

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi pada saat ini menyebabkan persaingan di dunia perbankan semakin ketat, persaingan ini dapat berupa fisik maupun non fisik. Sejak ditetapkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan, menunjukkan perkembangan dalam dunia perbankan di Indonesia mengalami prospek yang lebih baik. Penyempurnaan landasan hukum perbankan juga dialami oleh perbankan syariah yang mengalami proses yang berkelanjutan. Hal tersebut ditandai dengan proses penyempurnaan peraturan perbankan syariah dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1998 tentang perbankan dinyatakan dengan jelas mengenai penggolongan kegiatan usaha bank menjadi dua jenis, yakni bank yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional dan bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Peraturan tersebut semakin menguatkan posisi bank syariah dalam melakukan kegiatan usahanya. Dalam hal ini bank syariah memiliki kekuatan dalam melakukan kegiatannya, sehingga posisi bank syariah dengan bank konvensional sama (Dian, 2018).

Salah satu badan usaha yang menjadi fokus pada kali ini adalah koperasi. Koperasi merupakan salah satu badan usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian. Koperasi sebagai salah satu badan usaha tidak dapat menghindari diri dari persaingan (Suhartono, 2014: Vol.2). Melihat persaingan antar lembaga keuangan yang semakin ketat membuat koperasi harus memperkuat dimensi

kualitas pelayanan agar para nasabah tetap percaya terhadap koperasi tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut, koperasi melakukan berbagai kegiatan usaha yang bermanfaat bagi anggotanya. Dari berbagai jenis tuntutan tersebut munculah berbagai jenis koperasi yang sesuai dengan keadaan sekitarnya. Peranan koperasi saat ini sudah mulai bergeser tidak hanya melayani para anggotanya saja tapi juga melayani masyarakat umum yang tidak menjadi anggotanya (Dian, 2018).

Jenis koperasi yang ada dan berkembang di masyarakat yaitu Koperasi Pinjam Kelompok. Dilihat dari namanya Koperasi Pinjaman bergerak di bidang jasa keuangan. Dalam bidang jasa keuangan ini koperasi berperan sebagai penyalur dana anggotanya (Kasmir: 2013: 257). Sebagai penyalur berarti koperasi meminjamkan dana kepada anggota dengan beberapa ketentuan atau syarat yang berlaku di koperasi tersebut.

Koperasi Amarta merupakan lembaga koperasi yang melakukan kegiatan usaha pembiayaan berdasarkan pola yang perlu dikelola secara profesional sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan kesehatan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada anggota dan masyarakat di sekitarnya (Aria Widyanto, 2020). Koperasi Amarta yang beralamat di Jl Raya Centong, Ds. Centong, Gondang, Mojokerto. Merupakan sebuah lembaga keuangan yang bergerak dalam bisnis pinjaman kelompok yang biasanya dipergunakan untuk tambahan modal usaha. Mempunyai misi yaitu memberdayakan masyarakat berpendapatan rendah dipelosok pedesaan dengan jasa keuangan terjangkau pada skala luas untuk mengurangi kemiskinan dan menjadi bagian dari pertumbuhan ekonomi di wilayah yang beroperasikan.

Pada perusahaan jasa seperti Koperasi Simpan Pinjam harus memperhatikan pelayanan kepada nasabahnya karena sangat penting demi kelangsungan koperasi. Berkaitan dengan pelayanan kepada pelanggan, para pelaku bisnis sangat menyadari bahwa keberadaan pelanggan yang setia (loyal) pada perusahaan merupakan pendukung kesuksesan bisnisnya. Mereka harus menempatkan pelanggan sebagai asset yang sangat berharga. Tidak ada satupun perusahaan yang mampu bertahan hidup bila ditinggalkan pelanggan. Salah satu cara untuk mempertahankan bisnis adalah dengan mengembangkan pelayanan kepada pelanggan/nasabah. Strategi dalam melayani pelanggan/nasabah ini terus berkembang dan seringkali digunakan sebagai alat promosi untuk memenangkan persaingan (Nurmayanti, 2013).

Menurut Lovelock dan Waright (2007:96) kualitas pelayanan jasa merupakan evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan. Pada umumnya pelayanan yang diberikan perusahaan baik akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang sangat tinggi pula. Parasuraman (Lupiyoadi, 2008:182) menyebutkan kualitas pelayanan jasa dapat dilihat dari lima dimensi antara lain: bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*).

