

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Setiap perusahaan maupun koperasi pasti menginginkan tujuannya tercapai secara maksimal, efektif dan efisien. Apalagi pada zaman seperti saat ini, koperasi harus mampu melakukan inovasi agar dapat bersaing dengan perusahaan non koperasi maupun dengan koperasi lainnya agar dapat bertahan dan tetap eksistensi. Dalam kegiatannya koperasi menghimpun dana dari para anggotanya dalam bentuk simpanan wajib dan simpanan pokok serta disalurkan untuk kesejahteraan anggota dan membangun tata perekonomian nasional. Keadaan tersebut mencerminkan dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian pasal 3 yaitu “koperasi bertujuan untuk memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta ikut membangun tata perekonomian nasional, dalam rangka.

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.

Kini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan atau Nasabah merupakan aspek vital dalam rangka bertahan didalam arena bisnis dan memenangkan persaingan. Meskipun demikian, tidaklah gampang untuk

mewujudkan kepuasan pelanggan atau Nasabah secara menyeluruh. Dimana pelanggan yang dihadapi pada saat ini berbeda dengan pelanggan pada beberapa dasawarsa lalu. Kini pelanggan semakin terdidik dan menyadari akan hak – haknya. Oleh karena itu dapatlah dipahami bila ada kalangan atau pakar pemasaran yang berpendapat bahwa tidak realistis bila suatu perusahaan mengharapkan tidak ada pelanggan yang tidak puas. Namun, tentu saja setiap perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dan memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik. Jadi, memang benar adanya bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan atau Nasabah berkaitan erat.

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 ketidak puasan (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.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting bagi keberhasilan sebagai koperasi perusahaan jasa saat ini. Karena dewasa ini masalah kepuasan dan

loyalitas nasabah melalui pelayanan telah menjadi komitmen bagi koperasi dalam menjalankan roda bisnisnya. Jika pelayanan yang diberikan kepada nasabah adalah pelayanan yang terbaik dan mampu memberikan kepuasan yang optimal bagi nasabah, maka hal tersebut akan berpengaruh positif terhadap kinerja usahanya. Apabila kepuasan nasabah meningkat maka akan menambah kepercayaan nasabah untuk terus melakukan pengulangan transaksi di koperasi yang sama sehingga akan mewujudkan adanya loyalitas. Kualitas pelayanan merupakan salah satu esensi yang penting bagi kelangsungan hidup suatu badan usaha. Kualitas pelayanan yang diberikan Koperasi Timau Kupang harus berorientasi pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa koperasi. Hal ini berkaitan dengan harapan masyarakat, mereka ingin mendapatkan hubungan yang baik dengan koperasi yang nyaman dan mudah melakukan Simpan Pinjam di koperasi Timau Kupang.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan atau Nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan atau Nasabah serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan atau Nasabah dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan atau Nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan suatu perusahaan memuaskan pelanggan.

Koperasi Kredit Timau Kupang merupakan salah satu koperasi kredit yang berkembang sangat pesat hingga saat ini, beralamat di Jl.Oe'ekam kelurahan Sikumana Kota Kupang, dengan jumlah anggota telah mencapai 6.665 orang pada tahun 2021.

Berdasarkan data jumlah nasabah dari KSP Kopdit Timau Indah kupang. sebagai berikut:

Tabel 1.1 jumlah debitur KSP Kopdit Timau Indah tahun 2016-2021

| Tahun | Jumlah nasabah debitur | presentase |
|-------|------------------------|------------|
| 2016 | 4.027 | 12% |
| 2017 | 4.758 | 14% |
| 2018 | 5.411 | 16% |
| 2019 | 5.684 | 17% |
| 2020 | 6.446 | 20% |
| 2021 | 6.665 | 20% |
| total | 32.991 | |

(Sumber: KSP Kopdit Timau Indah)

Berdasarkan jumlah nasabah debitur yang diperoleh dari KSP Kopdit Timau Kupang dari tahun 2016 sampai 2021 mengalami kenaikan dari tahu ketahun.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saputri (2013) mengemukakan bahwa variabel kehandalan, koresponsifan, jaminan, empati dan berwujud telah menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat terhadap kepuasan nasabah. Menurut Istianto dan Tyra (2011) pengujian secara parsial pun menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan. Hasil penelitian Dibyantoro (2012) mengemukakan bahwa uji t didapat ada tiga dimensi kualitas pelayanan yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu kehandalan, daya tanggap, dan jaminan.

Penelitian sebelumnya mengenai kepercayaan yang dilakukan oleh Guspul (2014) mengemukakan bahwa variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah jasa keuangan Kospin Jasa Cabang Wonosobo. Herawati dan Prayekti (2011) mengemukakan bahwa variabel kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah. Chiou (2004) kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Penelitian yang dilakukan oleh Ikasari, dkk. (2013) dan Hidayat (2009) menunjukkan hasil yang sama bahwa variabel nilai pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengambil judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Ksp Kopdit Timau Indah Kupang”.

1.2. Masalah Penelitian

Masalah yang diangkat dari penelitian ini yaitu mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah koperasi.

1.3. Persoalan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan masalah penelitian yang dipaparkan, maka adapun persoalan penelitian sebagai berikut: bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah koperasi Timau indah Kupang?

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari persoalan penelitian diatas maka tujuan dari persoalan penelitian ini sebagai berikut untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan koperasi terhadap kepuasan nasabah

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Sebagai dasar pengenalan untuk menambah pengetahuan dengan keilmuan bagi akedemik mengenai ilmu perkoperasi tentang kualitas pelyanan. Serta bagi peneliti adalah untuk mengembangkan, menerapkan, melatih berfikir, secara ilmiah sehingga dapat memperluas wawasan, khususnya mengenai ruang lingkup kualitas pelayanan dalam koperasi.

2. Manfaat praktis

Untuk dapat memberikan informasi atau masukan tambahan bagi Koperasi Timau Kupang dalam penerapan pelayanan terhadap kepuasan nasabah sehingga dapat terus optimal terutama pada peningkatan kualitas pelayanan.