

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kontrol kualitas yang tepat dapat memberikan kontribusi positif untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas memberikan nilai tambah berupa insentif khusus bagi pelanggan untuk membangun hubungan jangka panjang dan saling menguntungkan dengan perusahaan (Tjiptono, 2012).

Menurut Eryawati, Sudjipta et al (2016), kualitas adalah keadaan dinamis yang mempengaruhi produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan untuk memenuhi atau melebihi harapan. Pengertian kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas pelayanan atau kualitas pelayanan dapat ditetapkan dengan menunjukkan bahwa pelayanan yang sebenarnya memenuhi harapan konsumen. Jika pelayanan yang diterima memenuhi harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dapat dikatakan baik dan memuaskan. Sebaliknya, layanan dapat dianggap buruk atau tidak memadai. Artinya, ketika layanan yang diterima jauh dari harapan konsumen.

Menurut Parasuraman (Tjiptono, 2012), dalam penelitian tahun 1988, 10 dimensi pelayanan disederhanakan menjadi 5 dimensi utama yaitu kapabilitas. Integritas; Keandalan; Keamanan diintegrasikan ke dalam Keamanan, Akses, Komunikasi dan Kemampuan untuk Memahami Pelanggan disederhanakan menjadi Empati. Lima dimensi utama tercantum di bawah ini dalam urutan kepentingan relatif.

1. Reliability/Keandalan. Kemampuan untuk memberikan kinerja yang dijanjikan dengan cepat, akurat, dan lengkap.

2. Responsiveness yaitu kemauan dan kemampuan untuk membantu pelanggan dan menanggapi pertanyaan dengan cepat dan tepat.
3. Jaminan Keamanan. Yakni, pengetahuan dan kesopanan staf serta kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pada pelanggan.
4. Empati, kemampuan untuk memahami masalah pelanggan, bertindak atas nama mereka, dan melayani mereka secara pribadi.
5. Objek fisik, yaitu penampakan fisik, Fasilitas Pelayanan, Peralatan, Personil, dan Bahan/Alat Komunikasi.

Sementara banyak yang telah difokuskan akhir-akhir ini pada hubungan kualitas layanan-laba, beberapa melihat hubungan antara kualitas layanan yang dirasakan dan niat pembelian (Zeithaml, 2000).Lainnya melihat hubungan serupa, dan beberapa menemukan kepuasan sebagai hasil dari penilaian tersebut yang kemudian dikaitkan dengan niat pembelian yang dapat diterjemahkan ke dalam pendapatan aktual, seperti yang terlihat oleh beberapa di area ritel seperti penjualan

anggur (Cronin, Brady, & Hult, 2000; Dagger & Sweeney, 2006; O'Neill, Palmer, & Charters, 2002). Masih peneliti lain telah menemukan bahwa penilaian yang digunakan untuk membentuk ukuran kepuasan pelanggan telah disarankan untuk membantu.

Memaksimalkan retensi dan loyalitas pelanggan (Anderson & Mittal, 2000). Penelitian dari 30 artikel yang mempertimbangkan rantai kepuasan kualitas layanan membuktikan rantai tersebut, menunjukkan hubungan langsung dengan niat pembelian (Cronin et al., 2000). Niat berkelanjutan atau berkelanjutan untuk memilih penyedia layanan sebagian terletak pada kemampuan perusahaan untuk membuat pelanggan tetap setia, dengan kata lain, untuk terus membeli dari mereka (Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1996).

Koperasi adalah kesatuan ekonomi yang berdasarkan atas kekeluargaan dan perekonomian nasional. Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, koperasi adalah transaksi yang dibentuk oleh orang pribadi atau badan hukum. Kegiatan koperasi berdasarkan prinsip koperasi dan gerakan ekonomi nasional yang prinsip dasarnya adalah kekeluargaan. Menurut (Ropke, 2000), pengusaha koperasi memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh unit usaha lain, yaitu. anggota koperasi menjadi pelanggan sekaligus pemilik koperasi.

Koperasi merupakan wadah untuk mengembangkan kebebasan ekonomi dan menghimpun peluang pembangunan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Langkah strategis yang harus dilakukan koperasi agar tetap kompetitif dan mempertahankan eksistensinya adalah dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan kualitas pelayanan agar anggota koperasi merasa dihargai, puas, penting

atau diperhatikan dengan baik. Pelayanan yang mengutamakan pemeliharaan merupakan salah satu strategi untuk memenangkan persaingan. Peningkatan kualitas pelayanan dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan koperasi.

Koperasi unit desa dapat menjadi wadah bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam meningkatkan perekonomian pedesaan, misalnya dengan mendorong kegiatan usaha, pengembangan usaha dan peluang usaha anggota. Koperasi yang kuat tercermin dalam kemampuan mengembangkan dan mengelola pasar. Peran koperasi saat ini mulai berkembang, karena pada awalnya hanya melayani anggota koperasi, namun kini juga melayani masyarakat umum yang bukan anggota. Koperasi harus mampu memberikan solusi yang wajar kepada anggotanya melalui berbagai kebijakan insentif usaha dan meningkatkan pelayanan teknis untuk meningkatkan kepuasan anggota.

