

BAB 1.

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar. Dengan kondisi tersebut, kini telah terjadi pergeseran strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan. Sebagaimana pendapat Kotler dan Armstrong (2008:34), pemasaran seharusnya dimengerti bukan seperti pengertian lama yang menciptakan penjualan “memberitahukan dan menjual” (*telling and selling*) tetapi dalam arti yang baru yaitu memuaskan kebutuhan konsumen. Begitu pula menurut Rangkuti (2012:18), saat ini kegiatan pemasaran merupakan proses yang terintegrasi, yaitu berfokus pada pelanggan. Dengan demikian strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan, membuat perusahaan harus memahami dan memenuhi baik perilaku maupun kebutuhan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Kepuasan, suatu sasaran awal yang pada mulanya hanya menjadi abstraksi sederhana dari bagian pola perilaku konsumen, sampai pada perkembangannya terus berubah hingga menjadi bagian dari acuan untuk melaksanakan kegiatan operasional perusahaan dalam upaya menciptakan *value* bagi para customernya. Kepuasan konsumen dirumuskan sebagai evaluasi purna beli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan setelah pembelian, apabila persepsi terhadap kinerja tidak memenuhi harapan maka yang terjadi adalah ketidakpuasan (Tjiptono, 2010:350). Hal ini tentunya bila ditelaah lebih jauh akan menimbulkan pertanyaan berikutnya, yaitu apakah dalam perkembangannya, pemenuhan kebutuhan konsumen dengan

memberikan kepuasan pada individu ini telah mengikuti dinamika perubahan perilaku konsumen saat ini.

Beberapa penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan sudah banyak dilakukan diantaranya oleh Selvy, dkk (2013), yang menemukan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan Memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan Di Hotel Pelangi Malang. Yulinda (2013), menemukan bahwa Variabel kualitas layanan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan nasabah. Reza, dkk (2014) menemukan bahwa Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan. Gusti, dkk (2014), menemukan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas memiliki hubungan yang positif dan signifikan.

Koperasi merupakan salah satu jenis usaha jasa yang saat ini berada dalam iklim persaingan sangat ketat. Perjuangan untuk menciptakan usaha yang berulang dengan nasabah menempati titik sentral dalam upaya koperasi untuk tetap unggul pada persaingan jangka panjang. Hal ini dapat dilakukan salah satunya adalah dengan selalu memperbaiki kualitas jasa layanan yang diberikan kepada para nasabah.

Koperasi Simpan Pinjam Sido Makmur Sedoyo Wuluhan Jember yang berdiri pada tanggal 08 November 2010 KSP.SMS berkedudukan di kecamatan Wuluhan kabupaten Jember akan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah guna membentuk citra yang baik dan kepuasan nasabahnya. Untuk saat ini Koperasi Simpan Pinjam Sido Makmur Sedoyo Wuluhan Jember mengalami kenaikan jumlah nasabah debitur yang mengeluh. Semakin tingginya nasabah yang mengeluh menandakan jika nasabah belum merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Padahal berdasarkan data jumlah nasabah debitur yang diperoleh dari KSP.SMS Wuluhan dari tahun 2010 sampai tahun 2015 menunjukkan adanya kenaikan dari tahun ke tahun. Gambaran mengenai jumlah nasabah debitur KSP.SMS Wuluhan dapat dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Debitur Koperasi Simpan Pinjam Sido Makmur Sedoyo Wuluhan Jember Tahun 2010 – 2015

Tahun	Jumlah Nasabah Debitur
2011	525
2012	675
2013	890
2014	795
2015	650

Sumber : KSP. Sido Makmur Sedoyo Wuluhan Tahun 2015

Berdasarkan jumlah nasabah debitur yang diperoleh dari Koperasi Simpan Pinjam Sido Makmur Sedoyo Wuluhan Jember dari tahun 2011 sampai tahun 2013 menunjukkan adanya kenaikan nasabah. dan di tahun 2014 sampai 2015 mengalami penurunan nasabah. Gambaran ini tidak sesuai dengan harapan Koperasi Simpan Pinjam dan masih besar keluhan dari nasabah debitur terhadap pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Simpan Pinjam Sido Makmur Sedoyo Wuluhan Jember yang dapat dilihat pada Tabel 1.2

