

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis sangat berkembang tajam baik itu mencakup pasar domestik maupun mancanegara. Perusahaan membutuhkan strategi yang jitu untuk memenangkan persaingan dengan kompetitornya. Salah satu dari strategi tersebut perusahaan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan baik itu dari pembenahan kualitas produk, perbaikan layanan kepada pelanggan hingga pemberian harga yang sesuai dengan pelanggan. Dengan begitu loyalitas pelanggan kepada perusahaan dapat terjaga.

Kualitas pelayanan jasa yang berhubungan dengan keputusan tentang kepuasan karena dapat dipersepsikan sebagai ukuran maupun cara yang berbeda tentang harapan dan tindakan yang dilakukan oleh konsumen (Tjiptono, 2007:270). Kualitas pelayanan juga merupakan suatu cara untuk membandingkan antara persepsi layanan yang diterima konsumen dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan konsumen, meningkatkan kualitas pelayanan untuk kepuasan konsumen merupakan langkah awal keberhasilan suatu industri jasa untuk masa yang akan datang dalam hubungan dengan penciptaan nilai kepuasan konsumen. Kepuasan adalah tahap dalam keputusan memakai jasa dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler dan Armstrong, 2007). Kepuasan adalah kesimpulan dari pemakaian antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau layanan yang diberikan. Kepuasan konsumen adalah kebutuhan mendasar bagi penyedia layanan (Kotler, 2009).

Menurut Triyono Setyo (2012) Saat ini bisnis jasa koperasi dalam negeri berkembang cukup pesat. Perkembangan ini ditandai dari munculnya sejumlah perusahaan baru dalam beberapa tahun belakangan yang bergerak dalam bidang industri yang sama yaitu industri jasa koperasi. Peningkatan tersebut sedikit banyak terjadi atas aktifitas simpan pinjam seiring dengan berkembangnya dunia usaha dan juga pesatnya perkembangan bisnis *e-commerce* yang sangat berkaitan dengan industri jasa koperasi. Pemerintah telah berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat memberikan pelayanan jasa koperasi dengan mendirikan beberapa perusahaan diseluruh wilayah Indonesia. Pelayanan yang diberikan mampu memenuhi, kebutuhan, keinginan dan harapan masyarakat serta mampu memberikan kepuasan. Kepuasan masyarakat dapat menjadi bahan penilaian terhadap unsur pelayanan yang masih perlu perbaikan dan menjadi pendorong setiap unit penyelenggara pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya (Ratminto, 2006). Namun, sampai saat ini usaha swasta tersebut masih tidak dapat memenuhi harapan masyarakat. Banyak anggota masyarakat yang mengeluh dan merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan swasta. Keluhan-keluhan pelanggan belum dapat dijadikan ukuran untuk melakukan perbaikan. Pihak perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu secara pasti keinginan dan kebutuhan serta sejauh mana kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan selama ini, sehingga dapat diketahui dengan pasti faktor-faktor apa saja yang menyebabkan penurunan pelanggan. Hal ini untuk menghindari

kekeliruan dalam melakukan perbaikan akibat adanya perbedaan persepsi antara pihak perusahaan dan pelanggan. Keinginan pelanggan belum tentu sama dengan apa yang dimaksud dan dipahami oleh pihak perusahaan. Informasi dari pelanggan tersebut digunakan untuk meningkatkan kualitas jasa / pelayanan dengan menentukan prioritas perbaikan / peningkatan kualitas jasa yang semestinya di dahulukan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan *servqual* yang dikombinasikan dengan teori agar pengukuran persepsi dan harapan dari pelanggan dapat diukur dengan tepat. Penilaian terhadap tingkat layanan dilakukan dengan kuesioner yang akan diberikan kepada pelanggan. Untuk mengantisipasi kesubjektifan konsumen selaku responden dalam pemberian nilai maka peneliti akan menggunakan metode (Kusumadewi,2004) mengatakan metode digunakan untuk membantu responden memberi nilai yang lebih obyektif, yaitu saat responden memberi nilai “baik”, maka seberapa baik yang dimaksud responden, apakah baik yang menjurus ke sangat baik atau baik yang menjurus sedang.

Koperasi Artha Guna merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa simpan pinjam. Penerapan metode *servqual* untuk mengukur kualitas pelayanan yang dapat menganalisa pelanggan puas atau tidak terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan. Koperasi Artha Guna banyak didatangi oleh konsumen untuk menggunakan jasanya. Berikut ini adalah daftar nasabah Koperasi Artha Guna dari tahun 2016 sampai 2018 dapat dilihat pada tabel 1.1

**Tabel 1.1: Daftar Nasabah Koperasi Artha Guna Tahun 2014-2018**

NO	Tahun	Koperasi	Jumlah Nasabah
1	2014	Artha Guna	1054 Nasabah
2	2015	Artha Guna	1096 Nasabah
3	2016	Artha Guna	1062 Nasabah
4	2017	Artha Guna	1058 Nasabah
5	2018	Artha Guna	1055 Nasabah

