

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1. Latar Belakang Masalah**

Koperasi simpan pinjam adalah suatu lembaga yang bergerak dalam jasa keuangan, yang mempunyai kedudukan sangat besar dalam menunjang kemajuan masyarakat. Peran koperasi simpan pinjam adalah penyediaan dana yang dipinjamkan oleh masyarakat guna untuk mengembangkan sektor riil dalam mengembangkan usahanya. Koperasi memiliki peran yang positif dalam peningkatan kemajuan perekonomian di Indonesia, dan peran koperasi diantaranya dalam kemajuan anggota maupun bagi masyarakat, hal ini dijelaskan dalam Undang-Undang Dasar 1945 yang tertera dalam pasal 33 ayat (1) yang berbunyi perekonomian Indonesia disusun sebagai usaha bersama atas dasar kekeluargaan Hadhikusuma dkk, (2000).

Salah satu koperasi yang menerapkan persaingan saat ini adalah koperasi simpan pinjam (KSP) Aroja Jaya Abadi yang berada di Kabupaten Pati. Persaingan yang semakin ketat dalam memilih koperasi yang bermunculan di setiap kabupaten dan pelayanan, jasa simpan pinjam yang ditawarkan beraneka macam sehingga akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap koperasi simpan pinjam (KSP). Hal ini menentukan KSP Aroja Jaya Abadi untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding dengan koperasi simpan pinjam lain-lainya.

Koperasi Aroja Jaya Abadi adalah badan usaha milik sekelompok orang yang mengorganisasikan berbagai kegiatan ekonomi. Koperasi ini dipimpin oleh beberapa pengurus yang membawahi karyawan dan pembimbing penyuluh

lapangan (PPL). Kegiatan- kegiatan yang ada di koperasi yaitu simpan pinjam, learning center, griya tamu dan ESQ. Dari kegiatan yang dijalankan adalah koperasi simpan pinjam merupakan bisnis yang paling mendasar Sarjono & Putro (2018).

Koperasi Aroja Jaya Abadi adalah salah satu jenis Koperasi Serba Usaha (KSU). Koperasi Serba Usaha adalah koperasi yang dikelola oleh siapa saja yang sangat utama yaitu di kota-kota besar. Kehadiran KSU ini sangat penting sekali untuk menunjang perekonomian perkotaan karena kebutuhan usaha dan hidup di kota semakin tinggi. Begitu juga halnya Koperasi Aroja Jaya Abadi yang berdiri di tengah-tengah kota Pati untuk membantu masyarakat yang ingin mendirikan usaha dan untuk kesejahteraan hidup masyarakat.

Zaman era globalisasi, para pelaku di bidang ekonomi dan perbankan, banyak perusahaan memfokuskan usahanya agar tetap mempertahankan nasabah yang loyal. Karena di dalam sektor jasa keuangan telah memungkinkan konsumen untuk memilih alternatif jasa dalam memenuhi kebutuhan mereka. Persaingan lembaga keuangan saat ini semakin ketat seiring persaingan ekonomi ASEAN dan koperasi mengarahkan strategi dalam peningkatan kepuasan nasabah, serta loyalitas pelanggan melalui kepuasan nasabah yang lebih baik dan demikian pula dengan lembaga keuangan yakni koperasi.

Kolter & Keller (2012) menyatakan nilai anggota adalah selisih antara penilaian pelanggan prospektif atas semua manfaat dan biaya dari suatu penawaran. Nilai total pelanggan (*total customer value*) adalah nilai moneter

yang diharapkan pelanggan dari suatu penawaran yang disebabkan oleh produk jasa dan citra merek yang terlibat. Semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan oleh pelanggan maka semakin besar kemungkinan akan terjadi hubungan transaksi dan hubungan jangka panjang dengan nasabah.

Kualitas pelayanan adalah berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan dalam upaya untuk memenuhi harapan kepada para konsumennya Atmaja (2018). Terkait dengan pengaruh dari kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas, Wahyoedi & Saparso (2019) mempunyai pendapat bahwa loyalitas akan terciptanya dari konsumen yang merasa puas setelah mendapatkan pelayanan dari perusahaan.

