



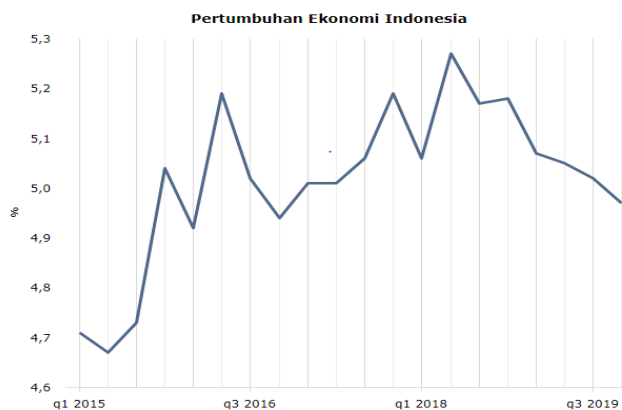
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan perekonomian dari tahun ke tahun telah memasuki era modern yang mendorong berbagai bentuk bisnis finansial untuk semakin berkembang. Dengan kondisi perekonomian di beberapa negara berkembang yang masih belum stabil, masyarakat dihadapkan pada bermacam opsi mengenai metode menginvestasikan dana yang dimiliki bisa dapat memberikan hasil yang maksimal. Dengan pertumbuhan perekonomian Indonesia yang cenderung tidak stabil bahkan cenderung mengalami penurunan dari 5,17% ke 5,02% di kuartal terakhir tahun 2019 yang di muat di Badan Pusat Stastik (BPS), Hal ini dapat ditampilkan pada gambar grafik 1.1 berikut ini.

Gambar 1.1
Presentase Pertumbuhan Ekonomi Indonesia
2019



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2019

Dari gambar grafik 1.1 di atas, angka pertumbuhan terburuknya terjadi pada kuartal ke dua ditahun 2015 diangka 4,67% dan angka pertumbuhan tertinggiya terjadi ditahun 2018 pada kuartal dua dengan angka pertumbuhan di 5,27%. Dan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sejak ada nya penyebaran virus covid 19 di Desember 2019, serta secara resmi WHO (World Health Organization) atau Organisasi Badan Kesehatan Dunia mulai menetapkan virus covid 19 sebagai pandemi global pada Maret 2020. Berdampak terhadap perekonomian Indonesia , menurut Ibu Sri Mulyani (2020:01) , Menteri Keuangan Indonesia (di kutip pada artikel CNN). “Outlook pertumbuhan ekonomi menurun di 2,3% bahkan jika semakin berat bisa negatif 0,4%.” Ditengah penyebaran virus covid 19 di Indonesia mengakibatkan ada nya perlambatan ekonomi yang di tandai dengan jatuhnya nilai rupiah terhadap *dollar* , naiknya harga-harga beberapa kebutuhan pokok dan melemahnya permintaan dalam negeri seiring dengan menurunnya sentimen bisnis dan konsumen.

Terdapat beragam variasi alternatif investasi dengan beragam tingkat risiko dan tingkat pengembaliannya. Salah satu pilihan untuk berinvestasi ialah dengan berinvestasi pada aktiva keuangan (*financial asset*) di pasar modal. Pasar modal adalah salah satu opsi yang menarik sebab tingkat pengembaliannya yang menjanjikan. Hal yang menarik dari pasar modal salah satunya ialah bahwa pemilik modal bisa memilih aset fisik seperti saham, emas, atau komoditi lainnya untuk bertransaksi, dan juga bisa memilih produk turunannya (derivatif) yang berupa kontrak. Inilah investasi derivatif dan komoditi berjangka yang diperdagangkan perusahaan bursa berjangka di berbagai belahan dunia.

