
**KEPUASAN ANGGOTA MENGENAI PELAYANAN KARYAWAN CREDIT UNION
KELING KUMANG TEMPAT PELAYANAN PASAR MAWAR DI PONTIANAK**

Bartolomeus Dona

email:bartolo.dona@gmail.com

Program Studi Manajemen STIE Widya Dharma Pontianak

ABSTRAKSI

Kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi para anggotanya. Setelah anggota merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, anggota akan membandingkan pelayanan yang diberikan dengan produk dan jasa pada perusahaan yang serupa. Apabila anggota merasa benar-benar puas, mereka akan loyal terhadap lembaga serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk segera bergabung di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan anggota secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan anggota) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis tingkat kepuasan anggota terhadap pelayanan karyawan yang diberikan CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak. Bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan metode survei, teknik pengumpulan data melalui observasi, kuesioner, wawancara dan studi dokumenter, populasi adalah anggota CU Keling Kumang TP Pasar Mawar pada tahun terakhir sebanyak 2.119 orang namun yang dijadikan sampel dalam penelitian ini hanya mengambil 100 responden, sedangkan analisis data dilakukan secara kualitatif, untuk memperjelas analisis setiap jawaban diberikan bobot dengan skala likert.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara umum anggota merasa puas dengan pelayanan karyawan pada CU Keling Kumang TP Pasar Mawar Pontianak dengan tingkat kesesuaian mencapai 86,78 persen angka ini berada pada rentang lebih dari 80 atau berada di level “sangat sesuai”, namun dari Diagram Kartesius diketahui masih ada indikator yang pada kuadran (A) yang merupakan prioritas utama untuk ditingkatkan karena sangat mempengaruhi kepuasan, walaupun secara keseluruhan mayoritas indikator sudah berada di kuadran B yang artinya gap antara kepentingan dan kinerja sudah kecil. Disarankan: untuk memperbaiki kinerja pada indikatornya yang masih berada di kuadran A dan mempertahankan kinerja pada faktor yang indikatornya sudah berada di kuadran B dan C serta agak mengurangi kinerja pada faktor yang indikatornya berada di kuadran D.

Kata kunci: Analisis Kepuasan Anggota Mengenai Pelayanan Karyawan.

A. Pendahuluan

Pemasaran sebagai salah satu kegiatan pokok perusahaan dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup, untuk mengembangkan, dan untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai perusahaan. Untuk mencapai arah tujuan perusahaan, salah satu bagian dari manajemen pemasaran di perusahaan harus menetapkan suatu strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan kondisi dan situasi lingkungan perusahaannya. Dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi, membuat setiap perusahaan saling

berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar adalah untuk mencari dan memiliki lebih banyak pelanggan. Kini setiap pelanggan tidak lagi hanya membeli produk, tetapi juga aspek jasa atau pelayanan yang melekat pada produk tersebut. Sehingga dapat dilihat bahwa pelayanan merupakan faktor paling penting didalam suatu dunia usaha yang bersifat jasa.

Credit Union mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian nasional, karena tujuan dari CU adalah untuk meningkatkan kesejahteraan anggota. Anggota CU pada umumnya terdiri dari pengusaha golongan kecil yang memiliki banyak kelemahan baik dalam segi modal, teknologi dan informasi pasar dan mayoritas anggotanya adalah petani. Salah satu CU di Indonesia khususnya yang ada di Kalimantan Barat ini adalah CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak. Keberhasilan suatu CU dinilai dari tingkat partisipasi anggota. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis tingkat kepuasan anggota terhadap pelayanan karyawan yang diberikan CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak.

Berdasarkan data perkembangan diketahui bahwa dari tahun ke tahun pertumbuhan penabung CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak terus mengalami peningkatan yang cukup besar, sedangkan tingkat perkembangan tabungan CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak mengalami kenaikan dan penurunan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis perlu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan karyawan CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak terhadap kepuasan para anggotanya. Oleh karena itu yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana kebijakan pelayanan karyawan dan bagaimana tanggapan anggota mengenai pelayanan karyawan pada CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak.

B. Kajian Teori

Credit Union (CU) adalah lembaga keuangan yang bergerak di bidang simpan pinjam yang menjadi usaha primadona sekarang ini baik di kota-kota madya maupun di daerah kecamatan sudah banyak terdapat CU yang sejenis dalam bidang usaha yaitu simpan pinjam. Sehingga sangat besar kemungkinan masyarakat akan memilih CU yang memiliki kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik terhadap anggotanya serta profesional dalam bidangnya.

Menurut Munaldus, Karlana dan Herlina (2014: 4): “Credit berasal dari bahasa Latin yaitu *credere* yang artinya “saling percaya.” Sedangkan *union* artinya “kumpulan.” Jadi CU berarti “kumpulan orang-orang yang saling percaya.”

Menurut Munaldus, Karlana, Yohanes, Saniansah dan Hendi (2012: 2): “Credit Union adalah sebuah lembaga keuangan koperasi yang dimiliki dan diawasi oleh para anggotanya dan dioperasikan untuk tujuan mendorong pola hidup hemat, menyediakan pinjaman dengan suku bunga bersaing, dan menyediakan berbagai pelayanan keuangan lain kepada para anggotanya.”

Menurut Ninik Widiyati (2012: 76): “Koperasi itu adalah suatu kumpulan orang-orang, atau perkumpulan-perkumpulan koperasi, yang secara sendiri-sendiri tidak mampu memenuhi kepentingan masing-masing. Anggota biasanya mempunyai potensi usaha yang terbatas sekali. Karena itulah mereka secara sukarela bersatu untuk mencapai tujuan bersama, yang pada umumnya bersifat ekonomis. Bersama-sama (secara kolektif) didirikan perusahaan. Mereka masing-masing member sumbangan uang untuk pemupukan modal yang diperlukan dalam melaksanakan apa yang menjadi rencana usahanya. Apabila anggota itu kelak menerima bagian dari sisa hasil usaha, maka masing-masing akan memperoleh bagiannya, menurut besar kecilnya pelayanan yang diterima dari usaha koperasi.”

Menurut Freddy Rangkuti (2014: 212): “Pendiri perusahaan ini memiliki dua filosofi dasar yang telah menjadi panutan praktik bisnis sampai saat ini, yaitu:

- a. Perusahaan selalu berorientasi pada pelanggan, yaitu dengan menekankan pelayanan, seleksi barang yang bermutu, dan yang kualitasnya terbaik.
- b. Penerapan kebijakan di dalam penyelesaian para manajer dan pekerjaan yang telah berpengalaman khususnya di bagian penjualan.”

Menurut Hendar Kusnadi (2005: 23-24): “Definisi Koperasi yang berdasarkan kriteria identitas dijelaskan sebagai berikut:

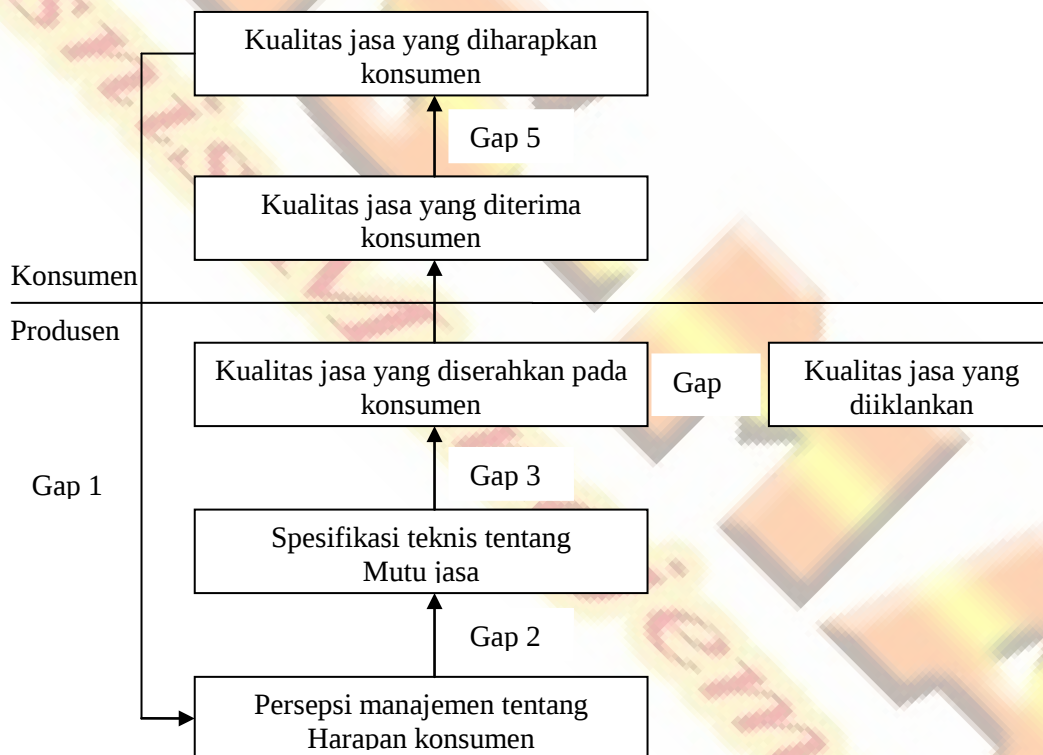
- a. Jika para pemilik dan pelanggan (para pembeli pelayanan dari organisasi) adalah individu-individu yang sama, maka organisasi tersebut dapat didefinisikan sebagai suatu *koperasi pembeli (purchasing cooperative)*.
- b. *Koperasi pemasaran (marketing cooperative)* adalah koperasi yang melaluinya para anggota menjual produk dari bisnis mereka masing-masing.
- c. Jika produk yang dibeli dari suatu perusahaan adalah barang konsumsi akhir dan para pelanggan adalah orang-orang itu juga sebagai pemilik perusahaan, maka organisasi ini dapat dikatakan sebagai *koperasi konsumen (consumer cooperative)*.

d. *Koperasi produsen (productive cooperation)* didefinisikan sebagai suatu perusahaan yang dimiliki oleh para pekerjanya. Anggota dari koperasi jenis ini adalah para produsen yang secara bersama-sama memproduksi produk tertentu, kemudian produk tersebut dijual ke pasaran umum atau memenuhi pesanan para pelanggan.”

Menurut Adisaputro (2010: 187): “Pelanggan membentuk harapan terhadap pelayanan dari suatu jasa berdasarkan pengalaman waktu yang lalu dari pengaruh kekuatan *getok-tukar (word of mouth)*, dan dari informasi iklan yang diperoleh.”

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry merumuskan model kualitas pelayanan yang menekankan berbagai persyaratan utama untuk dapat menyerahkan pelayanan berkualitas tinggi.

GAMBAR 1.1
MODEL TENTANG KUALITAS PELAYANAN



Sumber: Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 2010

Menurut Kotler (2008: 54): “Pelanggan menciptakan harapan-harapan layanan dari pengalaman masa lalu, cerita dari mulut ke mulut, dan iklan. Pelanggan membandingkan jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa yang dipersepsikan berada di bawah jasa yang diharapkan, pelanggan akan kecewa. Jika persepsi jasa memenuhi atau melebihi harapan mereka, mereka akan cenderung menggunakan penyedia tersebut lagi. perusahaan yang sukses menambah manfaat pada tawaran mereka yang tidak hanya

memuaskan pelanggan melainkan juga mengejutkan dan menyenangkan mereka. Menyenangkan pelanggan adalah masalah bagaimana melampaui harapan pelanggan.”

Menurut Kotler dan Keller seperti yang dikutip oleh Sarwiji (2008: 56): Berdasarkan model mutu jasa ini, para periset menemukan lima penentu mutu jasa. Kelimanya disajikan menurut tingkat kepentingannya:

- a. *Reliability* (Keandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, dan konsisten.
- b. *Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan/*complaint* dari konsumen.
- c. *Assurance* (Jaminan), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.
- d. *Empathy* (Empati), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Misalnya karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi segera, agar selalu terjaga hubungan harmonis, dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus.
- e. *Tangible* (Berwujud), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik, terawat lancar, dsb.

Menurut Kotler dan Keller seperti yang dikutip oleh Sarwiji (2008: 55): Mengidentifikasi lima kesenjangan yang mengakibatkan ketidakberhasilan penyerahan jasa:

- a. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen
Manajemen tidak selalu memahami dengan tepat apa yang diinginkan pelanggan.
- b. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi mutu jasa
Manajemen mungkin memahami dengan tepat keinginan-keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan standar kinerja.
- c. Kesenjangan antara spesifikasi mutu jasa dan penyerahan jasa
Karyawan mungkin kurang terlatih, tidak mampu atau tidak mau mematuhi standar; atau mereka mungkin dihadapkan pada standar yang saling bertentangan, seperti menyediakan waktu untuk mendengarkan pelanggan dan melayani mereka dengan cepat.
- d. Kesenjangan antara penyerahan jasa dan komunikasi eksternal

Harapan-harapan konsumen dipengaruhi pernyataan-pernyataan yang dikeluarkan perwakilan iklan perusahaan.

e. Kesenjangan antara persepsi jasa dan jasa yang diharapkan

Kesenjangan ini terjadi apabila konsumen tersebut memiliki persepsi yang keliru tentang mutu jasa tersebut.

Menurut Howard dan Sheth yang dikutip oleh Tjiptono (2014: 353): mengungkapkan bahwa “kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.”

Menurut Engel, et al. yang dikutip oleh Tjiptono (2014: 354): “kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

Menurut Abdullah dan Tantri (2014: 45): “Kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Pelanggan puas bila harapan mereka dipenuhi dan senang/bahagia bila harapan mereka dilebihi. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, membeli lebih banyak, kurang sensitif pada harga dan memberikan komentar tentang perusahaan.”

Karyawan CU juga berperan sangat penting dalam suatu lembaga dimana karyawan dituntut memiliki kualitas pelayanan yang baik terhadap anggota. Oleh karena itu agar karyawan dapat bekerja dengan baik maka perlu adanya motivasi kerja terhadap karyawan.

C. Metode Penelitian

1. Bentuk Penelitian

Bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan metode survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang utama.

Menurut Sugiyono (2013: 142): “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.”

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam aplikasi pemecahan masalah yang dihadapi agar dapat dilakukan dengan baik sesuai dengan tujuan dan manfaat penulisan yang diinginkan. Teknik atau cara pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Observasi, merupakan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang diteliti. Dalam hal ini penulis menggunakan observasi sistematis tanpa partisipasi pengamat, ini terutama dilakukan untuk pengamatan dan pencatatan secara sistematis atas gejala-gejala yang sedang diteliti guna untuk mendapatkan hasil yang handal serta dapat dipertanggungjawabkan.
- b. Kuesioner, merupakan instrumen untuk pengumpulan data, di mana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian dan perilaku dari responden. Dalam kata lain, para peneliti dapat melakukan pengukuran bermacam-macam karakteristik dengan menggunakan kuesioner.
- c. Wawancara, merupakan dialog (tanya jawab) yang dilakukan penulis terhadap pihak intern perusahaan agar didapatkan informasi yang akurat tentang masalah yang diteliti. Menurut Cristensen yang dikutip oleh Sugiyono (2013: 224): “Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana wawancara (peneliti atau yang debri tugas melakukan pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai.”
- d. Studi Dokumenter, setelah dilakukan wawancara, penulis kemudian mengumpulkan data dari berbagai sumber seperti: buku-buku, literatur, majalah, peraturan-peraturan serta buku kerja milik perusahaan yang ada hubungannya dengan variabel yang diteliti.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Adalah keseluruhan nilai yang mungkin hasil pengukuran atau pun perhitungan kualitatif ataupun mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota CU Keling Kumang pada tahun terakhir beranggotakan sebanyak 2.119 orang namun untuk sampel dalam penelitian ini hanya mengambil 100 orang.

b. Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu secara sensus. Menurut Eriyanto (2011: 105): “Dalam sensus, peneliti meneliti isi dari semua anggota populasi.” Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang yang dimana merupakan jumlah dari populasi. Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang.

4. Analisis Data

Setelah data dikumpulkan, kemudian dilakukan proses analisis data untuk mengukur hasil penelitian. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif, yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden untuk mengumpulkan data. Data yang terkumpul diolah dan dianalisis kemudian ditarik kesimpulan.

Untuk mengolah dan menganalisis data yang diperoleh, penulis menggunakan variabel-variabel yaitu:

a. Variabel Penentuan Kualitas Jasa

Variabel ini untuk mengetahui tingkat kepuasan anggota terhadap tingkat pelayanan karyawan pada CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak, yang dilihat dari atribut-atribut/variabel-variabel di bawah ini:

- 1) Keandalan, meliputi kecepatan dalam proses penyimpanan dan pengambilan uang.
- 2) Daya Tanggap, meliputi ketanggapan karyawan saat menyampaikan keluhan, keterampilan karyawan dalam memberikan informasi, kelancaran dan kecepatan dalam proses pelayanan CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak.
- 3) Keyakinan, meliputi pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam melayani konsumen, kemampuan karyawan dalam melakukan komunikasi, ketepatan dalam memberikan informasi dan pelayanan.
- 4) Empati, meliputi keramahan karyawan, perhatian yang diberikan karyawan, serta tanggungjawab perusahaan.
- 5) Berwujud, meliputi kelengkapan peralatan kantor yang memadai, kebersihan dan kerapian ruangan kantor, kenyamanan, lokasi, jaminan atau garansi yang diberikan perusahaan, dan kondisi gedung.

b. Alat Analisis Kualitas Jasa

Data-data yang telah terkumpul dari hasil jawaban kuesioner diolah dan dianalisis dengan alat-alat analisis sebagai berikut:

1) Analisis Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan

Pada penelitian ini, skala yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti adalah dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2013: 93): “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.”

Menurut Sugiyono (2013: 94): pada Skala Likert masing-masing jawaban diberi bobot sebagai berikut:

Kepentingan pelanggan terhadap kinerja karyawan:

Sangat Penting	: Bobot 5
Penting	: Bobot 4
Cukup Penting	: Bobot 3
Kurang Penting	: Bobot 2
Tidak Penting	: Bobot 1

Kepentingan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan:

Sangat Baik	: Bobot 5
Baik	: Bobot 4
Cukup Baik	: Bobot 3
Kurang Baik	: Bobot 2
Tidak Baik	: Bobot 1

2) Analisis Tingkat Kesesuaian

Menurut Supranto (2011: 241): “Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor *kinerja/pelaksanaan* dengan skor *kepentingan*. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.”

Dalam penelitian ini terdapat 2 buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, di mana: X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan.

Menurut Supranto (2011: 241): Rumus yang digunakan untuk mencari tingkat kesesuaian responden adalah:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

di mana: Tki = tingkat kesesuaian responden

Xi = skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = skor penilaian kepentingan pelanggan.

Menurut Supranto (2011: 241): pada umumnya, untuk menentukan besarnya kelas (panjang interval) digunakan rumus:

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

di mana:

c = perkiraan besarnya (*class width, class size, class length*)

k = banyaknya kelas

X_n = nilai observasi terbesar

X_1 = nilai observasi terkecil.

$$\text{Interval} = \frac{100 - 1}{5} \times 100\% = 19,80\% \text{ (pembulatan } 20,00\%)$$

Dari perhitungan tersebut, maka diperoleh rentang tingkat kesesuaian yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Sangat Sesuai : Rentang $\leq 80,00\%$

Sesuai : Rentang 60,99- 79,99%

Cukup Sesuai : Rentang 40,00- 59,99%

Kurang Sesuai : Rentang 20,00- 39,99%

Kurang Sesuai : Rentang $< 20,00\%$

3) Analisis Skor Rata-rata Tingkat Pelaksanaan Kepentingan

Menurut Supranto (2011: 241): “Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

di mana:

$\bar{X}$ = skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kepuasan

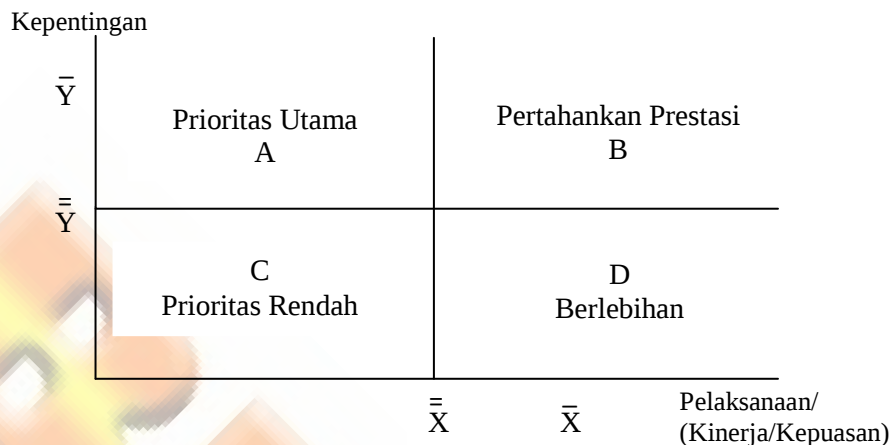
$\bar{Y}$ = skor rata-rata tingkat kepentingan

n = jumlah responden

4) Diagram Kartesius

Menurut Supranto (2011: 242): Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X, Y), di mana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan seluruh faktor atau atribut dan Y adalah rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

GAMBAR 2
DIAGRAM KARTESIUS



Keterangan:

- a) Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan. Sehingga mengecewakan/tidak puas.
- b) Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
- c) Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- d) Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

Menurut Supranto (2011: 242): Rumus yang digunakan untuk mencari sumber koordinasinya adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{X}_i^N = 1Xi}{K} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum \bar{Y}_i^N = 1Yi}{K}$$

D. Hasil Analisis Data Penelitian dan Pembahasan

1. Analisis Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Anggota

Sistem informasi kualitas pelayanan merupakan suatu sistem yang menggunakan berbagai macam pendekatan riset secara sistematis dan berkesinambungan untuk mengumpulkan dan menyebarluaskan informasi kualitas pelayanan yang relevan dan tepat waktu guna mendukung pengambilan keputusan manajerial. Informasi yang dibutuhkan mencakup segala aspek, yaitu data saat ini dan masa lalu, kuantitatif dan kualitatif, internal dan eksternal, serta informasi mengenai suatu lembaga Credit Union sendiri, pesaing, lingkungan bisnis, dan anggota. Pengembangan sistem informasi kualitas pelayanan tidak

hanya terbatas pada perusahaan besar. Mendengarkan “suara anggota” (*voices of customers*) merupakan hal yang mutlak harus dilakukan oleh lembaga Credit Union.

Analisis komplain anggota. Ada dua tujuan utama analisis komplain:

1. Komplain anggota mengindikasikan ketidakpuasan dan kekecewaan anggota. Upaya tindak lanjut yang cepat dan efektif memungkinkan Credit Union Keling Kumang TP Pasar Mawar Pontianak mempertahankan sebagian di antara para anggota yang tidak puas sebelum mereka beralih ke lembaga CU yang lain atau sejenisnya.
2. Mengidentifikasi kelemahan dalam sistem penyampaian jasa CU dan melakukan tindakan korektif yang diperlukan untuk meminimumkan kemungkinan terulangnya kembali masalah yang sama di kemudian hari. Penulisan komplain bisa dilakukan lewat kotak saran dan keluhan, maupun melalui analisis “Surat Pembaca” di media massa.

Tanggapan responden mengenai pelayanan karyawan CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak berdasarkan lima model mutu jasa yaitu:

- a. Dimensi keandalan (*Reliability*) berada pada ranking I dengan tingkat kesesuaian 90,10 persen dalam arti kinerja karyawan CU Keling Kumang TP Pasar Mawar terkait keandalan karyawan sudah sangat sesuai dengan kepentingan anggota.
 - b. Dimensi daya tanggap (*Responsiveness*) berada pada ranking III dengan tingkat kesesuaian 86,78 persen dalam arti kinerja karyawan CU Keling Kumang TP Pasar Mawar terkait daya tanggap karyawan sudah sangat sesuai dengan kepentingan anggota.
 - c. Dimensi jaminan (*Assurance*) berada pada ranking ke V dengan tingkat kesesuaian 82,89 persen dalam arti kinerja karyawan CU Keling Kumang TP Pasar Mawar terkait jaminan karyawan sudah sangat sesuai dengan kepentingan anggota.
 - d. Dimensi empati (*Emphaty*) berada pada ranking ke IV dengan tingkat kesesuaian 84,65 persen dalam arti kinerja karyawan CU Keling Kumang TP Pasar Mawar terkait sikap empati karyawan sudah sangat sesuai dengan kepentingan anggota.
 - e. Dimensi berwujud (*Tangibles*) berada pada ranking II dengan tingkat kesesuaian 89,48 persen dalam arti kinerja karyawan CU Keling Kumang TP Pasar Mawar terkait fasilitas fisik sudah sangat sesuai dengan kepentingan anggota.
2. Karakteristik Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak pada akhir tahun 2013 yang berjumlah 2.119 orang, namun yang dijadikan sampel dalam penelitian ini hanya mengambil 100 orang. Karakteristik

responden yang digunakan dalam penelitian ini mencakup jenis kelamin, umur, status pernikahan dan pekerjaan responden. Berikut ini adalah hasil pengelompokan responden berdasarkan karakteristik tersebut:

a. Berdasarkan Jenis Kelamin:

Responden laki-laki 62 orang atau 62 persen sedangkan responden perempuan berjumlah 38 orang atau 38 persen.

b. Berdasarkan Umur:

Responden yang berusia <20 tahun sebanyak 17 orang atau 17 persen, berusia 21 s.d. 30 tahun 38 orang atau 38 persen, berusia 31 s.d. 40 tahun 22 orang atau 22 persen, berusia 41 s.d. 50 tahun 20 atau 20 persen dan berusia 51 s.d. 60 tahun sebanyak 3 orang.

c. Berdasarkan Status Pernikahan:

Responden yang sudah menikah 55 orang atau 55 persen, belum menikah 45 orang atau 45 persen.

d. Berdasarkan Pekerjaan:

Responden yang PNS 21 orang atau 21 persen, swasta 18 orang atau 18 persen, petani 1 orang atau 1 persen, mahasiswa/mahasiswi 32 orang atau 32 Persen, buruh 7 orang atau 7 persen, pedagang 10 orang atau 10 persen, wiraswasta 3 orang atau 3 persen, karyawan 3 orang atau 3 persen, nelayan 1 orang atau 1 persen, ibu rumah tangga 3 orang atau 3 persen dan TNI/POLRI 1 orang atau 1 persen.

3. Analisis Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kinerja, Harapan dan Kesesuaian Dalam Kaitannya Dengan Kualitas Layanan

Hasil analisis tingkat kinerja, tingkat harapan dan tingkat kesesuaian disajikan dalam bentuk Rekapitulasi pada Tabel 1:

TABEL 1
CU KELING KUMANG TP PASAR MAWAR
REKAPITULASI TINGKAT HARAPAN, TINGKAT KINERJA
DAN TINGKAT KESESUAIAN

No	Indikator Penelitian	Rata-Rata Tingkat Kepentingan	Rata-Rata Tingkat Kinerja	Tingkat Kesesuaian (%)	Ranking
1.	Keandalan (<i>Reliability</i>)	4,17	3,75	90,10	I
2.	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	4,26	3,69	86,78	III
3.	Jaminan (<i>Assurance</i>)	4,40	3,64	82,89	V
4.	Empati (<i>Emphaty</i>)	4,22	3,57	84,65	IV
5.	Berwujud (<i>Tangibles</i>)	4,12	3,69	89,48	II

	Rata-rata	4,23	3,67	86,78	
--	-----------	------	------	-------	--

Sumber: Data olahan, 2014

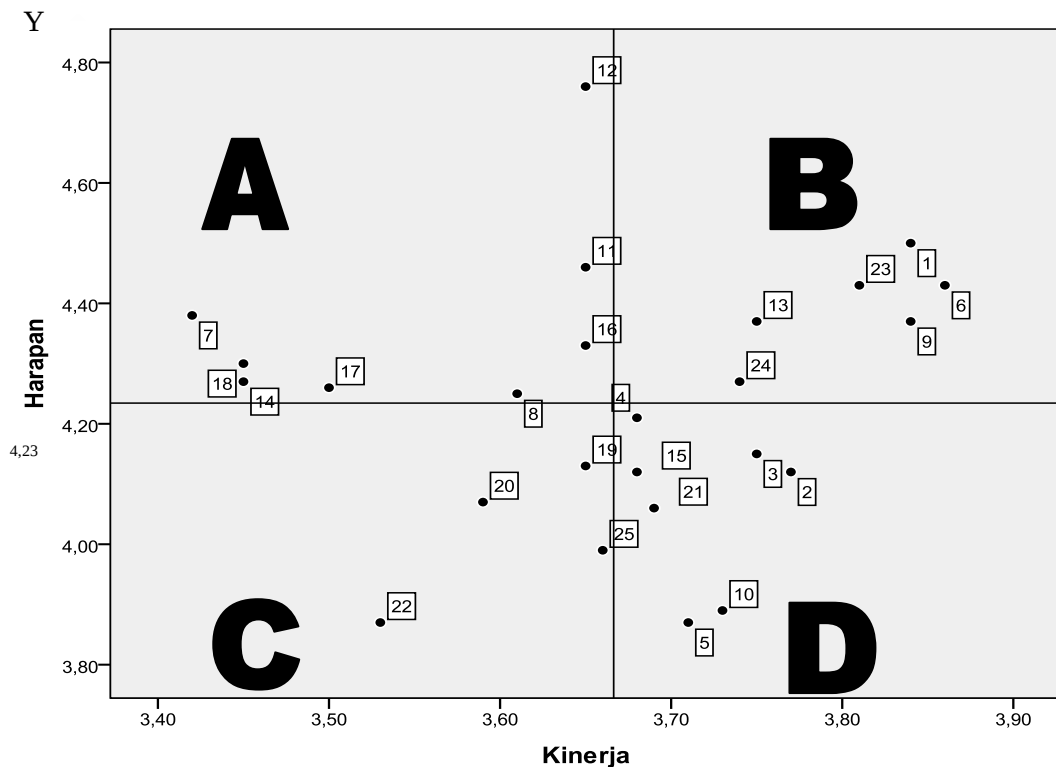
Dari Tabel 1 diketahui tingkat kinerja, tingkat harapan dan tingkat kesesuaian berkaitan kepuasan anggota mengenai pelayananan karyawan pada CU Keling Kumang TP Pasar Mawar. Untuk dimensi keandalan (*reliability*) skor rata-rata tingkat harapan mencapai 4,17 sementara skor rata-rata tingkat kinerja sebesar 3,75 dengan rata-rata tingkat kesesuaian mencapai 90,10 persen, angka ini berada pada rentang 80,00 persen atau pada level “sangat sesuai”. Dimensi daya tanggap (*Responsiveness*) Skor rata-rata tingkat harapan mencapai 4,26 sementara skor rata-rata tingkat kinerja sebesar 3,69 dengan rata-rata tingkat kesesuaian mencapai 86,78 persen, angka ini berada pada rentang 80,00 persen atau pada level “sangat sesuai”. Dimensi jaminan (*Assurance*) skor rata-rata tingkat harapan mencapai 4,40 sementara skor rata-rata tingkat kinerja sebesar 3,64 dengan rata-rata tingkat kesesuaian mencapai 82,89 persen, angka ini berada pada rentang 80,00 persen atau pada level “sangat sesuai”. Dimensi empati (*Emphaty*) skor rata-rata tingkat harapan mencapai 4,22 sementara skor rata-rata tingkat kinerja sebesar 3,57 dengan rata-rata tingkat kesesuaian mencapai 84,65 persen, angka ini berada pada rentang 80,00 persen atau pada level “sangat sesuai”. Dimensi berwujud (*Tangible*) skor rata-rata tingkat harapan mencapai 4,12 sementara skor rata-rata tingkat kinerja sebesar 3,69 dengan rata-rata tingkat kesesuaian mencapai 89,48 persen, angka ini berada pada rentang 80,00 persen atau pada level “sangat sesuai”.

Nilai tingkat kesesuaian secara keseluruhan antara kinerja dengan harapan anggota adalah 86,78 persen angka ini berada pada rentang tingkat kesesuaian yakni 80,00 persen, artinya kinerja CU Keling Kumang TP Pasar Mawar secara keseluruhan berada pada level “sangat sesuai” dengan harapan anggota.

4. Diagram Kartesius

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja/pelaksanaan dengan skor kepentingan/harapan anggota. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota. Dalam penelitian ini terdapat 2 buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, di mana X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para anggota/pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan. Untuk membuat Diagram Kartesius penulis mengolah data tingkat kinerja dan tingkat harapan dengan menggunakan program SPSS versi 18, hasilnya dapat dilihat dalam Gambar 1:

GAMBAR 1
CU KELING KUMANG TP PASAR MAWAR
DIAGRAM KARTESIUS



Sumber: Data olahan, 2014

Dari Gambar 3.3 diketahui empat kuadran Diagram Kartesius dengan masing-masing indikator di dalamnya yaitu:

1. Kuadran A (sebanyak 8 indikator) yaitu indikator 7, 8, 11, 12, 14, 16, 17 dan 18. Ini menunjukkan bahwa indikator tersebut dianggap mempengaruhi dan termasuk unsur-unsur kinerja yang dianggap sangat penting dalam menciptakan kepuasan kerja karyawan, namun CU Keling Kumang TP Pasar Mawar belum melaksanakannya sesuai keinginan karyawan sehingga mengecewakan atau tidak berpengaruh, yakni dalam hal:
 - a. Kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan, responden menilai kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan masih belum bisa memenuhi harapan anggota.
 - b. Kelancaran dan kecepatan dalam proses pelayanan, responden menilai proses pelayanan masih belum bisa memenuhi harapan anggota.
 - c. Prestasi dan reputasi, responden menilai prestasi dan reputasi CU Keling Kumang TP Pasar Mawar Pontianak masih jauh dari harapan.

- d. Keamanan dalam menabung di CU Keling Kumang TP Pasar Mawar Pontianak, responden menilai keamanan dalam menabung di CU Keling Kumang TP Pasar Mawar Pontianak belum bisa memenuhi harapan anggota.
 - e. Karyawan membuat anggota merasa nyaman dan aman dalam bertransaksi, responden menilai karyawan belum bisa memenuhi harapan anggota dalam hal membuat anggota merasa nyaman dan aman dalam bertransaksi.
 - f. Keramahan karyawan sewaktu anggota berada di kantor, responden menilai keramahan karyawan sewaktu anggota berada di kantor masih belum bisa memenuhi harapan mereka.
 - g. Kepentingan anggota lebih diutamakan oleh karyawan, responden menilai karyawan belum bisa mengutamakan kepentingan anggota.
 - h. Standar dalam memberikan pelayanan dengan tidak membedakan anggota, responden menilai karyawan masih membedakan pelayanan terhadap anggota.
2. Indikator yang berada di kuadran B (sebanyak 6 indikator) yaitu indikator 1, 6, 9, 13, 23, dan 24. Keenam indikator tersebut merupakan unsur yang paling penting dalam menciptakan kepuasan kerja karyawan, untuk itu wajib dipertahankan karena dianggap sangat penting dan sangat berpengaruh.
 3. Indikator yang berada di kuadran C (sebanyak 4 indikator) yaitu indikator 19, 20, 22, dan 25. Keenam indikator tersebut merupakan faktor yang kurang penting pengaruhnya dalam menciptakan kepuasan kerja karyawan, dan pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja karena dianggap kurang penting dan kurang berpengaruh.
 4. Indikator yang berada di kuadran D (sebanyak 7 indikator) yaitu indikator 2, 3, 4, 5, 10, 15 dan 21. Keempat indikator tersebut merupakan faktor yang kurang penting pengaruhnya, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan, dianggap kurang penting, tapi sangat berpengaruh.

E. Penutup

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kebijakan pelayanan CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak, Produk SISKKA merupakan produk unggulan yang paling banyak diminati oleh anggota,

berdasarkan data dari tahun 2009 s.d. 2013 menunjukkan peningkatan yang berfluktuatif namun cukup signifikan yakni mencapai 95,16 s.d. 144,05 persen.

2. Tanggapan responden mengenai mengenai pelayanan karyawan pada CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak memiliki nilai tingkat kesesuaian sebesar 86,78 persen angka ini berada pada rentang tingkat kesesuaian yakni 80,00 persen, artinya kinerja CU Keling Kumang TP Pasar Mawar secara keseluruhan berada pada level “sangat sesuai” dengan harapan anggota. Adapun tingkat kesesuaian masing-masing dimensi adalah:
 - a. Dimensi keandalan (*Reliability*) berada di rangking I dengan tingkat kesesuaian 90,10 persen artinya kinerja CU Keling Kumang TP Pasar Mawar terkait keandalan karyawan sangat sesuai dengan harapan anggota.
 - b. Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) rangking III (86,78 persen), artinya kinerja CU Keling Kumang TP Pasar Mawar terkait daya tanggap karyawan sangat sesuai dengan harapan anggota.
 - c. Dimensi Jaminan (*Assurance*) rangking V (82,89 persen), artinya kinerja CU Keling Kumang TP Pasar Mawar terkait jaminan keamanan sangat sesuai dengan harapan anggota.
 - d. Dimensi Empati (*Emphaty*) rangking IV (84,65 persen), artinya kinerja CU Keling Kumang TP Pasar Mawar terkait sikap empati karyawan sangat sesuai dengan harapan anggota.
 - e. Dimensi berwujud (*Tangibles*) rangking II (89,48 persen), artinya kinerja CU Keling Kumang TP Pasar Mawar terkait fasilitas fisik sangat sesuai dengan harapan anggota.
3. Dari Diagram Kartesius diketahui bahwa masih ada 8 indikator yang berada di kuadran A yakni (indikator 7, 8, 11, 12, 14, 16, 17 dan 18), yang berada di kuadran B yakni (indikator 1, 6, 9, 13, 23, dan 24), yang berada di kuadran C yakni (indikator 19, 20, 22, dan 25) dan yang berada di kuadran D yakni (indikator 2, 3, 4, 5, 10, 15 dan 21).

Berdasarkan uraian kesimpulan yang telah dikemukakan, maka direkomendasikan kepada Credit Union Semandang Jaya:

1. Hendaknya CU Keling Kumang bisa memperbaiki kinerja pada indikator yang masih dinilai kinerjanya kurang tapi harapan anggota sangat tinggi yaitu:
 - a. Kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan, karena responden menilai kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan masih belum bisa memenuhi harapan anggota.

- b. Kelancaran dan kecepatan dalam proses pelayanan, karena responden menilai proses pelayanan masih belum bisa memenuhi harapan anggota.
 - c. Prestasi dan reputasi, karena responden menilai prestasi dan reputasi CU Keling Kumang TP Pasar Mawar Pontianak masih jauh dari harapan.
 - d. Keamanan dalam menabung di CU Keling Kumang TP Pasar Mawar Pontianak, karena responden menilai keamanan dalam menabung di CU Keling Kumang TP Pasar Mawar Pontianak belum bisa memenuhi harapan anggota.
 - e. Karyawan membuat anggota merasa nyaman dan aman dalam bertransaksi, karena responden menilai karyawan belum bisa memenuhi harapan anggota dalam hal membuat anggota merasa nyaman dan aman dalam bertransaksi.
 - f. Keramahan karyawan sewaktu anggota berada di kantor, karena responden menilai keramahan karyawan sewaktu anggota berada di kantor masih belum bisa memenuhi harapan mereka.
 - g. Kepentingan anggota lebih diutamakan oleh karyawan, karena responden menilai karyawan belum bisa mengutamakan kepentingan anggota.
 - h. Standar dalam memberikan pelayanan dengan tidak membedakan anggota, karena responden menilai karyawan masih membedakan pelayanan terhadap anggota.
2. Hendaknya CU Keling Kumang TP Pasar Mawar di Pontianak, bisa mempertahankan kinerja terutama pada indikator-indikator yang berada di kuadran B, agak meningkatkan kinerja pada kuadran C dan mengurangi kinerja pada indikator yang ada di kuadran D.

DAFTARPUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan. *Manajemen Pemasaran: Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: YKPN, 2010.
- Kusnadi, Hendar. *Ekonomi Koperasi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi UI, 2005.
- Munaldus, Yuspita Karlana, dan Herlina. *Kiat Mengelola Credit Union*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014.
- _____, et. al. *Credit Union: Kendaraan Menuju Kemakmuran*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: Macanan Jaya Cemerlang, 2008.

Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.

Salim, Gendro. *Marketing itu Mudah*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2013.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R dan D*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research) dan Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta, 2013.

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

Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2014.

Widiyati, Ninik. *Manajemen Koperasi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2012.

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