

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat sekarang ini, banyak ditemukan usaha-usaha yang dilakukan untuk membantu dan mempermudah kebutuhan dan keperluan manusia sehari-hari. Kita mengetahui kebutuhan manusia sangat banyak dan kompleks. Peningkatan akan kebutuhan inilah yang memacu semangat setiap orang untuk menciptakan dan menghasilkan produk-produk yang disukai oleh masyarakat, diantaranya adalah kebutuhan akan barang dan jasa.

Koperasi di Indonesia bermula pada abad ke-20 yang pada umumnya merupakan hasil dari usaha yang tidak spontan dan tidak dilakukan oleh orang-orang yang sangat kaya. Kemudian koperasi tumbuh dari kalangan rakyat, ketika penderitaan dalam lapangan ekonomi dan sosial yang ditimbulkan oleh sistem kapitalisme semakin memuncak. Beberapa penghidupan sederhana dengan kemampuan ekonomi terbatas, terdorong oleh penderitaan dan beban ekonomi yang sama, secara spontan mempersatukan diri untuk menolong dirinya sendiri dan manusia sesamanya.

Seiring dengan perkembangan dunia usaha di Indonesia yang membawa dampak positif terhadap pertumbuhan perdagangan termasuk yang bergerak dibidang jasa khususnya jasa simpan pinjam koperasi maupun jasa-jasa lainnya. Usaha koperasi simpan pinjam mengalami kemajuan yang sangat pesat, sehingga mengakibatkan pelayanan terhadap pengguna jasa dalam melakukan transaksi simpan pinjam sangat menentukan kemajuan

Koperasi tersebut, Sehingga volume simpan pinjam yang ditawarkan semakin meningkat. Dengan tercapainya tujuan tersebut, diharapkan koperasi akan memperoleh tingkat Sisa Hasil Usaha (SHU) yang maksimal, sehingga kesejahteraan anggota dan kelangsungan hidup koperasi akan dapat dipertahankan. Salah satu faktor terpenting dalam usaha koperasi adalah kemampuan dalam melayani keinginan dan kebutuhan anggota pada saat mereka menggunakan jasa koperasi tersebut. Dengan kata lain pelayanan merupakan faktor yang terpenting dari usaha koperasi karena berhubungan langsung dengan kepuasan pengguna jasa. Sementara puas atau tidaknya anggotatentunya sangat berpengaruh pada jumlah Sisa Hasil Usaha (SHU) yang akan diterima koperasi tersebut. Untuk membuat anggotanya puas, banyak koperasi yang berusaha untuk meningkatkan fasilitas yang mereka miliki bahkan ada yang menambah fasilitas baru.

Koperasi tidak hanya didirikan oleh satu badan usaha saja, tetapi ada yang terdiri dari beberapa badan usaha yang akhirnya menjadi penggerak bisnis usaha kecil disekitar bukan hanya itu saja koperasi juga berada disekolah-sekolah sebagai pendidikan beroganisasi bagi pelajar. Dari berbagai jenis koperasi salah satunya berada didalamnya lingkungan TNI. Koperasi ini bertujuan dapat membantu perekonomian anggota ataupun pelanggan yang berlatar belakang TNI.

Bagi setiap perusahaan, pelanggan merupakan inti perhatian yang utama. Kotler mengartikan pelayanan (*service*) sebagai suatu kegiatan atau keuntungan yang ditawarkan suatu kelompok kepada yang lainnya dan pada

dasarnya tidak terwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan terhadap apapun. Menurut Irawan (2008:37) "kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan. Atas *performance* produk dan jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui".

Sedangkan menurut Kotler terdapat lima faktor dominan sebagai penentu kualitas jasa yang disingkat dengan TERRA, yaitu *Tangible*, *Empathy*, *Responsiveness*, *Reability*, dan *Assurance*. Apabila kelima faktor dominan ini diperhatikan dan diterapkan dengan baik, maka perusahaan diharapkan mampu memberikan pelayanan berkualitas yang berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini variabel-variabel yang digunakan adalah bukti fisik atau *tangible*, empati atau *empathy*, reabilitas atau *reability* daya tanggap atau *responsiveness*, dan jaminan atau *assurance*. Merupakan hal yang diperhatikan oleh para konsumen dalam mengambil kepuasan. Kelima variabel ini berkaitan dengan upaya mengembangkan kualitas pelayanan yang tepat bagi para pelanggan. Setiap menjalankan proses bisnis, baik produk maupun jasa yang hendak dijual harus memiliki kualitas yang baik dan diharapkan sesuai dengan kebutuhan yang diberikan. Dengan kualitas pelayanan yang baik, suatu perusahaan dapat memperhatikan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Selain itu peningkatan kualitas pelayanan diharapkan dapat terus ditingkatkan bagi yang ingin membuka usaha baru, karena peningkatan kualitas pelayanan secara tidak langsung

dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, diharapkan pelanggan dapat melakukan pembelian ulang atas produk maupun jasa yang kita jual, sehingga secara otomatis dapat meningkatkan jumlah pendapatan per bulannya.