Perusahaan-perusahaan yang menyediakan tempat untuk para investor (*trader*) melaksanakan transaksi perdagangan berjangka disebut perusahaan pialang berjangka . Terdapat dua jenis perusahaan pialang berjangka, yaitu perusahaan pialang berjangka lokal dan perusahaan pialang berjangka asing. Pialang resmi yang terdaftar dan memiliki regulasi di Indonesia adalah perusahaan pialang berjangka lokal dibawah pengawasan BAPPEBTI (Badan Pengawas Perdagangan Berjangka

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Komoditi). Sedangkan untuk perusahaan pialang berjangka asing tidak memiliki izin dari BAPPEBTI.

Atas dasar uraian dan penjelasan diatas, agar proses pembangunan perdagangan berjangka dapat berhasil dimasa krisis ini, perusahaan perlu melakukan evaluasi dan pemantauan terhadap produk perdagangan berjangka tersebut. Dengan melakukan strategi yang tepat, perusahaan dapat menyesuaikan situasi dan kondisi dari sasaran pasar. Karena dengan hal ini, perusahaan pialang perdagangan berjangka menargetkan masyarakat pemilik modal yang tidak hanya melakukan transaksi perdagangan berjangka tetapi juga menginginkan nilai lebih berupa kualitas layanan yang didapatkan dari perusahaan pialang berjangka tersebut.

Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono dan Chandra (2016:125) mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan (Walker, 2001:35). Kualitas Layanan wajib dipandang sebagai satu kesatuan dari produk yang ditawarkan. Dengan memberikan kualitas layanan yang dapat memenuhi harapan atau keinginan pelanggan, perusahaan akan mendapatkan pelanggan yang puas terhadap jasa yang diberikan. Dengan pemahaman seperti ini, perusahaan dapat memasuki persaingan yang sangat kompetitif. Konsumen seharusnya dipuaskan, dimana kepuasan pelanggan akan tercipta jika keinginan dan harapannya bisa diwujudkan oleh perusahaan.

Selain kualitas layanan faktor lainnya yang tidak kalah penting dalam menentukan kepuasan adalah nilai pelanggan. Menurut Kotler & Keller (2016:151), Nilai Pelanggan adalah selisih antara penilaian pelanggan prospektif terhadap seluruh manfaat dan seluruh pengorbanan dari suatu penawaran terhadap

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



alternatifnya. Kepuasan pelanggan akan terwujud jika persepsi akan nilai yang diperoleh pelanggan lebih dari pengorbanan yang dilakukan. Menurut Kim, et. al (2004:101) menemukan bahwa nilai pelanggan memainkan peran signifikan dalam membangun kepuasan pelanggan untuk pelanggan layanan seluler dan mereka cenderung tetap menggunakan jasa ini sebagai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.

Menurut Safitri, Efi Puspita Dewi (2016) dalam PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Ayam Roker Cabang Sulfat Malang).

Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal ke depannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan. Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada konsumen lain. Tentunya hal ini akan menjadi ancaman bagi pengusaha tersebut. Dan jika konsumen puas, konsumen akan memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan. Karena kepercayaan konsumen adalah aset bagi perusahaan yang bisa mendatangkan keuntungan bagi perusahaan.

Sesuai dengan teori menurut Lupiyoadi (2009) salah satu indikator keberhasilan dalam bisnis jasa adalah kualitas layanan, dimana salah satu cara untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan konsumen merupakan sebuah aset terpenting perusahaan karena kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang besar terhadap berkembangnya sebuah bisnis (Naik, dkk 2010:234). Sedangkan, Menurut Vanessa (2007:72) kepuasan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas.

Mengacu pada hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Shoki (2012:131) yang meneliti tentang hubungan antara nilai pelanggan, kepuasan, dan loyalitas

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menunjukkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan kepuasan konsumen secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Dalam penelitian lain oleh Yunus, dkk (2009:73) meneliti hubungan antara dimensi kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan kepuasan menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan dan nilai pelanggan secara signifikan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen.

