BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada perkembangan di negara-negara maju, sangat besar pengaruhnya di segala bidang terutama dalam mewujudkan kesejahteraan umum, salah satunya adalah perkembangan dibidang perekonomian, yang menjadi prioritas utama dalam pembangunan nasional, termasuk Indonesia sebagai negara berkembang. Dengan adanya perkembangan pembangunan dibidang perekonomian, maka diharapkan hasil dari sektor tersebut dapat dirasakan dan dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat, serta mampu meningkatkan pendapatan nasional.

Setiap perusahaan dengan cepat melakukan perubahan yang sangat mendasar dalam perusahaannya yaitu salah satu nya ialah melakukan pelayanan yang terbaik bagi setiap konsumen. Hal ini dilakukan untuk pencapaian tujuan bagi perusahaan itu sendiri. Banyak perusahaan yang gulung tikar, dikarenakan Tidak mampu beradaptasi dengan konsumen dan tidak mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Perusahaan yang tidak mengerti akan keinginan para pelanggan atau konsumen, tentu akan ditinggalkan oleh pelanggan. Padahal pemasukan terbesar dari perusahaan itu sendiri ialah konsumen atau pelanggan, apabila kejadian seperti ini terus berlanjut, maka perusahaan itu sendiri akan bangkrut.

Kualitas layanan yang berati memberikan suatu layanan kenyamanan kepada pelanggan atau konsumen, dengan harapan memberikan kepuasan yang maximal kepada pelanggannya. Dengan begitu perusahaan menjalin suatu hubungan (mutualisme) hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan konsumennya atau yang disebut pihak pertama dengan pihak kedua.

Namun akhir-akhir ini banyak para pelanggan yang beralih dari suatu perusahaan ke perusahaan lainnya, dikarenakan layanan yang kurang memadai dari suatu perusahaan kepada para pelanggannya. Banyak perusahaan yang menginginkan keuntungan atau *profit* secara optimal, namun kurang memikirkan apa yang dinginkan oleh pelanggan atau kosumen, tentunya hal ini akan berpengaruh terhadap kepuasan atau loyalitas konsumen.

Secara umum Kepuasan Konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya, yang menyebabkan pula terbentuknya suat kesetiaan atu loyalitas dari pelanggan itu sendiri. Loyalitas pelanggan sangat diperlukan bahkan diutamakan oleh berbagai perusahaan. Karena konsumen atau pelanggan adalah pemasukan terbesar bagi berkembangnya perusahaan itu sendiri.

Arti dari loyalitas sendiri, menurut Gronroos dalam Sutisna (2003:26) ialah:

“Kesetiaan para konsumen terhadap perusahaan”

Tentunya dari pendapat pakar tersebut, yang berati bahwa loyalitas bisa diartikan suatu kepercayaan yang diberikan terhadap perusahaan.

Kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan atau konsumen terhadap perusahaan, di karenakan suatu nilai tambah yang lebih dahulu diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya. Nilai tambah yang diberikan oleh dapat berupa suatu kulitas layanan yang memuaskan para konsumen.

Arti dari Layanan atau jasa, menurut Zeithaml dan Bitner dalam Buchari Alma (2002:26) ialah:

"Suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk fisik. Biasanya dikonsumsi secara bersamaan seiring dengan produksinya, dan memberikan nilai tambah (seperti Kenikmatan, Hiburan, Santai, dan Kesehatan) yang intinya tidak berwujud bagi pembeli).

Makna diatas bahwa jasa atau layanan tidak berupa fisik atau berwujud,namun memberikan kepuasan tersendiri terhadap pembeli.

Maka dari arti tersebut apabila layanannya baik akan memberikan suatu kepuasan dan loyalitas konsumen tersendiri terhadap perusahaan tersebut.

Banyak perusahaan yang gulung tikar, dikarenakan tidak mampu beradaptasi dengan konsumen dan tidak mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Perusahaan yang tidak mengerti akan keinginan para pelanggan atau konsumen, tentu akan

ditinggalkan oleh para pembeli. Padahal pemasukan terbesar dari perusahaan itu sendiri ialah konsumen atau pembeli, apabia kejadian seperti ini terus berlanjut, maka perusahaan itu sendiri akan bangkrut.

Salah satu dari manfaat kualitas layanan adalah memberikan kepuasan terhadap konsumen, sehingga memberikan timbal balik bagi perusahaan, yaitu loyalitas para konsumen dan tentunya memberikan keuntungan optimal yang signifikaan, bagi perusahaan tersebut.

