

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Koperasi merupakan salah satu kekuatan dalam perekonomian nasional yang menjadi soko guru perekonomian Indonesia. Dengan kata lain, koperasi sebagai pilar atau penyangga utama dalam sistem perekonomian Indonesia. Menurut Undang-Undang Nomor 17 tahun 2012 tentang perkoperasian disebutkan bahwa koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip koperasi. Koperasi bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, sekaligus sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari tatanan perekonomian nasional yang demokratis dan berkeadilan.

Berdasarkan definisi di atas, maka koperasi mempunyai peran yang penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat terutama dalam mewujudkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat. Salah satu jenis usaha yang dikembangkan koperasi adalah jasa dalam bidang keuangan atau jasa simpan pinjam. Sebagai lembaga yang bergerak dalam bidang jasa, koperasi dituntut untuk memperhatikan kepuasan nasabahnya, agar nasabah tetap setia menggunakan jasa yang diberikan koperasi.

Sebagai koperasi yang bergerak dalam bidang jasa simpan pinjam, Swamitra dituntut untuk meningkatkan kepuasan nasabah, agar nasabah tidak berpindah ke lembaga lain. Definisi kepuasan di sini adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002). Kepuasan nasabah hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah.

Begitu juga dengan Swamitra, kepuasan nasabah Swamitra akan tercapai salah satunya dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Hal ini dikarenakan persaingan yang semakin ketat antar perusahaan penyedia jasa keuangan, nasabah yang semakin kritis dalam memilih perusahaan penyedia jasa keuangan, dan banyaknya jasa yang ditawarkan oleh pesaing. Faktor-faktor tersebut mempengaruhi keberadaan Swamitra sebagai salah satu koperasi yang memberikan jasa pelayanan dalam bidang keuangan. Oleh karena itu, agar mampu memenangkan persaingan, Swamitra harus memperhatikan pelayanan kepada nasabah. Pelayanan yang baik sering dinilai oleh nasabah secara langsung dari karyawan sebagai orang yang melayani atau disebut juga sebagai produsen jasa, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan nasabah. Salah satu dimensi kualitas pelayanan yang harus diperhatikan oleh konsumen adalah tingkat kecepatan pelayanan yang diberikan koperasi. Pada umumnya, nasabah menginginkan pelayanan yang cepat, baik dalam urusan administrasi maupun kegiatan

simpan pinjam. Semakin cepat pelayanan yang diberikan pegawai koperasi kepada nasabah maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Hasil penelitian Akhmad Syarifudin Noor (2011) membuktikan bahwa tingkat kecepatan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Selain tingkat kecepatan pelayanan, faktor jenis produk yang ditawarkan juga mempengaruhi kepuasan nasabah. Semakin banyak jenis produk yang ditawarkan oleh koperasi semakin banyak pilihan yang dapat diambil oleh nasabah sesuai kebutuhannya. Hal ini akan meningkatkan kepuasan nasabah terhadap koperasi, karena apa yang diinginkan dapat dipenuhi oleh koperasi. Hasil penelitian Akhmad Syarifudin Noor (2011) membuktikan bahwa jenis produk yang ditawarkan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Demikian juga penelitian Markoni (2011) membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah perbankan.

Faktor berikutnya adalah citra perusahaan. Citra perusahaan merupakan kesan yang diperoleh seseorang sesuai dengan pengetahuan dan pengalamannya tentang perusahaan (Rahyuda dan Atmaja, 2009). Citra perusahaan yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah karena dengan *image* perusahaan yang baik, konsumen akan merasa aman dan yakin bahwa perusahaan mampu memenuhi semua keinginan nasabah. Hasil penelitian Rahyuda dan Atmaja (2009) membuktikan bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Demikian juga hasil

penelitian Akhmad Syarifudin Noor (2011) yang menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank.

Faktor teknologi juga dapat mempengaruhi kepuasan. Hal ini disebabkan karena kemajuan teknologi akan memudahkan dalam pelayanan kepada nasabah. Peran teknologi tersebut dapat berupa penggunaan komputer untuk pembayaran, penggunaan media transaksi elektronik guna pembayaran dengan kartu kredit dan lain sebagainya. Dengan adanya fasilitas tersebut, konsumen akan semakin mudah dalam melakukan transaksi dan akan meningkatkan kepuasan nasabah (Andreani, 2007 dalam Ariane Chaterine Telan, 2011). Penelitian Ariane Chaterine Telan (2011) membuktikan bahwa faktor teknologi berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor terakhir adalah lokasi perusahaan. Lokasi perusahaan yang strategis, yang mudah dijangkau oleh nasabah akan meningkatkan kepuasan nasabah. Penelitian Akhmad Syarifudin Noor (2011) membuktikan bahwa lokasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Akhmad Syarifudin Noor (2011) dengan menambah variabel fokus pelanggan sebagai variabel independen. Fokus nasabah merupakan perhatian yang diberikan perusahaan kepada nasabah melalui pemberian nilai tambah berupa penawaran khusus baik berupa produk maupun layanan yang mengutamakan nasabah. Penelitian ini menggunakan obyek Swamitra Kopsa Merapi Pakem, karena anggota di koperasi ini mencapai 3014 orang.

Berdasarkan uraian di atas, maka diajukan sebuah penelitian dengan judul "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH SWAMITRA KOPSA MERAPI PAKEM"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh yang signifikan variabel tingkat kecepatan pelayanan, jenis produk yang ditawarkan, citra perusahaan, teknologi yang digunakan, lokasi perusahaan dan fokus pelanggan secara simultan terhadap kepuasan nasabah Swamitra?
2. Adakah pengaruh yang signifikan variabel tingkat kecepatan pelayanan terhadap kepuasan nasabah Swamitra?
3. Adakah pengaruh yang signifikan variabel jenis produk yang ditawarkan terhadap kepuasan nasabah Swamitra?
4. Adakah pengaruh yang signifikan variabel citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah Swamitra?
5. Adakah pengaruh yang signifikan variabel teknologi yang digunakan terhadap kepuasan nasabah Swamitra?
6. Adakah pengaruh yang signifikan variabel lokasi perusahaan terhadap kepuasan nasabah Swamitra?
7. Adakah pengaruh yang signifikan variabel fokus pelanggan terhadap kepuasan nasabah Swamitra?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengidentifikasi pengaruh variabel tingkat kecepatan pelayanan, jenis produk yang ditawarkan, citra perusahaan, teknologi yang digunakan, lokasi perusahaan dan fokus pelanggan secara simultan terhadap kepuasan nasabah Swamitra.
2. Untuk mengidentifikasi pengaruh variabel tingkat kecepatan pelayanan terhadap kepuasan nasabah Swamitra.
3. Untuk mengidentifikasi pengaruh variabel jenis produk yang ditawarkan terhadap kepuasan nasabah Swamitra.
4. Untuk mengidentifikasi pengaruh variabel citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah Swamitra.
5. Untuk mengidentifikasi pengaruh variabel teknologi yang digunakan terhadap kepuasan nasabah Swamitra.
6. Untuk mengidentifikasi pengaruh variabel lokasi perusahaan terhadap kepuasan nasabah Swamitra.
7. Untuk mengidentifikasi pengaruh variabel fokus pelanggan terhadap kepuasan nasabah Swamitra

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kepuasan nasabah.

2. Bagi Penulis

Sebagai tambahan pengetahuan serta mempunyai kesempatan untuk menelaah teori yang telah diperoleh dibangku kuliah dengan kenyataan yang dihadapi.

3. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan kepuasan konsumen.