

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perekonomian global saat ini sedang mengalami permasalahan yang cukup besar khususnya dalam bidang usaha keuangan. Pada masa *pandemic Covid-19* banyak aktifitas ekonomi yang terhenti dalam rangka pengurangan resiko berkembangnya penularan virus. Bagi perusahaan yang bergerak dalam sektor keuangan seperti usaha koperasi simpan pinjam (KSP) sangat merasakan akibat berlakunya peraturan masa *pandemic* ini. Karena dengan adanya Peraturan Presiden pada bulan maret-mei 2020. Segala aktivitas penagihan perbankan atau jasa keuangan tidak boleh melakukan penagihan.

Pengusaha yang bergerak dibidang KSP harus memiliki manajemen baru dalam mengikuti peraturan pemerintah yang sudah memperbolehkan kegiatan operasional jasa keuangan dengan mematuhi protokol kesehatan. Padahal ekonomi masyarakat juga belum begitu pulih akibat larangan melakukan aktivitas diluar rumah. Pimpinan dan pihak manajemen KSP perlu menciptakan strategi yang menarik perhatian nasabah agar mereka tetap loyal sehingga pihak KSP terus bisa menjalankan kewajibanya yaitu melakukan transaksi keuangan. Selain itu, dengan adanya strategi yang menarik ini nasabah yang loyal diharapkan mampu berperan menambah anggota baru meski masih dalam masa *pandemic Covid-19*.

Salah satu strategi manajemen yang dilakukan pengelola KSP adalah

dengan meluncurkan beberapa inovasi terbaru yang menjaga sirkulasi keuangan yang beredar di lapangan tetap berjalan, sehingga masyarakat maupun karyawan tetap sejahtera dan perusahaan dapat mencapai tujuannya menjaga kestabilan keuntungan. Menurut Alifuddin & Razak (2015:121), inovasi adalah sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut sudah lama eksis, tetapi dapat dikatakan sebagai suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya.

Adanya inovasi yang dikeluarkan oleh perusahaan diharapkan mampu membuat pelanggan tetap merasa puas dan tetap menggunakan produk maupun jasa yang sama. Rasa senang dan puas dengan apa yang diterima oleh pelanggan inilah yang menjadi kunci perusahaan tetap berjalan di dalam persaingan pasar. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:13), kepuasan pelanggan adalah tingkat dimana suatu pencapaian performa dari sebuah produk yang diterima oleh nasabah sama dengan ekspektasi nasabah itu sendiri. Bagi pelanggan atau nasabah yang menjadi pelanggan di sebuah perusahaan jasa keuangan akan merasa puas jika harapan dan keinginannya dapat dipenuhi oleh pihak perusahaan seperti koperasi simpan pinjam tersebut. Hal ini juga yang harus direncanakan oleh perusahaan dalam menjaga kepuasan para nasabahnya. Salah satu yang dijadikan pertimbangan nasabah dapat puas dan terus menjadi anggota dari sebuah jasa keuangan adalah tersedianya semua harapan dan kebutuhan keuangan yang disediakan oleh jasa keuangan tersebut.

Perusahaan jasa keuangan atau KSP harus mampu merebut hati pelanggan atau nasabah sebanyak mungkin dan secara konsisten untuk mendapatkan

keuntungan yang sangat besar. Semakin meningkat jumlah nasabah yang melakukan aktivitas keuangan di KSP, maka dana yang diterima dari masyarakat untuk perusahaan juga akan meningkat. Untuk itu perusahaan harus dapat memprediksi bagaimana harapan yang diinginkan nasabah dari pihak KSP untuk membuat mereka nyaman dan puas menggunakan produk-produk jasa keuangan kepuasan atas penggunaan inovasi produk terbaru yang disediakan pihak KSP. Perusahaan harus mampu sehingga semua harapan nasabah terpenuhi. Oleh karena itu, untuk mengetahui seberapa efektifnya inovasi produk terbaru dan seberapa puas dengan adanya produk tersebut, maka diperlukan adanya survei untuk mengetahui tingkat kesetiaan pelanggan atau yang disebut dengan tingkat loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan adalah bentuk dari suatu komitmen yang dipegang teguh oleh seseorang untuk membeli kembali atau melindungi produk atau layanan yang disukai di masa depan, terlepas dari adanya pengaruh secara situasional dan upaya pemasaran yang memiliki potensi untuk menyebabkan peralihan perilaku (Kotler dan Keller, 2016:153). Penting sekali pihak penyedia jasa keuangan untuk menjaga aset utamanya yakni nasabah untuk tetap loyal dan bisa menjadi promotor tidak langsung dalam menawarkan produk-produk yang disediakan oleh pihak koperasi.