Bukti langsung (*tangibles*) merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan

suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Jaminan (*assurance*) merupakan pengetahuan kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan (Dian, 2018). Merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Hal ini dapat membawa dampak negatif bagi perusahaan yaitu dapat menurunkan jumlah pelanggan dan menyebabkan pelanggan tidak tertarik lagi menggunakan jasa perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan (Nurmayanti, 2013). Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian apabila ada pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan, maka perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperbaiki pelayanannya. Pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan.

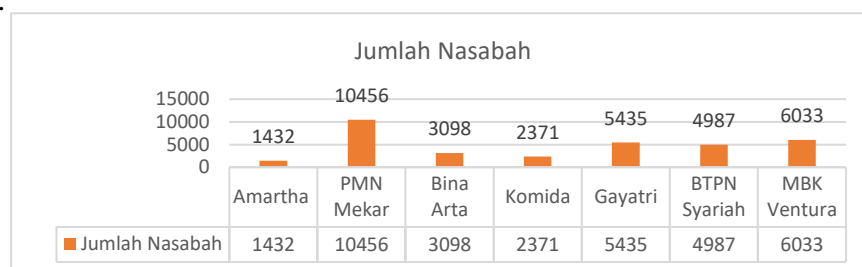
Konsep kepuasan pelanggan mutlak diperlukan dalam peta persaingan bisnis yang semakin meningkat tajam, preferensi dan perilaku pelanggan berubah. Teknologi informasi dan mesin transaksi koperasi/perbankan berkembang dengan cepat mendorong organisasi bisnis untuk lebih fokus menghadapi kepuasan pelanggan untuk menjamin pengembangan bisnis koperasi/perbankan. Kepuasan pelanggan bergantung kepada persepsi pelanggan. Sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan berkualitas, maka kualitas itu dapat memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan (Nurmayanti, 2013).

Koperasi Amartha pionir *fintech peer to peer lending* pemberdayaan perempuan pengusaha mikro di desa, hingga Mei 2020 telah menyalurkan pendanaan Rp 2,41 Triliun kepada 506 ribu Mitra, dengan tingkat keberhasilan pengembalian pinjaman (TKB) 90 hari mencapai 99,14%. Sektor ultra mikro di pedesaan sangat tangguh dan bahkan bisa menjadi motor penggerak perekonomian nasional, terbukti dengan terjaganya TKB yang mencapai 99,14% (Andi Taufan Garuda Putra, 2020).

Pada kenyataannya pelayanan pembiayaan atau pendanaan dari Koperasi Amartha kurang sesuai dengan harapan pada nasabah untuk mendapatkan pendanaan atau pinjaman untuk modal usaha karena di tahun lalu saat pandemi banyak sekali nasabah yang sangat membutuhkan modal untuk kelangsungan usahanya agar tetap bisa berjalan lancar (*reliability*). Koperasi kurang cepat dalam memenuhi harapan nasabah seperti penyaluran pinjaman untuk modal usaha (*responsiveness*). Transparansi dari karyawan koperasi dianggap kurang oleh

nasabah sehingga menimbulkan anggapan bahwa karyawan kurang jujur dalam proses penyampaian informasi dan tentang pemaparan pendanaan atau pinjaman modal (assurance). Nasabah yang berada jauh dari koperasi tidak terakomidir saat adanya pandemi covid-19 sehingga tidak mendapat perhatian secara khusus karena adanya pembatasan dari daerah setempat (emphaty). Banyak nasabah koperasi yang berdomisili di daerah pegunungan dengan koneksi rendah meyebabkan pemakaian aplikasi pembayaran dirasa kurang stabil dan sulit (tangible).

Anggota Koperasi Amartha pada saat ini berjumlah 6 sedangkan jumlah nasabah Koperasi Amartha berjumlah 1.432 Mitra. Koperasi Amartha harus meningkatkan kualitas pelayanan dikarenakan banyaknya persaingan antara lembaga keuangan sejenis seperti PNM Mekar, Bina Artha, Komida, Gayatri, BTPN Syarian juga MBK Ventura, sehingga persaingan koperasi di Kabupaten Mojokerto sangat ketat dan setiap koperasi harus meningkatkan kualitas agar tetap bertahan.



