

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Industri jasa sangat beragam dan berkaitan dengan empat sektor utama: (1) sektor pemerintah, seperti kantor pos, kantor pelayanan pajak, kantor polisi, rumah sakit, sekolah, bank pemerintah, dan seterusnya; (2) sektor nirlaba swasta, seperti sekolah, universitas, rumah sakit, lembaga *charity*, yayasan dan sebagainya; (3) sektor bisnis, seperti penerbangan, perbankan, hotel, perusahaan asuransi, konsultan, *real estate* dan seterusnya; dan (4) sektor manufaktur, yang juga melibatkan para pekerja jasa, seperti akuntan, operator komputer, penasihat hukum, arsitek, dan sebagainya (Tjiptono, Fandy, 2004:15).

Sektor jasa perekonomian mengalami periode perubahan yang hampir revolusioner di seluruh dunia, pendatang baru inovatif yang menawarkan standar jasa baru telah sukses di pasar, dimana pesaing yang telah mapan gagal memenuhi keinginan pelanggan yang banyak menuntut sekarang ini. Tren ini mencerminkan kompleksitas dan keanekaragaman sektor jasa yang menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi para pemasar, baik barang maupun jasa (Lovelock, Christoper dan Wright, Lauren, 1999:7).

Menurut Kotler Philip (2000:428) jasa merupakan suatu perbuatan di mana seseorang atau suatu kelompok menawarkan pada kelompok atau

orang lain, sesuatu yang pada dasarnya tidak berwujud dan produksinya berkaitan atau tidak berkaitan dengan fisik produk.

Seiring dengan pesatnya perkembangan pemasaran jasa saat ini, pelayanan menjadi suatu hal yang sangat penting. Berbagai bidang usaha yang bergerak di bidang jasa berusaha untuk selalu meningkatkan kemampuannya dalam melayani dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini menjadikan pihak perusahaan harus mampu untuk menghasilkan kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan akan menimbulkan kepuasan dan ketidakpuasan terhadap pelanggan, seperti halnya yang terdapat dalam Koperasi Jasa Keuangan Syariah.

Undang-undang nomor 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian disusun untuk mempertegas jatidiri, kedudukan, permodalan, dan pembinaan koperasi sehingga dapat lebih menjamin kehidupan koperasi sebagaimana diamanatkan oleh pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945, yang menyebutkan bahwa:

Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.

Koperasi Jasa Keuangan Syariah adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak di bidang pembiayaan, investasi, dan simpanan sesuai pola bagi hasil (syariah). Dikeluarkannya Peraturan Pemerintah nomor 9 tahun 1995 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan pinjam oleh Koperasi serta Kepmen Koperasi dan UKM No.91/Kep/M.KUKM/IX/2004

tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha KJKS maka semakin jelas bahwa kegiatan Usaha Jasa Keuangan Syariah perlu ditumbuh kembangkan.

Persyaratan penting yang perlu dimiliki oleh Koperasi Jasa Keuangan Syariah (selanjutnya disebut KJKS) sebagai lembaga keuangan ialah harus menjaga kredibilitas atau kepercayaan dari anggota pada khususnya dan atau masyarakat luas pada umumnya. Pihak koperasi harus mampu mewujudkan kepuasan pelanggan dengan memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Sesungguhnya menciptakan, menjaga, dan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam perniagaan atau transaksi mereka justru akan membuka dan mendatangkan rezeki yang luar biasa, dan hal ini sudah diingatkan oleh Rasulullah Saw, dalam sabdanya: *Perhatikan olehmu sekalian perdagangan itu, sesungguhnya didunia ini ada sembilan dari sepuluh pintu rezeki bersumber dari perdagangan* (H.R.Ahmad). Ini mengisyaratkan bahwa seberat apa pun tingkat kompetisi yang dihadapi, bisnis perbankan tetap akan mendatangkan keuntungan yang baik, halal dan barokah, sepanjang pihak perbankan Islam dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Hasan, Ali, 2010:84).

Menurut Kotler Philip (2005:70) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan

(*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). Pelanggan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan akan tidak puas. Kalau kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Apabila kinerja melampaui harapan, pelanggan akan sangat puas, senang atau bahagia (Kotler, Philip, 1998:51).

Sedangkan menurut Westbrook dan Reilly berpendapat bahwa:

Kepuasan pelanggan merupakan respons emosional terhadap pengalaman pengalaman berkaitan dengan produk dan jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Respons emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (atau keyakinan) terhadap objek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai (atau kebutuhan, keinginan dan hasrat) individual. (Tjiptono, Fandy, 2004:349).