Tabel 1.2. Jumlah Keluhan Nasabah Debitur Koperasi Simpan Pinjam Sido Makmur Sedoyo Wuluhan Jember Tahun 2011 – 2015

Tahun	Jumlah Keluhan Nasabah
2011	10
2012	15
2013	32
2014	57
2015	65

Sumber : KSP. Sido Makmur Sedoyo Wuluhan Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa keluhan dari nasabah debitur Koperasi Simpan Pinjam Sido Makmur Sedoyo Wuluhan Jember dari tahun 2014 sampai 2015 mengalami kenaikan. Pada tahun 2014 – 2015 dipengaruhi dalam hal pelayanan yang diterima seperti kurangnya keramahan karyawan, kurangnya ruang tunggu yang disediakan dan kurang tanggapnya karyawan dalam

menyelesaikan keluhan nasabahnya. Adanya nasabah yang mengeluh terhadap pelayanan KSP SMS Wuluhan mengidentifikasi adanya penurunan kualitas pelayan yang diberikan oleh penyedia jasa yaitu KSP SMS Wuluhan sehingga berdampak pada penurunan kepuasan nasabah.

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas maka peneliti akan mengadakan penelitian dengan judul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM SIDO MAKMUR SEDOYO WULUHAN JEMBER.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, yaitu meningkatnya jumlah keluhan nasabah merupakan permasalahan yang dihadapi oleh pihak Koperasi Simpan Pinjam Sido Makmur Sedoyo Wuluhan Jember, yaitu berarti kepuasan nasabah Koperasi Simpan Pinjam Sido Makmur Sedoyo Wuluhan Jember semakin menurun. Koperasi Simpan Pinjam Sido Makmur Sedoyo Wuluhan Jember harus menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah seperti kualitas pelayanan berupa bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*emphaty*) agar diharapkan mampu meningkatkan kepuasan nasabah.

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah : Apakah kualitas pelayanan yang berupa keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiviness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Sido Makmur Sedoyo Wuluhan ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas pelayanan yang berupa keandalan (reability), daya tanggap (responsiviness), jaminan (assurance), empati (empathy), bukti fisik (tangibles) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Sido Makmur Sedoyo Wuluhan.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah agar dapat memberikan bahan informasi serta evaluasi pengembangan bisnis perbankan yang berhubungan dengan pelayanan dan kepuasan pelanggan, serta dapat lebih memahami pentingnya layanan dalam membentuk kepuasan nasabah dalam kerja praktek di dunia perbankan. Penelitian ini juga berguna bagi para perusahaan-perusahaan lain sebagai masukan dalam mengembangkan kepuasan pelanggannya, juga sebagai bahan masukan atau tambahan pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa serta masyarakat umum mengenai kepuasan pelanggan.

1) Manfaat bagi Koperasi Simpan Pinjam Sido Makmur Sedoyo Wuluhan Jember.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Koperasi Simpan Pinjam Sido Makmur Sedoyo Wuluhan Jember khususnya bagi pimpinan Koperasi Simpan Pinjam Sido Makmur Sedoyo Wuluhan Jember untuk mengambil kebijakan-kebijakan dalam memberikan pelayanan di waktu yang akan datang.

2) Manfaat bagi penelitian

Sebagai referensi dalam melakukan penelitian dan analisa tentang pengaruh kualitas pelayanan serta lebih memahami pentingnya kualitas pelayanan dalam bentuk kepuasan nasabah.

3) Manfaat Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya bahan kepustakaan dan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen khususnya bidang Manajemen Pemasaran yang dapat ditindaklanjuti.