

**LAPORAN AKHIR
PROGRAM HIBAH PENELITIAN
DOSEN UM PONTIANAK
TAHUN ANGGARAN 2010**



**Analisis Kepuasan Anggota Pada Credit Union Sehaq Pahauman
Kecamatan Sengah Temila Kabupaten Landak**

Peneliti : Helman Fachri, SE, MM

NIDN : 1107056101

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK
2010**

**HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR
HIBAH PENELITIAN DOSEN
TAHUN AKADEMIK 2010**

1. Judul Penelitian : Analisis Kepuasan Anggota Pada Credit Union Sehaq Pahauman Kecamatan Sengah Temila Kabupaten Landak
2. Ketua Pengusul
- a. Nama Lengkap : Helman Fachri, SE, MM
 - b. NIK : 090 131070561 001
 - c. Gol/Fungsional : IVa/ Lektor Kepala
 - d. Jabatan Struktural : -
 - e. Fakultas/Jurusan : Ekonomi / Manajemen
 - f. Bidang Ilmu : Ekonomi
 - g. Alamat Kantor : Jl. Ahmad Yani No. 111 Pontianak
 - h. Telepon/Faks : 0561-764571
 - i. Alamat Rumah : Jl. Tanjung Raya, Kompl. Bali Asri
 - j. Surel : Helman.Fachri@unmuhpnk.ac.id
 - k. HandPhone : 0821-5042-1123
3. Jangka Waktu Penelitian : 5 Bulan
4. Lokasi Penelitian : Universitas Muhammadiyah Pontianak
5. Usulan Pembiayaan : Rp 5.000.000 (Lima Juta Rupiah)

Menyetujui,
Ketua LPPM UM Pontianak



Edy Suryadi, SE., MM
NIK. 091 131100263 003

Pontianak, 15 Juli 2010
Ketua Pelaksana Penelitian



Helman Fachri, SE, MM
NIK. 090 131070561 001

RINGKASAN

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis kepuasan anggota pada Credit Union Sehaq Pahauman Kecamatan Sengah Temila Kabupaten Landak. Manfaat penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi *Credit Union* dalam peningkatan proses pelayanan pinjaman, bahkan dalam melakukan inovasi proses pelayanan. Metode penelitian menggunakan metode survey, dengan teknik pengumpulan data yaitu: observasi, wawancara, kuesioner, dan studi dokumentasi. Sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 orang nasabah orang dengan teknik purposive sampling, teknik analisis data secara kualitatif diubah kedalam kuantitatif melalui diagram kartesius. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sebagian besar responden mengetahui jasa layanan melalui sosialisasi yang dilakukan oleh *Credit Union* Sehaq Pahauman, sebagian besar sudah pernah melakukan transaksi pinjaman, serta sebagian besar sering melakukan pinjaman sebanyak 2 – 3 kali. Analisis tingkat kepentingan dan kepuasan anggota pengguna jasa layanan pada *Credit Union* Sehaq Pahauman berdasarkan 5 (lima) dimensi penentu kualitas jasa yang terdiri dari 22 variabel (atribut) diketahui bahwa nilai rata-rata dari rata-rata kepuasan anggota pengguna jasa layanan *Credit Union* Sehaq Pahauman adalah sebesar 3,935 dan nilai rata-rata dari rata-rata kepentingan adalah sebesar 4,485. Jadi, anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman masih merasa belum puas pada kualitas jasa yang diberikan, karena kepuasan anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman masih dibawah tingkat kepentingan

Kata Kunci: Kepuasan, Dimensi Kualitas Jasa Pelayanan.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN	1
DAFTAR ISI.....	2
BAB I PENDAHULUAN.....	3
1.1. Latar Belakang	3
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Kerangka Pemikiran	7
1.4. Metode Penelitian.....	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Jasa dan Kualitas Jasa	14
2.2. Kepuasan	17
2.3. Konsumen.....	20
2.4. Koperasi dan Koperasi Kredit	21
BAB 3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	26
3.1. Tujuan.....	26
3.2. Manfaat.....	26
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1. Identitas Responden	27
4.2. Analisis Kepuasan Anggota Terhadap Kepuasan Pelayanan yang diberikan oleh Credit Union Sehaq Pahauman.....	34
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1. Kesimpulan.....	81
6.2. SARAN	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Semenjak diproklamirkannya kemerdekaan Indonesia pada tanggal 17 Agustus 1945, Indonesia dilanda gejolak politik di dalam negeri dan beberapa pemberontakan pada masa pemerintahan orde lama, sehingga perekonomian saat itu sangat buruk. Tetapi pada akhir September 1965 dengan adanya gejolak kudeta maka sistem ekonomi yang dianut Indonesia terjadi suatu perubahan yang dilandasi oleh prinsip-prinsip kebersamaan atau koperasi berdasarkan ideologi Pancasila (UUD'45).

Salah satu jenis koperasi adalah *Credit Union* atau koperasi simpan pinjam yang sebenarnya sama saja dalam pengertiannya dan untuk selanjutnya penulis menggunakan istilah *Credit Union* dalam penelitian ini. *Credit Union* melakukan kegiatan untuk menghimpun dan menyalurkannya melalui kegiatan usaha simpan pinjam dari dan untuk anggota koperasi yang bersangkutan, calon anggota yang bersangkutan, koperasi lain dan atau anggotanya (Pasal 44 UU No.25, Th. 1992). Koperasi jenis ini bergerak di bidang keuangan, sehingga kegiatan usahanya memiliki karakter yang khas, yaitu didasarkan pada kepercayaan dan banyak menanggung resiko.

Gagasan berdirinya koperasi simpan pinjam oleh Petrus Suradiwyo. BA, V. Tamseng Mincun (Alm), Darius Djoko. BA beserta guru-guru Persekolahan Katolik Pahauman pada tahun 1988 silam, karena adanya keprihatinan sesama profesi dengan melihat situasi dan kondisi ekonomi yang tidak menCrediti Unionkupi kebutuhan hidup sehari-hari, biaya sekolah, biaya kesehatan dan sebagainya, sehingga dengan situasi yang demikian maka seluruh guru-guru baik yang pegawai negeri maupun pegawai honorer bersepakat mendirikan koperasi yang diberi nama CREDIT UNION SEHAQ.

Sebagai awal dari kegiatan Credit Union Sehaq, maka digunakan gedung Perpustakaan SLTP Katolik Pahauman sebagai kantor untuk melayani anggota. Pada tahun 2000 *Credit Union* Sehaq mulai mengalami perkembangan karena sebelumnya *Credit Union* Sehaq ini terbatas keanggotaannya hanya untuk kalangan guru-guru dan keluarga persekolahan Katolik Pahauman saja, tidak terbuka untuk umum. Seiring dengan

perkembangan waktu dan banyaknya *Credit Union* lainnya berdiri, akhirnya *Credit Union* Sehaq membuka diri untuk melakukan pelayanan kepada masyarakat umum lainnya yang mau masuk menjadi anggota, dan pada tahun 2001 Kantor *Credit Union* Sehaq pindah di jalan Pasar beringin No.37 Pahauman. Selain *Credit Union* Sehaq, di daerah Pahauman Kecamatan Sengah Temila dan sekitarnya juga terdapat *Credit Union* lain yang dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1
Data Credit Union yang ada di daerah Pahauman
Kecamatan Sengah Temila

No.	Nama Credit Union	Alamat
1	BANURI	Dusun Tumahe, RT.02/RW.01, Desa Paloan
2	KUSAPA	Dusun Tumahe, RT.01/RW.01, Desa Paloan
3	LANTANG TIPO	Dusun Pahauman, RT.09/RW.03, Desa Pahauman
4	PANCUR KASIH	Dusun Tumahe, RT.05/RW.01, Desa Paloan

Sumber : Data Olahan, 2013.

Selama 3 (tiga) tahun terakhir, pertumbuhan ekonomi para anggota koperasi semakin menunjukkan keberhasilan yang sangat signifikan. Hal ini terbukti bahwa setiap anggota koperasi mampu membangun rumah, membeli sepeda motor, membuka usaha dagang, membiayai pendidikan anak, dan lain-lain yang pada hakekatnya koperasi atau *Credit Union* sangat memberikan dampak yang positif dan mampu meningkatkan taraf ekonomi yang berbasis pada masyarakat yang paling bawah atau yang sering digunakan istilah ekonomi kerakyatan. *Credit Union* memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk memiliki institusi keuangan sendiri dan membantu para anggotanya menciptakan peluang. Pada umumnya anggota mendapat informasi bisnis koperasi, menikmati simpan pinjam koperasi dan menjalankan demokrasi dalam *Credit Union*. Hal tersebut dikarenakan koperasi kredit memiliki tiga prinsip utama, yaitu asas swadaya, asas setia kawan, serta asas pendidikan dan penyadaran.

Proses pelayanan pada *Credit Union* Sehaq dapat membuat jumlah anggota bertambah dan berkurang. Berkurang jumlah anggota pada *Credit Union* Sehaq atau dengan kata lain beberapa anggota keluar dari daftar keanggotaan, dimana dalam hal ini terdapat

faktor-faktor yang menyebabkan ketidakpuasan anggota seperti kurang komunikasi antara Credit Union dan anggota, proses pelayanan yang diberikan Credit Union kepada anggota kurang maksimal, pencairan pinjaman yang Credit Union cukup lama terhadap proses pinjaman, jadwal konsultasi yang hanya dilaksanakan 1 (satu) minggu sekali dimana anggota menginginkan dilaksanakan setiap hari, dan lain-lain. Dalam 3 (Tiga) tahun terakhir jumlah anggota yang masuk dan keluar dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut ini :

Tabel 1.2
Credit Union Sehaq Pahauman
Jumlah anggota yang masuk dan keluar
Tahun 2010 – 2012

Tahun	Jumlah	
	Anggota masuk per 31 Desember (Orang)	Anggota keluar per 31 Desember (Orang)
2010	263	272
2011	281	122
2012	859	131

Sumber : *Credit Union Sehaq Pahauman*, Tahun 2010–2012.

Tahapan pelayanan dilakukan karena memiliki berbagai kemungkinan yang ditimbulkan oleh tingkat pendapatan masing-masing dari anggota. Pada Credit Union Sehaq jumlah anggota dan jumlah nasabah yang melakukan pinjaman serta besarnya dana pinjaman yang beredar selama 3 (tiga) tahun terkahir dapat dilihat pada tabel 1.3 sebagai berikut :

Tabel 1.3
Credit Union Sehaq Pahauman
Jumlah Anggota, Peminjam dan Besarnya Pinjaman
Tahun 2010 – 2012

Tahun	Jumlah		
	Anggota per 31 Desember (Orang)	Peminjam per 31 Desember (Orang)	Pinjaman per 31 Desember (Rp)
2010	2.975	2.431	10.154.537.350
2011	3.100	2.312	11.964.287.100

2012	3.814	2.989	13.562.325.050
------	-------	-------	----------------

Sumber : *Credit Union* Sehaq Pahauman, Tahun 2010–2012.

Berdasarkan tabel data-data diatas dapat dilihat bahwa dalam tiap tahun jumlah anggota mengalami peningkatan, dimana pada tahun 2011 mengalami peningkatan sebesar 4,2% dan tahun 2012 mengalami peningkatan sebesar 23,03%. Tiap tahun pula jumlah peminjam dan jumlah pinjaman mengalami peningkatan. Jumlah Tabungan sepanjang tahun 2010 hingga 2012 dapat dilihat pada tabel 1.4 berikut :

Tabel 1.4
CREDIT UNION SEHAQ Pahauman
Jumlah Aset dan Besarnya Simpanan
Tahun 2010 – 2012

Tahun	Jumlah					
	Aset per 31 Desember (Rp)			Simpanan per 31 Desember (Rp)		
	Harta Lancar	Penyertaan dan Investasi	Harta Tetap	Simpanan Pokok	Simpanan Wajib	Simpanan Sukarela
2010	10.784.246.575	568.188.625	71.344.125	251.093.225	746.985.800	7.415.563.325
2011	12.511.505.450	618.103.400	100.951.625	886.307.625	981.342.100	9.012.266.375
2012	14.316.206.800	702.684.700	104.471.475	404.599.625	886.597.100	8.347.093.050

Sumber : *Credit Union* Sehaq Pahauman, Tahun 2010–2012.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa ada peningkatan pada simpanan saham 14,54 % pada tahun 2011 dan 12,88% pada tahun 2012.

Hakikat dasar dari Credit Union Sehaq adalah pemenuhan kebutuhan dan tuntutan setiap anggota yang mengharapkan penyelesaian masalah keuangannya. Hal ini menyebabkan pihak Credit Union Sehaq meningkatkan mutu pelayanan pinjaman kepada anggota untuk dapat tetap bertahan dan terus berkembang. Kepuasan anggota tergantung pada kualitas proses pelayanan. Pelayanan adalah semua upaya yang dilakukan karyawan dan pengurus Credit Union Sehaq untuk memenuhi keinginan anggotanya dengan jasa yang diberikan. Suatu proses pelayanan dikatakan baik oleh anggota ketika ditentukan oleh kenyataan apakah jasa yang diberikan bisa memuaskan anggota dengan menggunakan persepsi anggota Credit Union Sehaq tentang pelayanan yang diterima (memuaskan atau mengecewakan, juga termasuk lamanya waktu proses layanan). Ketidakpuasan anggota diartikan sama dengan keluhan terhadap Credit Union Sehaq, berikut pelayanan yang dilakukan oleh tenaga karyawan dan struktur proses pelayanan. Anggota Credit Union mengharapkan interaksi yang baik, sopan, ramah, nyaman dengan karyawan Credit Union sehingga kompetensi, kualifikasi serta kepribadian yang baik dituntut pada karyawan Credit Union. Faktor utama dalam mempengaruhi kepuasan anggota adalah kelengkapan sarana

pendukung dalam proses pelayanan dan lamanya waktu proses pinjaman. Fenomena yang sering terjadi di Credit Union Sehaq, terutama berkaitan dengan proses pelayanan disebabkan karena rendahnya kemampuan dan keterampilan karyawan dalam melayani anggota.

Kualitas layanan yang buruk mempengaruhi motivasi seorang anggota Credit Union untuk melakukan interaksi dalam proses pelayanan. Menurut Kotler (1997), seseorang yang termotivasi akan siap bertindak. Bagaimana orang itu bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya mengenai suatu situasi tertentu; hal ini berarti persepsi merupakan realitas bagi seseorang. Berdasarkan hal ini, persepsi terhadap kualitas layanan yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan anggota dikhawatirkan dapat mempengaruhi motivasi meminjam anggota yang bersangkutan.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner dan laporan pertanggungjawaban pengurus dan badan pengawas dalam Rapat Anggota Tahunan (RAT) dalam memperhatikan tingkat pelayanan pinjaman pada *Credit Union* Sehaq di Pahauman, Kec.Sengah Temila, Kab. Landak.

Berdasarkan uraian–uraian diatas, maka penulis mengambil judul **Analisis Kepuasan Anggota Pada Credit Union Sehaq Pahauman Kecamatan Sengah Temila Kabupaten Landak.**

1.2. Perumusan Masalah

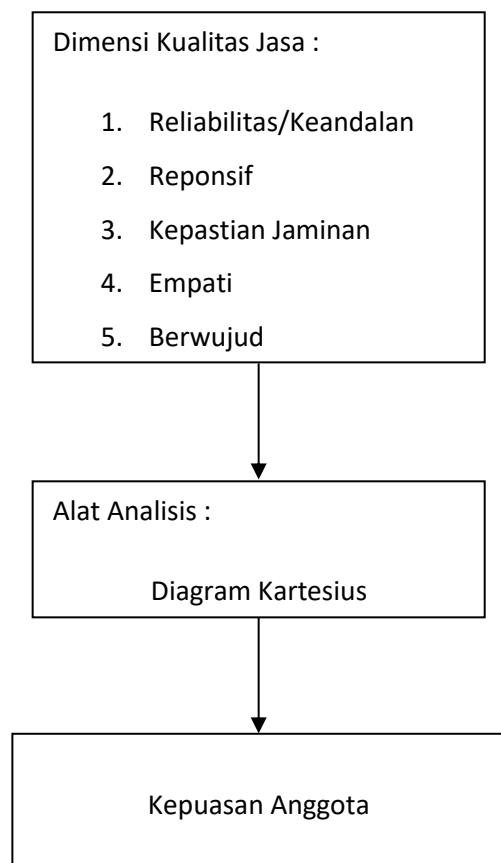
Agar perumusan ini sesuai dengan tujuan penelitian dan sesuai dengan judul yang telah diajukan, maka perumusan masalah penelitian ini adalah bagaimanakah analisis kepuasan anggota pada Credit Union Sehaq Pahauman Kecamatan Sengah Temila Kabupaten Landak?

1.3. Kerangka Pemikiran

Koperasi adalah badan usaha yang mampu bertahan dalam krisis ekonomi meskipun dalam memasuki era globalisasi seperti saat ini perlu adanya pembenahan manajemen usahanya. Koperasi merupakan organisasi untuk mengangkat derajat dan martabat anggota, dan sekaligus meningkatkan kesejahteraannya melalui kerjasama yang tidak mengejar keuntungan seperti halnya pada Perseroan Terbatas dan sejenisnya.

Kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting bagi suatu *Credit Union* dalam membentuk kepuasan pelanggan karena kualitas pelayanan yang mampu melebihi

harapan nasabah atau anggota akan membuat mereka puas. Sebaliknya, jika koperasi tidak mampu memberikan pelayanan yang berkualitas kepada anggota, maka akan menyebabkan mereka tidak puas dan memungkinkan mereka untuk beralih ke koperasi atau perusahaan pesaing yang mampu memberikan pelayanan yang lebih berkualitas.



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran mengenai kepuasan anggota Credit Union Sehaq

Menurut Philip Kotler (2008:177) bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Sedangkan menurut Zulian Yamit (2005:78), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya.

Menurut J. Supranto kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang yang membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapan, dan menurut Husein Umar (2010:50) kepuasan konsumen adalah tingkatan perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya. Konsumen yang merasa puas dengan nilai yang

diberikan oleh produk atau jasa akan sangat besar kemungkinannya untuk menjadi konsumen dalam waktu yang lama.

Berdasarkan keempat pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan anggota merupakan perasaan senang/kecewa yang dialami seseorang setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja suatu produk/jasa dan harapan-harapannya. Pelanggan/anggota akan merasa puas apabila alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau dapat melampaui harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan pelanggan.

Menciptakan kepuasan pelanggan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya. Harapan pelanggan dapat direalisasikan, pendapat dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya.

Kepuasan pelanggan akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari pemberi jasa kepada pelanggan sesuai dengan apa yang dipersepsikan oleh anggota. Salah satu cara adalah memberikan jasa berkualitas yang memenuhi atau melebihi harapan dari anggota. Sedangkan variabel dalam penelitian ini adalah 5 (lima) dimensi dalam menentukan kualitas jasa, yaitu :

1. Reliabilitas (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
2. Responsif (*Responsiveness*), yaitu respon atau kesigapan karyawan/petugas dalam membantu pengguna jasa dan memberikan pelayanan cepat dan tanggap, meliputi kesigapan petugas dalam melayani, kecepatan petugas dalam penanganan keluhan pengguna jasa.
3. Kepastian Jaminan (*Assurance*), meliputi kemampuan karyawan/petugas atas pengetahuan terhadap paket produk secara tepat, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan memberikan keamanan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pengguna jasa.
4. Empati (*Empathy*), yaitu perhatian individu yang diberikan petugas kepada pengguna jasa produk seperti kemudahan untuk menghubungi pengurus bagian kredit *credit union*, kemampuan petugas untuk berkomunikasi dan usaha *Credit Union* untuk memahami keinginan dan kebutuhan pengguna jasanya.

5. Berwujud (*Tangibles*), meliputi penampilan fisik seperti gedung, kebersihan, kerapian, kenyamanan, kelengkapan peralatan serta penampilan karyawan/petugas Credit Union Sehaq.

1.4. Metode Penelitian

1. Bentuk Penelitian

Bentuk penelitian ini adalah studi kasus dengan menggunakan metode *survey* yang dilakukan dari suatu pengamatan terbatas menjadi kesimpulan yang berlaku umum bagi populasi.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang didapat dari sumber pertama, dari individu seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan peneliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam pengumpulan data primer adalah :

1) Wawancara (*interview*)

Proses memperoleh suatu fakta atau data dengan melakukan komunikasi langsung dengan responden penelitian, baik secara temu wicara atau menggunakan teknologi komunikasi (Supardi, 2005;121).

Penulis melakukan wawancara langsung dengan pimpinan dan bagian pengurus kredit Credit Union Sehaq dan karyawan bagian pelayanan.

2) Kuesioner

Penulis memberikan daftar pertanyaan kepada para pengguna jasa kredit Credit Union Sehaq sebagai responden untuk memperoleh data yang tepat dan akurat sesuai dengan kebutuhan penelitian.

3) Observasi

Penulis mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti, yaitu pada kegiatan para karyawan dalam memberikan aktivitas pelayanan kepada calon pengguna jasa.

b. Data sekunder

Menurut Sekaran (2006; 77) data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber-sumber yang ada melalui beberapa media perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain). Pada umumnya data sekunder ini berupa catatan, berupa bukti,

atau laporan historis yang tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

Data sekunder yaitu pengumpulan data yang diperoleh secara tidak langsung atau dari sumber-sumber lain berupa catatan-catatan atau dokumen Credit Union Sehaq. Pada penelitian ini data yang diperoleh atau dikumpulkan melalui Laporan Pertanggungjawaban pengurus dan Badan Pengurus melalui Rapat Anggota Tahunan (RAT) Credit Union Sehaq Pahauman Kecamatan Sengah Temila Kabupaten Landak.

3. Populasi dan Sampel

a) Populasi

Menurut Sugiyono (2009:102) : “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa layanan yang pernah menggunakan jasa Credit Union Sehaq, seperti pada tahun 2012 yang menggunakan jasa pelayanan pada Credit Union Sehaq adalah sebanyak 2.989 anggota.

b) Sampel

Menurut Sugiyono (2009:118), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Pada penelitian ini digunakan *Purposive Sampling*. Teknik *Purposive Sampling* menurut Sugiyono (2009:300) adalah, “Teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu”.

Teknik pengambilan sampel adalah *purposive*, dengan mempertimbangkan anggota Credit Union Sehaq yang menggunakan jasa layanan sudah lebih atau sama dengan dua kali, dimana dengan mempertimbangkan anggota yang dua tahun keatas maka jumlah anggota Credit Union Sehaq Pahauman yang diambil sebagai sampel adalah sebanyak 100 orang.

4. Alat Analisis Data

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu secara kualitatif berdasarkan data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarakan kepada responden.

a. Metode Tingkat Kesesuaian

Menurut Husein Umar (2005:251), “Kepuasan konsumen adalah tingkatan perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya”, dengan lima penilaian menggunakan skala diagram dari skala ordinal dengan mengurutkan data dari tingkat yang paling tinggi ke paling rendah yaitu :

<u>Informasi tentang Kepuasan :</u>	<u>Informasi tentang Kepentingan :</u>
Sangat puas : 5	Sangat Penting : 5
Puas : 4	Penting : 4
Cukup puas : 3	Cukup Penting : 3
Kurang puas : 2	Kurang Penting : 2
Tidak puas : 1	Tidak Penting : 1

Masing-masing disebut penentu kualitas produk ditentukan peringkat kepentingan rata-rata dan peringkat kepuasan rata-rata dengan variasi nilai-nilai hingga 5 (lima) dengan rumus sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Dimana : \bar{X} = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kepuasan

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

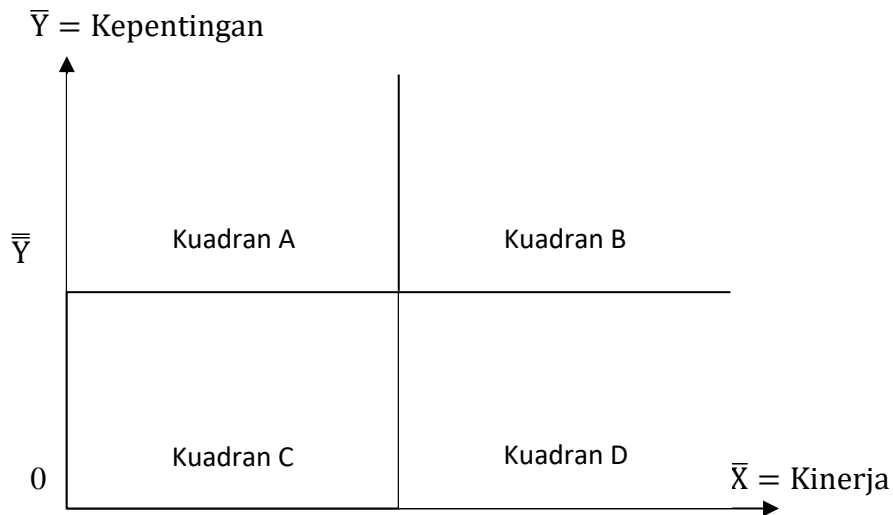
$\sum X_i$ = Jumlah variasi nilai-nilai tingkat kepuasan

$\sum Y_i$ = Jumlah variasi nilai-nilai tingkat kepentingan

Data yang dianalisis dari dua dimensi yaitu tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan menghasilkan nilai persentase tingkat kesesuaian. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan antara skor kepuasan anggota dan skor kepentingan/harapan anggota. Tingkat Kesesuaian ini digunakan untuk mengetahui apakah kepuasan jasa layanan telah sesuai dengan atau melebihi harapan.

b. Metode Diagram Kartesius

Data-data yang dihasilkan dari dimensi tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan kemudian diplot dalam diagram Cartesius. Diagram Cartesius merupakan suatu bangun yang terdiri dari 4 (empat) bagian yang dibatasi oleh dua garis berpotongan tegak lurus pada titik X dan Y. Titik X merupakan rata-rata dari skor tingkat pelaksanaan/kinerja, sedangkan titik Y merupakan rata-rata skor tingkat harapan/kepentingan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 1.3 berikut :



Gambar 1.2 Diagram Kartesius

Kuadran A; kinerja suatu variabel adalah rendah daripada keinginan anggota Credit Union Sehaq untuk menggunakan jasa pelayanan Credit Union, sehingga Credit Union harus lebih meningkatkan kinerjanya agar optimal.

Kuadran B; kinerja suatu variabel adalah keinginan anggota Credit Union Sehaq pada suatu variabel berada pada isyarat tinggi dan sesuai, sehingga Credit Union cukup penyempurnaan kinerja variabel tersebut.

Kuadran C; kinerja suatu variabel pada tingkat rendah sehingga *credit union* perlu melakukan perbaikan. Kuadran D; kinerja Credit Union Sehaq berada pada tingkat tinggi tetapi keinginan anggota pada rambu tersebut rendah, sehingga Credit Union perlu mengurangi hasil yang dicapai agar dapat mengefisienkan sumber daya Credit Union Sehaq/pengaruh yang ada.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Jasa dan Kualitas Jasa

1. Pengertian Jasa

Kita mengetahui bahwa yang disalurkan oleh para produsen bukan hanya benda-benda berwujud saja, tapi juga jasa-jasa. Sifat perusahaan yang menghasilkan jasa ialah bahwa jasa itu tidak bisa ditimbun atau ditumpuk dalam gedung, seperti barang-barang lainnya, sambil saat menunggu penjualan. Perusahaan jasa, kebanyakan bersifat langsung dari produsen kepada konsumen, seperti jasa perawatan, pengobatan, hiburan, perjalanan, perbankan dan lain sebagainya.

Menurut Philip Kotler (2004:486) : ”Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain, yang dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan ataupun, produknya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik”.

Menurut Kotler (2004:498) ada lima kesenjangan untuk mengidentifikasi yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa :

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen : manajemen selalu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh pelanggan.
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi mutu jasa : manajemen mungkin memahami secara tepat keinginan pelanggan tetapi tidak menetapkan satu kumpulan standar kinerja tertentu.
3. Kesenjangan antara spesifikasi mutu jasa dan penyampaian jasa : para petugas mungkin kurang teliti, tidak mampu atau tidak memenuhi standar.
4. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal : harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat para petugas perusahaan dan iklan perusahaan.
5. Kesenjangan antara jasa yang dialami dan yang diharapkan : kesenjangan itu terdiri dari bila pelanggan memiliki persepsi yang keliru tentang mutu jasa tersebut.

Jasa dapat dinilai arti penting (*customer importance*) dan kinerja perusahaan (*company performance*). Analisis arti penting kinerja dapat digunakan untuk

meningkatkan berbagai elemen dari kumpulan jasa dan mengidentifikasi tindakan yang diperlukan.

Dimensi kualitas berpengaruh pada harapan pelanggan dan kenyataan yang diterima. Jika kenyataan pelanggan menerima melebihi harapan maka pelanggan akan mengatakan pelayanannya berkualitas. Sedangkan apabila kenyataannya pelanggan menerima pelayanan kurang atau sama dari harapannya, maka pelanggan akan mengatakan pelayanannya tidak berkualitas.

2. Kualitas Jasa

Persoalan kualitas produk menjadi isu sentral bagi setiap perusahaan dalam situasi persaingan global yang semakin kompetitif. Kemampuan perusahaan untuk menyediakan produk berkualitas akan menjadi senjata untuk memenangkan persaingan, karena dengan memberikan produk berkualitas, maka kepuasan konsumen akan tercapai. Kualitas apabila dikelola dengan tepat akan berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas ini memberikan nilai tambah berupa motivasi khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas sebuah perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Definisi kualitas jasa menurut Lewis & Booms (1983) yang dikutip Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005:121) : “Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Rambat Lupiyoadi & A. Hamdani (2008:181) : “Kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima”.

Menurut Lovlock dan Wright (2005:92) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah : “Sejauh mana jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan”.

American Society for Quality Control (dikutip Tjiptono, dalam Danang Sunyoto, 2012 : 236) mengatakan kualitas atau mutu merupakan : “Keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat”.

Menurut Tjiptono yang dikutip oleh Danang Sunyoto (2012:236) : “Kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan : suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen”.

Dari definisi diatas bahwa mutu pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan persepsi atas harapan konsumen dengan standar persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan, adanya kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan, dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan harapan konsumen.

Menurut Husein Umar (2005:38), ada lima karakteristik kualitas pelayanan antara lain :

1. *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
2. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu keinginan dan kebijakan para staf untuk membantu para pelanggan dengan memberikan pelayanan yang tanggap serta cepat dan tepat meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan.
3. *Assurance* (jaminan), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keraguan. Dimensi kepastian ini atau jaminan ini merupakan dari gabungan dimensi kompetensi artinya keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan pelayanan, kesopanan yang meliputi keramahan, perhatian dan sikap karyawan, serta kredibilitas meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan seperti reputasi, prestasi dan sebagainya.
4. *Empathy*, yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan. Dimensi

empathy ini merupakan penghubungan dari dimensi akses meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan, komunikasi merupakan memperoleh masukan dari atau kepada pelanggan. Serta pemahaman kepada pelanggan meliputi usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.

5. *Tangibles* (bukti fisik), merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak umum yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Agar dapat memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen atau para pelanggan, maka tenaga kerja atau karyawan yang terlibat di dalamnya harus memiliki keahlian dan kualitas yang baik. Oleh sebab itu pihak Credit Union Sehaq dalam mempekerjakan karyawan terutama *teller* dan bagian kredit harus karyawan yang memang ahli dan berkualitas dibidang keuangan dan perkreditan, sehingga apa yang menjadi tujuan perusahaan untuk memberi pelayanan yang baik kepada konsumen atau anggota dapat dicapai.

2.2. Kepuasan

1. Pengertian Kepuasan

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, suatu perusahaan perlu memahami perilaku konsumen agar perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Pemahaman tentang perilaku konsumen itu mempunyai arti penting karena sesungguhnya semua kegiatan perusahaan ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Menurut Philip Kotler dan Keller (2008:177) : “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Sedangkan menurut Husein Umar (2005:51), Kepuasan dibagi dua macam yaitu : “Kepuasan fungsional dan kepuasan psikologikal. Kepuasan fungsional

merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi suatu produk yang dimanfaatkan, sedangkan kepuasan psikologikal merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang sifatnya tidak berwujud dari produk”.

Menurut Buchari Alma (2006:286) ada 6 (enam) sebab munculnya rasa tidak puas terhadap sesuatu antara lain :

1. Tidak sesuai harapan dengan kenyataan
2. Layanan selama menikmati jasa tidak memuaskan
3. Perilaku personil kurang memuaskan
4. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang
5. *Cost* terlalu tinggi, karena jarak jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai
6. Promosi iklan terlalu muluk, tidak sesuai dengan kenyataan

Sedangkan menurut Engel yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2005:45) menyatakan “Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan”. Kepuasan konsumen sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan pemakaiannya.

Menurut M.N Nasution (2004:47), kepuasan pelanggan yaitu : “Perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan (produk) seseorang, maka pelangganlah yang menentukan kualitas suatu produk”. Ada beberapa unsur penting dalam kualitas yang ditetapkan pelanggan, yaitu sebagai berikut :

1. Pelanggan harus merupakan prioritas utama organisasi
2. Pelanggan yang dapat diandalkan merupakan pelanggan yang paling penting, yaitu pelanggan yang paling sering melakukan transaksi dengan organisasi
3. Kepuasan pelanggan dijamin dengan menghasilkan produk berkualitas dengan selalu melakukan perbaikan

Ada berbagai perangkat untuk melacak dan mengukur kepuasan pelanggan yaitu sistem keluhan dan saran, survei kepuasan pelanggan, belanja siluman dan analisis pelanggan yang hilang. Banyak cara yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur atau memantau kepuasan pelanggan. Beberapa

diantaranya adalah yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono (2004:75) yang terdiri dari 5 (lima) metode :

1. Sistem keluhan dan saran : misalnya menyediakan kotak saran dan keluhan, kartu komentar, *costumer hot lines*, mempekerjakan petugas pengumpul pendapat atau keluhan pelanggan, dan lain-lain.
2. Survei kepuasan : survei biasa dilakukan dengan kuesioner (dikirim lewat pos atau dibagikan pada saat pelanggan berbelanja), lewat telepon, e-mail, faks atau wawancara langsung.
3. *Lost customer analysis* : perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli dari perusahaan atau mereka yang telah beralih pemasok.
4. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)* : Perusahaan menggunakan ghost shopping untuk mengamati kekuatan dan kelemahan produk serta pelayanan perusahaan dan pesaing.
5. *Sales-Related Method* : Kepuasan pelanggan diukur dengan kriteria pertumbuhan penjualan, pangsa pasar dan rasio pembelian ulang. Walaupun banyak digunakan, metode ini dapat bias dalam menyimpulkan kepuasan pelanggan, terutama dalam situasi struktur pasar monopoli, kelebihan permintaan dan pada kasus pelanggan yang enggan atau sulit pindah pemasok, meskipun tidak puas.

Beberapa metode atau teknik pengukuran kepuasan pelanggan tersebut dapat dipergunakan oleh pihak perusahaan untuk pengukuran kepuasan pelanggannya. Teknik pengukuran kepuasan pelanggan tersebut dapat memberikan indeks mutu mengenai proses bisnis, proses pengadaan suatu barang atau jasa yang ditawarkan.

2. Kepuasan Konsumen

Secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dikirakan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berbeda dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas, dan jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas atau senang.

Philip Kotler (2008:42) mengatakan bahwa : “Kepuasan konsumen adalah merupakan fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja dan harapan”. Jika kinerja dibawah harapan konsumen tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan konsumen puas, jika kinerja melebihi harapan konsumen amat puas atau senang.

Menurut Buchari Alma (2004:112) bagi perusahaan yang berwawasan kepuasan pelanggan adalah sasaran sekaligus kiat pemasaran. Untuk membangun kepuasan konsumen adalah merupakan inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang. Kepuasan merupakan ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan untuk kerja yang senyatanya diterima. Masalah kepuasan adalah merupakan masalah yang bersifat subyektif, karena kepuasan seseorang belum tentu sama dengan kepuasan yang dirasakan oleh orang lainnya. Walaupun jasa yang diberikan sama kualitasnya, karena kepuasan sangat sulit diukur secara kuantitatif.

Menurut Fandy (2004:160-169) ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan, diantaranya yaitu :

1. *Relationship Marketing*

Dalam strategi ini, hubungan transaksi antara penyedia jasa dan pelanggan berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain, dijalin suatu kemitraan jangka panjang dengan pelanggan secara terus-menerus sehingga diharapkan dapat terjadi bisnis ulangan.

2. *Strategi Superior Customer Service*

Perusahaan yang menerapkan strategi ini berusaha untuk menawarkan pelayanan yang lebih baik dan unggul dari pesaingnya. Untuk mewujudkannya dibutuhkan dana yang besar, sumber daya manusia, dan usaha yang gigih. Meskipun demikian melalui pelayanan yang lebih unggul, perusahaan yang bersangkutan dapat membebaskan harga yang lebih tinggi pada jasanya.

Sedangkan menurut Swastha dan Sukotjo (2004:179), “Pemasaran sebagai sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial”.

2.3. Konsumen

Pengertian Konsumen menurut Philip Kotler (2004:98) dalam bukunya *Principles of Marketing* adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi.

Konsumen adalah semua orang yang menggunakan, membeli, menghabiskan barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Setiap perusahaan, baik perusahaan barang maupun perusahaan jasa harus mengerti

dan memahami konsumen. Sedangkan menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Setiap konsumen berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan pemenuhan yang maksimal. Jumlah dan keanekaragaman barang yang dapat dipenuhi bergantung pada besar pendapatan atau penghasilan. Tingkat kemakmuran dan kesejahteraan seseorang atau masyarakat bergantung pada tingkat konsumsi yang digunakan. Berikut merupakan sifat-sifat konsumen, yaitu :

1. Ingin mengetahui keadaan atau ciri-ciri barang yang akan dibeli;
2. Menginginkan barang yang baik dan berkualitas;
3. Menginginkan barang yang murah harganya;
4. Menginginkan kejujuran dalam bertransaksi jual-beli.

Konsumsi, dari bahasa Belanda *consumptie*, ialah suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan daya guna suatu benda, baik berupa barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan atau kepuasan secara langsung. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia di dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain , maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

2.4. Koperasi dan Koperasi Kredit

1. Koperasi

Menurut Wikipedia Indonesia definisi koperasi adalah organisasi yang dimiliki dan dioperasikan oleh orang-seorang demi kepentingan bersama. Koperasi melandaskan kegiatan berdasarkan prinsip gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan. Umumnya koperasi dikendalikan secara bersama oleh seluruh anggotanya, dimana setiap anggota memiliki hak suara yang sama dalam setiap keputusan yang diambil koperasi.

Prinsip koperasi adalah suatu sistem ide-ide abstrak yang merupakan petunjuk untuk membangun koperasi yang efektif dan tahan lama. Di Indonesia sendiri telah dibuat UU no. 17 tahun 2012 tentang Perkoperasian. Prinsip koperasi menurut UU no. 17 tahun 2012 adalah:

- a) Keanggotaan Koperasi bersifat sukarela dan terbuka;
- b) Pengawasan oleh anggota dilakukan secara demokratis;
- c) Anggota berpartisipasi aktif dalam kegiatan ekonomi koperasi;
- d) Koperasi merupakan badan usaha swadaya yang otonom, dan independen;
- e) Koperasi menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan bagi Anggota, Pengawas, Pengurus, dan Karyawannya, serta memberikan informasi kepada masyarakat tentang jati diri, kegiatan dan kemanfaatan Koperasi;
- f) Koperasi melayani anggotanya secara prima dan memperkuat Gerakan Koperasi, dengan bekerja sama melalui jaringan kegiatan kepada pada tingkat lokal, nasional, regional dan internasional; dan
- g) Koperasi bekerja untuk pembangunan berkelanjutan bagi lingkungan dan masyarakatnya melalui kebijakan yang disepakati oleh anggota.

Prinsip koperasi seperti dimaksud diatas menjadi sumber inspirasi dan menjiwai secara keseluruhan organisasi dan kegiatan usaha Koperasi sesuai dengan maksud dan tujuan pendiriannya.

Menurut Undang-undang No.17 tahun 2012 pasal 4 dijelaskan bahwa koperasi memiliki tujuan meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, sekaligus sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari tatanan perekonomian nasional yang demokratis dan berkeadilan.

2. Koperasi Kredit atau *Credit Union*

Koperasi Kredit atau *Credit Union* (CU) diambil dari bahasa Latin "Credere" yang artinya percaya dan "Union" atau "Unus" berarti kumpulan. Sehingga *Credit Union* memiliki makna kumpulan orang yang saling percaya, dalam suatu ikatan pemersatu yang sepakat untuk menabungkan uang mereka sehingga menciptakan modal bersama untuk dipinjamkan kepada anggota untuk tujuan produktif dan kesejahteraan. Koperasi jasa keuangan bertujuan tidak mencari keuntungan, kepemilikannya dimiliki oleh anggota, menyelenggarakan tabungan, pinjaman dan pelayanan keuangan lainnya kepada para anggotanya. Keanggotaan *credit union* berdasarkan pada ikatan kebersamaan, merupakan sebuah pertalian antara penabung dan peminjam yang sama-sama menjadi anggota komunitas organisasi, lembaga keagamaan atau kesatuan tempat kerja tertentu.

Credit union mengumpulkan simpanan tabungan dan saham para anggotanya untuk mendanai pinjamannya daripada menggantungkan diri pada sumber keuangan

dari luar. Anggota mendapat keuntungan sebagai pemilik credit union dari balas jasa simpanan yang tinggi, balas jasa pinjaman yang lebih rendah dan dengan rerata biaya yang lebih sedikit.

Menurut Undang-Undang No.17 Tahun 2012 Bab I pasal 1 yaitu Koperasi simpan pinjam atau koperasi kredit mempunyai usaha tunggal yakni simpan-pinjam sebagai usaha atau bisnis utamanya. Koperasi kredit biasanya muncul atas prakarsa dan mufakat sekelompok orang yang merasa mempunyai kesamaan kebutuhan dan kepentingan untuk menggerakkan suatu modal bersama, terutama yang berasal dari simpanan untuk dipinjamkan diantara sesama anggota dengan tingkat bunga yang memadai dengan kesepakatan bersama. Sehingga koperasi kredit atau *credit union* (CU) memiliki tiga prinsip utama yaitu :

- Asas swadaya, dimana tabungan hanya diperoleh dari anggotanya.
- Asas setia kawan, yakni pinjaman hanya diberikan kepada anggota.
- Asas pendidikan dan penyadaran, dimana membangun watak adalah yang utama; hanya yang berwatak baik yang diberi pinjaman.

Berdasarkan tiga prinsip utama *credit union* (CU), maka terdapat tiga pilar utama yang dimiliki oleh *credit union*, yaitu :

1. Pendidikan, tujuannya agar anggota dapat mengerti peran serta, hak dan kewajiban sebagai anggota credit union, agar lebih bijaksana dalam mengatur keuangan keluarga maupun keuangan usaha, mengetahui dan memahami laporan keuangan serta perkembangan credit union. Dalam *credit union* dikenal motto : *Dimulai dengan pendidikan, berkembang melalui pendidikan dan dikontrol oleh pendidikan.*
2. Solidaritas atau kesetiakawanan, karena *credit union* tidak sekedar menghimpun simpanan dan memberikan pinjaman kepada anggotanya, namun yang paling utama adalah bagaimana setiap anggota *credit union* memperhatikan kepentingan bersama daripada kepentingan diri sendiri dan saling melayani. Hal ini secara nyata diwujudkan anggota *credit union* yang menyimpan/menabung secara teratur, dan mengangsur pinjamannya secara tertib sehingga anggota-anggota lain juga memperoleh bantuan (pinjaman) bila membutuhkan. Dikenal dengan motto : *Anda sulit saya bantu, saya sulit anda bantu.*
3. Swadaya, karena *credit union* sedapat mungkin membiayai dirinya sendiri. Aga hal tersebut dapat terwujud para anggota harus berusaha agar lembaganya

semakin besar dan sehat. Caranya adalah menabung ke credit union secara teratur dan sebanyak-banyaknya serta tidak menabung ke lembaga keuangan lain. Karena credit union milik anggota sendiri, sedangkan di lembaga keuangan lain pemiliknya adalah sebagian orang, sedangkan penabung hanya sebagai nasabah.

Koperasi kredit atau *credit union* di seluruh dunia terus mengembangkan 4 (empat) perspektif *credit union*, yaitu :

1. Perspektif keuangan, dimana credit union menjanjikan kesejahteraan dalam hal keuangan kepada anggotanya asalkan tetap setia dalam menabung untuk masa depan. Dana anggota akan terus bertambah apabila anggota saling percaya, karena dalam pelayanannya *credit union* mengutamakan kepuasan anggota.
2. Perspektif anggota. CU adalah kumpulan orang yang saling percaya, sehingga bila CU semakin kuat dan semakin banyak orang terlibat serta percaya, maka pelayanan dapat terus ditingkatkan.
3. Perspektif Internal Bisnis; CU berbisnis bersama seluruh anggotanya demi mewujudkan impian bersama untuk membangun kesejahteraan dengan sistem perbankan, namun tetap berbasis kepada anggotanya.
4. Perspektif Pendidikan dan Pembelajaran yang diberikan secara terus menerus kepada pengurus, pengawas, manajemen dan anggota menjadi sarana untuk melahirkan pribadi-pribadi yang berkompeten untuk mengurus lembaga keuangan miliknya.

Nilai-nilai yang terdapat pada *credit union* antara lain :

1. Menolong diri sendiri
2. Bertanggung jawab kepada diri sendiri
3. Demokrasi
4. Kesetaraan
5. Keadilan
6. Swadaya
7. Solidaritas

Menyelaraskan pada nilai-nilai *credit union*, Forum Credit Union Internasional I yang diselenggarakan oleh WOCCU pada tanggal 24 Agustus 1984 merumuskan dan menyepakati mengenai 9 prinsip penyelenggaraan *credit union* antara lain :

1. Keanggotaan yang terbuka dan sukarela, bagi semua orang yang bersedia menerima tanggung jawab keanggotaannya tanpa membedakan jenis kelamin, ras, politik, maupun agama.
2. Dikontrol secara demokratis oleh anggota, yang mempunyai hak yang sama (satu anggota satu suara) dan berperan dalam pengambilan keputusan tanpa dipengaruhi oleh jumlah sahamnya.
3. Tidak diskriminatif, karena credit union tidak membedakan anggota dari suku, kebangsaan, jenis kelamin, agama maupun politik.
4. Pelayanan kepada anggota, ditujukan untuk meningkatkan ekonomi seluruh anggotanya dengan mempertahankan azas dari, oleh dan untuk anggota.
5. Distribusi kepada anggota, mendorong sikap hemat dengan cara menabung dan penyediaan pinjaman serta pelayanan lainnya. Surplus yang diperoleh dibagikan kepada seluruh anggota sebanding dengan transaksinya sebagai balas jasa saham dan balas jasa pinjaman. Balas jasa yang diberikan kepada anggota harus sebanding dengan besarnya modal saham yang dimilikinya dan partisipasinya dalam mengembangkan usaha *credit union*.
6. Membangun stabilitas keuangan, untuk membangun kekuatan *financial*, termasuk pembentukan cadangan yang memadai dan *internal control* yang memastikan pelayanan yang berkesinambungan kepada seluruh anggota.
7. Pendidikan yang terus menerus bagi seluruh anggota, pengurus, pengawas dan manajemen serta masyarakat luas tentang ekonomi, sosial, dan demorasi serta prinsip kerjasama dan saling membantu dalam *credit union*, termasuk pengelolaan keuangan, hidup hemat, dan penggunaan pinjaman secara bijaksana.
8. Kerjasama antar lembaga pada tingkat lokal, nasional dan internasional dalam rangka memberikan pelayanan terbaik kepada anggota.
9. Tanggung jawab sosial dalam menjunjung pembangunan manusia dan hubungan sosialnya.

BAB 3

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kepuasan anggota pada Credit Union Sehaq Pahauman Kecamatan Sengah Temila Kabupaten Landak.

3.2. Manfaat

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi *Credit Union* dalam peningkatan proses pelayanan pinjaman, bahkan dalam melakukan inovasi proses pelayanan.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Identitas Responden

Hasil penelitian analisis kepuasan anggota pada *Credit Union* Sehaq Pahauman Kecamatan Sengah Temila Kabupaten Landak berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan kepada 100 responden didapat karakteristik responden sebagai anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman. Karakteristik ini mencakup umur, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan. Pembahasan terhadap karakteristik responden ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Umur Responden

Umur merupakan salah satu karakteristik konsumen yang berpengaruh terhadap perilaku atau keputusan pembelian. Pola perilaku pembelian seorang konsumen terhadap barang-barang atau jasa-jasa akan selalu berubah seiring dengan bertambahnya umur dari konsumen tersebut. Hal ini disebabkan karena keinginan dan kemampuan konsumen berubah sejalan dengan bertambahnya umur.

Umur responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.1

Umur Responden

No.	Kelompok Umur (Tahun)	Frekuensi	Persentase
1	18 – 24	6	6%
2	25 – 31	16	16%
3	32 – 38	26	26%
4	39 – 45	24	24%
5	46 – 53	18	18%
6	54 – 60	10	10%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data olahan, 2013

Tabel 4.1 memperlihatkan bahwa sebagian besar responden yaitu 26 % yang menjadi nasabah *Credit Union* Sehaq Pahauman memiliki umur antara 32 - 38 tahun.

2. Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam melakukan pemilihan dan permintaan barang atau jasa. Hal ini terutama disebabkan karena sifat, perilaku, dan selera antara pria dalam hal pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan yang akan diambil ini tentu saja akan mempengaruhi kepuasannya terhadap barang dan jasa yang digunakan, sehingga dalam waktu yang akan datang mereka akan memutuskan apakah akan menggunakan barang atau jasa tersebut kembali atau tidak.

Jenis kelamin responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	58	58%
2	Perempuan	42	42%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data olahan, 2013

Tabel 4.2 memperlihatkan bahwa sebagian besar responden yaitu 58 % yang merupakan nasabah *Credit Union* Sehaq Pahauman berjenis kelamin laki-laki, dan sisanya adalah perempuan.

3. Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan juga mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih dan mengambil keputusan membeli akan suatu produk baik itu berupa barang maupun jasa. Seorang konsumen dengan pendidikan yang cukup tinggi, dimana dalam memilih suatu produk tentunya ia akan mempertimbangkan dahulu apa yang menyebabkan konsumen

tersebut menggunakan suatu produk, baik ditinjau dari segi harga, kualitas produk, manfaat dan kegunaan produk tersebut, tempat pembeliannya atau sebagainya.

Pendidikan responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut :

Tabel 4.3
Pendidikan Responden

No.	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SD	18	18%
2	SMP	13	13%
3	SMA	41	41%
4	D3	11	11%
5	S1	17	17%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data olahan, 2013

Tabel 4.3 memperlihatkan bahwa sebagian besar responden yaitu 41 % yang merupakan nasabah *Credit Union* Sehaq Pahauman memiliki pendidikan yang menengah, yaitu Sekolah Menengah Atas (SMA).

4. Pekerjaan Responden

Karakteristik konsumen lain yang juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian suatu barang atau jasa adalah pekerjaan. Pekerjaan seseorang akan mempengaruhi kebutuhan dan keinginan tertentu akan barang dan jasa. Semakin tinggi jabatan atau kedudukan seseorang, maka semakin tinggi pula seseorang menilai produk yang diinginkannya. Oleh karena itu, seorang pemasar harus memahami dan mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerjaan dan jabatan yang memiliki kecenderungan minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa yang ditawarkan.

Pekerjaan responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut :

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar / Mahasiswa	4	4%
2	Wiraswasta/Pedagang	11	11%
3	Petani	36	36%
4	Buruh	4	4 %
5	Sopir	1	1 %
6	Pegawai Swasta	12	12 %
7	PNS	27	27 %
8	Rumah Tangga	5	5 %
	Jumlah	100	100 %

Sumber : Data olahan, 2013

Tabel 4.4 memperlihatkan bahwa sebagian besar responden yaitu 36 % merupakan nasabah *Credit Union* Sehaq Pahauman yang memiliki pekerjaan sebagai petani.

5. Pendapatan Responden

Tingkat pendapatan atau penghasilan seseorang juga menjadi penentu pola konsumsinya terhadap pemilihan barang atau jasa. Semakin besar tingkat pendapatan seseorang, maka semakin besar akan memberikan peluang dan alternatif pilihan pada seseorang untuk memilih produk atau jasa yang mereka butuhkan dan inginkan. Tentu saja dengan tingkat kualitas yang lebih baik meskipun harus membayar dalam jumlah yang cukup besar untuk mendapatkan produk atau jasa yang mereka inginkan.

Pendapatan responden per bulan yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut :

Tabel 4.5
Pendapatan Responden

No.	Pendapatan	Frekuensi	Persentase
1	500.000 – 1.199.999	22	22%
2	1.200.000 – 2.199.999	29	29%
3	2.200.000 – 3.199.999	18	18%
4	3.200.000 – 4.199.999	20	20%
5	4.200.000 – 5.199.999	7	7%
6	5.200.000 – 6.199.999	3	3%
7	Lebih dari 10 juta	1	1%
	Jumlah	100	100

Sumber : Data olahan, 2013

Tabel 4.5 memperlihatkan bahwa sebagian besar responden yaitu 29 % yang menjadi anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman rata-rata per bulan sebesar Rp.1.200.000 – Rp.2.199.999.

6. Lama Responden Menjadi Anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman

Semakin lama seorang konsumen menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa, maka dapat dipastikan bahwa kinerja atas produk atau jasa yang digunakan semakin baik. Selain itu, mereka juga akan mengetahui kelemahan dan kelebihan produk atau jasa yang mereka gunakan, jika mereka menggunakan produk tersebut dalam jangka yang cukup lama.

Berikut ini disajikan dalam table 4.6 mengenai lama responden menjadi anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman :

Tabel 4.6

Lama Responden Menjadi Anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman

No.	Lama menjadi anggota (tahun)	Frekuensi	Persentase
1	2 – 5	23	23%
2	6 – 9	32	32%
3	10 – 13	23	23%
4	14 – 17	17	17%
5	18 – 21	3	3%
6	22 – 25	2	2%
	Jumlah	100	100

Sumber : Data olahan, 2013

Tabel 4.6 memperlihatkan bahwa sebagian besar responden yaitu 32 % adalah anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman yang sudah menjadi anggota selama 6 sampai 9 tahun.

7. Pertama Kali Mengetahui Jasa Layanan *Credit Union* Sehaq Pahauman

Kepercayaan seorang konsumen dalam menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa dapat dipengaruhi oleh kepercayaan kepada seseorang ataupun promosi yang disampaikan pertama kali.

Berikut ini disajikan dalam tabel 4.7 mengenai pertama kali mengetahui jasa layanan *Credit Union* Sehaq Pahauman :

Tabel 4.7

Pertama Kali Mengetahui Jasa Layanan *Credit Union* Sehaq Pahauman

No.	Mengetahui Jasa Layanan	Frekuensi	Persentase
1	Keluarga	23	23%
2	Sosialisasi	45	45%
3	Jasa Layanan Bayar Listrik	32	32%
	Jumlah	100	100

Sumber : Data olahan, 2013

Tabel 4.7 memperlihatkan bahwa sebagian besar responden yaitu 45 % adalah anggota yang pertama kali mengetahui jasa layanan *Credit Union* Sehaq Pahauman dari sosialisasi yang dilakukan oleh *Credit Union* Sehaq Pahauman.

8. Pernah Melakukan Transaksi Pinjaman.

Pernah melakukan transaksi pinjaman merupakan bukti saling percaya antara anggota dan *Credit Union* Sehaq Pahauman dalam melakukan sebuah transaksi. Anggota yang melakukan transaksi pinjaman akan diberikan kepercayaan dalam mengelola keuangan setelah dilakukan beberapa proses diantaranya seperti *survey* mengenai pendapatan dan pengeluaran anggota.

Anggota yang belum pernah melakukan pinjaman bukan hanya dikarenakan ketidakpercayaan pada hubungan yang dibina dengan *Credit Union* Sehaq Pahauman, tetapi dapat dikarenakan belum pernah mengikuti pendidikan mengenai pinjaman pada *Credit Union* Sehaq Pahauman.

Berikut ini disajikan dalam tabel 4.8 mengenai pernah melakukan transaksi pinjaman pada *Credit Union* Sehaq Pahauman :

Tabel 4.8
Pernah Melakukan Transaksi Pinjaman

No.	Melakukan Transaksi Pinjaman	Frekuensi	Persentase
1	Belum	13	13%
2	Sudah	87	87%
	Jumlah	100	100

Sumber : Data olahan, 2013

Tabel 4.8 memperlihatkan bahwa sebagian besar responden yaitu 87 % adalah anggota yang sudah pernah melakukan transaksi pinjaman pada *Credit Union* Sehaq Pahauman.

9. Banyaknya Melakukan Transaksi Pinjaman.

Anggota yang banyak melakukan transaksi pinjaman merasa memiliki hak kepada *Credit Union* Sehaq Pahauman sebagai pemilik koperasi, dan merasa mempercayai *Credit Union* Sehaq Pahauman sebagai koperasi sumber dana.

Banyaknya melakukan transaksi pinjaman yang dilakukan oleh anggota disajikan melalui tabel 4.9 sebagai berikut :

Tabel 4.9
Jumlah Melakukan Transaksi Pinjaman

No.	Jumlah Transaksi Pinjaman	Frekuensi	Persentase
1	0 – 1	26	26%
2	2 – 3	51	51%
3	4 – 5	23	23%
	Jumlah	100	100

Sumber : Data olahan, 2013

Tabel 4.9 memperlihatkan bahwa sebagian besar responden yaitu 51 % adalah anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman yang sudah pernah melakukan transaksi pinjaman sebanyak 4 – 5 kali.

4.2. Analisis Kepuasan Anggota Terhadap Kepuasan Pelayanan yang diberikan oleh Credit Union Sehaq Pahauman

1. Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/Kepuasan Konsumen (*Importance-Performance Analysis*)

Analisis yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan anggota terhadap pelayanan yang diberikan oleh *Credit Union* Sehaq Pahauman adalah analisis tingkat kepentingan dan kinerja atau kepuasan konsumen (*Importance-Performance Analysis*). Analisis ini digunakan untuk mengetahui atribut-atribut mana saja yang dinilai penting/tidak penting dan memuaskan/tidak memuaskan mereka.

Dalam menilai atribut-atribut tersebut digunakanlah 5 (lima) dimensi kualitas jasa yang terdiri dari keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan wujud nyata (*tangible*) yang di dalamnya memuat 22 atribut kualitas jasa. Berikut ini akan dibahas satu persatu dimensi kualitas jasa beserta atributnya, sehingga akan diketahui seberapa penting dan memuaskan atribut-atribut yang dimaksud.

a. Keandalan (*Reliabilty*)

Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Oleh karena itu, *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu berusaha memberikan yang terbaik kepada anggotanya, baik dari segi produk maupun jasa. Atribut-atribut yang termasuk dalam dimensi keandalan (*reliability*) *Credit Union* Sehaq Pahauman adalah produk tabungan yang ditawarkan *Credit Union* Sehaq Pahauman bervariasi dan memenuhi kebutuhan anggota, karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman memiliki kemampuan dan pemahaman yang baik terkait jasa keuangan dan perkoperasian, prosedur pengajuan dan pencairan pinjaman mudah dan cepat, *Credit Union* Sehaq Pahauman memiliki jaringan pelayanan (TP) yang tersebar.

- 1) Produk tabungan *Credit Union* Sehaq Pahauman bervariasi dan memenuhi kebutuhan anggota.

Produk yang bervariasi diharapkan agar anggota dapat lebih teliti dalam memilih jenis tabungan sesuai tujuan dan kondisi anggota. Anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman yang memilih produk berdasarkan harapannya diharapkan puas dengan produk yang ditawarkan.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap variasi produk tabungan yang ditawarkan oleh *Credit Union* Sehaq Pahauman dapat dilihat pada Tabel 4.10 berikut.

Tabel 4.10

Penilaian Responden terhadap Variasi Produk Tabungan yang Ditawarkan oleh *Credit Union* Sehaq Pahauman

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	49	49,00	5	245	Sangat penting	69	69,00	5	345
Puas	36	36,00	4	144	Penting	21	21,00	4	84
Cukup puas	15	15,00	3	45	Cukup penting	10	10,00	3	30
Kurang puas	0	0,00	2	0	Kurang penting	0	0,00	2	0
Tidak puas	0	0,00	1	0	Tidak penting	0	0,00	1	0
Jumlah	100	100,00		434	Jumlah	40	100,00		459

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (49,00%) merasa sangat puas terhadap variasi produk tabungan yang ditawarkan *Credit Union* Sehaq Pahauman. Hal ini menunjukkan bahwa *Credit Union* Sehaq Pahauman benar-benar memperhatikan variasi produk tabungannya, karena perusahaan fokus pada kepuasan pelanggannya.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (69,00%) menyatakan variasi produk tabungan merupakan hal yang sangat penting bagi pemenuhan kebutuhan mereka. Hal ini dikarenakan produk yang mereka gunakan dari *Credit Union* Sehaq Pahauman disesuaikan dengan tujuan menabung dan kondisi anggota, sehingga mereka memang memperhatikan variasi produk tabungan untuk dipilih.

Tabel 4.10 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan dari variasi produk tabungan yang ditawarkan *Credit Union* Sehaq Pahauman, di mana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah sebesar 434 dan total skor untuk tingkat kepentingan adalah sebesar 459. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui besarnya nilai tingkat kesesuaian variasi produk tabungan yang ditawarkan *Credit Union* Sehaq Pahauman, yaitu 94,55% $\{(434/459) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap variasi produk

tabungan yang ditawarkan *Credit Union* Sehaq Pahauman masih belum dapat memenuhi harapan/keinginan anggota.

- 2) Karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman memiliki kemampuan dan pemahaman yang baik terkait jasa keuangan dan perkoperasian.

Karyawan memiliki kemampuan dan pemahaman yang baik terkait jasa keuangan dan perkoperasian merupakan hal yang sangat diinginkan anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman dalam hal menunjukkan kinerja yang baik dari *Credit Union* tersebut dalam menyelenggarakan jasa. Anggota akan kembali menggunakan jasa *Credit Union* dengan karyawan yang memiliki kemampuan dan pemahaman yang baik terkait jasa keuangan dan perkoperasian.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap karyawan yang memiliki kemampuan dan pemahaman yang baik terkait jasa keuangan dan perkoperasian dapat dilihat pada Tabel 4.8 berikut.

Tabel 4.11

Penilaian Responden terhadap Karyawan yang Memiliki Kemampuan dan Pemahaman yang Baik Terkait Jasa Keuangan dan Perkoperasian

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	31	31,00	5	155	Sangat penting	60	60,00	5	300
Puas	44	44,00	4	176	Penting	21	21,00	4	84
Cukup puas	25	25,00	3	75	Cukup penting	17	17,00	3	51
Kurang puas	0	0,00	2	0	Kurang penting	2	2,00	2	4
Tidak puas	0	0,00	1	0	Tidak penting	0	0,00	1	0
Jumlah	100	100,00		406	Jumlah	100	100,00		439

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (44,00%) merasa puas terhadap kemampuan dan pemahaman yang baik terkait jasa keuangan dan perkoperasian yang diberikan oleh karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman kepada anggotanya. Hal ini dikarenakan *Credit Union* berorientasi kepada kepuasan anggota apabila memiliki kemampuan dan pemahaman yang baik terkait jasa keuangan dan perkoperasian.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (60,00%) menyatakan karyawan yang memiliki kemampuan dan pemahaman yang baik terkait jasa keuangan dan perkoperasian merupakan hal yang sangat penting. Hal ini penting mengingat setiap anggota pasti menginginkan karyawan yang memiliki kemampuan dan pemahaman yang baik terkait jasa keuangan dan perkoperasian.

Tabel 4.11 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan terhadap karyawan yang memiliki kemampuan dan pemahaman yang baik terkait jasa keuangan dan perkoperasian, di mana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah sebesar 406 dan total skor untuk tingkat kepentingan adalah sebesar 439. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui besarnya nilai tingkat kesesuaian karyawan yang memiliki kemampuan dan pemahaman yang baik terkait jasa keuangan dan perkoperasian yaitu sebesar 92,48% $\{(406/439) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap karyawan yang memiliki kemampuan dan pemahaman yang baik terkait jasa keuangan dan perkoperasian masih belum dapat memenuhi harapan/ keinginan anggota.

3) Prosedur Pengajuan dan Pencairan pinjaman yang mudah dan cepat.

Prosedur pengajuan dan pencairan pinjaman yang mudah dan cepat sangatlah penting. Hal ini menjadi sangat penting agar permintaan layanan jasa

pinjaman pada *Credit Union* Sehaq Pahauman menjadi sangat baik seperti halnya dalam hal menabung.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap prosedur pengajuan dan pencairan pinjaman yang mudah dan cepat dapat dilihat pada Tabel 4.12 berikut.

Tabel 4.12

Penilaian Responden terhadap Prosedur Pengajuan dan Pencairan Pinjaman yang Mudah dan Cepat.

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	18	18,00	5	90	Sangat penting	52	52,00	5	260
Puas	35	35,00	4	140	Penting	25	25,00	4	100
Cukup puas	37	37,00	3	111	Cukup penting	21	21,00	3	63
Kurang puas	9	9,00	2	18	Kurang penting	2	2,00	2	4
Tidak puas	1	1,00	1	1	Tidak penting	0	0,00	1	0
Jumlah	100	100,00		360	Jumlah	100	100,00		427

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (37,00%) merasa cukup puas terhadap prosedur pengajuan dan pencairan pinjaman yang diberikan oleh *Credit Union* Sehaq Pahauman terhadap anggotanya. Hal ini dikarenakan *Credit Union* Sehaq Pahauman fokus kepada kebutuhan anggotanya.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (52,00%) menyatakan prosedur pengajuan dan pencairan pinjaman yang mudah dan cepat merupakan hal yang sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa prosedur pengajuan dan pencairan pinjaman yang mudah dan cepat merupakan salah satu

Sangat puas	36	36,00	5	180	Sangat penting	62	62,00	5	310
Puas	41	41,00	4	164	Penting	27	27,00	4	108
Cukup puas	22	22,00	3	66	Cukup penting	8	8,00	3	24
Kurang puas	0	0,00	2	0	Kurang penting	2	2,00	2	4
Tidak puas	1	1,00	1	1	Tidak penting	1	1,00	1	1
Jumlah	100	100,00		411	Jumlah	100	100,00		447

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (41,00%) merasa puas terhadap *Credit Union* Sehaq Pahauman memiliki jaringan pelayanan (TP) yang tersebar di beberapa kecamatan yang ada di Kabupaten Landak. Hal ini dikarenakan *Credit Union* Sehaq Pahauman fokus kepada kebutuhan anggotanya dalam perkembangan *Credit Union* Sehaq Pahauman itu sendiri.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responde (62%) menyatakan bahwa *Credit Union* Sehaq Pahauman memiliki jaringan pelayanan (TP) yang tersebar di beberapa kecamatan yang ada di Kabupaten Landak merupakan hal yang sangat penting. Hal ini dikarenakan anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman merasa penyebaran jaringan pelayanan atau tempat pelayanan sangat diperlukan untuk perkembangan *Credit Union* Sehaq Pahauman itu sendiri.

Tabel 4.13 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan terhadap *Credit Union* Sehaq Pahauman memiliki jaringan pelayanan (TP) yang tersebar di beberapa kecamatan yang ada di Kabupaten Landak, di mana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah sebesar 411 dan total skor untuk tingkat kepentingan adalah sebesar 447. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui besarnya nilai tingkat kesesuaian mengenai *Credit Union* Sehaq Pahauman memiliki jaringan pelayanan (TP) yang tersebar di beberapa kecamatan yang ada di Kabupaten Landak yaitu sebesar

91,95% $\{(411/447) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap *Credit Union* Sehaq Pahauman memiliki jaringan pelayanan (TP) yang tersebar di beberapa kecamatan yang ada di Kabupaten Landak masih belum dapat memenuhi harapan/ keinginan anggota.

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan kemauan pihak *Credit Union* Sehaq Pahauman untuk membantu anggotanya dan memberikan jasa dengan cepat dan tanggap. Umumnya, setiap anggota pasti ingin dilayani dengan cepat dan baik. Oleh karena itu, pihak *Credit Union* Sehaq Pahauman harus mencari cara terbaik bagaimana melayani anggotanya dengan cepat dan baik. Atribut-atribut yang termasuk dalam dimensi daya tanggap adalah karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu memberikan arahan dalam pengisian formulir atau dokumen, karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman memberikan kemudahan dalam pengisian formulir atau dokumen, semua transaksi dilayani dan dilaksanakan dengan cepat dan tepat waktu, *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu menanggapi segala keluhan yang dirasakan oleh anggotanya, karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman bersedia menolong anggota ketika mengalami kesulitan.

- 1) Karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu memberikan arahan dalam pengisian formulir atau dokumen.

Pengisian formulir atau dokumen baik tabungan maupun pinjaman pada *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu diberikan arahan kepada anggota agar terjalin rasa saling percaya dan memberi pengertian kepada anggota. Terkadang dengan memberikan pengertian melalui arahan dapat memberikan nilai positif dari anggota.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu memberikan arahan dalam pengisian formulir atau dokumen dapat dilihat pada Tabel 4.14 berikut.

Tabel 4.14

Penilaian Responden terhadap Karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman Memberikan Arahan dalam Pengisian Formulir atau Dokumen

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	28	28,00	5	140	Sangat penting	67	67,00	5	335
Puas	48	48,00	4	192	Penting	22	22,00	4	88
Cukup puas	23	23,00	3	69	Cukup penting	10	10,00	3	30
Kurang puas	1	1,00	2	2	Kurang penting	1	1,00	2	2
Tidak puas	0	0,00	1	0	Tidak penting	0	0,00	1	0
Jumlah	100	100,00		403	Jumlah	100	100,00		455

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (48,00%) merasa puas terhadap Karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman memberikan arahan dalam pengisian formulir atau dokumen. Hal ini dikarenakan *Credit Union* Sehaq Pahauman benar-benar fokus kepada kebutuhan anggotanya.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (67,00%) menyatakan karyawan yang memberikan arahan dalam pengisian dokumen atau formulir merupakan hal yang sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan dapat memberikan arahan dalam pengisian dokumen atau formulir merupakan salah satu prioritas utama *Credit Union* Sehaq Pahauman dalam memberikan pelayanan terbaiknya kepada anggota.

Tabel 4.14 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan terhadap karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman memberikan arahan dalam pengisian dokumen atau formulir, dimana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah sebesar 403 dan total skor untuk tingkat kepentingan adalah sebesar 455. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui

besarnya nilai tingkat kesesuaian karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman memberikan arahan dalam pengisian dokumen atau formulir, yaitu 88,57% $\{(403/455) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman memberikan arahan dalam pengisian dokumen atau formulir masih belum dapat memenuhi harapan/keinginan anggota.

- 2) Karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman memberikan kemudahan dalam pengisian formulir atau dokumen

Sesuai dengan hasil pendataan responden, tingkat pendidikan yang dimiliki oleh anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman sebesar 18% adalah sekolah dasar, lulus maupun tidak lulus. Hal ini menyebabkan karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman harus memberikan bantuan fisik dalam pengisian dokumen atau formulir.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu memberikan kemudahan dalam pengisian formulir atau dokumen dapat dilihat pada Tabel 4.15 berikut.

Tabel 4.15

Penilaian Responden terhadap Karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman Memberikan Kemudahan dalam Pengisian Formulir atau Dokumen

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	28	28,00	5	140	Sangat penting	65	65,00	5	325
Puas	47	47,00	4	188	Penting	24	24,00	4	96
Cukup puas	25	25,00	3	75	Cukup penting	11	11,00	3	33
Kurang puas	0	0,00	2	0	Kurang penting	0	0,00	2	0
Tidak puas	0	0,00	1	0	Tidak penting	0	0,00	1	0
Jumlah	100	100,00		403	Jumlah	100	100,00		454

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (47,00%) merasa puas terhadap Karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman memberikan kemudahan dalam pengisian formulir atau dokumen. Hal ini dikarenakan *Credit Union* Sehaq Pahauman benar-benar berusaha memberikan segala sesuatu yang menjadi kebutuhan anggotanya.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (65,00%) menyatakan karyawan yang memberikan kemudahan dalam pengisian dokumen atau formulir merupakan hal yang sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan dapat memberikan kemudahan dalam pengisian dokumen atau formulir merupakan salah satu prioritas utama *Credit Union* Sehaq Pahauman dalam memberikan pelayanan.

Tabel 4.15 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan terhadap karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman memberikan kemudahan dalam pengisian dokumen atau formulir, dimana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah sebesar 403 dan total skor untuk tingkat kepentingan adalah sebesar 454. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui besarnya nilai tingkat kesesuaian karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman memberikan kemudahan dalam pengisian dokumen atau formulir, yaitu 88,76% $\{(403/454) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman memberikan kemudahan dalam pengisian dokumen atau formulir masih belum dapat memenuhi harapan/keinginan anggota.

- 3) Semua semua transaksi dilayani dan dilaksanakan dengan cepat dan tepat waktu.

Semua transaksi yang dilayani dan dilaksanakan dengan cepat dan tepat waktu adalah hal yang sangat diinginkan oleh anggota. Hal ini menunjukkan kinerja yang baik bagi *Credit Union* Sehaq Pahauman dalam penyelenggaraan jasa. Anggota akan senang menggunakan jasa *Credit Union* Sehaq Pahauman yang melayani dan melaksanakan semua transaksi dengan cepat dan tepat waktu.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap semua transaksi dilayani dan dilaksanakan dengan cepat dan tepat waktu dapat dilihat pada Tabel 4.16 berikut.

Tabel 4.16

Penilaian Responden terhadap Semua Transaksi Dilayani dan Dilaksanakan dengan Cepat dan Tepat Waktu

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	24	24,00	5	120	Sangat penting	54	54,00	5	270
Puas	39	39,00	4	156	Penting	32	32,00	4	128
Cukup puas	32	32,00	3	96	Cukup penting	14	14,00	3	42
Kurang puas	5	5,00	2	10	Kurang penting	0	0,00	2	0
Tidak puas	0	0,00	1	0	Tidak penting	0	0,00	1	0
Jumlah	100	100,00		382	Jumlah	100	100,00		440

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (39,00%) merasa puas terhadap semua transaksi yang dilayani dan dilaksanakan dengan cepat dan tepat waktu. Hal ini dikarenakan *Credit Union* Sehaq Pahauman berusaha memuaskan kebutuhan anggotanya.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (54,00%) menyatakan semua transaksi dilayani dan dilaksanakan dengan cepat dan tepat waktu merupakan hal yang sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa semua transaksi dilayani dan dilaksanakan dengan cepat dan tepat waktu merupakan salah satu prioritas utama *Credit Union* Sehaq Pahauman dalam memberikan pelayanan terbaiknya kepada anggota.

Tabel 4.16 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan terhadap semua transaksi dilayani dan dilaksanakan dengan cepat dan tepat waktu, dimana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah sebesar 382 dan total skor untuk tingkat kepentingan adalah sebesar 440. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui besarnya nilai tingkat kesesuaian semua transaksi dilayani dan dilaksanakan dengan cepat dan tepat waktu, yaitu 86,81% $\{(382/440) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap semua transaksi dilayani dan dilaksanakan dengan cepat dan tepat waktu masih belum dapat memenuhi harapan/keinginan anggota.

- 4) *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu menanggapi segala keluhan yang dirasakan oleh anggotanya.

Kepuasan anggota adalah prioritas utama yang harus diperhatikan oleh *Credit Union* Sehaq Pahauman dalam menjalankan pelayanan jasa. Setiap keluhan yang disampaikan merupakan acuan untuk melakukan perubahan ke arah yang lebih baik. Anggota akan senang menggunakan jasa layanan *Credit Union* Sehaq Pahauman apabila setiap keluhan yang dirasakan dapat ditanggapi hingga diproses.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu menanggapi segala keluhan yang dirasakan oleh anggotanya dapat dilihat pada Tabel 4.17 berikut.

Tabel 4.17

Penilaian Responden terhadap *Credit Union* Sehaq Pahauman Selalu Menanggapi Segala Keluhan yang Dirasakan oleh Anggotanya.

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	17	17,00	5	85	Sangat penting	56	56,00	5	280
Puas	31	31,00	4	124	Penting	28	28,00	4	112
Cukup puas	46	46,00	3	138	Cukup penting	16	16,00	3	48
Kurang puas	6	6,00	2	12	Kurang penting	0	0,00	2	0
Tidak puas	0	0,00	1	0	Tidak penting	0	0,00	1	0
Jumlah	100	100,00		359	Jumlah	100	100,00		440

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.17 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (46,00%) merasa cukup puas terhadap *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu menanggapi segala keluhan yang dirasakan oleh anggotanya. Hal ini dikarenakan *Credit Union* Sehaq Pahauman mencoba berusaha menanggapi segala keluhan yang disampaikan untuk memuaskan kebutuhan anggotanya.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (56,00%) menyatakan *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu menanggapi segala keluhan yang dirasakan anggotanya merupakan hal yang sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa menanggapi segala keluhan yang disampaikan merupakan salah satu prioritas utama *Credit Union* Sehaq Pahauman dalam memberikan pelayanan dan melakukan perubahan ke arah yang lebih baik.

Tabel 4.17 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan terhadap *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu menanggapi segala keluhan yang dirasakan anggotanya, dimana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah sebesar 359 dan total skor untuk tingkat

kepentingan adalah sebesar 440. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui besarnya nilai tingkat kesesuaian *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu menanggapi segala keluhan yang dirasakan anggotanya, yaitu 81,59% $\{(359/440) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu menanggapi segala keluhan yang dirasakan anggotanya masih belum dapat memenuhi harapan/keinginan anggota.

- 5) Karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman bersedia menolong anggota ketika mengalami kesulitan.

Proses pelayanan jasa tidak semua dapat dimengerti dengan baik, sehingga anggota dapat mengalami kesulitan dalam menjalaninya. Hal ini dapat mempengaruhi pada kualitas kinerja *Credit Union* Sehaq Pahauman, karena anggota yang merasa kesulitan dalam menjalani proses pelayanan dan tanpa bantuan dari karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman maka akan menghindar dan menolak untuk menggunakan layanan jasa *Credit Union* Sehaq Pahauman kembali.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman bersedia menolong anggota ketika mengalami kesulitan dapat dilihat pada Tabel 4.18 berikut.

Tabel 4.18

Penilaian Responden terhadap Karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman Bersedia Menolong Anggota Ketika Mengalami Kesulitan.

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	26	26,00	5	130	Sangat penting	63	63,00	5	315
Puas	36	36,00	4	144	Penting	27	27,00	4	108
Cukup puas	33	33,00	3	99	Cukup penting	10	10,00	3	30

Kurang puas	5	5,00	2	10	Kurang penting	0	0,00	2	0
Tidak puas	0	0,00	1	0	Tidak penting	0	0,00	1	0
Jumlah	100	100,00		383	Jumlah	100	100,00		453

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.18 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (36,00%) merasa puas terhadap Karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman bersedia menolong anggota ketika mengalami kesulitan. Hal ini dikarenakan *Credit Union* Sehaq Pahauman benar-benar fokus untuk memuaskan anggotanya.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (63,00%) menyatakan Karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman bersedia menolong anggota ketika mengalami kesulitan merupakan hal yang sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa menolong anggota yang mengalami kesulitan dapat menjadi salah satu prioritas *Credit Union* Sehaq Pahauman dalam memberikan pelayanan terbaik kepada anggotanya.

Tabel 4.18 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan terhadap karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman bersedia menolong anggota ketika mengalami kesulitan, dimana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah sebesar 383 dan total skor untuk tingkat kepentingan adalah sebesar 453. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui besarnya nilai tingkat kesesuaian karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman bersedia menolong anggota ketika mengalami kesulitan, yaitu 84,54% $\{(383/453) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman bersedia menolong anggota ketika mengalami kesulitan masih belum dapat memenuhi harapan/keinginan anggota.

c. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan dan *Credit Union* Sehaq Pahauman serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Hal ini sangat penting dalam pelayanan agar anggota merasa yakin bahwa *Credit Union* Sehaq Pahauman memperhatikan mereka. Atribut-atribut yang termasuk dalam dimensi jaminan adalah staf kredit selalu melakukan pemeriksaan kelengkapan formulir; proses konsultasi diperlukan untuk mengetahui secara jelas mengenai pendapatan dan pengeluaran anggota; *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu mengandalkan kejujuran dalam setiap transaksi yang dilakukan; anggota merasa aman dalam menyimpan angunannya di kantor *Credit Union* Sehaq Pahauman; *Credit Union* Sehaq Pahauman memiliki legalitas atau berbadan hukum jelas.

- 1) Staf kredit selalu melakukan pemeriksaan kelengkapan formulir.

Pinjaman adalah satu produk yang ditawarkan *Credit Union* dalam pelayanan jasa keuangan selain tabungan, dimana *Credit Union* memiliki sumber dana swadaya. Hal ini menyebabkan staf kredit selalu melakukan pemeriksaan kelengkapan formulir untuk memberikan kepercayaan kepada anggota dalam memberikan tabungan yang akan dipinjamkan kepada anggota yang lain.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap staf kredit selalu melakukan pemeriksaan kelengkapan formulir dapat dilihat pada Tabel 4.19 berikut.

Tabel 4.19

Penilaian Responden terhadap Staf Kredit Selalu Melakukan Pemeriksaan Kelengkapan Formulir.

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	31	31,00	5	155	Sangat penting	65	65,00	5	325

Puas	46	46,00	4	184	Penting	27	27,00	4	108
Cukup puas	21	21,00	3	63	Cukup penting	8	8,00	3	24
Kurang puas	1	1,00	2	2	Kurang penting	0	0,00	2	0
Tidak puas	1	1,00	1	1	Tidak penting	0	0,00	1	0
Jumlah	100	100,00		405	Jumlah	100	100,00		457

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.19 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (46,00%) merasa puas terhadap staf kredit selalu melakukan pemeriksaan kelengkapan formulir. Hal ini dikarenakan *Credit Union* Sehaq Pahauman benar-benar fokus memberikan kepercayaan untuk memuaskan anggotanya.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (65,00%) menyatakan staf kredit selalu melakukan pemeriksaan kelengkapan formulir merupakan hal yang sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa pemeriksaan segala bentuk kelengkapan formulir pinjaman benar-benar harus diperhatikan *Credit Union* Sehaq Pahauman dalam menunjang pelayanan kepada anggota.

Tabel 4.19 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan terhadap staf kredit selalu melakukan pemeriksaan kelengkapan formulir, dimana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah sebesar 405 dan total skor untuk tingkat kepentingan adalah sebesar 457. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui besarnya nilai tingkat kesesuaian staf kredit selalu melakukan pemeriksaan kelengkapan formulir, yaitu 88,62% $\{(405/457) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap staf kredit selalu melakukan pemeriksaan kelengkapan formulir masih belum dapat memenuhi harapan/keinginan anggota.

- 2) Proses konsultasi diperlukan untuk mengetahui secara jelas mengenai pendapatan dan pengeluaran anggota

Sebelum dilakukan pencairan dana pinjaman, *Credit Union* Sehaq Pahauman melakukan proses konsultasi. Hal ini diperlukan untuk mengetahui secara jelas mengenai pendapatan dan pengeluaran anggota. Hal ini dikarenakan untuk menjaga rasa saling percaya dan memberikan bimbingan dalam penggunaan pinjaman oleh anggota.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap proses konsultasi diperlukan untuk mengetahui secara jelas mengenai pendapatan dan pengeluaran anggota dapat dilihat pada Tabel 4.20 berikut.

Tabel 4.20

Penilaian Responden terhadap Proses Konsultasi Diperlukan untuk Mengetahui secara Jelas Mengenai Pendapatan dan Pengeluaran Anggota.

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	26	26,00	5	130	Sangat penting	66	66,00	5	330
Puas	45	45,00	4	180	Penting	25	25,00	4	100
Cukup puas	28	28,00	3	84	Cukup penting	8	8,00	3	24
Kurang puas	1	1,00	2	2	Kurang penting	0	0,00	2	0
Tidak puas	0	0,00	1	0	Tidak penting	1	1,00	1	1
Jumlah	100	100,00		396	Jumlah	100	100,00		455

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.20 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (45,00%) merasa puas terhadap proses konsultasi diperlukan untuk mengetahui secara jelas mengenai pendapatan dan pengeluaran anggota. Hal ini dikarenakan *Credit Union* Sehaq

Pahauman benar-benar fokus untuk dapat memberikan kepercayaan dan memuaskan anggotanya.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (66,00%) menyatakan bahwa proses konsultasi diperlukan untuk mengetahui secara jelas mengenai pendapatan dan pengeluaran anggota merupakan hal yang sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa proses konsultasi juga sangat dibutuhkan oleh anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman, dan semestinya menjadi prioritas utama yang akan diperhatikan oleh *Credit Union* Sehaq Pahauman untuk menunjang pelayanan kepada anggota.

Tabel 4.20 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan terhadap proses konsultasi diperlukan untuk mengetahui secara jelas mengenai pendapatan dan pengeluaran anggota, dimana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah sebesar 396 dan total skor untuk tingkat kepentingan adalah sebesar 455. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui besarnya nilai tingkat kesesuaian proses konsultasi diperlukan untuk mengetahui secara jelas mengenai pendapatan dan pengeluaran anggota, yaitu 87,03% $\{(396/455) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap proses konsultasi diperlukan untuk mengetahui secara jelas mengenai pendapatan dan pengeluaran anggota masih belum dapat memenuhi harapan/keinginan anggota.

- 3) *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu mengandalkan kejujuran dalam setiap transaksi yang dilakukan

Kejujuran adalah hal yang paling utama dalam pelayanan jasa keuangan, dan merupakan hal yang paling diinginkan oleh anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman. Hal ini dikarenakan tanpa kejujuran tidak akan pernah timbul rasa saling percaya.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu mengandalkan kejujuran dalam setiap transaksi yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 4.21 berikut.

Tabel 4.21

Penilaian Responden terhadap *Credit Union* Sehaq Pahauman Selalu Mengandalkan Kejujuran dalam Setiap Transaksi.

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	45	45,00	5	225	Sangat penting	82	82,00	5	410
Puas	41	41,00	4	164	Penting	13	13,00	4	52
Cukup puas	13	13,00	3	39	Cukup penting	5	5,00	3	8
Kurang puas	0	0,00	2	0	Kurang penting	0	0,00	2	0
Tidak puas	1	1,00	1	1	Tidak penting	0	0,00	1	0
Jumlah	100	100,00		429	Jumlah	100	100,00		477

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.21 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (45,00%) merasa sangat puas pada *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu mengandalkan kejujuran dalam setiap transaksi. Hal ini dikarenakan *Credit Union* Sehaq Pahauman benar-benar fokus untuk dapat memberikan kepercayaan dan memuaskan anggotanya.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (82,00%) menyatakan bahwa *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu mengandalkan kejujuran dalam setiap transaksi adalah hal yang sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa kejujuran adalah hal utama yang sangat dibutuhkan oleh anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman dalam menumbuhkan rasa percaya, dan semestinya menjadi prioritas utama *Credit Union* Sehaq Pahauman untuk memberikan pelayanan terbaik kepada anggotanya.

Tabel 4.21 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan terhadap *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu mengandalkan kejujuran dalam melakukan setiap transaksi, dimana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah sebesar 429 dan total skor untuk tingkat kepentingan adalah sebesar 477. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui besarnya nilai tingkat kesesuaian *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu mengandalkan kejujuran dalam setiap transaksi yang dilakukan, yaitu 89,93% $\{(429/477) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu mengandalkan kejujuran dalam setiap transaksi yang dilakukan masih harus ditingkatkan lagi karena belum dapat memenuhi harapan/keinginan anggota.

- 4) Anggota merasa aman dalam menyimpan angunannya di kantor *Credit Union* Sehaq Pahauman

Rasa aman tercipta karena saling percaya antara koperasi dan anggota, serta sebaliknya. Jaminan kredit tidak akan diberikan kepada *Credit Union* Sehaq Pahauman apabila anggota tidak merasa aman. Hal ini disebabkan anggota tidak percaya pada *Credit Union* Sehaq Pahauman dalam menyimpan dan menjaga barang jaminan selama berada di kantor *Credit Union* Sehaq Pahauman.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap anggota merasa aman dalam menyimpan angunannya di kantor *Credit Union* Sehaq Pahauman dapat dilihat pada Tabel 4.22 berikut :

Tabel 4.22

Penilaian Responden terhadap Anggota Merasa Aman dalam Menyimpan Angunannya di Kantor *Credit Union* Sheaq Pahauman.

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	52	52,00	5	260	Sangat penting	70	70,00	5	350
Puas	33	33,00	4	132	Penting	22	22,00	4	88
Cukup puas	15	15,00	3	45	Cukup penting	8	8,00	3	24
Kurang puas	0	0,00	2	0	Kurang penting	0	0,00	2	0
Tidak puas	0	0,00	1	0	Tidak penting	0	0,00	1	0
Jumlah	100	100,00		437	Jumlah	100	100,00		462

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.22 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (52,00%) merasa sangat puas pada anggota merasa aman dalam menyimpan angunannya di kantor *Credit Union* Sheaq Pahauman. Hal ini dikarenakan *Credit Union* Sheaq Pahauman benar-benar fokus untuk dapat memberikan kepercayaan dan memuaskan anggotanya.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (70,00%) menyatakan bahwa anggota merasa aman dalam menyimpan angunannya di kantor *Credit Union* Sheaq Pahauman adalah hal yang sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa rasa aman adalah hal utama yang sangat dibutuhkan oleh anggota *Credit Union* Sheaq Pahauman dalam melakukan setiap transaksi kredit, dan hal ini semestinya benar-benar menjadi prioritas utama *Credit Union* Sheaq Pahauman untuk memberikan pelayanan terbaik kepada anggotanya.

Tabel 4.22 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan terhadap anggota merasa aman dalam

menyimpan angunannya di kantor *Credit Union* Sehaq Pahauman, dimana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah sebesar 437 dan total skor untuk tingkat kepentingan adalah sebesar 462. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui besarnya nilai tingkat kesesuaian anggota merasa aman dalam menyimpan angunannya di kantor *Credit Union* Sehaq Pahauman, yaitu 94,58% $\{(437/462) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap anggota merasa aman dalam menyimpan angunannya di kantor *Credit Union* Sehaq Pahauman belum dapat memenuhi harapan/keinginan anggota.

5) *Credit Union* Sehaq Pahauman memiliki legalitas atau berbadan hukum jelas.

Memiliki legalitas atau berbadan hukum yang jelas adalah salah satu alasan yang diambil oleh anggota memberikan investasinya kepada *Credit Union* Sehaq Pahauman. Hal ini disebabkan oleh rasa percaya dan rasa aman yang diterima oleh anggota dari *Credit Union* Sehaq Pahauman.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap *Credit Union* Sehaq Pahauman memiliki legalitas atau berbadan hukum jelas dapat dilihat pada Tabel 4.23 berikut.

Tabel 4.23

Penilaian Responden terhadap *Credit Union* Sehaq Pahauman Memiliki Legalitas atau Berbadan Hukum Jelas.

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	62	62,00	5	310	Sangat penting	79	79,00	5	345
Puas	26	26,00	4	104	Penting	17	17,00	4	68
Cukup puas	9	9,00	3	27	Cukup penting	3	3,00	3	9

Kurang puas	0	0,00	2	0	Kurang penting	0	0,00	2	0
Tidak puas	3	3,00	1	3	Tidak penting	1	1,00	1	1
Jumlah	100	100,00		444	Jumlah	100	100,00		473

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.23 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (62,00%) merasa sangat puas terhadap *Credit Union* Sehaq Pahauman memiliki legalitas atau berbadan hukum jelas. Hal ini dikarenakan *Credit Union* Sehaq Pahauman memprioritaskan untuk dapat memberikan kepercayaan dan memuaskan anggotanya.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (79,00%) menyatakan bahwa *Credit Union* Sehaq Pahauman memiliki legalitas atau berbadan hukum jelas adalah hal yang sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa legalitas atau berbadan hukum yang jelas memberikan rasa percaya dan rasa aman kepada anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman, dan hal ini menjadi prioritas utama *Credit Union* Sehaq Pahauman untuk dapat memberikan pelayanan terbaik kepada anggotanya.

Tabel 4.23 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan terhadap *Credit Union* Sehaq Pahauman memiliki legalitas atau berbadan hukum jelas, dimana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah sebesar 444 dan total skor untuk tingkat kepentingan adalah sebesar 473. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui besarnya nilai tingkat kesesuaian *Credit Union* Sehaq Pahauman memiliki legalitas atau berbadan hukum jelas, yaitu 93,86% $\{(444/473) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap *Credit Union* Sehaq Pahauman memiliki legalitas atau berbadan hukum jelas belum dapat memenuhi harapan/keinginan anggota.

d. Empati (*Emphaty*)

Empati merupakan syarat untuk peduli dan memberi perhatian kepada anggota. Anggota akan merasa senang jika *Credit Union* Sehaq Pahauman memperhatikan kebutuhan dan keinginan mereka. Atribut-atribut yang termasuk dalam dimensi empati adalah petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman tidak memandang status sosial anggota dalam melayani transaksi; petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman mampu memberikan kesan yang baik; petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu melayani setiap anggota dengan sopan; keramahan sangat diutamakan pada *Credit Union* Sehaq Pahauman.

- 1) Petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman tidak memandang status sosial anggota dalam melayani transaksi.

Tidak memandang status sosial adalah hal yang diinginkan oleh setiap anggota. Hal ini dikarenakan oleh rasa nyaman yang diterima oleh anggota dalam bertransaksi tanpa memandang status sosial. Oleh karena itu, *Credit Union* Sehaq Pahauman baik melalui petugas maupun pengurus wajib memperhatikan hal ini untuk masa depan *Credit Union* Sehaq Pahauman.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap Petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman tidak memandang status sosial dalam melayani transaksi dapat dilihat pada Tabel 4.24 berikut.

Tabel 4.24

Penilaian Responden terhadap Petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman Tidak Memandang Status Sosial dalam Melayani Transaksi.

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	33	33,00	5	165	Sangat penting	64	64,00	5	320
Puas	43	43,00	4	172	Penting	29	29,00	4	116
Cukup puas	22	22,00	3	66	Cukup penting	7	7,00	3	21

Kurang puas	0	0,00	2	0	Kurang penting	0	0,00	2	0
Tidak puas	2	2,00	1	2	Tidak penting	0	0,00	1	0
Jumlah	100	100,00		405	Jumlah	100	100,00		457

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.24 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (43,00%) merasa puas terhadap Petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman tidak memandang status sosial dalam melayani transaksi. Hal ini dikarenakan *Credit Union* Sehaq Pahauman berusaha untuk dapat memuaskan kebutuhan anggotanya.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (64,00%) menyatakan bahwa Petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman tidak memandang status sosial dalam melayani transaksi adalah hal yang sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa apabila petugas tidak memandang status sosial dalam melayani transaksi akan memberikan rasa percaya dan nyaman kepada anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman, dan hal ini semestinya menjadi prioritas utama *Credit Union* Sehaq Pahauman untuk dapat meningkatkan pelayanan terbaik kepada anggotanya.

Tabel 4.24 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan terhadap petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman tidak memandang status sosial dalam melayani transaksi, dimana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah sebesar 405 dan total skor untuk tingkat kepentingan adalah sebesar 457. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui besarnya nilai tingkat kesesuaian petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman tidak memandang status sosial dalam melayani transaksi, yaitu 88,62% $\{(405/457) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap petugas *Credit*

Union Sehaq Pahauman tidak memandang status sosial dalam melayani transaksi belum dapat memenuhi harapan/keinginan anggota.

2) Petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman mampu memberikan kesan yang baik

Kesan yang baik merupakan hal yang diharapkan oleh anggota ketika mendapatkan jasa pelayanan dari *Credit Union* Sehaq Pahauman. Hal ini menyebabkan agar petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman diharapkan untuk dapat memberikan kesan yang baik, sehingga anggota dapat menggunakan jasa pelayanan *Credit Union* Sehaq Pahauman kembali.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap Petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman mampu memberikan kesan yang baik dapat dilihat pada Tabel 4.25 berikut.

Tabel 4.25

Penilaian Responden terhadap Petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman Mampu Memberikan Kesan yang Baik.

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	26	26,00	5	130	Sangat penting	57	57,00	5	285
Puas	40	40,00	4	160	Penting	33	33,00	4	132
Cukup puas	33	33,00	3	99	Cukup penting	9	9,00	3	27
Kurang puas	1	1,00	2	2	Kurang penting	1	1,00	2	2
Tidak puas	0	0,00	1	0	Tidak penting	0	0,00	1	0
Jumlah	100	100,00		391	Jumlah	100	100,00		446

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.25 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (40,00%) merasa puas terhadap Petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman mampu memberikan kesan

yang baik. Hal ini dikarenakan *Credit Union* Sehaq Pahauman berharap dapat memuaskan kebutuhan anggotanya.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (57,00%) menyatakan bahwa Petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman mampu memberikan kesan yang baik adalah hal yang sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa apabila petugas mampu memberikan kesan yang baik akan memberikan rasa percaya diri dan nyaman bagi anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman untuk melakukan transaksi, dan hal ini dapat menjadi prioritas utama *Credit Union* Sehaq Pahauman untuk dapat meningkatkan pelayanan terbaik kepada anggotanya.

Tabel 4.25 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan terhadap petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman mampu memberikan kesan yang baik, dimana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah sebesar 391 dan total skor untuk tingkat kepentingan adalah sebesar 446. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui besarnya nilai tingkat kesesuaian petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman mampu memberikan kesan yang baik, yaitu 87,66% $\{(391/446) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman mampu memberikan kesan yang baik perlu ditingkatkan karena belum dapat memenuhi harapan/keinginan anggota.

- 3) Petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu melayani setiap anggota dengan sopan

Kesopanan adalah salah satu hal yang dapat menunjang peningkatan kualitas jasa pelayanan. Kesopanan pula yang diharapkan didapat anggota dari petugas yang mampu memberikan kesan yang baik. Hal ini disebabkan saling menghormati yang dimiliki oleh petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman menimbulkan rasa percaya kepada anggota.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap Petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu melayani setiap anggota dengan sopan dapat dilihat pada Tabel 4.26 berikut.

Tabel 4.26

Penilaian Responden terhadap Petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman Selalu Melayani Setiap Anggota dengan Sopan.

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	29	29,00	5	145	Sangat penting	49	49,00	5	245
Puas	50	50,00	4	200	Penting	41	41,00	4	164
Cukup puas	19	19,00	3	57	Cukup penting	10	10,00	3	30
Kurang puas	2	2,00	2	4	Kurang penting	0	0,00	2	0
Tidak puas	0	0,00	1	0	Tidak penting	0	0,00	1	0
Jumlah	100	100,00		406	Jumlah	100	100,00		439

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.26 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (50,00%) merasa puas terhadap Petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu melayani setiap anggota dengan sopan. Hal ini dikarenakan *Credit Union* Sehaq Pahauman berusaha untuk memuaskan kebutuhan anggotanya.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (49,00%) menyatakan bahwa Petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu melayani setiap anggota dengan sopan adalah hal yang sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa petugas yang melayani dengan sopan akan memberikan rasa nyaman dan rasa hormat bagi anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman, khususnya akan melakukan transaksi dengan *front-line* staf. Hal ini dapat menjadi prioritas utama *Credit Union* Sehaq Pahauman untuk dapat meningkatkan pelayanan terbaik kepada anggotanya.

Tabel 4.26 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan terhadap petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu melayani setiap anggota dengan sopan, dimana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah sebesar 406 dan total skor untuk tingkat kepentingan adalah sebesar 439. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui besarnya nilai tingkat kesesuaian petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu melayani setiap anggota dengan sopan, yaitu 92,48% $\{(406/439) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu melayani setiap anggota dengan sopan perlu ditingkatkan karena belum dapat memenuhi harapan/keinginan anggota.

4) Keramahan sangat diutamakan pada *Credit Union* Sehaq Pahauman.

Keramahan yang diberikan akan menimbulkan keharmonisan secara kekeluargaan, dimana keramahan adalah hal yang perlu diberikan oleh petugas kepada anggota untuk meninggalkan kesan yang baik, sehingga anggota akan kembali menggunakan jasa layanan *Credit Union* Sehaq Pahauman.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap keramahan sangat diutamakan pada *Credit Union* Sehaq Pahauman dapat dilihat pada Tabel 4.27 berikut.

Tabel 4.27

Penilaian Responden terhadap Keramahan Sangat Diutamakan pada *Credit Union* Sehaq Pahauman.

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	28	28,00	5	140	Sangat penting	59	59,00	5	295

Puas	31	31,00	4	124	Penting	26	26,00	4	104
Cukup puas	37	37,00	3	111	Cukup penting	15	15,00	3	45
Kurang puas	4	4,00	2	8	Kurang penting	0	0,00	2	0
Tidak puas	0	0,00	1	0	Tidak penting	0	0,00	1	0
Jumlah	100	100,00		383	Jumlah	100	100,00		444

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.27 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (37,00%) merasa cukup puas terhadap keramahan sangat diutamakan pada *Credit Union* Sehaq Pahauman. Hal ini dikarenakan *Credit Union* Sehaq Pahauman berusaha untuk memuaskan kebutuhan anggotanya.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (59,00%) menyatakan bahwa keramahan sangat diutamakan pada *Credit Union* Sehaq Pahauman adalah hal yang sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa petugas yang melayani dengan ramah sangat diinginkan oleh anggota karena memberikan rasa nyaman dalam melakukan transaksi. Hal ini benar-benar perlu menjadi prioritas utama *Credit Union* Sehaq Pahauman untuk dapat meningkatkan pelayanan terbaik kepada anggotanya.

Tabel 4.27 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan terhadap keramahan sangat diutamakan pada *Credit Union* Sehaq Pahauman, dimana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah sebesar 383 dan total skor untuk tingkat kepentingan adalah sebesar 444. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui besarnya nilai tingkat kesesuaian keramahan sangat diutamakan pada *Credit Union* Sehaq Pahauman, yaitu 86,26% $\{(383/444) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap keramahan sangat

diutamakan pada *Credit Union* Sehaq Pahauman perlu ditingkatkan karena belum dapat memenuhi harapan/keinginan anggota.

e. Wujud Nyata (*Tangible*)

Berwujud dalam hal ini menunjukkan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi yang ada di *Credit Union* Sehaq Pahauman. Atribut-atribut yang termasuk dalam dimensi wujud nyata *Credit Union* Sehaq Pahauman adalah proses transaksi pada *Credit Union* Sehaq Pahauman didukung oleh ketersediaan alat IT (Teknologi Informasi); karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu berpenampilan rapi; kebersihan di kantor *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu diutamakan; ruang pelayanan anggota dan kantor tertata rapi dan bersih.

- 1) Proses transaksi pada *Credit Union* Sehaq Pahauman didukung oleh ketersediaan alat IT (Teknologi Informasi).

Proses transaksi didukung dengan menggunakan alat IT adalah hal yang diinginkan oleh anggota. Hal ini disebabkan karena proses transaksi yang didukung dengan menggunakan alat IT akan memberikan proses yang cepat, khususnya proses peng-*input*-an data transaksi. Anggota yang diberi proses transaksi yang cepat akan menimbulkan keinginan melakukan transaksi dengan *Credit Union* Sehaq Pahauman kembali.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap proses transaksi pada *Credit Union* Sehaq Pahauman didukung oleh ketersediaan alat IT dapat dilihat pada Tabel 4.28 berikut :

Tabel 4.28

Penilaian Responden terhadap Proses Transaksi pada *Credit Union* Sehaq Pahauman Didukung oleh Ketersediaan Alat IT.

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	57	57,00	5	285	Sangat penting	72	72,00	5	360
Puas	26	26,00	4	104	Penting	19	19,00	4	76
Cukup puas	16	16,00	3	48	Cukup penting	9	9,00	3	27
Kurang puas	1	1,00	2	2	Kurang penting	0	0,00	2	0
Tidak puas	0	0,00	1	0	Tidak penting	0	0,00	1	0
Jumlah	100	100,00		439	Jumlah	100	100,00		463

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.28 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (57,00%) merasa sangat puas terhadap proses transaksi pada *Credit Union* Sehaq Pahauman didukung oleh ketersediaan alat IT. Hal ini dikarenakan *Credit Union* Sehaq Pahauman berusaha untuk memuaskan kebutuhan anggotanya.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (72,00%) menyatakan bahwa proses transaksi pada *Credit Union* Sehaq Pahauman didukung oleh ketersediaan alat IT adalah hal yang sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa ketersediaan alat IT dalam proses transaksi menunjang peningkatan pada kualitas jasa pelayanan. Hal ini semestinya diperhatikan *Credit Union* Sehaq Pahauman untuk dapat meningkatkan pelayanan terbaik kepada anggotanya.

Tabel 4.28 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan terhadap proses transaksi pada *Credit Union* Sehaq Pahauman didukung oleh ketersediaan alat IT, dimana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah sebesar 439 dan total skor untuk tingkat

kepentingan adalah sebesar 463. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui besarnya nilai tingkat kesesuaian proses transaksi pada *Credit Union* Sehaq Pahauman didukung oleh ketersediaan alat IT, yaitu 94,81% $\{(439/463) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap proses transaksi pada *Credit Union* Sehaq Pahauman didukung oleh ketersediaan alat IT perlu ditingkatkan karena belum dapat memenuhi harapan/keinginan anggota.

2) Karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu berpenampilan rapi.

Karyawan yang berpenampilan rapi salah satu penunjang untuk memberikan kesan yang baik kepada anggota. Hal tersebut diinginkan anggota karena kesan yang ditimbulkan akan membuat keinginan untuk dapat kembali menggunakan jasa layanan *Credit Union* Sehaq Pahauman.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu berpenampilan rapi dapat dilihat pada Tabel 4.29 berikut.

Tabel 4.29

Penilaian Responden terhadap Karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman Selalu Berpenampilan Rapi.

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	14	14,00	5	70	Sangat penting	41	41,00	5	205
Puas	36	36,00	4	144	Penting	37	37,00	4	148
Cukup puas	46	46,00	3	138	Cukup penting	21	21,00	3	63
Kurang puas	4	4,00	2	8	Kurang penting	1	1,00	2	2
Tidak puas	0	0,00	1	0	Tidak penting	0	0,00	1	0

Jumlah	100	100,00		360	Jumlah	100	100,00		418
---------------	------------	---------------	--	------------	---------------	------------	---------------	--	------------

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (46,00%) merasa cukup puas terhadap karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu berpenampilan rapi. Hal ini dikarenakan *Credit Union* Sehaq Pahauman berusaha untuk memuaskan kebutuhan anggotanya.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (41,00%) menyatakan bahwa karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu berpenampilan rapi adalah hal yang sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa berpakaian rapi dalam melayani proses transaksi sangat diinginkan oleh anggota, sehingga dapat menunjang peningkatan pada kualitas jasa pelayanan. Hal ini wajib menjadi perhatian *Credit Union* Sehaq Pahauman untuk dapat meningkatkan pelayanan terbaik kepada anggotanya.

Tabel 4.29 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan terhadap karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu berpenampilan rapi, dimana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah sebesar 360 dan total skor untuk tingkat kepentingan adalah sebesar 418. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui besarnya nilai tingkat kesesuaian karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu berpenampilan rapi, yaitu 86,12% $\{(360/418) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu berpenampilan rapi perlu ditingkatkan karena belum dapat memenuhi harapan/keinginan anggota.

3) Kebersihan di kantor *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu diutamakan.

Ruang kantor yang bersih memberikan persepsi kepada anggota mengenai kenyamanan dan kepuasan untuk berinvestasi kepada *Credit Union* Sehaq

Pahauman, karena kesan yang baik diterima dari ruang kantor yang bersih. Hal itu menyebabkan *Credit Union* Sehaq Pahauman perlu memotivasi petugas agar dapat mengutamakan kebersihan kantor, sehingga anggota mau kembali menggunakan jasa layanan *Credit Union* Sehaq Pahauman karena persepsi yang diterima.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap kebersihan di *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu diutamakan dapat dilihat pada Tabel 4.30 berikut.

Tabel 4.30

Penilaian Responden terhadap Kebersihan di Kantor *Credit Union* Sehaq Pahauman Selalu Diutamakan.

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	12	12,00	5	60	Sangat penting	52	52,00	5	260
Puas	17	17,00	4	68	Penting	27	27,00	4	108
Cukup puas	41	41,00	3	123	Cukup penting	19	19,00	3	57
Kurang puas	28	28,00	2	56	Kurang penting	2	2,00	2	4
Tidak puas	2	2,00	1	2	Tidak penting	0	0,00	1	0
Jumlah	100	100,00		309	Jumlah	100	100,00		429

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.30 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (41,00%) merasa cukup puas terhadap kebersihan di kantor *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu diutamakan. Hal ini dikarenakan *Credit Union* Sehaq Pahauman mencoba untuk memberikan kepuasan bagi anggotanya.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (52,00%) beranggapan bahwa kebersihan di kantor *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu

diutamakan adalah hal yang sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa kebersihan memberikan persepsi positif kepada anggota untuk dapat menunjang meningkatkan kualitas jasa pelayanan. Hal ini wajib menjadi perhatian *Credit Union* Sehaq Pahauman untuk dapat meningkatkan pelayanan terbaik kepada anggotanya.

Tabel 4.30 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan terhadap kebersihan di kantor *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu diutamakan, dimana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah sebesar 309 dan total skor untuk tingkat kepentingan adalah sebesar 429. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui besarnya nilai tingkat kesesuaian kebersihan di kantor *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu diutamakan, yaitu 72,02% $\{(309/429) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap kebersihan di kantor *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu diutamakan perlu ditingkatkan karena belum dapat memenuhi harapan/keinginan anggota.

4) Ruang pelayanan anggota dan kantor tertata rapi dan bersih

Ruang pelayanan anggota adalah tempat menerima kualitas jasa pelayanan, dimana ruang pelayanan yang rapi dan bersih akan memberikan persepsi dengan kesan yang luar biasa baik. Karena ruang pelayanan yang tertata rapi dan bersih akan memberikan kenyamanan kepada anggota sehingga merasa betah berada di kantor *Credit Union* Sehaq Pahauman.

Untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap ruang pelayanan anggota dan kantor tertata rapi dan bersih dapat dilihat pada Tabel 4.31 berikut.

Tabel 4.31

Penilaian Responden terhadap Ruang Pelayanan Anggota dan Kantor Tertata Rapi dan Bersih.

Tingkat Kinerja/Kepuasan					Tingkat Kepentingan				
Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor	Tanggapan	Responden	%	Bobot	Skor
Sangat puas	12	12,00	5	60	Sangat penting	50	50,00	5	250
Puas	16	16,00	4	64	Penting	33	33,00	4	132
Cukup puas	45	45,00	3	135	Cukup penting	17	17,00	3	51
Kurang puas	26	26,00	2	52	Kurang penting	0	0,00	2	0
Tidak puas	1	1,00	1	1	Tidak penting	0	0,00	1	0
Jumlah	100	100,00		312	Jumlah	100	100,00		433

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.31 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (45,00%) merasa cukup puas terhadap ruang pelayanan anggota dan kantor tertata rapi dan bersih. Hal ini dikarenakan *Credit Union* Sehaq Pahauman mencoba untuk memberikan kepuasan bagi anggotanya.

Dilihat dari tingkat kepentingan, sebagian besar responden (50,00%) beranggapan bahwa ruang pelayanan anggota dan kantor tertata rapi dan bersih adalah hal yang sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa ruang pelayanan anggota sebagai *front-line place* menerima jasa pelayanan sangat berpengaruh pada persepsi pada tata ruang dan kebersihannya. Hal ini wajib menjadi perhatian *Credit Union* Sehaq Pahauman untuk dapat meningkatkan pelayanan terbaik kepada anggotanya.

Tabel 4.31 juga memperlihatkan nilai atau total skor tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan terhadap ruang pelayanan anggota dan kantor tertata rapi dan bersih, dimana total skor untuk tingkat kinerja/kepuasan adalah

sebesar 312 dan total skor untuk tingkat kepentingan adalah sebesar 433. Berdasarkan kedua nilai ini dapat diketahui besarnya nilai tingkat kesesuaian ruang pelayanan anggota dan kantor tertata rapi dan bersih, yaitu 72,05% $\{(312/433) \times 100\}$. Artinya tingkat kesesuaian yang menunjukkan perbandingan antara tingkat kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan terhadap ruang pelayanan anggota dan kantor tertata rapi dan bersih perlu ditingkatkan karena belum dapat memenuhi harapan/keinginan anggota.

- f. Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Penilaian Kinerja/Kepuasan dan Tingkat Kepentingan Responden terhadap Pelayanan Jasa pada Credit Union Sehaq Pahauman.

Setiap hasil penilaian responden mengenai kualitas terhadap pelayanan jasa pada Credit Union Sehaq Pahauman didapat rekapitulasi seperti digambarkan pada tabel 4.32 berikut :

Tabel 4.32

Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Penilaian Kinerja/Kepuasan dan Tingkat Kepentingan Responden terhadap Pelayanan Jasa pada Credit Union Sehaq Pahauman

Dimensi & Atribut	Tingkat Kinerja/Kepuasan (X)						Tingkat Kepentingan (Y)						Tki (%)	— X	\bar{Y}	Posisi Atribut pada Diagram
	5	4	3	2	1	Jlh	5	4	3	2	1	Jlh				
A. KEANDALAN (RELIABILITY)																
1. Variasi produk tabungan yang ditawarkan oleh <i>Credit Union</i> Sehaq Pahauman.																
2. Karyawan yang memiliki kemampuan dan pemahaman yang baik terkait jasa keuangan dan perkoperasian.	49	36	15	0	0	434	69	21	10	0	0	459	94,55	4,34	4,59	B
3. Prosedur pengajuan dan pencairan pinjaman yang mudah dan cepat.																
4. <i>Credit Union</i> Sehaq Pahauman Memiliki Jaringan Pelayanan (TP) yang Tersebar di Beberapa Kecamatan yang Ada di Kabupaten Landak.	31	44	25	0	0	406	60	21	17	2	0	439	92,48	4,06	4,39	D
	18	35	37	9	1	360	52	25	21	2	0	427	84,30	3,60	4,27	C

15. Petugas <i>Credit Union</i> Sehaq Pahauman tidak memandang status sosial dalam melayani transaksi.	33	43	22	0	2	405	64	29	7	0	0	457	88,62	4,05	4,57	B
16. Petugas <i>Credit Union</i> Sehaq Pahauman mampu memberikan kesan yang baik.																
17. Petugas <i>Credit Union</i> Sehaq Pahauman selalu melayani setiap anggota dengan sopan.	26	40	33	1	0	391	57	33	9	1	0	446	87,66	3,91	4,46	C
18. Keramahan sangat diutamakan pada <i>Credit Union</i> Sehaq Pahauman.																
	29	50	19	2	0	406	49	41	10	0	0	439	92,48	4,06	4,39	D
	28	31	37	4	0	383	59	26	15	0	0	444	86,26	3,83	4,44	C
Rata-rata													88,755	3,9625	4,465	
E. WUJUD NYATA (TANGIBLE)																
19. Proses Transaksi pada <i>Credit Union</i> Sehaq Pahauman Didukung oleh Ketersediaan Alat IT.	57	26	16	1	0	439	72	19	9	0	0	463	94,81	4,39	4,63	B
20. Karyawan <i>Credit Union</i> Sehaq Pahauman Selalu Berpenampilan Rapi.																
21. Kebersihan di kantor <i>Credit Union</i> Sehaq Pahauman selalu diutamakan.	14	36	46	4	0	360	41	37	21	1	0	418	86,12	3,60	4,18	C
22. Ruang pelayanan anggota dan kantor tertata rapi dan bersih.																
	12	17	41	28	2	309	52	27	19	2	0	429	72,02	3,09	4,29	C
	12	16	45	26	1	312	50	33	17	0	0	433	72,05	3,12	4,33	C
Rata-rata													81,25	3,55	4,3575	
Jumlah													1927,57	86,57	98,67	
Rata-rata													87,6168	3,935	4,485	

Sumber : Data Olahan, 2013.

