

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Perkoperasian adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Dapat kita ketahui bahwa disamping ada koperasi yang sukses yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terdapat pula koperasi di Indonesia yang kinerjanya belum seperti yang diharapkan. Pada kategori ini dapat memberi beban psikis dan juga trauma bagi sebagian orang akan manfaat berkoperasi. Ada beberapa contoh untuk lebih meyakinkan bahwa sesungguhnya sistem koperasi mampu untuk mengelola usaha dengan baik, menyejahterakan anggotanya dan juga mempunyai fungsi sebagai perusahaan jasa yang menyediakan modal usaha untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.

Dewasa ini kendala utama yang dihadapi para pengusaha kecil dalam mendapatkan dana dari luar, khususnya kredit, adalah ketidakmampuan dan ketidaksiapan mereka untuk memenuhi persyaratan teknis. Para pengusaha kecil yang hanya berpendidikan rendah tidak memiliki asset yang dapat dijadikan jaminan, salah satu persyaratan yang berlaku secara umum untuk mendapatkan kredit dari perusahaan jasa.

Persaingan yang semakin ketat mendorong pihak koperasi melakukan usaha untuk menarik minat para nasabah, semua usaha tersebut dilakukan dengan maksud meningkatkan tingkat jumlah nasabah. Beberapa cara seperti

pemberian potongan, penambahan fasilitas, dan perbaikan kualitas pelayanan dilakukan pihak koperasi untuk memberikan kenyamanan bagi para nasabah. Pihak perusahaan berusaha memberikan pelayanan terbaik, akan tetapi tidak dapat dihindari bahwa dalam proses pelayanan tersebut ada kalanya terjadi kesalahan maupun kelalaian yang berujung pada ketidakpuasan nasabah .

Ketidakpuasan yang dirasakan oleh para nasabah sering diwujudkan dalam bentuk komplain yang harus segera diatasi oleh pihak koperasi. Menurut Hasan (2010:108) komplain adalah sebuah kata yang sering berkonotasi negatif bagi kedua pihak, baik bagi perusahaan maupun bagi konsumen. Sesuai dengan hasil penelitian sekitar 96% pelanggan yang tidak puas beralih ke perusahaan lain dan mereka tidak akan pernah kembali lagi.

Hal tersebut menjadi bahan pemikiran bagi pihak koperasi untuk benar-benar memperhatikan sekecil apapun komplain yang disampaikan oleh nasabahnya. Komplain yang disampaikan nasabah terhadap pihak koperasi dapat digunakan untuk mengidentifikasi ketidakpuasan dan kekecewaan nasabah atas pelayanan yang diberikan kepada mereka. Komplain juga bisa digunakan pihak koperasi untuk mengidentifikasi kelemahan dalam sistem penyampaian jasa kepada para nasabah, sehingga nantinya pihak perusahaan dapat mengambil tindakan korektif untuk meminimalkan kemungkinan terulangnya lagi masalah yang sama dikemudian hari.

Respon dari pihak koperasi atas komplain yang diterima dapat digunakan sebagai upaya pemulihan atas ketidakpuasan para nasabah. Respon

dari pihak koperasi tersebut diharapkan dapat mengubah ketidakpuasan yang dirasakan nasabah, dan mengubah perasaan tersebut sehingga nasabah merasa terpuaskan dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan. Nasabah yang terpuaskan dengan sendirinya akan kembali lagi ke tempat yang sama, tetap berlangganan atau meningkatkan pembelian ulang untuk jangka waktu yang lama, sekaligus menyebarkan informasi positif yang mereka terima kepada orang lain.

Akan tetapi jika nasabah merasa tidak puas akan timbul masalah yang lebih parah lagi karena dampak *negative word of mouth* (pemberitaan lisan negatif).

Menurut Zeithaml dalam Tjiptono (2001:29), *word of mouth* (pemberitaan mulut ke mulut) merupakan pernyataan (secara personal atau non personal) yang disampaikan oleh orang lain selain organisasi (service provider) kepada pelanggan. *Word of mouth* ini biasanya cepat diterima oleh pelanggan karena yang menyampaikannya adalah mereka yang dapat dipercayanya, seperti para ahli, teman, keluarga, dan publikasi media masa. Di samping itu *word of mouth* juga cepat diterima sebagai referensi karena pelanggan jasa biasanya sulit mengevaluasi jasa yang belum dibelinya atau belum dirasakannya sendiri.

Namun jika *word of mouth* ini bersifat negatif akan menimbulkan masalah yang dapat merugikan pihak perusahaan. Seringkali tempat makan kecil dengan lokasi yang tidak bisa dianggap strategis tetap ramai didatangi

pengunjung karena adanya *word of mouth* positif dari pengunjungnya kepada orang lain.

KSP Bhina Raharja Cabang Sukoharjo adalah salah satu dari sekian banyak KSP di Karisidenan Surakarta. Letaknya strategis karena berada tepat di dekat jalan utama Solo-Wonogiri. Peminjamnya bukan hanya anggota di koperasi ini saja yang dapat menjadi anggota tetapi masyarakat umum juga dapat menggunakan jasa atau meminjam dana dari koperasi ini.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada KSP Bhina Raharja Cabang Sukoharjo, sebagai salah satu perusahaan jasa perkoperasian di Sukoharjo, dengan judul: ” **Pengaruh Respon Pihak Koperasi Terhadap *Repurchase Intention* Dan *Negative Word Of Mouth Intention* Pada Ksp Bhina Raharja Cabang Sukoharjo** ”.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan yang ingin diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *apology, promptness, explanation, attentiveness, dan redress* berpengaruh signifikan pada *complainant satisfaction*?
2. Apakah *complainant satisfaction* berpengaruh signifikan pada *repurchase intention* (niat pembelian ulang)?
3. Apakah *complainant satisfaction* berpengaruh signifikan pada *negative word of mouth intention* (pemberitaan lisan negatif)?

4. Apakah *repurchase intention* (niat pembelian ulang) berpengaruh signifikan pada *negative word of mouth intention* (niat pemberitaan lisan negatif)?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah yang ditentukan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *apology, promptness, explanation, attentiveness, dan redress* pada *complainant satisfaction*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *complainant satisfaction* pada *repurchase intention* (niat pembelian ulang).
3. Untuk mengetahui pengaruh *complainant satisfaction* pada *negative word of mouth intention* (pemberitaan lisan negatif).
4. Untuk mengetahui pengaruh *repurchase intention* (niat pembelian ulang) pada *negative word of mouth intention* (pemberitaan lisan negatif).

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

1. Bagi perusahaan

Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kinerja para karyawan yang dapat dilihat dari komplain

yang disampaikan para nasabah, sehingga nantinya dapat memberikan dampak positif pada *repurchase intention* dan meminimalkan *negative word of mouth intention*.

## 2. Bagi akademis

Sebagai referensi ilmiah bagi penulisan yang lebih lanjut pada masalah yang sama/berkaitan.