**Sumber: Koperasi Artha Guna Jember 2019**

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat masalah yang terjadi di Koperasi artha Guna adalah jumlah nasabah yang mengalami naik turun. Pada tahun 2014 nasabah Koperasi Artha Guna sebanyak 1054 orang, pada tahun 2015 nasabah Koperasi Artha Guna sebanyak 1096 orang, pada tahun 2016 nasabah Koperasi Artha Guna sebanyak 1062 orang, pada tahun 2017 nasabah Koperasi Artha Guna sebanyak 1058 orang, dan pada tahun 2018 nasabah Koperasi Artha Guna sebanyak 1055 orang . Dari data tersebut merupakan sebuah fenomena yang terjadi di Koperasi Artha Guna. Naik turunnya jumlah nasabah disebabkan oleh kualitas layanan dari Koperasi Artha Guna yang masih ditelaah menggunakan metode *servqual*. Permasalahan yang ada di Koperasi Artha Guna bukan hanya pada pelayanannya, tapi karyawan Koperasi Artha Guna juga sering lalai dalam melayani nasabah yang ingin menggunakan jasa dari Koperasi Artha Guna. Koperasi Artha Guna bukanlah satu-satunya lembaga keuangan bukan bank yang menyediakan jasa pinjaman ataupun simpanan lainnya.

Persaingan yang cukup ketat antar Koperasi yang ada disekitar Koperasi Artha Guna juga menjadi faktor dari jumlah nasabah Koperasi Artha Guna. Berikut ini adalah daftar Koperasi yang merupakan kompetitor dari Koperasi Artha Guna dapat dilihat pada tabel 1.2:

**Tabel 1.2: Daftar Kompetitor Koperasi Artha Guna 2019**

No	Nama Koperasi	Kecamatan	Tahun Berdiri
1	Artha Guna	Panti	1999
2	CU Mandiri	Panti	1998
3	Citra Sejahtera	Panti	1997
4	Wanita Sekar Kartini	Panti	2002
5	Anjasmoro	Panti	2006
6	Arta Wijaya Kusuma	Panti	2003
7	Pertanian Karya Usaha Bersama	Panti	2008

**Sumber: Riset Penelitian 2019**

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa persaingan antar Koperasi cukup ketat. Dimana terdapat tujuh Koperasi yang menyediakan jasa yang sama dengan Koperasi Artha Guna dan terletak dalam satu Kecamatan yaitu Kecamatan Panti Jember. Jika dilihat dari tahun berdiri, Koperasi Citra Sejahtera yang paling awal berdiri yaitu pada tahun 1997 disusul oleh Koperasi CU Mandiri yang berdiri pada tahun 1998. Koperasi Artha Guna berdiri sejak tahun 1999 lebih muda dari Koperasi Citra Sejahtera dan CU Mandiri. Persaingan dari ketiga Koperasi tersebut berlangsung selama kurang lebih 3 tahun sebelum muncul kompetitor baru yang sejenis. Kompetitor baru muncul di awal tahun 2002 yakni Koperasi Wanita Sekar Kartini, kemudian pada tahun 2003 berdiri Koperasi Arta Wijaya Kusuma, pada tahun 2006 berdiri Koperasi Anjasmoro dan pada tahun 2008 Koperasi Pertanian Karya Usaha Bersama. Persaingan dari ketujuh Koperasi tersebut berlangsung hingga saat ini, metode pelayanan terbaik dilakukan oleh masing-masing Koperasi guna untuk memenangkan persaingan dan mendapatkan nasabah sebanyak-banyaknya.

Berdasarkan uraian tersebut terdapat metode yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu metode *servqual* (*service quality*). *Servqual* adalah alat yang digunakan untuk mengukur persepsi dan harapan pelanggan serta kesenjangan yang ada dalam model kualitas jasa. Dalam penilaian persepsi dan ekspektasi pada metode *servqual* menghasilkan penilaian responden yang bersifat pandangan (perasaan) sendiri. Dengan dilakukannya peningkatan kepuasan pelayanan secara terpadu dengan metode *service quality*, diharapkan pihak Koperasi Artha Guna dapat mengembangkan strategi untuk peningkatan kualitas pelayanan.

## 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah kita ketahui bahwa data dan fenomena diatas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

Bagaimana tingkat kepuasan nasabah Koperasi Artha Guna menggunakan Metode *Servqual* yang dilihat dari lima dimensi *Service Quality* (*tangibles* (Bukti Fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati) ?

### 1.3 Tujuan Peneliiian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat kualitas layanan Koperasi Artha Guna berdasarkan lima dimensi *Service Quality* (*tangibles* (Bukti Fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati) dengan menggunakan metode *servqual*.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Perusahaan  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kinerja industri.
2. Bagi Pihak Lain /Almamater  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *servqual*.
3. Bagi penyusun  
Penelitian ini diharapkan menambah pemahaman mengenai *servqual*.