Harry, Zulkarnain, & Lilis (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci kesuksesan dalam suatu pelanggan. Koperasi Simpan Pinjam yang bergerak dalam bisnis jasa koperasi yang berdasarkan dengan asas kepercayaan, maka masalah kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan atau kesuksesan dalam bisnis ini. Kualitas pelayanan dapat diartikan tingkat keungulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dalam pemberian jasa harus memberikan pelayanan yang prima dan unggul.

Loyalitas anggota merupakan salah satu kunci kesuksesan dalam koperasi, untuk menciptakan loyalitas pelanggan maka memerlukan minat beli Keller & Kotler (2011). Berdasarkan teori, loyalitas terbentuk dari kepuasan. Teori diskonfirmasi harapan atau *expectancy disconfirmation theory* menjelaskan bahwa loyalitas di dalam produk atau jasa, hasilnya dapat di

bandingkan secara langsung. Sebuah koperasi agar bisa mendapatkan loyalitas dari anggota, sebaiknya perusahaan harus memperhatikan faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota. Adanya kualitas pelayanan tersebut perusahaan bergerak dalam pelayanan jasa dan kualitas pelayanan harus selalu diutamakan.

Kepuasan dapat tercapai apabila sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui suatu harapan pelanggan. Kepuasan lebih mengarah pada perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang muncul setelah membandingkan produk maupun jasa dari apa yang mereka pikirkan dengan apa yang mereka dapatkan.

Nilai merujuk pada perbandingan antara manfaat yang didapat dari sebuah produk dengan pengorbanan yang harus dikeluarkan untuk memperoleh manfaat. Hal ini merupakan bentuk penelitian konsumen tentang kapasitas sebuah produk dalam memuaskan kebutuhan mereka. Semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan oleh anggota maka semakin besar kemungkinan terjadinya hubungan (transaksi).

Kedekatan emosional merupakan hubungan antara pelanggan dengan perusahaan, karena adanya kedekatan dan keterkaitan. Maka pihak pelanggan harus mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan agar semakin baik dalam melayani pelayanan atau menghadapi nasabah. Hubungan antara emosi yang diperhatikan oleh penyedia jasa dan keluarnya seperti mood pelanggan terhadap kepuasan dan perilaku.

Namun demikian, terdapat *fenomena gap* yang terjadi dalam penelitian ini. Nilai pelanggan yang dirasakan oleh anggota koperasi Aroja Jaya Abadi mengalami penurunan, seperti keluhan anggota yang tidak segera ditangani serta informasi terkait kesejahteraan anggota koperasi terkadang tidak tersampaikan secara jelas dan lain-lain. Selain itu juga kualitas pelayanan yang masih kurang serta tidak adanya kedekatan emosional antara karyawan dengan anggota sehingga dari hal tersebut maka akan berdampak pada kepuasan anggota sehingga ini juga berdampak pada loyalitas anggota Koperasi Aroja Jaya Abadi yang tidak bisa maksimal. Seorang anggota koperasi akan loyal terhadap koperasi yang dipilihnya apabila koperasi itu sendiri mampu memberikan nilai tambah yang lebih untuk anggotanya, misalnya seperti memberikan kualitas pelayanan yang prima maupun sikap ramah dan ikhlas kepada anggota (Hasil wawancara, Oktober 2021).

Terdapat juga beberapa perbedaan hasil penelitian yang menjadi *research gap* dalam penelitian ini. Menurut Alida (2007) nilai berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota. Sedangkan menurut Solechah dan Soliha (2015) nilai tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas, tetapi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian menurut Haid Dana dan Adinoto (2010), Nariswari dan Iriawan (2012) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Namun, di sisi lain, Huda dkk (2018) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas anggota. Penelitian menurut Sierra Mc Quity (2005) menunjukkan bahwa kedekatan

emosional berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota. Berbeda dengan penelitian Frieska Pamariadinata (2008) menunjukkan bahwa kedekatan emosional tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota.