Salah satu perusahaan jasa keuangan yang tetap harus berperasional di masa *pandemic Covid 19* ini adalah koperasi simpan pinjam (KSP) “Primer Koppabri” yang berlokasi di Nganjuk, Jawa Timur. Perusahaan ini sudah berdiri di Indonesia sejak tahun 1996. Saat ini banyak sekali jasa-jasa keuangan yang bergerak

dibidang simpan pinjam dengan metode jempot bola. Adanya wabah *pandemic* ini yang membatasi pergerakan para karyawan KSP membuat pengusaha KSP membuat strategi inovasi yang harus bisa berjalan dalam mengoperasikan uang yang sudah beredar dilapangan dan tetap bisa membantu para nasabahnya.

Berdasarkan hasil prasarvei wawancara tidak langsung dengan pihak administrasi (KSP) “Primer Koppabri” Bagor Nganjuk menyatakan bahwa dalam bulan Juni 2020 ini pendapatan kotor koperasi masih belum stabil akibat 2 bulan terakhir mulai bulan April sampai dengan awal Juni kegiatan operasional penagihan dana di lapangan terhenti. Hanya nasabah yang loyal dan nasabah yang sudah lama menggunakan pinjaman dana dari koperasi yang biasanya dananya menggunakan jempot bola tetap melaukan pembayaran iuran melalui via transfer. Permasalahan seperti inilah yang harus membuat pengelola memutar strategi baru dengan menyediakan produk-produk pelayanan baru yang tetap bisa berjalan dimasa *pandemic Covid 19* ini. Berikut ini data penurunan pelanggan dan pendapatan kotor yang diperoleh (KSP) “Primer Koppabri”:

**Data Nasabah dan Sirkulasi Dana dalam Resort (KSP) “Primer Koppabri”
Bagor Nganjuk
Tabel 1.1**

Bulan	Jumlah Nasabah	Sirkulasi Dana
Januari 2020	350 orang	Rp74.252.000,00
Februari 2020	364 orang	Rp82.942.000,00
Maret 2020	382 orang	Rp94.414.000,00
April 2020	153 orang	Rp39.112.000,00

Mei 2020	159 orang	Rp40.850.000,00
Juni 2020	202 orang	Rp45.298.000,00
Juli 2020	254 orang	Rp56.669.000,00
Agustus 2020	271 orang	Rp58.519.000,00
September 2020	292 orang	Rp61.030.000,00
Oktober 2020	297 orang	Rp61.920.000,00
Nopember 2020	308 orang	Rp62.412.000,00
Desember 2020	338 orang	Rp63.060.000,00

Berdasarkan data jumlah nasabah dan sirkulasi dana yang bisa dioperasional ke nasabah sebelum adanya *pandemic* pada bulan Januari-Maret 2020 terjadi peningkatan jumlah nasabah dan pendapatan yang diterima oleh (KSP) “Primer Koppabri” Setelah adanya *pandemic* yang membuat kegiatan operasional dilapangan terhenti selama kurang lebih 3 bulan dan mulai beroperasi bulan Juni 2020. Dana yang dapat beroperasi hanya 50% dari sirkulasi dana sebelum adanya *pandemic*. Sehingga pada bulan Juli 2020 pengelola (KSP) “Primer Koppabri” membuat inovasi produk pelayanan baru yang biasanya hanya menawarkan pinjaman sebagian besar dilapangan dengan jemput bola dengan metode angsuran mingguan 10 kali pembayaran. Perusahaan menerapkan metode pinjaman baru yaitu :

1. Pinjaman Siaga

Tujuan Pinjaman : Untuk segala keperluan yang bersifat DARURAT

- Pinjaman maksimal 10.000.000 (sepuluh juta rupiah).

- Suku bunga 13%/thn, flat (perhitungan jasa pinjaman dari plafon pinjaman X bunga dibagi masa pengembalian).
- Jangka waktu pengembalian maksimal 6 (enam) bulan.
- Sistem bayar bunga saja, pokok dibayar sesuai perjanjian.
- Mendapatkan SHU balas jasa pinjaman dan cashback akhir tahun.