Hal yang penting dan harus diperhatikan adalah menjaga kepuasan dari anggota, karena ketidakpuasan dari salah satu anggota kemungkinan dapat disampaikan dari anggota yang merasa tidak puas terhadap anggota lain maupun calon anggota (Daryanto, 2014). Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan dapat menjadi salah satu cara untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan/anggota.

Kepuasan dan kepercayaan konsumen menjadi perhatian utama bagi perusahaan karena berpengaruh terhadap perkembangan penjualan. Kotler dan Armstrong (2001) menyatakan bahwa pelanggan yang puas membeli lagi dan menceritakan pengalaman baik mereka dengan produk kepada orang lain. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada beberapa aspek penting seperti membangun loyalitas pelanggan, memperkuat citra perusahaan, mengurangi elastisitas harga, mengurangi biaya transaksi di masa depan, dan meningkatkan efisiensi dan produktivitas karyawan (Griseda dan Muda 2007).

Meskipun ada beragam definisi kepuasan konsumen, dua formulasi populer: ditemukan dalam literatur - sementara (atau khusus transaksi) dan keseluruhan (atau kumulatif)kepuasan. Kepuasan sementara adalah hasil dari interaksi diskrit pada satu pertemuan layanan. Dengan demikian, kepuasan sementara harus ditangkap segera setelah setiap interaksi layanan. Kepuasan keseluruhan bersifat kumulatif dan evaluasi global konsumen dari sebuah perusahaan jasa terjadi setelah kesempatan pembelian (Bitner & Hubbert, 1994).

Pada Kabupaten Kuantan Singingi tepatnya di Kecamatan Pucuk Rantau terdapat 10 Desa dimana semua Desa memiliki BUMDes (Badan Usaha Milik Desa). Penulis memilih salah satu BUMDes di Desa Muara Petai untuk dijadikan sebagai penelitian. Terdapat tiga BUMDes yang ada di Desa Muara Petai, yaitu BUMDes WASERDA (Warung Serba Ada), BRI Link, dan Koperasi Simpan Pinjam. Penelitian ini terfokus pada BUMDes Koperasi Simpan Pinjam dimana

BUMDes Koperasi Simpan-Pinjam merupakan unit jasa pelayanan untuk memenuhi kebutuhan modal usaha pada masyarakat yang ada di Desa Muara Petai.

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah lembaga ekonomi desa yang dikelola oleh masyarakat dan pemerintah desa untuk memperkuat perekonomian desa dan dibentuk berdasarkan kebutuhan dan potensi desa, harus dibedakan dengan lembaga ekonomi masyarakat. Kontribusi Signifikan dalam Peningkatan Kesejahteraan Warga Negara Ekonomi, kesejahteraan, pendidikan, dan fasilitas sangat berbeda antara daerah pedesaan dan perkotaan.

Pembentukan BUMDes merupakan wujud pengelolaan ekonomi produktif desa, dan dilakukan secara kolaboratif, yaitu i) Kebutuhan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dasar ii). Ketersediaan sumber daya desa yang belum dimanfaatkan secara optimal iii). Tersedianya sumber daya masyarakat yang dapat mengelola usaha milik desa sebagai aset penggerak ekonomi masyarakat iv). Ada unit yang mewakili kegiatan ekonomi umat.

Menurut (Budiono, 2015) salah satu cara untuk mendorong pembangunan di tingkat desa adalah pemerintah pusat memberdayakan pemerintah desa untuk secara mandiri mengelola batas desanya melalui lembaga ekonomi tingkat desa. . Salah satunya adalah Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah menyatakan bahwa desa dapat mendirikan usaha milik desa sesuai dengan kebutuhan dan kemungkinan desa. Kebutuhan dan potensi desa menjadi dasar pendirian BUMDes sebagai bentuk inisiatif peningkatan kesejahteraan masyarakat (Dinamika, 2007).

Menurut data sekunder yang di peroleh dari pengurus BUMDes tentang jumlah data per orang yang bertransaksi di Koperasi Simpan Pinjam ini tidak banyak. Dari 397 jumlah penduduk di Desa Muara Petai, hanya ada 40 orang yang melakukan transaksi di koperasi simpan pinjam. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengangkat topik penelitian tentang penilaian kualitas pelayanan koperasi simpan pinjam yang di tinjau dari kepuasan konsumen di desa muara petai.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Koperasi Simpan Pinjam di Desa Muara Petai ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk Mengetahui Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Koperasi Simpan Pinjam di Desa Muara Petai ?

D. Kegunaan Penelitian

Mengetahui penilaian masyarakat terhadap kualitas pelayanan BUMDes Koperasi Simpan-Pinjam dalam membantu masyarakat di Desa Muara Petai Kecamatan Pucuk Rantau Kabupaten Kuantan Singingi sehingga mendapat informasi baru tentang kualitas BUMDes. Partisipasi masyarakat dalam Koperasi Simpan-Pinjam BUMDes dapat didorong dengan memperbaiki kualitas pelayanan yang masih kurang.