

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA KOPERASI SERBA USAHA
SUMBER ARTHA DI MASARAN, SRAGEN**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

YENY MAHDARITA NINGSIH

B 100 060 103

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2010

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Intensitas persaingan berskala global menuntut pergeseran dalam dunia bisnis. Permasalahan yang dihadapi perusahaan tidak hanya bagaimana perusahaan tersebut memproduksi dan memasarkan produknya saja, akan tetapi adalah bagaimana suatu perusahaan adalah pandangan perusahaan tentang nasabah.

Misi dari suatu perusahaan tidak lagi berupa laba, melainkan penciptaan dan penambahan nilai bagi nasabah. Laba merupakan konsekuensi vital dari proses penciptaan dan penambahan nilai. Dengan demikian laba merupakan hasil atau akibat dari tujuan (Tjiptono, 2001: 18). Sementara itu, penambahan nilai mengandung arti penciptaan nasabah yang pas, karyawan yang loyal dan lebih besar. Kotler (1995: 42) mendefinisikan nilai sebagai pemikiran nasabah atas seluruh kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhannya.

Misi suatu lembaga atau perusahaan pada dasarnya dirumuskan dari sebuah pertanyaan “untuk apa lembaga atau perusahaan itu ada”. Keberadaan lembaga atau perusahaan tentunya berkaitan dengan produk atau manfaatnya bagi masyarakat atau pasar yang dilayaninya. Pernyataan misi ini tidak terlepas pula dari upaya suatu lembaga atau perusahaan itu untuk memenuhi

kebutuhan masyarakat dan mengantisipasi permasalahan yang dapat merugikan mereka.

Dalam perekonomian, masyarakat membutuhkan suatu lembaga keuangan yang dapat memberikan uang pinjaman kepada mereka. Dengan uang pinjaman ini masyarakat dapat melakukan aktivitas ekonomi untuk meningkatkan taraf hidupnya. Bila dalam suatu masyarakat tidak ada lembaga keuangan, maka mereka yang membutuhkan uang pinjaman akan menjual barang-barang miliknya atau meminjam uang kepada pelepas uang yang sering membebani bunga tidak wajar. Salah satu bentuk uang pinjaman yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat adalah kredit yang dilaksanakan oleh lembaga keuangan koperasi.

Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan. Koperasi bertujuan untuk menyejahterakan anggotanya. Pada Pernyataan Standard Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 27 (Revisi 1998), disebutkan bahwa karakteristik utama koperasi yang membedakan dengan badan usaha lain, yaitu anggota koperasi memiliki identitas ganda. Identitas ganda maksudnya anggota koperasi merupakan pemilik sekaligus pengguna jasa koperasi.

Umumnya koperasi dikendalikan secara bersama oleh seluruh anggotanya, di mana setiap anggota memiliki hak suara yang sama dalam

setiap keputusan yang diambil koperasi. Pembagian keuntungan koperasi (biasa disebut Sisa Hasil Usaha atau SHU) biasanya dihitung berdasarkan andil anggota tersebut dalam koperasi, misalnya dengan melakukan pembagian dividen berdasarkan besar pembelian atau penjualan yang dilakukan oleh si anggota

Koperasi diperkenalkan di Indonesia oleh R. Aria Wiriadmadja di Purwokerto, Jawa Tengah pada tahun 1896. Dia mendirikan koperasi kredit dengan tujuan membantu rakyatnya yang terjerat hutang dengan rentenir. Koperasi tersebut lalu berkembang pesat dan akhirnya ditiru oleh Boedi Oetomo dan SDI. Belanda yang khawatir koperasi akan dijadikan tempat pusat perlawanan, mengeluarkan UU no. 431 tahun 19 yang isinya yaitu:

- Harus membayar minimal 50 gulden untuk mendirikan koperasi
- Sistem usaha harus menyerupai sistem di Eropa
- Harus mendapat persetujuan dari Gubernur Jendral
- Proposal pengajuan harus berbahasa Belanda

Koperasi menjamur kembali hingga pada tahun 1933 keluar UU yang mirip UU no. 431 sehingga mematikan usaha koperasi untuk yang kedua kalinya. Pada tahun 1942 Jepang menduduki Indonesia. Jepang lalu mendirikan koperasi kumiyai. Awalnya koperasi ini berjalan mulus. Namun fungsinya berubah drastis dan menjadi alat jepang untuk mengeruk keuntungan, dan menyengsarakan rakyat.

