

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Koperasi adalah suatu badan usaha yang mengorganisir pemanfaatan dan sumber daya ekonomi para anggotanya atas dasar prinsip – prinsip koperasi dan kaidah usaha ekonomi untuk meningkatkan taraf hidup para anggota pada khususnya dan masyarakat daerah kerja pada umumnya, dengan demikian, koperasi merupakan 2 gerakan ekonomi rakyat dan soko guru perekonomian nasional. (Ikatan Akuntan Indonesia Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 27:2007) dalam Suminar Robiatul (2021). Dengan meningkatnya jumlah koperasi yang ada saat ini, diharapkan koperasi agar dapat tampil sebagai badan usaha yang sehat dan kuat, sehingga peran koperasi dalam perekonomian diharapkan meningkat dan memiliki manfaat yang besar bagi anggotanya dan masyarakat luas.

Koperasi CITRAMAS masuk sebagai koperasi serba usaha, Koperasi serba usaha (KSU) adalah koperasi yang kegiatan usahanya di berbagai segi ekonomi, seperti bidang produksi, konsumsi, perkreditan, dan jasa. Seperti koperasi CITRAMAS. Koperasi CITRAMAS terdiri dari empat unit dalam bagian usaha yaitu: Unit Swalayan Citramart, Unit Persewaan, Unit Printing dan Unit Simpan Pinjam. Yang akan menjadi sebagai objek bahan penelitian bagi penulis adalah di Unit Swalayan Citramart.

Koperasi CITRAMAS sebagai badan usaha yang bergerak di sektor jasa khususnya pelayanan swalayan Citramart, dituntut untuk dapat memberikan pelayanan semaksimal mungkin. Jasa pelayanan yang baik dan prima akan dirasakan oleh pelanggan apabila dapat melayani secara santun dan professional dengan prosedur yang sederhana, lancar, aman dan tertib.

Menurut Kotler (2019) dalam Ahmad Zikri1 dan Muhammad Ikhsan Harahap (2022:924) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan”. Dari Zeithaml, Berry, Parasuraman (2014) yang pernyataannya dikutip oleh Usmara (2013) dalam Jeni Ariasio (2019:6) menyatakan bahwa “kualitas yang dirasakan didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap keseluruhan keunggulan produk, sedangkan kualitas pelayanan yang dirasakan merupakan pertimbangan global yang berhubungan dengan superioritas pelayanan”.

Kualitas layanan dapat digambarkan sebagai ekspresi sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan harapan dan kinerja. Kualitas layanan dapat diidentifikasi dengan membandingkan persepsi pelanggan terhadap layanan yang benar-benar mereka terima. Kualitas layanan dengan demikian dapat didefinisikan oleh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan dari layanan yang diterima. Loyalitas pelanggan terhadap kualitas layanan dapat diukur dengan apakah kebutuhan pelanggan terpenuhi atau tidak, yang dinyatakan dalam sikap perilaku pelanggan terhadap produk atau layanan.

Kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Ketika konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterima, ia akan membandingkan jasa yang ditawarkan. Jika konsumen sangat puas, mereka akan membeli lagi dan merekomendasikan orang lain untuk membeli dari tempat yang sama. Kepuasan konsumen terpenuhi ketika proses penyampaian dari penyedia jasa ke konsumen sesuai dengan pemahaman konsumen.

Berbagai faktor seperti subjektivitas penyedia layanan, keadaan psikologis (konsumen atau penyedia layanan), kondisi lingkungan internal dan eksternal, berkontribusi pada fakta bahwa layanan sering disampaikan dengan cara yang berbeda dari persepsi konsumen. Menurut Kotler (2010:52) dalam Jeni Ariasio (2019:7) menyatakan bahwa "kepuasan konsumen adalah suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk atau jasa dan harapannya". Sedangkan Peter dan Olson (2013:157) dalam Jeni Ariasio (2019:7) menyatakan bahwa "kepuasan konsumen adalah konsep penting dalam konsep pemasaran dan penelitian konsumen. Sudah menjadi pendapat umum bahwa jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau jasa, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk atau jasa".