Tabel 4.32 menunjukkan hasil rekapitulasi jawaban responden mengenai penilaian kinerja/kepuasan dan tingkat kepentingan responden terhadap pelayanan jasa pada *Credit Union* Sehaq Pahauman. Nilai rata-rata dari rata-rata tersebut diperoleh dari 22 atribut pelayanan jasa pada *Credit Union* Sehaq Pahauman menunjukkan hasil sebesar 3,935 untuk penilaian responden terhadap kinerja/kepuasan mereka dan 4,485 untuk tingkat kepentingan mereka akan atribut pelayanan jasa. Kedua nilai akan digunakan untuk membatasi kuadran dalam

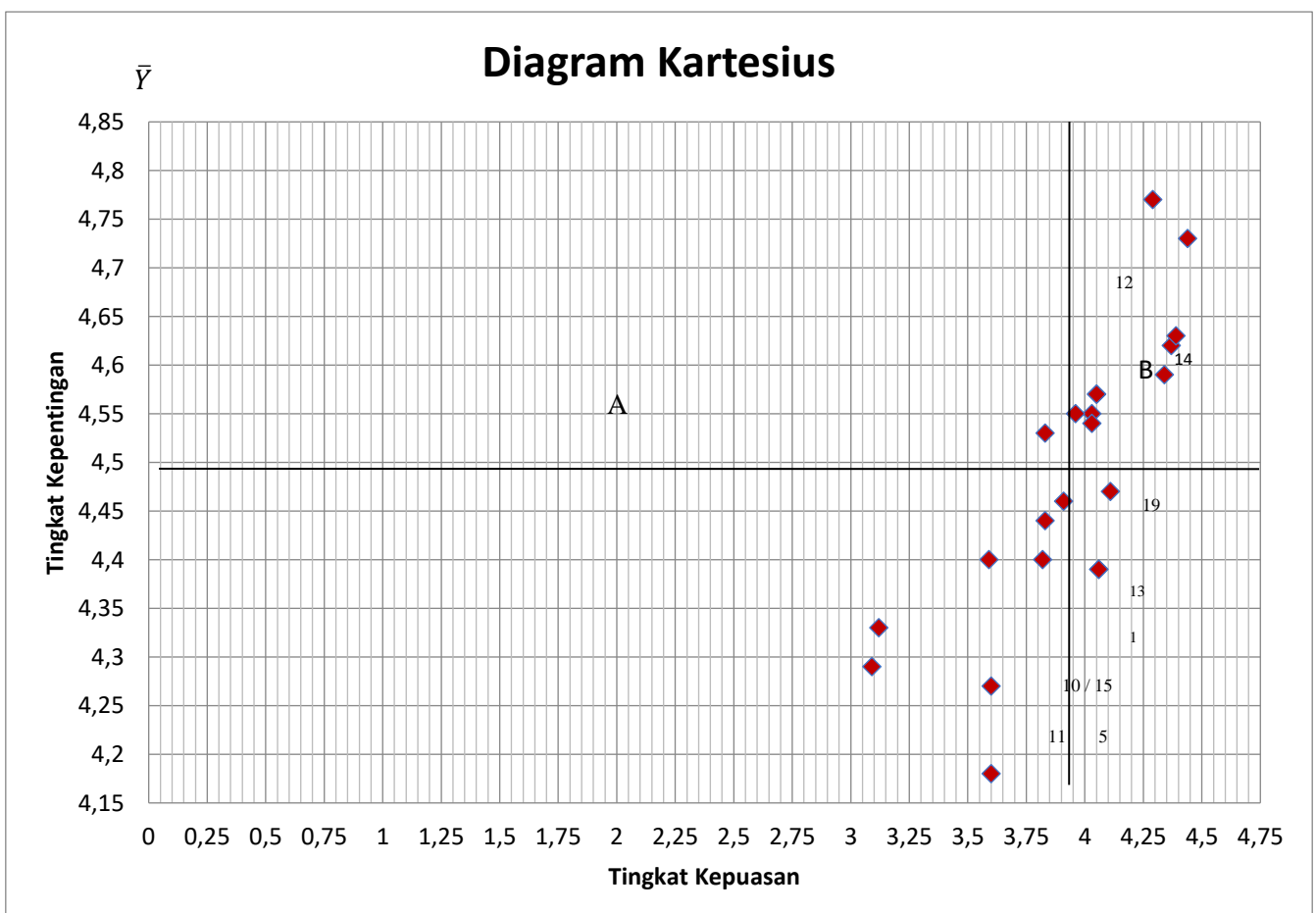
kuadran kartesius menjadi empat bagian. Setelah titik perpotongan didapat, langkah selanjutnya adalah memetakan semua atribut pelayanan jasa ke dalam kuadran sesuai dengan nilai rata-rata dari tingkat kinerja/kepuasan dan kepentingan.

2. Analisis Kuadran dan Diagram Kartesius

Analisis Kuadran atau Diagram Kartesius digunakan untuk memetakan dan melihat posisi atribut-atribut dimensi kualitas jasa. Peta persepsi (*perceptual map*) akan menggambarkan posisi atribut-atribut pelayanan jasa *Credit Union* Sehaq Pahauman. Posisi atribut-atribut pelayanan jasa tersebut akan dipetakan ke dalam 4 (empat) kuadran kualitas jasa. Untuk memetakan posisi masing-masing atribut pelayanan jasa tersebut, dilakukan setelah terlebih dahulu menyusun nilai rata-rata dari masing-masing atribut seperti terlihat pada Tabel 4.32.

Berdasarkan informasi yang terdapat pada Tabel 4.32, dapat dibuat Kuadran atau Diagram Kartesius seperti yang terlihat pada Gambar 4.1 berikut.

Gambar 4.1
Diagram Kartesius Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan
pada *Credit Union* Sehaq Pahauman



Hasil pengukuran unsur-unsur jasa ini berdasarkan tingkat kepuasan/kinerja dan kepentingan yang memungkinkan *Credit Union* Sehaq Pahauman untuk menitik beratkan usaha-usaha perbaikan untuk hal-hal atau atribut yang benar-benar yang dianggap penting saja oleh anggota, agar dapat memuaskan mereka. Untuk memperoleh titik-titik pada Kuadran atau Diagram Kartesius (Gambar 4.1), sebelumnya perlu dihitung terlebih dahulu nilai rata-rata dari rata-rata. Hasil perhitungan dapat dilihat pada Tabel 4.32.

Gambar 4.1 dari Kuadran Diagram Kartesius ini terlihat bahwa letak dari unsur-unsur pelaksanaan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman terbagi menjadi 4 (empat) bagian atau kuadran. Interpretasi dari Diagram Kartesius tersebut adalah :

1. A atau Kuadran A : Prioritas Utama

Kuadran A menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan anggota pada *Credit Union* Sehaq Pahauman berada dalam kuadran ini dan penanganannya perlu diprioritaskan oleh pihak *Credit Union* Sehaq Pahauman, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh anggota, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan. Faktor-faktor yang termasuk ke dalam kuadran ini adalah Karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman bersedia menolong anggota ketika mengalami kesulitan.

2. B atau Kuadran B : Pertahankan prestasi

Kuadran B menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan anggota pada *Credit Union* Sehaq Pahauman berada dalam kuadran ini perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan anggota, sehingga dapat memuaskan anggota. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- a. Variasi produk tabungan yang ditawarkan oleh *Credit Union* Sehaq Pahauman.
- b. Karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman memberikan arahan dalam pengisian formulir atau dokumen.

- c. Karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman memberikan kemudahan dalam pengisian formulir atau dokumen.
 - d. Staf kredit selalu melakukan pemeriksaan kelengkapan formulir.
 - e. Proses konsultasi diperlukan untuk mengetahui secara jelas mengenai pendapatan dan pengeluaran anggota.
 - f. *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu mengandalkan kejujuran dalam setiap transaksi.
 - g. Anggota merasa aman dalam menyimpan angunannya di kantor *Credit Union* Sehaq Pahauman.
 - h. *Credit Union* Sehaq Pahauman memiliki legalitas atau berbadan hukum jelas.
 - i. Proses transaksi pada *Credit Union* Sehaq Pahauman didukung oleh ketersediaan alat IT.
3. Kuadran C : Prioritas Rendah
- Kuadran C menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan *Credit Union* Sehaq Pahauman berada dalam kuadran ini dinilai masih dianggap kurang penting bagi anggota, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja. Faktor-faktor tersebut adalah :
- a. Prosedur pengajuan dan pencairan pinjaman yang mudah dan cepat.
 - b. Semua transaksi dilayani dan dilaksanakan dengan cepat dan tepat waktu.
 - c. *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu menanggapi segala keluhan yang dirasakan oleh anggotanya.
 - d. Petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman mampu memberikan kesan yang baik.
 - e. Keramahan sangat diutamakan pada *Credit Union* Sehaq Pahauman.
 - f. Karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman Selalu Berpenampilan Rapi.
 - g. Kebersihan di kantor *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu diutamakan.
 - h. Ruang pelayanan anggota dan kantor tertata rapi dan bersih.
4. Kuadran D : Berlebihan

Kuadran D menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada *Credit Union* Sehaq Pahauman berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh pihak perusahaan, sehingga sangat memuaskan. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- a. Karyawan yang memiliki kemampuan dan pemahaman yang baik terkait jasa keuangan dan perkoperasian.
- b. *Credit Union* Sehaq Pahauman Memiliki Jaringan Pelayanan (TP) yang Tersebar di Beberapa Kecamatan yang Ada di Kabupaten Landak.
- c. Petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu melayani setiap anggota dengan sopan.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisis mengenai Analisis Kepuasan Anggota Pada *Credit Union* Sehaq Pahauman Kecamatan Sengah Temila Kabupaten Landak pada bab terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Reponden dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin laki-laki, dengan sebagian besar berumur antara 32 – 38 tahun, rata-rata berpendidikan SMA sederajat, sebagian besar memiliki pekerjaan sebagai petani, rata-rata memiliki pendapatan sebesar Rp.1.200.000,00 – Rp.2.199.999,00, sebagian besar sudah menjadi anggota selama 6 – 9 tahun, sebagian besar mengetahui jasa layanan melalui sosialisasi yang dilakukan oleh *Credit Union* Sehaq Pahauman, sebagian besar sudah pernah melakukan transaksi pinjaman, serta sebagian besar sering melakukan pinjaman sebanyak 2 – 3 kali.
2. Analisis tingkat kepentingan dan kepuasan anggota pengguna jasa layanan pada *Credit Union* Sehaq Pahauman berdasarkan 5 (lima) dimensi penentu kualitas jasa yang terdiri dari 22 variabel (atribut) diketahui bahwa nilai rata-rata dari rata-rata kepuasan anggota pengguna jasa layanan *Credit Union* Sehaq Pahauman adalah sebesar 3,935 dan nilai rata-rata dari rata-rata kepentingan adalah sebesar 4,485. Jadi, anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman masih merasa belum puas pada kualitas jasa yang diberikan, karena kepuasan anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman masih dibawah tingkat kepentingan.
3. Berdasarkan diagram kartesius dapat diketahui kedudukan atau letak dari masing-masing atribut yang memmpengaruhi kepuasan anggota *Credit Union* Sehaq Pahauman.

- a. Kuadran A.

Anggota menganggap bahwa atribut-atribut tersebut sangat penting dan *Credit Union* Sehaq Pahauman belum bekerja dengan baik, sehingga anggota merasa kurang puas. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran A adalah karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman bersedia menolong anggota ketika mengalami kesulitan.

b. Kuadran B.

Anggota menganggap bahwa atribut-atribut tersebut sangat penting dan *Credit Union* Sehaq Pahauman sudah bekerja dengan baik, sehingga anggota merasa puas. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran B adalah sebagai berikut :

- j. Variasi produk tabungan yang ditawarkan oleh *Credit Union* Sehaq Pahauman.
- k. Karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman memberikan arahan dalam pengisian formulir atau dokumen.
- l. Karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman memberikan kemudahan dalam pengisian formulir atau dokumen.
- m. Staf kredit selalu melakukan pemeriksaan kelengkapan formulir.
- n. Proses konsultasi diperlukan untuk mengetahui secara jelas mengenai pendapatan dan pengeluaran anggota.
- o. *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu mengandalkan kejujuran dalam setiap transaksi.
- p. Anggota merasa aman dalam menyimpan angunannya di kantor *Credit Union* Sehaq Pahauman.
- q. *Credit Union* Sehaq Pahauman memiliki legalitas atau berbadan hukum jelas.
- r. Proses transaksi pada *Credit Union* Sehaq Pahauman didukung oleh ketersediaan alat IT

c. Kuadran C.

Anggota menganggap bahwa atribut-atribut tersebut kurang penting dan *Credit Union* Sehaq Pahauman belum bekerja dengan baik, sehingga anggota merasa kurang puas. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran C adalah sebagai berikut :

- 1) Prosedur pengajuan dan pencairan pinjaman yang mudah dan cepat.
- 2) Semua transaksi dilayani dan dilaksanakan dengan cepat dan tepat waktu.
- 3) *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu menanggapi segala keluhan yang dirasakan oleh anggotanya.

- 4) Petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman mampu memberikan kesan yang baik.
- 5) Keramahan sangat diutamakan pada *Credit Union* Sehaq Pahauman.
- 6) Karyawan *Credit Union* Sehaq Pahauman Selalu Berpenampilan Rapi.
- 7) Kebersihan di kantor *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu diutamakan.
- 8) Ruang pelayanan anggota dan kantor tertata rapi dan bersih.

d. Kuadran D

Anggota menganggap bahwa atribut-atribut tersebut kurang penting dan *Credit Union* Sehaq Pahauman sudah bekerja dengan baik, sehingga anggota merasa puas. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran C adalah sebagai berikut :

- 1) Karyawan yang memiliki kemampuan dan pemahaman yang baik terkait jasa keuangan dan perkoperasian.
- 2) *Credit Union* Sehaq Pahauman Memiliki Jaringan Pelayanan (TP) yang Tersebar di Beberapa Kecamatan yang ada di Kabupaten Landak.
- 3) Petugas *Credit Union* Sehaq Pahauman selalu melayani setiap anggota dengan sopan.

6.2. SARAN

Dari hasil kesimpulan diatas, untuk mengantisipasi dan memaksimalkan atribut-atribut pelayanan *Credit Union* Sehaq Pahauman yang perlu ditingkatkan maka disarankan sebagai berikut :

1. Kepengurusan senantiasa meningkatkan kemampuan karyawan dengan cara memberikan motivasi, kemudian memberikan kesempatan untuk mengikuti : pelatihan-pelatihan, kursus-kursus, atau melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi lagi baik formal maupun informal, sehingga karyawan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya.
2. *Credit Union* Sehaq Pahauman memerlukan fokus pada prioritas utama memperbaiki atribut-atribut yang terdapat pada kuadran A dan kuadran C yang digambarkan pada diagram kartesius mengenai tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan pada bab

sebelumnya. Sehingga dapat meningkatkan kepuasan anggota terhadap jasa layanan pada *Credit Union* Sehaq Pahauman.

3. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai bahasan ini, sehingga jasa layanan yang dirasakan anggota dapat ditingkatkan lebih optimal oleh *Credit Union* Sehaq Pahauman.

DAFTAR PUSTAKA

- _____. 2010–2012. Laporan pertanggungjawaban Pengurus dan Badan Pengawas, Buku Rapat Anggota Tahunan (RAT).
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. *Dasar-dasar pemasaran*. Jilid 1, Alih bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta : Penerbit Prenhalindo.
- Anoraga, Pandji. *Psikologi Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Rineka Cipta.
- Husein, Umar. *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*. Edisi Revisi. Jakarta : Penerbit PT. Gramedia.
- Irawan, Handi. 2013. *Prinsip–prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit Elek Media Komputer.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, implementasidan Kontrol*, Edisi Sebelas. Alih Bahasa, Hendra Teguh. Jakarta: Penerbit PT.Prenhallindo.
- Singarimbun, Masri, Efendi, S. *Metode Penelitian Survey*. Cetakan keempat. Jakarta : Penerbit LP3ES
- Sugiyono. 2002. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung : Penerbit CV AlfaBeta
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bandung : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Penerbit Andi.