Maka peneliti mengambil studi kasus pada “Primkopal Juanda” yang di mana Primkopal Juanda PRIMKOPAL (Primer Koperasi Angkatan Laut) JUANDA yang berdiri tanggal 19 September 1979 sebagai suatu bagian dari dinas yang mengurus ataupun membantu dalam bidang kesejahteraan anggota dan keluarganya, terletak di Jalan Semeru No. 11 Lanudal Juanda Surabaya ini menjalankan kualitas pelayanan untuk menciptakan kepuasan pelanggan bagi para pelanggannya dengan berbagai cara antara lain dengan membangun gedung yang lebih besar, penerapan karyawan yang berpenampilan baik berkualitas prima, memberikan kemudahan-kemudahan untuk para anggota dan membuka berbagai layanan serta memberikan jaminan terhadap jasa yang digunakan. Dengan berbagai kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Primkopal Juanda pada saat ini diharapkan oleh pihak Koperasi Primkopal Juanda pelanggan merasakan kenyamanan dan kepuasan menggunakan jasa koperasi ini. Berikut ini tabel yang menunjukkan pelanggan yang terjadi di Toko Prima Primkopal Juanda.

**Tabel 1.1 Tabel Rekap Nota Penjualan periode Bulan Februari
sampai dengan bulan April tahun 2018**

No.	Bulan	Total Penjualan Tunai	Total Penjualan Kredit
1.	Februari	Rp. 224.324.130	Rp. 47.910.425
2.	Maret	Rp. 250.570.578	Rp. 47.021.000
3.	April	Rp. 278.976.930	Rp. 143.202.552

Sumber : Primkopal Juanda tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa total penjualan kredit mengalami penurunan. Jika dilihat pada tabel diatas bahwa total penjualan secara tunai mengalami peningkatan setiap bulannya, namun melainkan total penjualan secara kredit mengalami penurunan pada bulan februari hingga maret. Hal ini diperhatikan oleh pihak primkopal juanda memahami keinginan pelanggan, kualitas pelayanan yang sesuai dengan 3S (Salam, Senyum, Servis) sesuai dengan visi misi yang diberikan oleh pihak primkopal juanda terhadap pelanggan.

Dalam penelitian ini variabel-variabel yang digunakan adalah *Tangible, Empathy, Responsiveness, Reability, dan Assurance*. merupakan hal yang diperhatikan oleh para pelanggan dalam mengambil kepuasan. Kelima variabel ini berkaitan dengan upaya mengembangkan kualitas pelayanan yang tepat bagi para pelanggan. Setiap menjalankan proses bisnis, baik produk maupun jasa yang hendak dijual harus memiliki kualitas yang baik dan diharapkan sesuai dengan kebutuhan yang diberikan. Dengan kualitas pelayanan yang baik, suatu perusahaan dapat memperhatikan usahanya dan

mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Selain itu peningkatan kualitas pelayanan diharapkan dapat terus ditingkatkan bagi yang ingin membuka usaha baru, karena peningkatan kualitas pelayanan secara tidak langsung dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, diharapkan pelanggan dapat melakukan pembelian ulang atas produk maupun jasa yang kita jual, sehingga secara otomatis dapat meningkatkan jumlah pendapatan per bulannya.

Apabila pelanggan merasa kebutuhan dan keinginannya sudah terpenuhi bahkan terlampaui dalam arti sudah merasa puas, dengan sendirinya tujuan perusahaan telah tercapai dan membawa pelanggan lain untuk melakukan pembelian di Toko Prima Primkopal Juanda Sidoarjo.

Berdasarkan pada latar belakang diatas maka penelitian ingin mengetahui **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Prima Primkopal Juanda Di Sidoarjo.”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Apakah kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*) X₁, empati (*empathy*) X₂, kehandalan (*reability*) X₃, daya tanggap (*responsiveness*) X₄, dan jaminan (*assurance*) X₅ berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan Pelanggan Toko Prima Primkopal Juanda Di Sidoarjo?
- b. Apakah kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*) X₁, empati (*empathy*) X₂, kehandalan (*reability*) X₃, daya tanggap

(*responsiveness*) X_4 , dan jaminan (*assurance*) X_5 berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan Pelanggan Toko Prima Primkopal Juanda Di Sidoarjo?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat ditentukan tujuan penelitian sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis penelitian kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*) X_1 , empati (*empathy*) X_2 , kehandalan (*reability*) X_3 , daya tanggap (*responsiveness*) X_4 , dan jaminan (*assurance*) X_5 berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan Pelanggan Toko Prima Primkopal Juanda Di Sidoarjo.
- b. Untuk menganalisis penelitian kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*) X_1 , empati (*empathy*) X_2 , kehandalan (*reability*) X_3 , daya tanggap (*responsiveness*) X_4 , dan jaminan (*assurance*) X_5 berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan Pelanggan Toko Prima Primkopal Juanda Di Sidoarjo.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan untuk mendukung penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan .

- b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk meninjau kembali apa yang harus dilakukan dalam mengambil kebijakan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan .