

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Lembaga Perkreditan Desa atau LPD sangat berkontribusi bagi perekonomian pedesaan. Kemajuan perekonomian dapat dimulai dari desa yang nantinya jika sudah merata keadaan ekonomi di setiap desa maka otomatis berdampak pada keadaan ekonomi di kota dan akan mengalami kestabilan di segala bidang. Lembaga Perkreditan Desa dapat berperan besar bagi kemajuan perekonomian desa. Hal tersebut dapat dilihat dari seberapa besar peluang pasar bagi LPD untuk memajukan perekonomian masyarakat. Untuk itulah setidaknya setiap desa harus memiliki lembaga keuangan tersendiri, salah satunya LPD untuk menghimpun dananya. Lembaga keuangan merupakan suatu badan yang bergerak di bidang keuangan untuk menyediakan jasa bagi nasabah atau masyarakat. Lembaga keuangan adalah perusahaan atau lembaga jasa keuangan yang bergerak di bidang penyediaan jasa keuangan, menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya untuk membiayai berbagai kegiatan keuangan yang mempengaruhi jalannya perekonomian. Selanjutnya, lembaga keuangan juga harus membalikkan aliran uang ke dalam perekonomian dengan menghasilkan keuntungan dalam bentuk bunga atau persentase. Lembaga keuangan memiliki fungsi utama yaitu sebagai lembaga yang dapat menghimpun dana nasabah atau

masyarakat ataupun sebagai lembaga yang menyalurkan dana pinjaman untuk nasabah untuk masyarakat (Anggraini, 2013).

Lembaga Perkreditan Desa (LPD) merupakan badan usaha milik desa yang melaksanakan kegiatan usaha di lingkungan desa dan untuk masyarakat desa. LPD sebagai salah satu wadah aset desa, menjalankan fungsinya dalam bentuk usaha-usaha ke arah peningkatan taraf hidup masyarakat desa dan dalam kegiatannya banyak menunjang pembangunan desa. Tujuan pendirian sebuah LPD pada setiap desa adat, berdasarkan penjelasan peraturan Daerah No. 2 / 2998 dan No 8 / tahun 2002 mengenai Lembaga Perkreditan Desa, adalah untuk mendukung pembangunan ekonomi pedesaan melalui peningkatan kebiasaan menabung masyarakat desa dan menyediakan kredit bagi usaha skala kecil, untuk menghapuskan bentuk-bentuk eksploitasi dalam hubungan kredit, untuk menciptakan kesempatan yang setara bagi kegiatan usaha pada tingkat desa dan untuk meningkatkan tingkat moneterisasi di daerah pedesaan.

Dilansir dari bulelengkab.go.id Kecamatan Seririt terdiri dari 21 desa dengan 18 LPD yang masih aktif. LPD Desa Tangguwisia merupakan salah satu LPD yang dikategorikan sehat dan sangat maju dengan jumlah asset yang dimiliki saat ini sejumlah 4,5M. LPD Desa Tangguwisia ini, sejak didirikan tahun 2002 belum pernah mengalami masalah internal kepengurusan. Berbeda dengan LPD Desa Ringdikit yang berdiri sejak tahun 1992, namun mengalami penyalahgunaan uang nasabah oleh pengurusnya yang baru terungkap 2020 lalu. Setelah kejadian tersebut, Bendesa Adat membentuk kepengurusan baru untuk memperbaiki reputasi LPD Desa Ringdikit. Sempat mengalami mati suri, LPD Desa Ringdikit berhasil membangun kepercayaan nasabah untuk bertransaksi kembali di LPD.