Menurut Prasetya dan Ibrahim (2017) nilai anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Perbedaan hasil penelitian ditemukan oleh Hijriah dkk (2018) yang menunjukkan bahwa nilai anggota tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, Fika Ayu (2018) dan Garit Suhendra (2017) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Yusril (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Berdasarkan *fenomena* serta *research gap* di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH NILAI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEDEKATAN EMOSIONAL TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA MELALUI KEPUASAN (Studi Kasus pada Koperasi Aroja Jaya Abadi)”**.

## **2. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilaksanakan setelah proposal disetujui, selama kurang lebih 3 bulan mulai bulan September 2021 sampai November 2021.
2. Variabel endogen terdiri dari kepuasan anggota, loyalitas anggota, sedangkan variabel eksogen adalah nilai anggota, kualitas pelayanan, kedekatan emosional.

3. Penelitian ini mengambil obyek pada Koperasi Aroja Jaya Abadi
4. Responden dalam penelitian ini adalah pada anggota Koperasi Aroja Jaya Abadi

### 3. Perumusan Masalah

Fenomena yang terjadi pada Koperasi Simpan Pinjam Aroja Jaya Abadi adalah sebagai berikut:

1. Rendahnya nilai yang dirasakan, seperti keluhan anggota yang tidak segera diatasi serta informasi terkait kesejahteraan anggota koperasi terkadang tidak tersampaikan secara jelas sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelayanan serta loyalitas pada Koperasi Aroja Jaya Abadi.
2. Adanya kualitas pelayanan yang rendah sehingga dapat mempengaruhi loyalitas nasabah pada Koperasi Aroja Jaya Abadi.
3. Tidak adanya kedekatan emosional antara karyawan dengan anggota sehingga dapat mempengaruhi loyalitas anggota pada Koperasi Aroja Jaya Abadi.
4. Kurangnya kualitas pelayanan di Koperasi Aroja Jaya Abadi sehingga dapat mempengaruhi kepuasan.

Dari permasalahan yang terjadi maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah nilai berpengaruh terhadap loyalitas anggota Koperasi Aroja Jaya Abadi?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota Koperasi Aroja Jaya Abadi?

3. Apakah kedekatan emosional berpengaruh terhadap loyalitas anggota Koperasi Aroja Jaya Abadi?
4. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas anggota Koperasi Aroja Jaya Abadi?
5. Apakah nilai berpengaruh terhadap kepuasan pada Koperasi Aroja Jaya Abadi?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pada Koperasi Aroja Jaya Abadi?
7. Apakah kedekatan emosional berpengaruh terhadap kepuasan pada Koperasi Aroja Jaya Abadi?

#### **4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh nilai terhadap loyalitas anggota Koperasi Aroja Jaya Abadi.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota Koperasi Aroja Jaya Abadi.
3. Untuk mengetahui pengaruh kedekatan emosional terhadap loyalitas anggota Koperasi Aroja Jaya Abadi.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas anggota Koperasi Aroja Jaya Abadi.
5. Untuk mengetahui pengaruh nilai terhadap kepuasan pada Koperasi Aroja Jaya Abadi.



6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada Koperasi Aroja Jaya Abadi.
7. Untuk mengetahui pengaruh kedekatan emosional terhadap kepuasan pada Koperasi Aroja Jaya Abadi.

## **5. Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Manajemen koperasi**

Dapat membantu pihak manajemen dalam pengambilan keputusan dalam informasi mengenai kualitas pelayanan yang tepat untuk kemandirian Koperasi Simpan Pinjam.

### **2. Bagi Nasabah**

Hasil penelitian ini dijadikan acuan untuk lebih berhati-hati dalam memilih Koperasi Simpan Pinjam (KSP) dengan cara lebih melihat kualitas yang diberikan dan penelitan nasabah.

### **3. Bagi Penulis**

Penelitian ini dapat membawahkan wawasan penulis khususnya mengenai nilai, kualitas pelayanan, kedekatan emosional, loyalitas anggota, kepuasan.