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil atau kinerja yang dirasakan kemudian dibandingkan dengan harapan. Menurut Umar (2005:65) dalam Dika Lambang Krisdianti (2019:3) menyatakan bahwa "kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen, senang atau kecewa setelah membandingkan antara apa yang diterima dan apa yang dia harapkan". Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan sesuatu yang penting dalam menyediakan pelayanan yang baik, lebih efisien dan efektif.

Dalam menghadapi hal tersebut, ada beberapa dimensi kepuasan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk menggunakan jasa swalayan Citramart antara lain *tangible*, meliputi penampilan ruangan swalayan Citramart, interior bangunan Citramart, dan penampilan karyawan Citramart, dimensi *reliability*,

meliputi kemampuan Citramart memberikan pelayanan yang terbaik, dimensi *responsiveness* yang meliputi kesediaan karyawan Citramart untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat, dimensi *assurance* yang meliputi sopan santun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan para konsumen, serta dimensi *empathy*, yang meliputi rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan pada konsumen.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila sebuah produk atau jasa dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, biasanya pelanggan akan merasa puas. Maka karena itu hampir setiap perusahaan saat ini menyadari bahwa pentingnya arti pelanggan bagi perusahaan dan berupaya keras untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN CITRAMART DI KOPERASI CITRA MANDIRI SEJAHTERA"**

1.2 Rumusan Masalah

Dalam mempermudah pemecahan masalah serta memperjelas masalah yang sebenarnya di penelitian ini, maka diperlukan rumusan masalah yaitu:

1. Apakah masing-masing variabel pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*) swalayan Citramart secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen?
2. Apakah seluruh variabel pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*) swalayan Citramart secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen?
3. Seberapa besar pengaruh determinasi pelayanan dari seluruh variabel (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*) di swalayan Citramart terhadap variabel kepuasan Konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui masing-masing tingkat kepuasan konsumen terhadap variabel kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*) di swalayan Citramart secara parsial.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*) Citramart secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan dari seluruh variabel (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*) swalayan Citramart terhadap kepuasan konsumen di Citramart.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan manfaat penelitian ini adalah diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung, adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:
 - a. Sebagai suatu pijakan dan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.
 - b. Penelitian ini dapat memberikan khasanah ilmu pengetahuan.

c. Sebagai syarat kelulusan mahasiswa akhir dalam ujian skripsi.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengalaman bagi peneliti serta memberikan informasi dan bisa dijadikan referensi bagi penelitian lainya terutama berkaitan dengan pelayanan terhadap konsumen dan bermanfaat dalam menerapkan teori yang di peroleh selama belajar di bangku kuliah yang berhubungan dengan ruang lingkup masalah yang di teliti.

d. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan untuk melaksanakan kegiatan motivasi dan disiplin kerja yang sesuai sehingga dapat meningkatkan Kualitas pelayanan terhadap konsumen.

e. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan kajian ilmu dan menambah referensi dalam dunia ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan Pelayanan konsumen dalam memenuhi Tingkat kepuasan konsumen.

1.5 Sistematika Bab

Dalam penulisan skripsi ini yang merupakan laporan dari hasil penelitian, direncanakan terdiri dari lima bab, masing-masing bab berisi:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika bab.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, Hipotesis penelitian yang mendasari masalah yang di teliti.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan menguraikan jenis penelitian dan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan Teknik analisis data serta variable penelitian dan sesuai kebutuhan penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang menguraikan hasil analisis dan bukti-bukti yang ditemukan dari permasalahan penelitian yang relevan dengan teori dan/atau konsep dan/atau hipotesis serta metode-metode yang digunakan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari keseluruhan penelitian dan saran serta agenda penelitian lanjutan yang penting dilakukan/dikembangkan.