Dalam penelitian oleh Syahputri (2019:5) yang meneliti hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dalam kelima dimensinya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan dalam penelitian lain oleh Rosyidah (2019) yang meneliti hubungan antara kualitas pelayanan, harga, nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan menunjukkan kualitas pelayanan, dan nilai pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Meskipun kualitas pelayanan, dan nilai pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan dalam penelitian lain oleh Nurhalimah, dkk (2019:4) yang meneliti antara kualitas layanan dan nilai pelanggan menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan dan nilai pelanggan kepada kepuasan pelanggan.

Perdagangan berjangka diharapkan sanggup menarik para investor untuk mengoptimalkan investasinya pada perusahaan-perusahaan keuangan di Indonesia. Perusahaan Pialang berjangka sebagai pihak ketiga yang menghubungkan para investor (*trader*) dengan pasar *trading*. Perusahaan Pialang berjangka akan mendapatkan biaya transaksi (*fee*) dari setiap ukuran lot transaksi yang ditransaksikan oleh investor (*trader*). Sehingga akan terjadi persaingan antara perusahaan Pialang berjangka untuk menarik para investor.



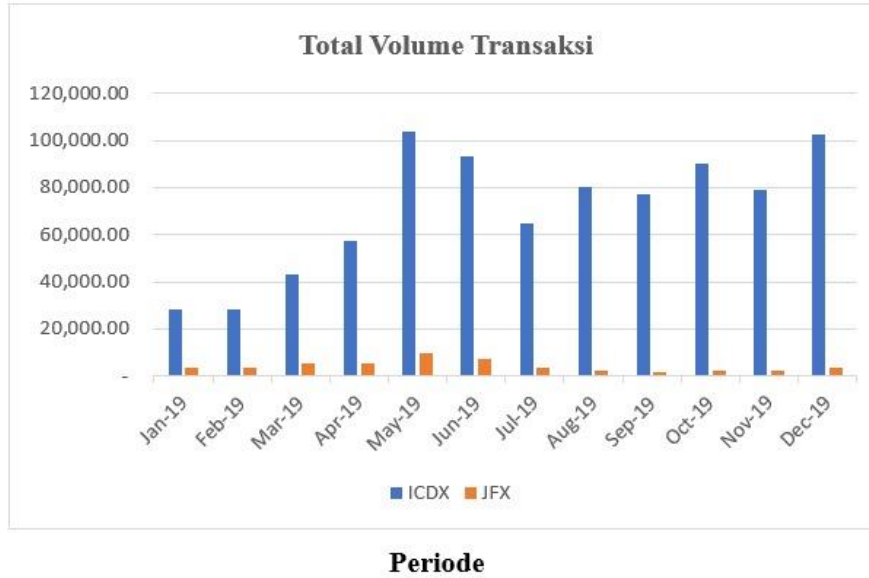
Persaingan antar perusahaan pialang berjangka dihadapkan pada persaingan dengan perusahaan pialang berjangka lokal , serta persaingan dengan perusahaan pialang berjangka asing. Syarat yang harus dipenuhi suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Tjiptono, 1997:19). PT Global Kapital Investama Berjangka adalah perusahaan pialang berjangka yang menjadi anggota Bursa Berjangka Jakarta (BBJ) atau Jakarta Futures Exchange (JFX) dan anggota Bursa Komoditi Dan Derivatif Indonesia (BKDI) atau Indonesia Commodity and Derivatives Exchange (ICDX) yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa keuangan khususnya transaksi perdagangan berjangka (valuta asing, indeks, dan bullion). Dan terdaftar resmi di BAPPEBTI (Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi) PT Global Kapital Investama Berjangka adalah perusahaan pialang berjangka yang berdiri dari tahun 2005, dan memiliki 7 kantor cabang di Indonesia seperti di Bandung, Surabaya, Pontianak, Pekanbaru, Semarang, Palembang, dan Batam , serta berkantor pusat di Jakarta. Dalam usaha mendapatkan kepuasan konsumen PT Global Kapital Investama Berjangka telah menerapkan berbagai strategi, ialah dengan mengutamakan pelayanan baik sebelum calon nasabah menjadi pelanggan ataupun sesudah menjadi pelanggan, dan kesigapan menyampaikan informasi bagi calon investor baik secara langsung (*offline*) datang ke kantor atau secara tidak langsung (*online*) seperti melalui telfon, *live chat*, dan *e-mail*. Selain itu PT Global Kapital Investama juga memiliki keunggulan dalam menyediakan produk bagi calon investor seperti, instrumen mata uang , emas dan perak pada *Akun FX & Precious Metal*. Serta menawarkan berbagai *Index Saham* dan *Oil* pada akun yang lainnya, salah satu dari berbagai pilihan akun produk PT Global Kapital Investama dapat memenuhi kebutuhan *trader* dari pemula sampai tingkat profesional.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1.2
Total volume transaksi PT Global Kapital Investama Berjangka
Jakarta
Januari - Desember 2019



Sumber: JFX dan ICDX

Berdasarkan gambar 1.2 diatas, dapat diketahui bahwa total volume transaksi trading pelanggan PT Global Kapital Investama Berjangka Jakarta mengalami fluktuasi peningkatan dan penurunan. Kenaikan dan penurunan jumlah volume transaksi ini disebabkan dengan kenyamanan pelanggan saat bertransaksi yang diberi pengaruh oleh kualitas layanan dan faktor persepsi yang diperoleh pelanggan terhadap manfaat yang didapat atas harga atau pengorbanan yang telah dikeluarkan. Dibandingkan dengan kualitas layanan dan persepsi pelanggan terhadap jasa dan produk pesaing.

Hal ini menuntut PT Global Kapital Investama Berjangka untuk berusaha menyusun strategi pemasaran yang tepat agar dapat meningkatkan kembali jumlah pelanggannya dan volume transaksinya. Berdasarkan latar belakang inilah penulis tertarik melakukan penelitian dengan mengambil judul “PENGARUH KUALITAS

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT GLOBAL KAPITAL INVESTAMA BERJANGKA JAKARTA PERIODE MEI 2020 – APRIL 2023”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dalam latar belakang masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka peneliti telah mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT Global Kapital Investama Berjangka Jakarta?
2. Adakah pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan PT Global Kapital Investama Berjangka Jakarta?
3. Adakah pengaruh kualitas layanan dan nilai pelanggan secara bersama terhadap kepuasan pelanggan PT Global Kapital Investama Berjangka Jakarta?

C. Batasan Penelitian

Untuk membatasi ruang lingkup penelitian, maka penulis membuat batasan penelitian sebagai berikut :

1. Objek penelitian ini adalah PT Global Kapital Investama Berjangka Jakarta
2. Subjek penelitian ini adalah pelanggan PT Global Kapital Investama Berjangka Jakarta
3. Penelitian ini dilakukan selama periode Januari 2019- Desember 2019

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Apakah ada pengaruh kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan PT Global Kapital Investama Berjangka Jakarta”.



E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah penulis buat, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT Global Kapital Investama Berjangka Jakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan PT Global Kapital Investama Berjangka Jakarta

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penulisan ini adalah:

1. Bagi pihak perusahaan
 - a. Hasil penelitian ini dapat dapat dijadikan informasi agar bisa mengetahui penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan perusahaan dan mengetahui nilai pelanggan yang dapat dipenuhi oleh perusahaan.
 - b. Sebagai masukan dalam menentukan kebijakan perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.
2. Bagi pembaca
 - a. Diharapkan agar dapat menambah wawasan tentang pemasaran jasa khususnya dalam industri pasar modal dan masalah yang dihadapi terutama tentang kualitas layanan, nilai pelanggan, dan pengaruhnya terhadap kepuasan.
 - b. Sebagai bahan referensi untuk mendorong penelitian lain untuk melakukan penelitian selanjutnya.