Pada pinsipnya perusahaan menginginkan keuntungan yang optimal. Dengan memberikan kulitas layanan kepada konsumen, bertujuan untuk mendapatkan kesetiaan konsumen bagi perusahaan itu sendiri yang berati keuntungan bagi perusahaan. Sehubungan dengan uraian-uraian diatas, penulis merasa tertarik untuk mengadakan Penelitian tentang analisis kualitas layanan. Dalam hal ini penulis memilih Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB) dengan landasan dari anggota oleh anggota untuk anggota, tentunya akan memberikan kesan tersendiri bagi penulis, bagaimana menerapkan Kualitas Layanan di dalam koperasi pada anggota maupun non anggota. Karena dalam kasusnya sendiri baik anggota maupun non anggota masih ada saja yang merasa, kurang nya layanan yang diberikan oleh koperasi tersebut, sehingga banyak pelanggan yang lebih memilih tempat lain untuk bertransaksi. Hal ini mencerminkan kurangnya rasa kepuasan dan loyalitas dari pelanggan, baik anggota maupun non anggota.

Data Penjualan atau transaksi pada minimarket pada tahun 2011

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	41
2	Februari	57
3	Maret	58
Jumlah		156

Sumber : koperasi KPKB

Dari data diatas terlihat hanya sedikit sekali kegiatan transaksi di kpkb, dan dari pra penelitian yang sudah saya lakukan, adanya beberapa faktor yang menimbulkan kurangnya kepuasan dan loyalitas dari pelanggan kpkb sendiri.

Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB) sendiri berdiri pada tanggal 11 Mei 1962 yang diberi nama Koperasi Pegawai Otonom Kotapraja Bandung disingkat "KPOKB". Pada tahun 1966 namanya diubah menjadi Koperasi Pegawai Kotamadya Bandung disingkat "KPKB".

Dalam hal ini penulis memilih Koperasi pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB), Sebagai pokok pembahasan masalah, penyusunan Laporan usulan penelitian ini dengan judul :

"ANALISIS KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN, PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KOPERASI PEGAWAI PEMERINTAH KOTA BANDUNG (KPKB)".

1.2 Identifikasi Masalah

Pada umumnya setiap perusahan menginginkan para konsumen mempunyai kepuasan dan loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan, maka dari itu perusahaanpun harus memberikan kualitas layanan kepada konsumen sebagaimana yang diharapkan.

Upaya untuk meningkatkan kualitas layanan dapat bermacam-macam**,** antara lain : Pemberian balas jasa yang lebih besar, pemberian diskon kepada pembeli, pemberian informasi yang benar kepada pembeli. Dalam hal ini penulis membatasi masalah hanya pada peningkatan kualitas layanan pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka akan diteliti masalah analisis kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Dengan demikian dapat dapat dirumuskan sebagai berikut:

1) Bagaimana kualitas layanan pada Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB)?
2) Bagaimana kepuasan yang dirasakan oleh Pelanggan Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB)?
3) Bagaimana loyalitas Pelanggan pada Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB)?

4) Seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB)?

1.3 Maksud penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk memperoleh data, informasi, dan suatu gambaran mengenai analisis kualitas layanan pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Hasilnya akan digunakan sebagai bahan penyusunan usulan penelitian.

Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Untuk mengetahui Bagaimana kualitas layanan pada Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB)?
2) Untuk mengetahui Bagaimana kepuasan Pelanggan pada Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB)?
3) Untuk mengetahui Bagaimana loyalitas Pelanggan pada Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB)?
4) Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB)?

1.4 Kegunaan penelitian

Dengan diadakannya penelitian yang diwajibkan kepada setiap mahasiswa/I akan memberikan manfaat yang berguna bagi:

1.4.1 Kegunaan praktis

a) Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberi masukan dan pertimbangan dalam melakasanakan kualitas layanan sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Selain itu juga dapat dijadikan landasan bagi penulis untuk memberikan sumbangan saran dan masukan di dalam melaksanakan usaha dan manajemen dalam kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

b) Bagi Pihak terkait

Sebagai sumber informasi yang dapat bermanfaat dan mengetahui tentang analisa kualitas layanan pengaruhnya terhadap tingkat loyalitas konsumen.

c) Bagi pihak lain

Dengan hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran bagi perusahaan yang bergerak di bidang yang sama.

1.4.2 Kegunaan Akademis

a) Bagi penulis

menambah pengetahuan bagi penulis mengenai kegiatan-kegiatan pemberian kredit, terutama pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen, serta sebagai bahan pembanding antar teori yang didapat dalam bangku kuliah dengan pelaksanaan dilapangan.

b) Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Menambah wawasan keilmuan dibidang manajemen terutama tentang pengaruhnya kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen.

c) Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi yang bergunadalam melaksanakan penelitian maupun studi lebih lanjut serta bahan rujukan dalam melihat keaadaan perusahaan secara benar dan obyektif.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam memenuhi mata kuliah metodelogi penelitian ini, penulis melaksanakan Penelitian di Koperasi Pegawai Pemerintah Kota Bandung (KPKB) yang berada di Jalan Wastukancana No. 5 Bandung. Dan penelitian ini dilakukan selama satu bulan yaitu dimulai dari bulan Juli sampai dengan Agustus.

Tabel 1.1

Waktu Pelaksanaan Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Usulan Penelitian																				
2	Pelaksanaan Penelitian																				
3	Bimbingan																				
4	Skripsi																				