

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Konstitusi Republik Indonesia mengisyaratkan tujuan pembangunan nasional yakni melantaskan kesejahteraan umum, artinya kemakmuran masyarakatlah paling diutamakan bukan kesejahteraan orang perorang. Dalam Undang-undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian menyatakan koperasi dan segala jenis usahanya adalah gambaran rakyat Indonesiapada kehidupan ekonomi nasional, maka dari itu harus dialokasikan prioritas yang tinggi pada pengembangannya guna mewujudkan kehidupan bangsa yangberdaulat, mandiri, berkeadilan dan sejahtera (UU No 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian).

Adanya Induk Koperasi Unit Desa (Induk KUD) tidak jauh dari kehadiran dan peran Koperasi Unit Desa (KUD) untuk pembangunan nasional dan dalam perkembangannya KUD sangatlah pesat, dimana pemerintah menetapkan strategi tiga tahap pembinaan KUD, yaitu: ofisialisasi, deofisialisasi/debirokratisasi, dan otonomi. Searah dengan skema pemeliharaan dan pembangunan KUD, di dalam pengurus KUD muncul pikiran bakal membangun Pusat Koperasi Unit Desa (PUSKUD). Undang-undang Republik Indonesia No. 4 Tahun 1984 tentang Pembinaan dan Pengembangan Koperasi Unit Desa (KUD) dimana Pusat KUD yakni campuran pada minimal 3 koperasi gabungan berbadan hukum dan paling sering berkategori di provinsi DKI Jakarta (UU No. 4 Tahun 1984 tentang KUD).

Menurut instruksi presiden Republik Indonesia No. 4 Tahun 1984 pasal 1 ayat (2) diartikan bahwa pembangunan KUD memfokuskan agar KUD bisa menjadi pusat layanan pada gerakan perekonomian di daerah desa yang membentuk bagian dari pengembangan nasional lalu diberi arahan serta meningkatkan secara teratur menempuh program lintas sektor. Kewajibanpemerintah tersebut diarahkan supaya masyarakat mampu merasakan

kesejahteraan secara merata demi cita-cita masyarakat yang adil dan makmur, dapat juga terlaksana bersama melalui pembentukan dibidang ekonomi, contohnya ialah menganjurkan kredit terhadap pihak-pihak yang ekonominya sedang lemah atau rakyat kecil terpenting anggotanya dan masyarakat pada umumnya. Pandangan dari koperasi simpan pinjam berdasarkan (Kasmir, 2007) dalam bukunya “Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya” menjabarkan bahwa “Koperasi yaitu badan usaha yang mampu dikategorikan menjadi lembaga pembiayaan”. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 9 Tahun 1995 akan Pelaksanaan Aktiitas Usaha Simpan Pinjam, kegiatan usaha simpan pinjam ialah aktivitas yang dikerjakan guna mengumpulkan dana dan mengalirkan kembali dana tersebut lewat usaha simpan pinjam dan kepada anggota koperasi yang berkaitan, calon anggota koperasi yang berkaitan, koperasi yang berkaitan, koperasi lain maupun anggotanya. Dasar ideal koperasi Indonesia yaitu Pancasila. Pancasila bakal melahirkan patokan yang mempertimbangkan seluruh tindakan koperasi dan institusi-institusi lainnya guna melaksanakan tugasnya sendiri-sendiri di antara masyarakat.

Berdasarkan pendapat (Sapoetra, 2001), ketika melaksanakan koperasi, diarahkan untuk usaha yang ada hubungannya langsung oleh kepentingan nasabah, dari yang menunjang usaha sampai kemakmurannyaa melalui pengajuan pinjaman kredit. Memandang keperluan nasabah beranekaragam, lalu usaha koperasi *multipurpose* memiliki jumlah bidang usaha, contohnya simpan pinjam, penjualan, produksi, konsumsi, kesehatan, dan pendidikan. Sehingga koperasi yang tercatat pada lembaga ekonomi ialah Koperasi Unit Desa (KUD).

Prinsipnya lembaga ekonomi sangat dibutuhkan bagi rakyat pada umumnya. Terkhusus koperasi yang sering kelihatan oleh masyarakat, yaitu koperasi yang dimiliki serta diproses untuk kepentingan bersama. Koperasi berlandaskan aksi ekonomi rakyat yang berdasar pada asas kekeluargaan, menurut (UUD 1945 pasal 33 ayat 1).

Pengertian koperasi berdasarkan (Rudianto, 2006) membeitahukan ialah “Koperasi adalah badan usaha yang mengorganisir pemanfaatan dan pendayagunaan sumber daya ekonomi para anggotanya atas dasar prinsip-prinsip koperasi dan kaidah usaha ekonomi untuk meningkatkan taraf hidup anggota pada

khususnya dan masyarakat daerah pada umumnya, dengan demikian koperasi merupakan ekonomi rakyat dan sokoguru perekonomian nasional.”

Sedangkan menurut (Subandi, 2015), jenis koperasi berdasarkan usahanya, koperasi simpan pinjam menjadi wadah yang paling diminati. Ini dikarenakan koperasi simpan pinjam mempersiapkan usaha simpan pinjam yang menjamu nasabahnya dengan tujuan guna membantu nasabah lalu menyerahkan pinjaman beserta bunga yang tidak terlalu banyak atau ringan. Uang bantuan yang dialokasikan koperasi diharapkan agar dipakai untuk usaha yang bermanfaat dan kemakmuran nasabahnya dan masyarakat pada umumnya.

Sekarang banyak masyarakat yang berkeinginan guna melakukan pinjaman di koperasi karena prosesnya gampang, terjangkau dan dananya pun cepat cair serta dengan bunga ringan, membuat masyarakat tidak kesulitan dalam proses peminjaman. Hal ini sesuai dengan fungsinya sendiri, dimana sudah dirasakan sejak dulu dengan dua prinsip karakter koperasi yakni bersifat ekonomi dan berwatak sosial. Artinya meskipun dalam pokok usahanya bersinsip ekonomi, koperasi tetap mementingkan pendidikan pengkoperasian bagi anggota dan juga masyarakat.

Pendidikan pengkoperasian bagi anggota dan pada masyarakat umumnya, erat kaitanya dengan sikap atau perilaku nasabah atau konsumen dalam hal proses peminjaman kredit, misalnya dalam pengajuan pinjaman kredit pada Pusat Koperasi Unit Desa (PUSKUD). PUSKUD harus mampu menempatkan nasabah atau konsumen tersebut sebagai suatu titik sentral utama yang harus diperhatikan.

Kepuasan konsumen merupakan tindakan-tindakan individu yang melibatkan pembelian penggunaan barang dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut sebagai pengalaman dengan produk pelayanan dari sumber lainnya (Sudarsono, 2010). Dengan kata lain kepuasan konsumen dapat ditunjukkan melalui pencarian, pembelian, penggunaan, pengevaluasian sampai penentuan terhadap yang mereka

harap dan kepuasan terhadap konsumen.

Pendapat Mowen, 1995, "*customer satisfaction is the overall Attitude regarding a goods or services after its acquisition and use*". Perihal ini yaitu kepuasan adalah keseluruhan sikap nasabah sesudah mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa. Rasa puas muncul saat nasabah mencocokkan persepsi nasabah terhadap tampilan barang dan jasa dengan keinginan dan harapan yang nasabah miliki. Dari mencocokkan tadi bukan cuma menciptakan rasa puas pada barang atau jasa, lalu juga perasaan puas pada informasi yaitu harapannasabah didasarkan (Spreng, 1995).

Pendapat Kotler & Keller, 2007, secara garis besar kepuasan konsumen ialah perasaan puas atau kecewa seseorang yang datang setelah mencocokkan hasil barang dan jasa yang diinginkan pada kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika hasil ada dibawah harapan, nasabah tidak merasa puas. Kepuasan konsumen adalah dasar yang sangat penting dalam mempertahankan konsumen, seperti yang dijabarkan oleh (Kotler, 1991) "*the key to customer satisfaction*".

Setiap nasabah mempunyai tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Menurut Sunyoto, 2013, nasabah dapat menjumpai salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum ialah jika hasil dibawah harapan, nasabah bakal merasa kecewa sebaliknya kinerja sesuai pada harapan nasabah akan merasa puas dan jika hasil mampu melebihi harapan maka dari itu nasabah dapat memperoleh sangat puas atau senang.

Kepuasan Konsumen menurut Wilkie, 1994 menjabarkan bahwa terdapat 3 elemen pada kepuasan konsumen adalah : *Expectations*, Harapan konsumen pada suatu produk atau layanan mampu dibentuk awal nasabah membeli produk atau layanan tersebut. Saat proses pengambilan dilakukanan, nasabah berkeinginan bahwa produk atau layanan yang nasabah terima sama dengan harapan, keinginan dan keyakinan nasaba. Prduk atau layanan yang sama dengan harapan nasabah akan membuat konsumen merasa puas. *Performance*, pengetahuan konsumen pada hasil aktual produk atau layanan pada saat dipakai tanpa diperngaruhi pada harapan nasabah. Saat hasil aktual produk atau layanan berhasil lalu konsumen akan merasa puas; 3) *Comparison*, dilakukan dengan

mencocokkan harapan hasil produk atau layanan diawal membeli ketika persepsi hasil aktual produk atau layanan tersebut. Nasabah akan merasa puas dengan harapan diawal pembelian sesuai perepsi nasabah pada hasil aktual produk.

Ada beberapa hal yang berpengaruh pada pembangunan dan pemasaran produk PUSKUD pada masyarakat yaitu ada faktor spesifik yang mempengaruhi keputusan konsumen itu pada proses pengajuan pinjaman kredit di PUSKUD Sulawesi Tenggara. Hal-hal yang menjadi dasar peninjauan pada masyarakat salah satunya bentuk kepuasan nasabah. Informasi dan hasil penelitian kepuasan konsumen merupakan tolak ukur bagi PUSKUD Sulawesi Tenggara (SULTRA) untuk mengetahui apa yang dikehendaki dan yang menjadi kebutuhan para nasabah atau konsumennya. Dalam hal ini penting dalam rangka menjaga kosumen yang sudah ada dan menarik konsumen baru.

Persaingan diantara jasa simpan pinjam guna mewujudkan barang atau jasa yang bermutu yang sama dengan harapan nasabah sekarang ini makin melonjakt bukan hanya pada jasa simpn pinjam sedang dan kecil. Maka dari itu setiap perusahaan jika mengharapkan perusahaanya sealalu menjadi yang terunggul, semua organisasi yang terlibat dalam lini perusahaan harus terus memperhatikan apapun keinginan dan kebutuhan konsumennya agar selalu menjaga kualitas bidang/jasa dan juga kepuasan konsumen. Kunci bagi perusahaan untukselaluterkenaladalah dengan mengutamakan kualitas. Hal ini dilakukan karena adanya kenyataan bahwa konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang digunakan akan mencari penyedia barang/jasa dari perusahaan lain yang mampu memuaskan kebutuhan konsumen tersebut..

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gambaran

kepuasan kosumen dalam pengajuan pinjaman kredit yang diberikan oleh Pusat Koperasi Unit Desa (PUSKUD) di Sulawesi Tenggara. Karena diketahui kepuasan konsumen, maka dari itu PUSKUD semakin memiliki tujuan untuk memastikan prosedur-prosedur yang lebih akurat pada pengkreditan, karena keputusan tersebut akan memberikan efek psikologis bagi kosumen itu sendiri. Maka dari itu dengan menggunakan metode *Customer Statisfaction Index (CSI)* untuk mrngukur tingkat kepuasan konsumen pada penelitian ini. *Customer*

Satisfaction Index (CSI) ialah indeks untuk memastikan tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan dengan pendekatan yang meninjau tingkat kepentingan pada atribut-atribut barang atau layanan yang diukur. CSI ialah analisis kuantitatif yaitu persentase konsumen yang puas pada suatu survey kepuasan konsumen (Hertanto, 2020).

Berdasarkan penjabaran latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk membahas lebih mendalam dengan mengadakan penelitian mengenai “Gambaran Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Pengajuan Pinjaman Kredit pada Pusat Koperasi Unit Desa (PUSKUD) Sulawesi Tenggara”.

1.2. Identifikasi Masalah

Masalah yang dapat diidentifikasi berdasarkan latar belakang di atas adalah gambaran kepuasan konsumen terhadap kebijakan kredit PUSKUD.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen terhadap kebijakan kredit PUSKUD.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- 1.4.1 Bagaimanakah karakteristik responden peminjaman kredit pada PUSKUD?
- 1.4.2 Bagaimanakah gambaran kepuasan konsumen terhadap kebijakan kredit PUSKUD?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Pengajuan Pinjaman Kredit pada Pusat Koperasi Unit Desa (PUSKUD) Sulawesi Tenggara.

1.6. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, adapun manfaat yang dimaksud dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat teoritis

Manfaat teori dari kajian atau penelitian ini adalah untuk memperkaya khasanah ilmu pendidikan psikologi, khususnya dalam konteks analisis sikap atau perilaku yang dapat memberikan gambaran mengenai efek psikologis yang terjadi pada konsumen itu sendiri.

Selama ini kajian pendidikan psikologi berpusat pada tingkah laku mental, pikiran, sikap maupun perilaku seseorang dilihat dari dimensi kognitif, afeksi dan konasi. Sehingga penulis tertarik untuk lebih mendalami dan memperkaya kajian pendidikan psikologi tersebut dan nantinya memberikan sumbangsih besar terhadap pembaruan teori-teori psikologi dan pendidikan psikologi secara khusus.

1.6.2 Manfaat praktis

Manfaat praktis pada penelitian ini diharapkan mampu menganjurkan sumbangan kepada para pembuat kebijakan dan program pengkreditan di lingkungan koperasi dalam menilai kepuasan konsumen saat proses pengajuan pinjaman kredit khususnya pada Pusat Koperasi Unit Desa (PUSKUD) Sulawesi Tenggara.

Disamping itu, dalam kajian ini juga diarahkan bisa memberikan solusi atau jalan keluar terhadap efek psikologis yang dialami konsumen saat proses pengajuan kredit tersebut. Selain itu, yang terakhir bahwa penelitian ini juga kelak dapat memperjelas tolak ukur tingkat keberhasilan kepuasan seseorang terhadap