Adapun perkembangan jumlah nasabah, tabungan dan pinjaman dilihat pada

Tabel 1.1

Tabel 1.1
Data Perkembangan Jumlah Nasabah, Tabungan, dan Kredit di LPD Desa Ringdikit pada Tahun 2022

Bulan	Nasabah Tabungan	Jumlah Tabungan (Rp.)	Nasabah Kredit	Jumlah Kredit (Rp.)
Januari	771	96.401.580	11	12.500.000
Februari	787	106.954.912	15	28.500.000
Maret	798	132.068.784	8	13.500.000
April	822	113.325.842	13	20.500.000
Mei	830	95.409.835	9	12.000.000
Juni	839	186.204.313	13	24.500.000
Juli	850	79.174.293	11	18.000.000
Agustus	866	126.670.580	11	14.500.000
September	879	94.705.000	12	13.000.000
Oktober	888	105.518.468	10	13.500.000
November	891	49.726.000	6	8.000.000

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah nasabah, tabungan, dan kredit mengalami ketidakstabilan setiap bulannya. Jumlah tabungan pada bulan Juli mengalami penurunan pesat sebesar Rp. 107.030.020 dari bulan sebelumnya. Jumlah kredit cenderung mengalami penurunan setiap bulannya. Hal ini menunjukkan adanya penurunan jumlah tabungan yang cenderung menurun, namun jumlah kredit tetap stabil setiap bulannya. Tabel tersebut menunjukkan adanya ketidakstabilan nasabah dan penurunan tabungan serta kredit. Hal itu berarti, minat masyarakat terhadap produk yang dimiliki LPD Desa Ringdikit menurun meskipun jumlah nasabah kian meningkat tiap bulannya. Produk yang dimaksud berdasarkan pemaparan Kepala LPD adalah tabungan, deposito, dan kredit modal kerja. Ketidakstabilan juga dapat disebabkan oleh kasus penyalahgunaan uang LPD di kepengurusan sebelumnya, yang berdampak pada ketidakpercayaan dan ketidakpuasan masyarakat.

Secara umum calon nasabah akan memilih lembaga yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Selain itu nasabah juga memperhatikan kualitas pelayanan serta promosi produk yang ditawarkan sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakannya. Nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepuasan dalam menyimpan dananya, karena bagaimanapun konsumen dalam perilakunya akan mencari kepuasan yang maksimal dalam memenuhi kebutuhannya. Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah memilih produk dan layanan suatu lembaga keuangan adalah promosi penjualan, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan.

Salah satu cara untuk memenangkan persaingan dengan memberikan kepuasan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2009:177). Kepuasan nasabah dipengaruhi berbagai faktor yaitu: faktor keunggulan produk, kualitas layanan, dan citra perusahaan (Fatrio, 2008), sedangkan Purnaningsih (2008) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu: lokasi dan fasilitas, bunga, hadiah, citra perusahaan, kemudahan, pelayanan, keterkenalan produk, dan keamanan, sedangkan penelitian Hanif et al. (2010) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kewajaran harga dan kualitas pelayanan. Selain itu, penelitian Hu dan Huang (2011) menyatakan, citra perusahaan kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Strategi promosi yang banyak dilakukan pada lembaga keuangan adalah promosi penjualan. Menurut Tjiptono (2008:229), promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diukur. Kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam promosi penjualan antara lain: peragaan, pertunjukan, pameran, dan demonstrasi. Pada umumnya lembaga keuangan menerapkan promosi penjualan dalam bentuk pemberian hadiah atau undian kepada para nasabah dan calon nasabah. Lembaga keuangan menyisihkan dana untuk promosi penjualan produknya dengan memberikan kepada nasabah maupun calon nasabah dalam bentuk kendaraan, barang elektronik, uang tunai, dan barang-barang lainnya. Pemberian insentif merupakan kegiatan persuasif untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Hasil penelitian Samsiar (2020) menyatakan bahwa promosi penjualan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berbeda dengan hasil penelitian Novidkk (2019) menyatakan, periklanan dan promosi penjualan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selain promosi penjualan, Rangkuti dalam Purnaningsih (2008) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan strategi yang mendasar dalam upaya perusahaan meraih sukses dan berkelanjutan dalam lingkungan persaingan bisnis yang ketat. Kualitas pelayanan akan dihasilkan oleh proses operasi yang ditentukan oleh beberapa faktor antara lain: faktor karyawan, sistem, teknologi, dan keterlibatan pelanggan yang diharapkan memberikan kontribusi terhadap kualitas pelayanan yang tercipta. Hasil penelitian Aryani dan Febrina (2010) menyatakan bahwa kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan dan juga berdampak pada orang lain karena calon pelanggan akan

beralih ke pesaing. Ini juga didukung oleh penelitian Mulyono, dkk. (2010) dan Samosir (2008) menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Sedangkan, hasil penelitian Budiman dan Ani (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan pengaruh langsungnya tidak signifikan tetapi dengan arah positif terhadap keputusan konsumen dan keputusan membeli.

