalami kenaikan yang cukup signifikan yang disinyalir karena semakin membaiknya pelayanan yang diberikan oleh pihak BUMDes seperti pengalaman salah satu nasabahnya yang mengatakan bahwa karyawannya memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat juga memberi rasa aman kepada nasabah saat bertransaksi. Karyawannya juga berperilaku sopan dalam melayani nasabah. Tak jarang juga nasabah yang diberikan keringanan dan toleransi keterlambatan pembayaran. Dengan terlihatnya penurunan dan peningkatan jumlah nasabah pada BUMDes Dana Asri Sejahtera tersebut membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BUMDES Dana Asri Sejahtera, padahal seiring berjalannya waktu pihak BUMDES menunjukkan perubahan jumlah penabung dan peminjam disetiap tahunnya mengalami peningkatan yang menandakan bahwa nasabah

merasa puas dan percaya untuk menggunakan jasa dari pihak BUMDES Dana Asri Sejahtera.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan bahwa terdapat penurunan jumlah penabung dan peminjam yang terjadi ditahun ketiga berdirinya BUMDES Dana Asri Sejahtera, yang disinyalir karena kualitas pelayanan yang diberikan kurang maksimal dan kurang memberikan rasa puas terhadap nasabah. Sehingga belum menumbuhkan rasa percaya dari pihak nasabah untuk menggunakan jasa dari pihak BUMDES Dana Asri Sejahtera. Penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam penelitian ini diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Eko dkk, 2015) yang menyatakan bahwa kalitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti menunjukkan bahwa jika kualitas layanan yang diberikan baik maka akan memberi rasa percaya dan memberi kepuasan tersendiri kepada pelanggan dan sebaliknya jika pelayanan yang diberikan buruk maka nasabah akan merasa tidak puas. Dari uraian diatas dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah variabel kualitas pelayanan (*tangibles*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera ?
2. Apakah variabel kualitas pelayanan (*responsiveness*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera ?

3. Apakah variabel kualitas pelayanan (*reliability*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera ?
4. Apakah variabel kualitas pelayanan (*assurance*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera ?
5. Apakah variabel kualitas pelayanan (*empathy*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera ?
6. Apakah variabel kepercayaan (*ability*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera ?
7. Apakah variabel kepercayaan (*benevolence*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera ?
8. Apakah variabel kualitas pelayanan (*integrity*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera ?
9. Apakah kualitas pelayanan (*tangibles, responsiveness, reliability, assurance, empathy*) dan Kepercayaan (*ability, benevolence, integrity*) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan berdasarkan latar belakang dan rumusan permasalahan yang sudah dibuat, yaitu :

1. Untuk menguji dan menganalisis variabel kualitas pelayanan (*tangibles*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada BUMDes Dana Asri Sejahtera.
2. Untuk menguji dan menganalisis variabel kualitas pelayanan (*responsiveness*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada BUMDes Dana Asri Sejahtera.
3. Untuk menguji dan menganalisis variabel kualitas pelayanan (*reliability*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada BUMDes Dana Asri Sejahtera.
4. Untuk menguji dan menganalisis variabel kualitas pelayanan (*assurance*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada BUMDes Dana Asri Sejahtera.
5. Untuk menguji dan menganalisis variabel kualitas pelayanan (*empathy*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada BUMDes Dana Asri Sejahtera.
6. Untuk menguji dan menganalisis variabel kepercayaan (*ability*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada BUMDes Dana Asri Sejahtera.
7. Untuk menguji dan menganalisis variabel kepercayaan (*benevolence*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada BUMDes Dana Asri Sejahtera.
8. Untuk menguji dan menganalisis variabel kepercayaan (*integrity*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada BUMDes Dana Asri Sejahtera.
9. Untuk menguji dan menganalisis kualitas pelayanan (*tangibles, responsiveness, reliability, assurance, empathy*) dan Kepercayaan (*ability, benevolence, integrity*) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini, yaitu :

1. Bagi Almamater

Penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi dan menjadi referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengalaman, ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan

