

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini perkembangan dunia semakin lama mengalami kemajuan yang sangat signifikan. Menghadapi perubahan dan perkembangan zaman yang sangat pesat, sumber daya manusia yang berkualitas akan menjadi kekuatan bagi perusahaan untuk dapat mempertahankan perusahaannya, terutama dari gempuran pesaing usaha lainnya yang semakin ketat dan tajam. Menghadapi persaingan yang semakin tajam, peran sumber daya manusia yang berkualitas akan sangat membantu pencapaian tujuan perusahaan. Memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dapat juga membantu pemanfaatan kemajuan teknologi dalam menghadapi persaingan usaha, agar eksistensi dan kelangsungan hidup perusahaan tetap ada.

Ketika menjalankan usahanya dalam dunia yang terus berkembang seperti sekarang ini, perusahaan sangat membutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi dalam bidangnya. Usaha pencapaian tujuannya suatu perusahaan akan mengandalkan karyawan sebagai sumber daya untuk dapat melaksanakan kegiatan operasional perusahaan dengan baik. Di bandingkan dengan sumber daya lainnya, sumber daya manusia memiliki peranan yang lebih penting karena dari merekalah muncul ide, kreatifitas, keputusan, maupun inovasi yang akan sangat menentukan langkah perusahaan dalam mencapai tujuan. Produk apapun yang tidak terlepas dari unsur pelayanan baik itu jasa sebagai produk inti, maupun sebagai produk lengkap.

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Menurut penulis apabila pelayanan yang di terima sesuai dengan yang di harapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang di terima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipresepsikan ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang di terima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap buruk. (Tjiptono, 2011:433)

Hasil pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dapat menunjukan karakteristik atau atribut apa dari produk/jasa yang membuat pelanggan tidak puas. Menurut Suprpto (2011:45-46) tujuan dari pengukuran tingkat kepuasan pelanggan adalah agar dapat segera mengetahui faktor-faktor yang membuat para pelanggan tidak puas untuk segera di perbaiki, sehingga pelanggan tidak kecewa. Dalam memberikan pelayanan, setidaknya perusahaan harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut RATER yaitu *reability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi), dan *responsiveness* (cepat tanggap).

Peran karyawan sangat penting untuk menunjang keberhasilan setiap perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Karena karyawan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi persepsi pelanggan, karyawan merupakan bagian dari jasa itu sendiri. Sehingga bagi pelanggan, karyawan berfungsi sebagai komunikator sekaligus wakil dari citra perusahaan.

Menurut Lupiyoadi & Hamdani (2014:76) pelayanan diberikan kepada nasabah untuk mencapai tujuan kepuasan sehingga nasabah memberikan respon yang positif dan menunjukan loyalitas yang tinggi. Sedangkan menurut

Salomon (2012:298) mengemukakan bahwa terdapat hubungan yang erat diantara keseluruhan dimensi dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dari beberapa perusahaan, dimana pelanggan biasanya menilai suatu kualitas pelayanan berdasarkan 5 komponen yaitu kehandalan, jaminan, bukti fisik, komunikasi dan cepat tanggap.

Koperasi merupakan salah satu unsur yang penting sebagai penyangga perekonomian. Definisi operasi di Indonesia di landaskan Pancasila dan Undang-Undang No 25/1992 adalah 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. (Sattar, 2017:31)

Koperasi menjelma menjadi penggerak ekonomi rakyat kecil yang tangguh. Perkembangan koperasi yang begitu pesat terjadi di kabupaten Sidoarjo salah satunya adalah koperasi Artha Mitra Surya. Koperasi ini didirikan oleh Bapak Tedjo Sunarjadi Koperasi ini memiliki badan hukum 819/BH/MENEG.I/XII/2008.

Sejak berdirinya koperasi ini sudah banyak memberikan perkembangan yang pesat hingga saat ini, karena koperasi ini salah satu koperasi yang maju di Sidoarjo. Koperasi Artha Mitra Surya merupakan salah satu koperasi yang ada di Sidoarjo, tepatnya di bawah naungan Kantor Pos Sidoarjo yang merupakan perusahaan jasa yang bergerak dibidang lembaga keuangan, yaitu melayani anggota dan nasabah taspen dan asabri dalam melakukan peminjaman dana, pelunasan, dan penagihan. Keberhasilan koperasi Artha Mitra Surya dalam memuaskan kebutuhan nasabah di dasari pada komitmen untuk terus belajar dan maju. Di imbangi dengan penggunaan fasilitas kantor

yang memadai dan modern sesuai dengan perkembangan teknologi di lembaga keuangan.

Disisi lain koperasi Artha Mitra Surya Sidoarjo mempunyai kendala yakni jumlah anggota yang semakin menurun dalam 3 tahun terakhir. Tahun 2016 jumlah anggota aktif 125 nasabah, tahun 2017 anggota menurun menjadi 115 nasabah, sedangkan tahun 2018 anggota menjadi 102 nasabah. Hal ini terjadi dikarena anggota meninggal dunia dan berpindah pengurusan ke bank.

Berdasarkan uraian tersebut dapat di ketahui bahwasanya untuk membentuk kepuasan anggota koperasi maka pihak koperasi harus mengambil langkah-langkah yang di perlukan, sehingga para anggota akan merasa puas dengan layanan dan dukungan yang diberikan pihak koperasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota dan Dampaknya pada Loyalitas Anggota Koperasi Artha Mitra Surya Sidoarjo”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota Koperasi Artha Mitra Surya Sidoarjo ?
2. Apakah kepuasan anggota berpengaruh terhadap loyalitas anggota Koperasi Artha Mitra Surya Sidoarjo ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota Koperasi Artha Mitra Surya Sidoarjo ?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota Koperasi Artha Mitra Surya Sidoarjo ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota Koperasi Artha Mitra Surya Sidoarjo
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota Koperasi Artha Mitra Surya Sidoarjo
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota Koperasi Artha Mitra Surya Sidoarjo
4. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota Koperasi Artha Mitra Surya Sidoarjo

1.4 Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Manfaat akademis yang diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa.

2. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya Manajemen Pemasaran.

3. Kegunaan Praktis

Sebagai acuan dan bahan referensi bagi yayasan STIE Mahardhika dalam merencanakan strategi untuk memenuhi kepuasan konsumen untuk membentuk loyalitas mahasiswa Mahardhika.