Tidak hanya promosi penjualan dan kualitas pelayanan, citra perusahaan dinilai penting bagi setiap perusahaan karena merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk di benak masyarakat tentang perusahaan. Citra dapat berhubungan dengan nama bisnis, arsitektur, variasi dari produk, tradisi, ideologi dan kesan pada kualitas komunikasi yang merupakan interaksi antara konsumen dengan perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Andreassen et al. dalam Atmaja (2011) bahwa citra perusahaan merupakan penilaian yang menyeluruh kepada perusahaan oleh konsumen yang dipercaya memberi pengaruh kepuasan. Perusahaan diharapkan mengkomunikasikan secara jelas tentang bagaimana perusahaan memenuhi keinginan dan kebutuhan pasar yang berorientasi pada pelanggan sehingga dapat mengarahkan masyarakat dalam mencitrakan perusahaan secara positif. Citra perusahaan akan dapat juga mempengaruhi kepuasan (Sugihartono, 2009). Hal ini didukung oleh penelitian Qomariah (2012) dan Purnaningsih (2008) menyatakan bahwa pengaruh citra perusahaan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun, penelitian Michael dkk (2014) menyatakan bahwa secara parsial citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Sikap kepuasan yang dilakukan oleh para konsumen maupun pelanggan sudah tentu menjadi suatu harapan perusahaan apabila kepuasan tersebut memberikan dampak jangka panjang. Rangkuti dalam Purnaningsih (2008) menyatakan bahwa tujuan dari kepuasan adalah untuk membuat agar pelanggan dapat bersikap loyal dengan tidak berpindah kepada pesaing. Menurut hasil wawancara dengan beberapa nasabah di LPD Desa Pakraman Ringdikit selama ini, petugas teller dan collector melayani dengan ramah, bekerja dengan cekatan dan memberikan penjelasan informasi yang dibutuhkan nasabah dan ruang tunggu yang bersih dan nyaman. Keluhan nasabah yaitu: petugas keliling yang kurang ramah, membeda bedakan nasabah, apabila tempat tinggal nasabah cukup jauh petugas enggan untuk datang, dan petugas belum memberikan penjelasan secara lengkap informasi yang dibutuhkan nasabah.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi di LPD Desa Pakraman Ringdikit perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah sehingga LPD Desa Pakraman Ringdikit dapat merumuskan strategi untuk mengantisipasi nasabah tidak beralih ke lembaga keuangan yang lain. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui **“Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah di LPD Desa Ringdikit”**.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi, sebagai berikut :

- (1) Kurangnya promosi terkait produk yang dimiliki LPD.
- (2) Citra LPD sudah terlanjur buruk di kalangan masyarakat.

- (3) Sulit untuk membangun kembali kepercayaan masyarakat terhadap LPD Desa Ringdikit.
- (4) Terjadi komplain oleh beberapa nasabah akibat pelayanan LPD yang kurang dalam mengambil tabungan ke rumah nasabah.

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, maka diperlukan adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini. Pembatasan masalah yang akan diungkapkan adalah memfokuskan pada permasalahan promosi penjualan, kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepuasan nasabah.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- (1) Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di LPD Desa Ringdikit?
- (2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di LPD Desa Ringdikit?
- (3) Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di LPD Desa Ringdikit?
- (4) Apakah promosi penjualan, kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di LPD Desa Ringdikit?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hal-hal sebagai berikut :

- (1) Pengaruh promosi penjualan terhadap kepuasan nasabah di LPD Desa Ringdikit.
- (2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di LPD Desa Ringdikit.
- (3) Pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah di LPD Desa Ringdikit.
- (4) Pengaruh promosi penjualan, citra perusahaan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di LPD Desa Ringdikit.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- (1) Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperdalam pengetahuan mengenai promosi penjualan, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini juga dapat menambah kepustakaan yang diharapkan mampu menjadi bahan masukan bagi penelitian selanjutnya.

- (2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi masyarakat tentang pentingnya mengetahui promosi penjualan, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah.