
**TINGKAT KEPUASAN ANGGOTA TERHADAP SIMPANAN NON SAHAM PADA
CREDIT UNION LANTANG TIPO TP NOYAN DI KECAMATAN NOYAN
KABUPATEN SANGGAU**

Pilivia Odila Eni

Email: Dealovacristinedea@yahoo.co.id

Prodi Manajemen STIE Widya Dharma Pontianak

ABSTRAKSI

Dalam menciptakan kepuasan pelanggan, sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan jasa yang diberikan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai tingkat kepuasan yang diterapkan oleh Credit Union Lantang Tipo TP Noyan di Kecamatan Noyan Kabupaten Sanggau. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kebijakan pelayanan jasa yang diterapkan perusahaan dan mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas tingkat kepuasan pada Credit Union lantang Tipo TP Noyan di Kecamatan Noyan Kabupaten Sanggau. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif, di mana yang menjadi objek penelitian adalah Credit Union Lantang Tipo TP Noyan di Kecamatan Noyan Kabupaten Sanggau. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Analisis data penelitian menggunakan analisis secara kualitatif berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, kepastian, empati dan bukti fisik. Analisis dilakukan menyebarkan kuesioner, jawaban responden dikumpulkan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, dikelompokkan, dijumlahkan dan dipresentasikan kemudian ditarik kesimpulan.

Namun pada dimensi keandalan dan bukti fisik, perusahaan masih harus lebih meningkatkan kinerjanya agar dapat lebih memuaskan anggota. Adapun beberapa kekurangan yang masih harus diperbaiki adalah mengenai kemampuan yang dimiliki oleh karyawan dan bagaimana keandalan karyawan dalam mengatasi anggota yang mengalami masalah, serta selalu menjaga kondisi ruangan kantor mengenai kenyamanan, kebersihan, dan sarana parkir. Berdasarkan kesimpulan tersebut, penulis memberi saran berupa keterampilan karyawan dalam melayani anggota harus ditingkatkan dengan cara berkomunikasi yang baik dengan semua anggota, serta memberikan solusi yang terbaik kepada anggota yang mengalami masalah. Menjaga kebersihan ruangan kantor agar anggota merasa nyaman dalam melakukan transaksi baik menyetor atau mengajukan pinjaman, dan meningkatkan kualitas pelayanan melalui pendidikan dan pelatihan.

Kata Kunci: Analisis Tingkat Kepuasan

A. Pendahuluan

Pada masa sekarang ini, perkembangan usaha mengalami banyak kemajuan terutama di bidang ekonomi, hal ini berkaitan erat dengan berbagai upaya yang dilakukan pemerintah diantaranya adalah perbaikan di bidang perekonomian. Sebagai negara yang sedang berkembang, banyak usaha-usaha yang dilakukan untuk membantu dan mempermudah dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Salah satu lembaga keuangan yang memegang peranan penting dalam

perekonomian kita, khususnya masyarakat yang berada di kecamatan yaitu credit union atau lebih akrab dikenal masyarakat dengan sebutan CU. Pada dasarnya Credit Union bersifat swadaya yaitu menghimpun dana dari anggota kemudian disalurkan kembali kepada anggota.

Tingkat kepuasan anggota yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas anggota dan mencegah perputaran anggota, mengurangi sensitivitas anggota terhadap harga yang ditawarkan, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah anggota, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis. Faktor utama penentu kepuasan anggota adalah bagaimana persepsi anggota terhadap kualitas jasa khususnya dalam pelayanan kasir. Apabila dijangkau lebih lanjut, pencapaian kepuasan anggota melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa cara misalnya, memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan anggota, perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi dalam perbaikan proses pelayanan, memberikan kesempatan kepada anggota untuk menyampaikan keluhan serta mengembangkan dan menciptakan suasana dan rasa aman kepada para anggota baik yang akan menabung maupun yang ingin berkonsultasi dengan pihak manajemen di dalam perusahaan tersebut.