Setelah Indonesia merdeka, pada tanggal 12 Juli 1947, pergerakan koperasi di Indonesia mengadakan Kongres Koperasi yang pertama di Tasikmalaya. Hari ini kemudian ditetapkan sebagai Hari Koperasi Indonesia.

Berdasarkan sejarah dan perkembangannya tujuan pendirian koperasi adalah untuk membantu meringankan beban masyarakat melalui anggota koperasi. Artinya keberadaan koperasi bukanlah didasarkan atas pertimbangan ekonomis atau mencari keuntungan semata, keberadaan koperasi ditujukan untuk membantu masyarakat golongan ekonomi lemah.

Operasional koperasi selalu berkaitan dengan pelayanan jasa. Pelayanan koperasi merupakan ujung tombak kualitas kinerja secara menyeluruh. Hal ini sebabkan koperasi merupakan instansi atau lembaga yang bersandar pada jenis usaha jasa. Peningkatan nasabah ataupun tingkat perputaran keuangan koperasi berasal dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Peran karyawan koperasi dalam pelaksanaan yang baik, tutur kata yang sopan, keandalan pelayanan dan ketanggapan terhadap keluhan nasabah, dapat menjadi daya tarik masyarakat menjadi nasabah. Kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah nasabah, memang bukan saja berasal dari kinerja pelayanan saja, melainkan dari beban keuangan yang ditetapkan oleh koperasi. Namun hal ini dapat diselesaikan bila penanganan dan pelayanan karyawan yang diberikan kepada nasabah lebih baik.

Kepuasan yang dirasakan nasabah tergantung dari persepsi mereka terhadap harapan dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Kualitas

layanan merupakan suatu bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Apabila harapan pelanggan lebih besar dari tingkat layanan yang diterima, maka nasabah tidak puas. Demikian pula sebaliknya, apabila harapan sama atau lebih kecil dari tingkat layanan yang diterima, maka nasabah akan puas. Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks, dikarenakan dampak *bad word of mouth*. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya.

Salah satu tolok ukur keberhasilan perusahaan yang bergerak di bidang jasa ini adalah banyak sedikitnya nasabah yang terjaring. Hal ini dipengaruhi oleh sejauh mana perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kepuasan nasabahnya. Apabila kinerja pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan nasabah maka kepuasan nasabah akan tercapai dan semakin banyak jumlah nasabah yang terjaring.

Kotler (1995: 42) mengemukakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dengan harapan-harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara

kinerja yang dirasakan dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, nasabah tidak puas. Kalau kinerja sesuai harapan, nasabah akan sangat puas. Serta apabila kinerja melampaui harapan, nasabah akan sangat senang atau sangat puas. Dimensi kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah *Responsiveness* (ketanggapan), *Reliability* (keandalan), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (perhatian), dan *Tangibles* (tampilan fisik).

Melihat lembaga keuangan ini merupakan industri jasa dimana kepuasan nasabah merupakan faktor yang terpenting, maka penelitian terhadap kualitas pelayanan dengan tujuan adanya peningkatan mutu layanan dan untuk jangka panjang mempertahankan pelanggan. Oleh karena itu, penulis terdorong untuk melakukan analisis dari segi kualitas pelayanan yang diberikan Koperasi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KOPERASI SERBA USAHA SUMBER ARTHA DI MASARAN, SRAGEN”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis mencoba merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi kualitas pelayanan (*Responsiveness, Reliability, Assurance, Empathy, Tangibles*) terhadap kepuasan nasabah Koperasi Serba Usaha Sumber Artha di Masaran, Sragen?

2. Dimensi kualitas jasa manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah Koperasi Serba Usaha Sumber Artha di Masaran, Sragen?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini, adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh antara dimensi kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada Koperasi Serba Usaha Sumber Artha di Masaran, Sragen;
- b. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Serba Usaha Sumber Artha di Masaran, Sragen.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

- a. Manfaat Praktis
 - 1) Dapat memberikan masukan ke Koperasi Serba Usaha Sumber Artha di Masaran, Sragen selaku objek penelitian untuk dapat mengetahui dan mengevaluasi hal-hal apa saja yang harus dibenahi untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang berorientasi pada kepuasan nasabah yang mendukung keberhasilan usaha;

2) Penelitian ini merupakan proses pembelajaran untuk dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama ini dan diharapkan dapat meningkatkan kemampuan meneliti.

b. Manfaat teoritis

Dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang akan mengadakan penelitian yang berhubungan dengan masalah yang sama.