Gambar 1. 1 Jumlah nasabah lembaga keuangan di Mojokerto Tahun 2021

Tabel 1 Jumlah Nasabah Debitur Koperasi Amartha Cabang Mojopacet, Mojokerto Tahun 2017 – 2021

Tahun	Jumlah Nasabah Debitur
2017	2169
2018	2254
2019	2281
2020	1755
2021	1432

Sumber : Koperasi amartha Cabang Mojopacet, Mojokerto Tahun 2021

Berdasarkan jumlah nasabah debitur yang diperoleh dari Koperasi Amartha dari tahun 2017 sampai tahun 2019 menunjukkan adanya kenaikan nasabah dan di tahun 2020 sampai 2021 mengalami penurunan nasabah. Gambaran ini tidak sesuai dengan harapan Koperasi Simpan Pinjam dan masih besar keluhan dari nasabah debitur terhadap pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Amartha yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 2 Jumlah Kepuasan Nasabah Debitur Koperasi Amartha Cabang Mojopacet, Mojokerto Tahun 2018 – 2022

Tahun	Jumlah Kepuasan Nasabah
2017	2087
2018	2168
2019	2198
2020	965
2021	651

Sumber : Koperasi amartha Cabang Mojopacet, Mojokerto Tahun 2022

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa keluhan dari nasabah debitur Koperasi Amartha dari tahun 2020 sampai 2021 mengalami kenaikan. Pada tahun 2020 – 2021 dipengaruhi dalam hal pelayanan yang diterima seperti kurangnya keramahan karyawan, dan kurang tanggapnya karyawan dalam menyelesaikan keluhan nasabah. Adanya nasabah yang mengeluh terhadap pelayanan Koperasi Amartha mengidentifikasi adanya penurunan kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa yaitu Koperasi Amartha sehingga berdampak pada penurunan kepuasan nasabah.

Dari latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai dimensi kualitas layanan Koperasi Amartha Cabang Mojopacet. Judul yang diajukan oleh peneliti adalah “Pengaruh Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati Dan Bukti Fisik Dalam Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Koperasi Amartha”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan pembatasan masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan Keandalan (*Reliability*) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Koperasi Amartha?
2. Apakah kualitas pelayanan Daya Tanggap (*Responsiveness*) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Koperasi Amartha?
3. Apakah kualitas pelayanan Jaminan (*Assurance*) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Koperasi Amartha?
4. Apakah kualitas pelayanan Empati (*Emphaty*) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Koperasi Amartha?
5. Apakah kualitas pelayanan Bukti Fisik (*Tangible*) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Koperasi Amartha?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan dari pokok masalah agar peneliti bisa lebih terarah dan memudahkan pembahasan.

Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini sebagai beriku :

1. Penelitian dilakukan pada periode Maret sampai dengan Agustus 2022 yang berlokasi di Kantor Koperasi Amartha Cabang Mojopacet Mojokerto.
2. Data yang diperoleh untuk kebutuhan penelitian adalah jumlah nasabah ditahun terakhir sebelum dilakukan penelitian yaitu pada tahun 2021. Dimana pada tahun

tersebut angka gagal bayar sangat meningkat sejak adanya covid-19 dan pemberian pendanaan atau pinjaman untuk nasabah dihentikan sementara.

3. Peneliti melakukan penelitian ditahun 2022 dimana tahun ini adalah tahun dibuka kembali untuk proses pendanaan.
4. Sampel pada penelitian ini merupakan nasabah Koperasi Amartha yang bertempat tinggal pada wilayah pelayanan Cabang Mojopacet.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan Keandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan konsumen di Koperasi Amartha.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan Daya Tanggap (*Responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen di Koperasi Amartha
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan Jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan konsumen di Koperasi Amartha
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan Empati (*Emphaty*) terhadap kepuasan konsumen di Koperasi Amartha
5. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan Bukti Fisik (*Tangible*) terhadap kepuasan konsumen di Koperasi Amartha

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk melengkapi kajian teoritis yang berkaitan dengan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi penelitian yang lain di bidang keuangan.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat membuka kemungkinan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut tentang permasalahan yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

1. Sebagai sarana untuk menerapkan teori-teori yang relevan khususnya teori mengenai perkoperasian
2. Sebagai sarana menambah wawasan dan pengetahuan terkait masalah yang diteliti khususnya perkoperasian.

b. Bagi Mahasiswa

Sebagai bahan referensi pengetahuan mahasiswa tentang perkoperasian dan dapat menambah koleksi pustakan yang bermanfaat bagi mahasiswa.

c. Bagi Instansi Terkait

- 1) Dapat menjadi referensi oleh pengurus dalam kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Koperasi Amarthia Cabang Mojopacet.
- 2) Dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan sebagai langkah perbaikan baik dalam aspek pelayanan, manajemen maupun kepatuhan syariah.