2. Pinjaman Kendaraan Roda 2

Tujuan Pinjaman : Bagi Anggota yang ingin memiliki Kendaraan Roda 2

- Pinjaman maksimal 30.000.000,- (tiga puluh juta rupiah).
- Suku bunga 18%/thn, anuitas (perhitungan jasa pinjaman menurun dengan jumlah setoran tetap).
- Jangka waktu pengembalian maksimal 24 (dua puluh empat) bulan
- Pinjaman tidak dapat diperbaharui sebelum pinjaman pindara sebelumnya dilunasi.
- Mendapatkan SHU balas jasa pinjaman dan cashback akhir tahun.

Tetapi karena ini baru mulai berlaku bulan Juli 2020 masih diperlukan analisa lebih lanjut mengenai pertimbangan kesejahteraan karyawan dan peningkatan minat para nasabah dalam memenuhi target pendapatan.

Hasil penelitian Sujadi & Wahyono (2015) pada perusahaan yang bergerak di bidang produksi air minum menunjukkan bahwa, ada pengaruh secara langsung maupun tidak langsung variabel inovasi terhadap loyalitas konsumen dengan ada atau tidaknya variabel kepuasan sebagai variabel intervening. Begitu juga hasil penelitian Primayanti (2015) yang menunjukkan bahwa secara parsial inovasi produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Penelitian Santoso (2017)

dengan menggunakan metode PLS, hasil penelitiannya menunjukkan adanya pengaruh yang positif inovasi produk terhadap loyalitas konsumen yang ditunjukkan dengan semakin baik inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan semakin kuat keputusan konsumen untuk membeli dan semakin tinggi loyalitas. Sedangkan penelitian Indrawati (2018) untuk dapat meningkatkan loyalitas konsumen juga harus bisa memenuhi rasa puas sesuai harapan konsumen dan ini sesuai dengan hasil penelitiannya yang menunjukkan kepuasan pelanggan berpengaruh langsung secara signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan survey awal yang dilakukan dengan wawancara terhadap sejumlah pelanggan di KSP Primer Koppabri Bagor Nganjuk diketahui bahwa dari sekian banyak nasabah merasakan adanya sejumlah kekurangan pada saat mereka melakukan transaksi simpan pinjam di KSP Primer Koppabri Bagor Nganjuk. Berbagai kekurangan berkaitan dengan produk dan kemampuan para karyawan dalam memberikan pelayanan. Hal ini akan mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan terhadap KSP Primer Koppabri Bagor Nganjuk. Ketidakpuasan pelanggan dalam bentuk komplain tersebut tentu menjadi catatan negatif yang jika tidak segera diatasi akan dapat berakibat pada menurunnya jumlah pelanggan dan secara tidak langsung akan mengancam kelangsungan usaha.

Dari uraian masalah-masalah tersebut penulis akan membuktikan benar atau tidaknya hubungan perusahaan akan berhasil dengan Inovasi Produk dan Kepuasan Pelanggan akan berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan. Sehingga peneliti tertarik mengangkat penelitian dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk**

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI KSP PRIMER KOPPABRI
BAGOR NGANJUK**

**ALVIN ARINGGA
NPM. 1612010049**

Abstraksi

Perekonomian global saat ini sedang mengalami permasalahan yang cukup besar khususnya dalam bidang usaha keuangan. Pada masa *pandemic Covid-19* banyak aktifitas ekonomi yang terhenti dalam rangka pengurangan resiko berkembangnya penularan virus. Bagi perusahaan yang bergerak dalam sektor keuangan seperti usaha koperasi simpan pinjam (KSP) sangat merasakan akibat berlakunya peraturan masa *pandemic* ini. Karena dengan adanya Peraturan Presiden pada bulan maret-mei 2020. Segala aktivitas penagihan perbankan atau jasa keuangan tidak boleh melakukan penagihan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah yang datang ke kantor oprasional KSP “Primer Kopabri” di cabang Bagor Nganjuk pada bulan oktober 2020 dengan jumlah keseluruhan nasabah sebanyak 115 orang dan sampel yang digunakan 50 responden. Tehnik pengumpulan sampel dalam penelitian ini adalah sampel acak sederhana (simple random sampling). Sedangkan teknik pengolahan data yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS).

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk memberikan kontribusi terhadap Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan memberikan kontribusi terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci : *Inovasi Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan*