

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di dalam dunia bisnis dan perkembangan jaman sekarang memang sangat berpengaruh besar, sehingga muncul banyak persaingan dari beberapa perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan dalam menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan serta memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan. Faktor pelayanan nasabah merupakan salah satu ujung tombak perusahaan dalam menjual produknya. Banyak tidaknya jumlah nasabah serta volume pembelian nasabah sangat besar pengaruhnya dari cara perusahaan melayani nasabah tersebut. Berbagai cara dilakukan untuk mencapai tujuan dalam berbisnis, misalnya melalui penyediaan produk-produk yang dibutuhkan masyarakat, penyediaan layanan jasa dan lain sebagainya. Selain itu pelayanan juga dibutuhkan dalam menjalankan bisnis karena pelayanan memiliki peranan penting dalam menunjukkan suatu kualitas bisnis. KSP Lima Garuda untuk meraih kesuksesan dalam persaingan harus mampu memberikan kualitas mutu pelayanan dan pemasaran yang baik agar nasabah merasa puas dengan produk yang ditawarkan.

Kualitas pelayanan, kualitas produk, pemasaran dan kepuasan nasabah merupakan satu kesatuan yang sulit dipisahkan, karena kualitas pelayanan, kualitas produk dan pemasaran yang diberikan suatu perusahaan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah. Strategi pemasaran merupakan upaya mencari posisi pemasaran yang menguntungkan dalam suatu usaha. Pemasaran menggunakan sistem terbuka dimana pengaruh dari semua faktor baik internal maupun eksternal sehingga lebih mampu mengadaptasi perubahan baik *internal* maupun *eksternal*. Pelayanan tidak hanya memerlukan pemasaran eksternal yang tradisional, tetapi juga internal marketing dan pemasaran interaktif, memastikan bahwa setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki dan menganut prinsip pemasaran yang tepat, terutama pada manajemen senior atau eksekutif kunci dalam perusahaan. Aktivitas *internal marketing* seluruhnya menciptakan suatu lingkungan *internal* yang mendukung kesadaran akan pelanggan dan perhatian terhadap penjualan. Internal marketing adalah proses komunikasi dan menciptakan budaya perusahaan yang berorientasi pelanggan.

Secara konseptual, produk adalah pemahaman subjektif produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan

kebutuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Dalam memasarkan produknya KSP Lima Garuda mempunyai cara atau strategi yang berbeda, dalam kaitannya seperti menentukan target pasar. Promosi dilakukan secara baik, tepat dan maksimal maka masyarakat akan tertarik dan mempercayakan uangnya untuk di investasikan maupun melakukan pembiayaan dan lain-lain kepada KSP Lima Garuda. Kualitas produk yang ditawarkan lembaga keuangan kepada anggotanya yang banyak memberikan manfaat dalam setiap kegiatan transaksinya. Produk adalah suatu barang nyata yang dapat terlihat atau berwujud dan bahkan dapat dipegang yang dirancang untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen KSP Lima Garuda. Produk dapat didefinisikan sebagai hasil produksi yang meliputi konsep total. Secara terpadu konsep tersebut meliputi barang, kemasan, merek, label, pelayanan, dan jaminannya. Pemasaran juga sangat penting dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan nasabah akan suatu produk dan jasa KSP Lima Garuda. Pemasaran merupakan kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Tanpa kegiatan pemasaran maka kebutuhan nasabah juga tidak akan terpenuhi.

Untuk mewujudkan kepuasan pelanggan tidaklah mudah, tetapi KSP Lima Garuda senantiasa memperbaiki kepuasan pelanggan dilakukan dengan berbagai macam strategi performa yang berpengaruh besar terhadap minat pelanggan sehingga diperlukan strategi yang jitu untuk melakukan hal tersebut. Pada hakikatnya strategi kepuasan pelanggan akan menyebabkan pesaing harus bekerja keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut pelanggan. Pada setiap perusahaan menerapkan bisnis strategi kombinasi antara lain strategi *ofensif* dan strategi *defensif*. Untuk meraih kesuksesan dalam persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kualitas mutu pelayanan dan pemasaran yang baik agar nasabah merasa puas dengan produk yang ditawarkan. Nasabah secara langsung atau tidak langsung akan memberikan penilaian terhadap jasa yang akan dibeli atau yang pernah dikonsumsi. Tergantung pada bagaimana kinerja aktual dibandingkan dengan kinerja yang diharapkan, mereka akan mengalami emosi yang positif negatif atau netral. Tanggapan emosional ini bertindak sebagai masukan atau input dalam persepsi kepuasan atau ketidakpuasan menyeluruh mereka. Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari KSP Lima Garuda mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan dari pemasaran yang dilakukan KSP Lima Garuda .

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Lima Garuda Cabang Bekasi**

<b>Produk</b>	<b>Jumlah Nasabah Tahun 2017</b>	<b>Jumlah Nasabah Tahun 2018</b>
Simpanan	1.560	1.760
Simpanan Berjangka	431	540
Pembiayaan	16.830	18.810

Sumber : Koperasi Simpan Pinjam Lima Garuda Cabang Bekasi 2018

Dari tabel diatas bahwa jumlah nasabah setiap produk yang terdapat di Koperasi Simpan Pinjam Lima Garuda Cabang Bekasi berbeda-beda. Pada produk simpanan dan pembiayaan tahun 2017 sampai dengan tahun 2018 terdapat peningkatan nasabah ini berarti nasabah percaya dengan produk yang ditawarkan Koperasi Simpan Pinjam Lima Garuda Cabang Bekasi. Faktor pelayanan nasabah merupakan salah satu ujung tombak perusahaan dalam menjual produknya. Banyak tidaknya jumlah nasabah serta *volume* pembelian nasabah sangat besar pengaruhnya dari cara perusahaan melayani nasabah tersebut. Disamping itu ada beberapa alasan lain dari para anggota dalam memilih KSP Lima Garuda , yaitu: KSP Lima Garuda terkenal, produk bervariasi, teknologi canggih, layanan memuaskan, hadiah, keamanan terjamin, bergengsi, dan perhatian karyawan secara individu kepada anggota.

Koperasi Simpan Pinjam Lima Garuda didirikan pada tanggal 19 Juni 2008, berdasarkan Akta Notaris No.075 dari Andi Fatma Hasiah, Sarjana Hukum, Notaris di Bekasi. Akta pendirian ini telah mendapat pengesahan dari Menteri Negara Koperasi, Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. 759/ BH/ MENEG.I/ V/ 2008 tanggal 30 Mei 2008. Anggaran Dasar Koperasi saat ini telah mengalami perubahan, perubahan tersebut dilakukan berdasarkan akta No.62 tanggal 05 September 2014 yang dibuat oleh notaris H. Ade Ardiansyah,SH. M.Kn dan telah mendapatkan persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia berdasarkan Surat Keputusan Nomor : AHU-436.AH.02.01-Tahun 2011 Tanggal 06 Juni 2011. Perubahan antara lain meliputi Perubahan Anggaran Dasar Koperasi. Falsafah pendiri Koperasi Lima Garuda adalah “ Sukses lahir dari semangat, niat baik, kejujuran, dan keuletan yang diiringi dengan doa”. Nilai yang mendasari Koperasi Lima Garuda yaitu : kekeluargaan, menolong diri sendiri, bertanggungjawab, demokrasi, persamaan, berkeadilan, dan kemandirian.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini berusaha mengetahui dan menganalisis faktor- faktor pelayanan yang mempengaruhi kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Lima Garuda. Oleh karena itu, diambil judul penelitian

**“Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah koperasi simpan pinjam lima garuda cabang bekasi”**

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Lima Garuda?
2. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Lima Garuda?
3. Apakah ada pengaruh kualitas Pelayanan dan kualitas Produk Terhadap kepuasan Nasabah di koperasi lima garuda cabang bekasi

### **1.3 Batasan Masalah**

Dalam penyusunan proposal skripsi penulis membatasi masalah yaitu :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Koperasi Simpan Pinjam Lima Garuda.
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Koperasi Simpan Pinjam Lima Garuda

### **1.4 Rumusan Permasalahan.**

Dari hasil penelitian penulis merumuskan permasalahan tentang memperoleh informasi kepuasan nasabah Koperasi Simpan Pinjam Lima Garuda dalam pembangunan ilmu penelitian dibidang manajemen pemasaran kualitas pelayanan, produk hingga membuat nasabah percaya pada KSP Lima Garuda

1. Bagaimana memberikan pelayanan dan informasi yang baik dan sejelas-jelasnya pada nasabah.
2. Bagaimana memberikan pertimbangan dalam menentukan strategi atau langkah-langkah yang lebih baik dengan mengetahui faktor – faktor apa saja yang dibutuhkan untuk kepuasan nasabah supaya dapat mamenuhi atau meningkatkan target dari tahun ke tahun.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah saat melakukan transaksi di Koperasi Simpan Pinjam Lima Garuda
2. Untuk menganalisis apakah indikator produk berpengaruh terhadap kepuasan menjadi anggota Koperasi Simpan Pinjam Lima Garuda
3. Untuk menganalisis apakah pelayanan dan produk berpengaruh terhadap kepuasan menjadi nasabah Koperasi Simpan Pinjam Lima Garuda.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Dapat menerapkan teori yang telah diperoleh penulis dibangku kuliah dan mencoba untuk menerapkan ilmu yang pernah penulis terima serta untuk tambahan informasi dan memperluas pengetahuan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.

### **1.7 Sistematik Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka di susunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **Bab I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

#### **Bab II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab dua ini dijelaskan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis.

**Bab III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

**Bab IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang profil perusahaan yang diteliti, hasil analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

**Bab V : PENUTUP**

Pada bab terakhir ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada koperasi simpan pinjam.

