
KEBIJAKAN KUALITAS PELAYANAN PEMBERIAN KREDIT PADA CREDIT UNION KELING KUMANG TEMPAT PELAYANAN SEKADAU BERSATU

Sapar

Sapar79_aquarius@yahoo.co.id
Program Studi Manajemen STIE Widya Dharma

ABSTRAKSI

Kualitas pelayanan merupakan kunci sukses bagi perusahaan untuk dapat bertahan hidup dan tumbuh dengan baik, *CU* dituntut untuk bisa mengembangkan sistem pelayanan yang baik dan berkualitas agar dapat memenuhi kepuasan anggota dan pada akhirnya memenangkan persaingan. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui kebijakan kualitas pelayanan kredit dan tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan kredit pada *CU* Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu. Metode Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan metode pengumpulan data wawancara, kuesioner dan observasi. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dengan sampel 100 orang responden. Analisis data penelitian secara deskriptif dan kualitatif berdasarkan lima dimensi kualitas jasa seperti *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* dan *Tangible*. Data yang diperoleh melalui kuesioner dianalisis dengan melihat jawaban dari responden.

Hasil yang didapat dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan *CU* Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu yang dianalisis berdasarkan dimensi kualitas jasa sebagian besar responden setuju dengan bukti anggota tidak kesulitan melengkapi persyaratan sesuai permintaan, ini artinya persyaratan kredit mudah untuk dipahami. Hubungan antara karyawan dengan anggota sudah terjalin dengan baik, hubungan yang tercipta merupakan hubungan kekeluargaan karena karyawan mampu membuat anggota merasa nyaman saat berhubungan sehingga anggota tidak ragu untuk menyampaikan kesulitan yang dihadapi kepada karyawan. Penilaian kelayakan pinjaman yang dilakukan tanpa membedakan anggota, karena penilaian dilakukan berdasarkan hasil survei dan diputuskan oleh Komite Kredit dengan menggunakan format penilaian 5C. Produk pinjaman telah sesuai dengan kebutuhan anggota, karena telah disediakan delapan jenis produk pinjaman dengan bunga dan jangka waktu yang bervariasi. Serta keadaan ruangan pelayanan yang bersih, karyawan selalu berpenampilan rapi dan telah disediakan brankas sebagai tempat penyimpanan dokumen kredit sehingga aman dari tindakan pencurian dan kebakaran. Saran penulis hendaknya perubahan kebijakan diikuti dengan sosialisasi yang memadai agar karyawan lebih cepat menguasai produk sesuai dengan kebijakan yang baru dan mampu menjelaskan perubahan dengan lebih baik kepada anggota. Sebaiknya dalam pemilihan lokasi kantor *CU* Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu harus mencari tempat yang strategis agar mudah dijangkau dan mudah ditemukan terutama oleh masyarakat yang belum bergabung menjadi anggota.

Kata kunci: Analisis Kebijakan Kualitas Pelayanan Kredit

A. Pendahuluan

Persaingan bisnis pada era globalisasi seperti sekarang tidak dapat dihindari, perusahaan atau lembaga bisnis harus terus melakukan perbaikan di berbagai aspek agar bisa terus bertahan. Pertumbuhan dan perkembangan ekonomi menimbulkan persaingan yang ketat, baik dalam bidang produksi maupun barang dan jasa. Salah satu sektor jasa yang berkembang pesat saat ini adalah Koperasi Simpan Pinjam di antaranya adalah *Credit Union (CU)* yang dewasa ini bukan hanya bersaing sesama *CU* melainkan lembaga keuangan lain termasuk bank, *leasing*, asuransi dan lain-lain.

Koperasi didirikan untuk mengarahkan orang-orang agar mau bekerja sama secara sadar dalam satu kelompok guna mencapai tujuan bersama yaitu kesejahteraan para anggota, anggota pada sebuah *CU* memiliki peran ganda, peran pertama adalah sebagai pemilik dan peran kedua adalah sebagai anggota-pengguna (*member-user*). Peran kepemilikan memberikan kesempatan anggota untuk mengawasi arah serta kegiatan sebuah *CU*, sedangkan peran sebagai nasabah atau pengguna memberikan kesempatan kepada anggota untuk mengawasi perkembangan dan kualitas produk serta kualitas pelayanan keuangan yang disediakan.

Proses peningkatan kualitas pelayanan kepada anggota terutama pelayanan kredit harus disertai dengan kebijakan pelayanan yang baik sehingga dalam memberikan pelayanan ada standar yang baku yang harus dijalankan oleh karyawan sehingga anggota merasa dilayani dengan baik oleh karyawan. Pertumbuhan pinjaman harus berbanding lurus dengan pertumbuhan aset, persentase pinjaman beredar di *CU* adalah minimal 70 persen dan maksimal 80 persen dari total aset apabila pertumbuhan aset tidak diimbangi dengan pertumbuhan kredit cair maka kelangsungan hidup sebuah *CU* akan mengalami kendala karena bunga simpanan yang diberikan kepada anggota harus terus dibayar, sementara pendapatan dari bunga pinjaman tidak mampu untuk memenuhi kewajiban tersebut ini bisa menimbulkan kebangkrutan bagi sebuah *CU*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebijakan kualitas pelayanan kredit yang diterapkan pada *CU* Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu serta untuk mengetahui tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan kredit yang telah diberikan.

Berikut data anggota *CU* Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu tahun 2009-2013:

TABEL 1
CU KELING KUMANG
TEMPAT PELAYANAN SEKADAU BERSATU
JUMLAH ANGGOTA
2009-2013
(ORANG)

Tahun	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Perkembangan (%)
2009	5.816	3.771	9.587	-
2010	6.578	4.598	11.176	14,22
2011	6.755	4.898	11.653	4,09
2012	7.244	5.260	12.504	6,81
2013	7.651	5.687	13.338	6,25

Sumber: CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu, 2014

Dari Tabel 1 tersebut diketahui anggota pada tahun 2009 adalah 9.587 orang, tahun 2010 adalah 11.176 orang atau bertambah sebanyak 14,22 persen, tahun 2011 adalah 11.653 orang atau bertambah sebanyak 4,09 persen tahun 2012 adalah 12.504 orang atau bertambah sebanyak 6,81 persen dan tahun 2013 adalah 13.338 orang atau bertambah sebanyak 6,25 persen.

Berikut data persentase pinjaman yang disalurkan CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu tahun 2009-2013:

TABEL 2
CU KELING KUMANG
TEMPAT PELAYANAN SEKADAU BERSATU
PERKEMBANGAN PINJAMAN YANG DISALURKAN
2009-2013
(Rp)

Tahun	Aset	Pinjaman yang disalurkan	Perkembangan (%)
2009	56.152.500.824,00	38.548.748.800,00	-
2010	63.476.186.647,00	39.787.662.200,00	3,21
2011	74.239.039.481,00	50.538.575.400,00	27,02
2012	89.227.937.020,00	62.199.681.300,00	23,07
2013	107.689.416.289,00	65.805.149.700,00	5,80

Sumber: CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu, 2014

Dari Tabel 2 tersebut diketahui perkembangan pinjaman yang disalurkan pada tahun tahun 2010 adalah 3,21 persen tahun 2011 adalah 27,02 persen tahun 2012 adalah 23,07 persen dan tahun 2013 sebesar 5,80 persen.

B. Kajian Teori

Pengertian jasa menurut Supranto (2011: 227): “Jasa atau pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan

daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam mengkonsumsi jasa tersebut.” Jasa juga didefinisikan oleh Kotler dan Keller (2007: 42): “Sebagai setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya mungkin saja terkait atau tidak terkait dengan produk fisik.”

Karena keragamannya, secara tradisional jasa sulit didefinisikan, maka jasa didefinisikan kedalam dua pengertian seperti yang diuraikan Lovelock dan Wright (2005: 5):

1. Jasa adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lainnya. Walaupun prosesnya mungkin terkait dengan produk fisik, kinerjanya pada dasarnya tidak nyata dan biasanya tidak menghasilkan kepemilikan atas faktor-faktor produksi.
2. Jasa adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dari tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut.

Kesulitan pendefinisian jasa secara umum disebabkan karena jasa mempunyai empat karakteristik mencolok yang sangat mempengaruhi desain program pemasaran seperti yang diuraikan Kotler dan Keller (2007: 45):

1. *Intangible* (tidak berwujud)
Berbeda dari produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli akan mencari bukti mutu jasa tersebut. Mereka akan menarik kesimpulan mengenai mutu dari tempat, orang-orang, peralatan, bahan komunikasi, simbol dan harga yang mereka lihat.
2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)
Biasanya jasa yang dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Hal ini tidak berlaku bagi barang-barang fisik yang diproduksi, disimpan sebagai persediaan, didistribusikan melalui banyak penjual, dan dikonsumsi kemudian. Jika seseorang memberikan jasa tersebut, penyediannya adalah bagian dari jasa itu. Karena klien tersebut juga hadir pada saat jasa itu dihasilkan, interaksi penyedia klien merupakan ciri khusus pemasaran jasa.
3. *Variability* (bervariasi)
Jasa sangat bervariasi, tergantung dari siapa memberikannya dan di mana diberikan.
4. *Perishability* (tidak tahan lama)
Jasa tidak dapat disimpan. Sifat jasa yang mudah rusak tersebut tidak akan menjadi masalah apabila permintaan tetap berjalan lancar. Jika permintaan berfluktuasi, perusahaan-perusahaan jasa menghadapi masalah yang rumit.

Anggota menciptakan harapan-harapan layanan dari pengalaman masa lalu, cerita dari mulut ke mulut dan iklan. Anggota membandingkan jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa yang dipersepsikan berada di bawah jasa yang diharapkan, pelanggan akan kecewa dan sebaliknya jika persepsi jasa memenuhi dan bahkan melebihi harapan, mereka akan cenderung menggunakan penyedia jasa itu lagi. Menurut Wood (2009: 5): “Layanan pelanggan adalah benar-benar tentang memuaskan kebutuhan pelanggan anda dan melampaui harapan-harapan mereka.”

Ciri-ciri pelayanan yang baik menurut Kasmir (2008: 186) yaitu:

1. Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
2. Tersedia karyawan yang baik.
3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai.
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat.
5. Mampu berkomunikasi dengan baik.
6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah.
9. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.

Dalam memberikan pelayanan jasa yang baik kepada pelanggan, terdapat lima dimensi sebagai kriteria penentu kualitas jasa seperti yang diuraikan oleh Lovelock dan Wright (2005: 98):

1. *Reliability* (Kehandalan)
Apakah perusahaan dapat diandalkan dalam menyediakan jasa seperti yang dijanjikan dari waktu ke waktu?
2. *Responsiveness* (Ketanggapan)
Apakah karyawan perusahaan tersebut senang membantu dan mampu memberikan jasa yang cepat?
3. *Assurance* (Jaminan)
Apakah karyawan jasa memiliki pengetahuan yang cukup, sopan, kompeten, dan dapat dipercaya?
4. *Empathy* (Empati)
Apakah perusahaan jasa tersebut memberikan perhatian yang besar dan khusus?
5. *Tangible* (Berwujud)
Seperti apa terlihat fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan bahan komunikasi penyedia jasa tersebut?

Dari lima dimensi tersebut, akan menghasilkan tanggapan dari pelanggan yang tergantung pada tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan yang menghasilkan kepuasan anggota. Untuk memberikan kepuasan kepada anggotanya *CU* harus dikelola sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anggota. Menurut Assauri (2013: 16): “Sebagian besar usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia dilakukan melalui pemasaran.”

Besar kecilnya jumlah kredit yang disalurkan oleh sebuah *CU* akan menentukan keuntungan bagi *CU*, untuk menyalurkan kredit tentu memerlukan manajemen yang baik. Menurut Kasmir (2011: 72): “Manajemen kredit adalah bagaimana mengelola pemberian kredit mulai dari kredit diberikan sampai dengan kredit itu lunas.”

Sedangkan pengertian kredit menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang dikutip oleh Kasmir (2011: 73): “Penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.”

Siapapun yang terlibat dalam bisnis baik yang bergerak dibidang produk maupun jasa, secara langsung maupun tidak langsung sudah pasti mempunyai tanggung jawab terhadap kepuasan. Bahkan apabila seorang top manajemen yang tidak pernah terlibat langsung dalam melayani anggota, mereka tetap mengenal kontribusi top manajemen melalui produk yang mereka konsumsi atau jasa yang mereka gunakan.

Menurut Kotler dan Keller (2009: 138):

“Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan merasa sangat puas dan senang. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan suatu merek. Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih tentang sebuah produk dengan sebuah merek yang sudah mereka anggap positif.”

Menurut Hasan (2013: 89): Kepuasan pelanggan didefinisikan menjadi lima yaitu:

1. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan sebelum pembelian dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaiannya.
2. Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.
3. Kepuasan atau ketidakpuasan sebagai evaluasi purnabeli, di mana persepsi terhadap kinerja produk yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. Ketidaksesuaian menciptakan ketidakpuasan.
4. Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan suatu perasaan konsumen respon terhadap produk, barang atau jasa yang telah dikonsumsi.

5. Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan perbandingan antara produk yang dirasakan dengan yang diprediksi sebelum produk dibeli-dikonsumsi. Jika yang dirasakan konsumen melebihi dugaannya, konsumen akan merasa puas, sebaliknya jika dirasakan lebih rendah dari harapannya, konsumen akan merasa tidak puas.

Berdasarkan pengertian kepuasan tersebut, *CU* harus dapat mengetahui apa yang diharapkan anggota dari produk dan jasa yang telah dihasilkan. Harapan anggota dapat diidentifikasi secara cepat dan tepat, untuk itu *CU* harus benar-benar mengerti bagaimana persepsi anggota terhadap kepuasan. Saat anggota menilai kepuasan mereka berdasarkan salah satu unsur kinerja pada *CU*, misalnya waktu pemrosesan kredit, *CU* perlu menyadari bahwa beragam sekali cara anggota mendefinisikan lama pemrosesan kredit pada *CU* tersebut.

Untuk mengukur kepuasan pelanggan ada empat metode yang sering digunakan menurut Hasan (2013: 106):

1. Sistem keluhan dan saran (*complaint and suggestion system*)
Organisasi yang berorientasi pelanggan memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan saran secara langsung.
2. Pembeli bayangan (*ghost shopping*)
Metode ini efektif jika para manajer perusahaan bersedia sebagai *ghost shoppers* untuk mengetahui secara langsung bagaimana karyawan berinteraksi dan memperlakukan pelanggan.
3. Survei kepuasan pelanggan (*customer satisfaction surveys*)
Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau beralih pemasok, agar dapat memahami mengapa berhenti atau pindah pemasok.
4. Analisis pelanggan yang lari (*lost customer analysis*)
5. Lembaga riset independen melakukan penelitian dengan metode survei kepuasan pelanggan. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan langsung dari pelanggan.

C. Metode Penelitian

1. Bentuk Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif yaitu dengan memaparkan persoalan-persoalan pelayanan kredit pada CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu. Menurut Sugiyono (2012: 35): “Rumusan masalah deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri).”

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Yaitu komunikasi secara langsung dengan melakukan tanya jawab terhadap anggota CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu.

b. Kuesioner

Mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner yang memuat pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan pelayanan kredit kepada anggota Credit Union Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu guna memperoleh data yang berhubungan dengan permasalahan objek penelitian. Menurut Sugiyono (2012: 142): "Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya."

c. Observasi

Penulis mengumpulkan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung kepada objek yang diteliti. Menurut Hadi dalam Sugiyono (2012: 145): "Observasi suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis."

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Bungin (2010:99): "Populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber penelitian." Objek yang menjadi populasi adalah total jumlah peminjam pada CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu tahun 2013 sebanyak 5.295 orang.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2012: 81): "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut." Sedangkan menurut Bungin (2010: 102): "Sampel adalah wakil semua unit strata dan sebagainya yang ada dalam populasi."

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling* yang menurut Sugiyono (2012: 218): "Teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu." Dengan demikian jumlah sampel yang diambil

adalah sebanyak 100 orang mewakili 5.295 populasi, dengan kriteria anggota dewasa yang sudah pernah meminjam.

4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini variabel-variabel penelitian yang diteliti adalah kualitas pelayanan kredit yang diberikan staf kepada anggota pada CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu terhadap kepuasan anggota yang berkaitan dengan *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* dan *Tangible*.

Teknik yang digunakan oleh peneliti adalah teknik analisis data kualitatif dengan melihat jawaban dari responden melalui kuesioner yang telah disebar dan kemudian jawaban dari kuesioner tersebut dikelompokkan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan kemudian dijumlahkan, dari hasil penjumlahan tersebut kemudian diambil kesimpulan.

D. Hasil Analisis Data Penelitian dan Pembahasan

1. Karakteristik Responden

Objek penelitian adalah anggota pada CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu yang sudah pernah menerima fasilitas pinjaman, besarnya sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden. Agar memudahkan dalam penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner kepada sejumlah responden yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda mulai dari jenis kelamin, pekerjaan, usia dan lama menjadi anggota. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebijakan kualitas pelayanan kredit serta untuk mengetahui tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan kredit pada CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu.

2. Kebijakan Kualitas Pelayanan yang telah diterapkan pada CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu

Persaingan antar lembaga keuangan terutama *CU* dewasa ini sangat ketat untuk itu CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu harus membuat kebijakan yang berpihak kepada anggota, terutama kebijakan pemberian kredit harus sesuai dengan harapan anggota agar anggota merasa puas dan tidak berpaling ke *CU* pesaing.

Agar pemberian kredit yang diberikan memiliki kualitas maka CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu membuat kebijakan kredit yang dimulai dari saat anggota mengajukan pinjaman sampai kredit tersebut lunas. Kebijakan kualitas

pelayanan pemberian kredit harus sejalan dengan lima dimensi penentu kualitas jasa. Di mana setiap kebijakan dapat diukur dengan variabel berikut:

a. *Reliability* (Kehandalan)

Pada variabel kehandalan karyawan pada CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu dituntut untuk mampu berkomunikasi dengan baik, mampu bertindak sebagai konsultan keuangan bagi anggota, dan harus menguasai produk terutama produk pinjaman karena kredit merupakan bisnis inti dari CU. CU Keling Kumang menetapkan persyaratan kredit yang mudah dipahami oleh anggota serta proses kredit yang tidak melebihi 14 hari sejak permohonan kredit diterima dari anggota dan apabila disetujui harus sudah dicairkan sebelum 30 hari.

b. *Responsiveness* (Daya tanggap)

Daya tanggap adalah kemampuan CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu memberikan jasa dengan cepat dan bersedia membantu anggota yang mengalami kesulitan. Untuk itu karyawan dituntut untuk menjalin hubungan yang baik dengan anggota, melayani anggota dengan tulus, mau menanggapi keluhan anggota, menyampaikan hasil keputusan kredit secepat mungkin dan harus mampu menjelaskan produk dengan baik jika terjadi perubahan kebijakan.

c. *Assurance* (Jaminan)

Jaminan merupakan variabel yang menuntut karyawan pada CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu untuk menjaga rahasia data anggota, tidak berperilaku merugikan anggota, bertindak objektif dalam menilai calon debitur, penilaian kelayakan pinjaman tidak berdasarkan siapa anggota dan dari mana asal anggota tersebut serta harus menjamin bahwa simpanan anggota bisa di ambil kapan saja sesuai besar simpanan yang ada.

d. *Empathy* (Empati)

Empati merupakan perhatian yang harus diberikan CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu kepada anggota untuk itu karyawan dituntut untuk mampu memberikan perhatian khusus kepada anggota, mampu memahami anggota dan harus mampu menangani keluhan anggota dengan baik. CU Keling Kumang juga menyediakan produk pinjaman yang beragam untuk menyesuaikan kebutuhan anggota serta jam buka kantor anggota disesuaikan dengan jam kerja pada umumnya.

e. *Tangible* (Berwujud)

Variabel berwujud adalah fasilitas fisik yang disiapkan CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu untuk menunjang pelayanan kepada anggota diantaranya lokasi kantor yang strategis, ruangan kantor yang bersih, tempat parkir yang luas, tempat penyimpanan dokumen kredit yang baik dan karyawan dituntut untuk selalu berpenampilan rapi.

3. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Kredit pada CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu

Persepsi konsumen terhadap suatu produk sangat besar pengaruhnya terhadap keputusan yang bersangkutan untuk membeli suatu produk, demikian juga dengan anggota pada CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu. Persepsi anggota atau konsumen pada CU sifatnya sangat kompleks, dimulai saat proses menjadi anggota, pelayanan di garis depan (*front line*) serta proses pelayanan kredit sampai keunggulan produk simpanan dan pinjaman yang ditawarkan.

Ada lima dimensi kualitas pelayanan yang perlu dikelola dengan baik oleh CU sebagai berikut: *Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, dan Tangible*. Kelima dimensi tersebut perlu diukur agar dapat diketahui sejauhmana kualitas pelayanan yang selama ini diberikan kepada anggota pada CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu dapat dilihat pada Tabel 3:

TABEL 3
CREDIT UNION KELING KUMANG
TEMPAT PELAYANAN SEKADAU BERSATU
REKAPITULASI HASIL TANGGAPAN RESPONDEN

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Total
Reliability (Kehandalan)							
1	Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik.	25,00	47,00	20,00	16,00	2,00	100,00
2	Persyaratan kredit mudah dipahami.	28,00	49,00	14,00	17,00	2,00	100,00
3	Karyawan mampu bertindak sebagai konsultan keuangan bagi anggota.	24,00	46,00	20,00	6,00	4,00	100,00
4	Proses pelayanan kredit sudah optimal.	30,00	43,00	18,00	15,00	4,00	100,00
5	Karyawan menguasai produk pinjaman dengan baik.	33,00	41,00	7,00	17,00	2,00	100,00
	Rata-rata	28,00	45,20	17,80	6,20	2,80	100,00
Responsiveness (Daya Tanggap)							
6	Karyawan bersedia menganggapi keluhan anggota.	28,00	46,00	13,00	9,00	4,00	100,00
7	Hasil Rapat Komite Kredit tentang keputusan pinjaman disampaikan	34,00	47,00	13,00	4,00	2,00	100,00

	dengan cepat kepada anggota.						
8	Karyawan mampu menjalin hubungan yang baik dengan anggota.	36,00	46,00	9,00	6,00	3,00	100,00
9	Karyawan melayani anggota dengan tulus.	27,00	43,00	23,00	6,00	1,00	100,00
10	Karyawan mampu menjelaskan produk dengan baik, jika ada perubahan kebijakan.	15,00	48,00	25,00	10,00	2,00	100,00
	Rata-rata	28,00	46,00	16,60	7,00	2,40	100,00
Assurance (Jaminan)							
11	Keamanan simpanan anggota terjamin.	41,00	45,00	11,00	2,00	1,00	100,00
12	Karyawan mampu menjaga kerahasiaan anggota.	46,00	42,00	8,00	2,00	2,00	100,00
13	Account Officer bertindak objektif dalam menilai calon debitur.	31,00	50,00	14,00	4,00	1,00	100,00
14	Penilaian kelayakan pinjaman tanpa membedakan anggota.	38,00	51,00	7,00	3,00	1,00	100,00
15	Karyawan tidak pernah berperilaku merugikan anggota.	38,00	44,00	13,00	3,00	2,00	100,00
	Rata-rata	38,80	46,40	10,60	2,80	1,40	100,00
Empathy (Empati)							
16	Karyawan memberikan perhatian khusus kepada anggota.	12,00	51,00	25,00	10,00	2,00	100,00
17	Jam operasi kantor sesuai dengan kebutuhan anggota.	24,00	53,00	15,00	5,00	3,00	100,00
18	Karyawan memiliki kemampuan memahami anggota.	13,00	54,00	20,00	11,00	2,00	100,00
19	Karyawan mampu menangani keluhan anggota dengan baik.	37,00	42,00	16,00	14,00	1,00	100,00
20	Produk pinjaman yang ada telah sesuai dengan kebutuhan anggota.	62,00	28,00	15,00	3,00	2,00	100,00
	Rata-rata	29,60	45,60	16,20	16,60	2,00	100,00
Tangible (Berwujud)							
21	Lokasi kantor yang strategis.	8,00	21,00	34,00	28,00	9,00	100,00
22	Ruangan kantor bersih.	41,00	48,00	7,00	3,00	1,00	100,00
23	Tempat parkir yang luas.	18,00	59,00	20,00	1,00	2,00	100,00
24	Tempat penyimpanan dokumen sudah optimal.	67,00	26,00	2,00	4,00	1,00	100,00
25	Panampilan Karyawan yang selalu rapi.	54,00	36,00	6,00	2,00	2,00	100,00
	Rata-rata	37,60	38,00	13,80	7,60	3,00	100,00

Sumber: Data olahan, 2014

Berdasarkan Tabel 3 tersebut diketahui untuk dimensi kehandalan pernyataan yang diberikan dijawab setuju oleh responden, rata-rata jawaban setuju sebanyak 45,20 persen, yang terdiri dari 47 orang responden atau 47,00 persen setuju bahwa karyawan

pada CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu mampu menjalankan komunikasi yang baik dengan anggota, sebanyak 49 orang responden atau 49,00 persen setuju bahwa persyaratan kredit mudah untuk dipahami, sebanyak 46 orang responden atau 46,00 persen setuju bahwa karyawan mampu bertindak sebagai konsultan keuangan bagi anggota, sebanyak 43 orang responden atau 43,00 persen setuju bahwa karyawan sudah menjalankan proses kredit dengan optimal, dan 41 orang responden atau 41,00 persen setuju bahwa karyawan sudah menguasai produk pinjaman dengan baik.

Pada dimensi daya tanggap didominasi oleh jawaban setuju, responden yang memberikan jawaban setuju rata-rata sebanyak 46,00 persen dari semua pernyataan pada dimensi tersebut, terdiri dari 46 orang responden atau 46,00 persen setuju bahwa karyawan pada CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu bersedia mendengarkan keluhan anggota, sebanyak 47 orang responden atau 47,00 persen setuju bahwa hasil rapat keputusan tentang pinjaman sudah disampaikan dengan cepat kepada anggota, sebanyak 46 orang responden atau 46,00 persen setuju bahwa hubungan karyawan dan anggota terjalin dengan baik, sebanyak 43 orang responden atau 43,00 persen setuju bahwa karyawan melayani anggota dengan tulus, dan sebanyak 48 orang responden atau 48,00 persen setuju bahwa karyawan mampu menjelaskan produk dengan baik jika terjadi perubahan.

Jawaban pada dimensi jaminan didominasi oleh jawaban setuju, responden yang memberikan jawaban setuju rata-rata sebanyak 46,40 persen dari semua pernyataan pada dimensi tersebut, yang terdiri dari 45 orang responden atau 45,00 persen setuju bahwa keamanan simpanan anggota pada CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu terjamin, sebanyak 46 orang responden atau 46,00 persen sangat setuju bahwa karyawan mampu menjaga kerahasiaan anggota. sebanyak 50 orang responden atau 50,00 persen setuju *Account Officer* bertindak objektif dalam menilai calon debitur, sebanyak 51 orang responden atau 51,00 persen setuju bahwa penilaian kelayakan pinjaman yang dilakukan karyawan tanpa membedakan anggota, dan 44 orang responden atau 44,00 persen setuju bahwa karyawan tidak pernah berperilaku merugikan anggota.

Dimensi empati juga mendapat jawaban setuju, responden yang memberikan jawaban setuju rata-rata sebanyak 45,60 persen dari semua pernyataan pada dimensi tersebut, yang terdiri dari 51 orang responden atau 51,00 persen setuju bahwa karyawan pada CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu memberikan perhatian

khusus kepada anggota, sebanyak 53 orang responden atau 53,00 persen setuju bahwa jam operasi kantor telah sesuai dengan kebutuhan anggota, sebanyak 54 orang responden atau 54,00 persen setuju bahwa karyawan mampu memahami anggota, sebanyak 42 orang responden atau 42,00 persen setuju bahwa karyawan mampu menangani keluhan anggota dengan baik, dan sebanyak 62 orang responden atau 62,00 persen sangat setuju bahwa produk pinjaman yang disediakan telah sesuai dengan kebutuhan.

Pada dimensi berwujud jawaban yang diberikan cukup beragam tetapi secara keseluruhan rata-rata responden memberikan jawaban setuju, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 38 orang responden atau 38,00 persen dari semua pernyataan pada dimensi tersebut, terdiri dari 34 orang responden atau 34,00 persen kurang setuju dengan lokasi kantor pada CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu, sebanyak 48 orang responden atau 48,00 persen setuju dengan kebersihan ruangan kantor, sebanyak 59 orang responden atau 59,00 persen setuju dengan luas tempat parkir yang disediakan, sebanyak 67 orang responden atau 67,00 persen sangat setuju bahwa tempat penyimpanan dokumen yang tersedia sudah optimal, dan sebanyak 54 orang responden atau 54,00 persen sangat setuju bahwa karyawan selalu menunjukkan penampilan yang rapi.

E. Penutup

Berdasarkan apa yang telah dibahas dan dikemukakan pada bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Reliability (Kehandalan)

Sebagian besar responden setuju dengan variabel Kehandalan, meskipun persyaratan kredit cukup banyak namun anggota tidak kesulitan melengkapi persyaratan sesuai permintaan, ini artinya persyaratan kredit mudah untuk dipahami.

2. Responsiveness (Daya Tanggap)

Sebagian besar responden setuju dengan variabel Daya Tanggap yang telah dimiliki oleh CU, salah satunya hubungan antara karyawan dengan anggota sudah terjalin dengan baik, hubungan yang tercipta merupakan hubungan kekeluargaan karena karyawan mampu membuat anggota merasa nyaman saat berhubungan sehingga anggota tidak ragu untuk menyampaikan kesulitan yang dihadapi kepada karyawan.

3. Assurance (Jaminan)

Responden setuju bahwa CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu memberikan jaminan kepada anggota, terutama penilaian kelayakan pinjaman yang dilakukan tanpa membedakan anggota, karena penilaian dilakukan berdasarkan hasil survei dan diputuskan oleh Komite Kredit dengan menggunakan format penilaian 5C, skor tertinggi yang wajib dimiliki oleh calon debitur adalah kemampuan mengembalikan. Walaupun anggota memiliki karakter bagus dan agunan yang kuat tetapi tidak memiliki kemampuan mengembalikan maka calon debitur tidak layak diberikan kredit.

4. *Empathy* (Empati)

Responden setuju bahwa CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu memiliki empati kepada anggota. Salah satunya produk pinjaman telah sesuai dengan kebutuhan anggota, karena telah disediakan delapan jenis produk pinjaman dengan bunga dan jangka waktu yang bervariasi.

5. *Tangible* (Berwujud)

Responden setuju bahwa CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu memiliki bukti fisik yang baik. Ini ditunjukkan dengan keadaan ruangan pelayanan yang bersih, karyawan selalu berpenampilan rapi dan telah disediakan brankas sebagai tempat penyimpanan dokumen kredit sehingga aman dari tindakan pencurian dan kebakaran.

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan penulis kepada pihak CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu adalah sebagai berikut:

1. Perubahan kebijakan hendaknya diikuti dengan sosialisasi yang memadai agar karyawan lebih cepat menguasai produk sesuai dengan kebijakan yang baru dan mampu menjelaskan perubahan dengan lebih baik kepada anggota.
2. Sebaiknya dalam pemilihan lokasi kantor CU Keling Kumang Tempat Pelayanan Sekadau Bersatu harus mencari tempat yang strategis agar mudah dijangkau dan mudah ditemukan terutama oleh masyarakat yang belum bergabung menjadi anggota.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013.
- Bungin, M. Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Hasan, Ali. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service), 2013.

Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008.

_____. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, (Marketing Management)*, edisi ketiga belas, jilid 1. Penerjemah Bob Sabran. Jakarta: Erlangga, 2009.

_____, Philip dan _____. *Manajemen Pemasaran, (Marketing Management)*, edisi kedua belas, jilid 2. Penerjemah Benyamin Molan. Jakarta: PT Indeks, 2007.

Lovelock, Christopher H. dan Lauren K. Wright. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks, 2005.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi. *Pedoman Penulisan Skripsi*, edisi revisi kesembilan. Pontianak: STIE Widya Dharma, 2014.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Supranto, J. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011.

Wibowo. *Manajemen Perubahan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012.

Wood, Ivonne. *Layanan Pelanggan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.