Jadi sebenarnya menurut Gerson Richard (2001:3) kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Adanya persaingan yang cukup ketat diantara para penyedia jasa, membuat masing-masing penyedia jasa harus mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh para pelanggan, sehingga koperasi dapat mengusahakan kinerja yang lebih baik dari sebelumnya dalam pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Kualitas produk jasa perbankan dapat mempengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan melalui ketepatan waktu pelayanan penyampaian, ketersediaan produk dan layanan saat dibutuhkan, kebenaran janji promosi atas produk dan layanan, kesesuaian pesanan, keamanan dan keselamatan,

fleksibilitas pembayaran, ketersediaan fasilitas pelayanan, termasuk biaya administrasi serta kemampuan penyempurnaan produk layanan secara terus menerus tanpa batas (Hasan, Ali, 2010:88).

Pengukuran kepuasan pelanggan tidak hanya untuk menentukan bagaimana pelanggan menikmati jasa dan pelayanan yang diterima, tetapi juga harus mengidentifikasi apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan dari penyedia jasa (Gerson, Richard, 2001:26)

Sebenarnya tidaklah mudah mengukur kualitas dengan tepat, akan tetapi pada umumnya kualitas dapat dirinci. Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kesesuaian kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi suatu persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan.

Menurut Hasan Ali (2010:72), kemampuan menciptakan nilai bagi pelanggan akan sangat tergantung pada komitmen perusahaan terhadap kualitas. Produk yang dipersepsikan memiliki kualitas adalah produk yang memiliki kesesuaian dengan yang dibutuhkan atau diinginkan oleh pelanggan, dan secara konsisten dapat memenuhi kepuasan pelanggan tanpa “cacat” sedikitpun. Maka kualitas jasa merupakan keunggulan yang dimiliki oleh sebuah perusahaan untuk memenuhi harapan dan keinginan pelanggan. Perusahaan memberikan layanan dengan mengutamakan keunggulan untuk mencapai kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan.

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler, Philip, 2002:83). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Pihak koperasi harus mampu menghasilkan kualitas pelayanan yang baik, karena kualitas pelayanan yang diberikan koperasi akan menimbulkan kepuasan dan ketidakpuasan terhadap pelanggan.

Namun demikian berdasarkan dokumen awal yang ditemukan peneliti, menunjukkan masih rendahnya tingkat kepuasan pelanggan yang disebabkan oleh rendahnya kualitas pelayananan.

Untuk mengetahui apakah pihak manajemen telah memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan harapan pelanggan atau belum, maka perlu dilakukan penelitian terhadap pelanggan untuk mendapatkan gambaran mengenai kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Berkaitan dengan hal tersebut maka diambil judul **“KONTRIBUSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH “WANITA MANDIRI” KABUPATEN BOYOLALI”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Banyaknya persaingan di bidang jasa membuat banyak koperasi dalam hal ini Koperasi Jasa Keuangan Syariah “Wanita Mandiri” untuk bersaing meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang di berikan. Penjabaran latar belakang masalah diatas, muncul masalah yang diidentifikasi yaitu: kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik faktor internal maupun eksternal, didalamnya termasuk kualitas pelayanan.

## **C. Pembatasan Masalah**

Agar dalam penelitian ini dapat mencapai sasaran dan tujuan yang diharapkan secara optimal, maka perlu adanya pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilaksanakan pada pelanggan atau nasabah KJKS “Wanita Mandiri” Kabupaten Boyolali.
2. Penelitian ini hanya mencakup kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan KJKS “Wanita Mandiri” Kabupaten Boyolali.

## **D. Perumusan Masalah**

Rumusan masalah merupakan hal yang sangat penting dalam suatu masalah dan jika dirumuskan dengan jelas maka memberikan jalan yang mudah dalam memecahkan masalah yang ada. Menurut Sugiyono (2008:55) “rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya

melalui pengumpulan data”. Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Adakah kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah “Wanita Mandiri” Kabupaten Boyolali?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah “Wanita Mandiri” Kabupaten Boyolali.

#### **F. Manfaat**

Adapun hasil penelitian diharapkan akan bermanfaat antara lain di bawah ini :

1. Untuk menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan bagi para pembaca, mengenai tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan KJKS “Wanita Mandiri” Kabupaten Boyolali.
2. Memberikan masukan koperasi untuk dapat melihat kontribusi kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penentuan kebijakan selanjutnya.