Adapun sumber dana yang dihimpun oleh Credit Union Lantang Tipo antara lain adalah simpanan Saham dan simpanan Nonsaham. Simpanan Nonsaham dibagi atas beberapa jenis tabungan antara lain adalah simpanan MUHUNT yaitu simpanan untuk dana hari tua, Simpanan PUSANT yaitu simpanan untuk menyiapkan dana pensiun, SIMOTO yaitu simpanan untuk pembelian kendaraan bermotor, TABING yaitu simpanan untuk memenuhi kebutuhan harian, NTABAN yaitu merupakan simpanan berjangka, TODINGK yaitu simpanan untuk mempersiapkan dana pendidikan, TAS yaitu simpanan yang bertujuan untuk menanamkan budaya menabung sejak dini dikalangan anak-anak dan bersifat pilihan, RAYA yaitu simpanan untuk persiapan hari raya, baik hari raya keagamaan maupun hari raya tradisional, MASAO yaitu simpanan untuk persiapan biaya pesta pertunangan dan pernikahan, TAPLAS yaitu simpanan untuk persiapan pembiayaan usaha pertanian, peternakan, perikanan, dan perkebunan. WISATA yaitu simpanan khusus yang dapat dimanfaatkan untuk biaya berlibur baik di dalam maupun di luar negeri.

Berdasarkan uraian diatas maka perumusan masalah yang diambil adalah “Bagaimana sesungguhnya kualitas pelayanan simpanan non saham yang diberikan oleh Credit union lantang Tipo TP Noyan di Kecamatan Noyan Kabupeten Sanggau terhadap pembentukan kepuasan

anggotanya”. Berdasarkan artikel ini penulis membahas kualitas pelayanan Credit Union Lantang Tipo TP Noyan di Kecamatan Noyan Kabupaten Sanggau yang dilihat dari lima dimensi kualitas jasa yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.

B. Kajian teori

Koperasi adalah suatu perkumpulan yang didirikan oleh orang-orang yang memiliki kemampuan ekonomi terbatas, yang bertujuan untuk memperjuangkan peningkatan kesejahteraan ekonomi anggotanya. Pengertian koperasi menurut undang-undang no. 25 tahun 1992, seperti yang dikutip oleh Subandi (2011: 20): “Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seseorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan”.

Tujuan koperasi dalam pasal 3 Undang-undang no. 25 tahun 1992, seperti yang dikutip oleh Subandi (2011: 21): “Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan UUD1945”.

Pemasaran merupakan salah satu fungsi bisnis yang penting dalam suatu perusahaan karena kelangsungan hidup perusahaan terletak pada sukses tidaknya perusahaan tersebut memasarkan produk yang dihasilkannya. Menurut Thamrin Abdullah dan Francis Tantri (2012: 2): “Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial”. Menurut Kotler, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, dan Chin Tiong Tan (2000: 7): “Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manjerial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai (*products of value*) dengan orang atau kelompok lain”. Sedangkan menurut Philip Kotler (2005: 10): “Pemasaran adalah suatu proses sosial yang dengan nama individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain”.

Dari ketiga definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran secara bebas atas produk dan jasa yang dipakai bagi pihak lain.

Pengertian jasa menurut Fandy Tjiptono (2004: 16): jasa adalah “Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (*tidak berwujud fisik*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”. Menurut William J. Stanton (1981: 529): “Jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak”. Sedangkan definisi jasa menurut Valerie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner (2000: 3): “Jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak berwujud”.

Dari ketiga definisi tersebut dapat dikatakan bahwa jasa merupakan suatu manfaat dari produk tersebut. Adapun karakteristik jasa menurut Sumarni (2002: 28) adalah sebagai berikut:

1. Tidak berwujud

Jasa tidak nampak, tidak dapat dicicipi sebelum dikonsumsi. Oleh karena itu pihak pembeli harus mempunyai keyakinan penuh kepada penjual jasa. Di pihak lain, penjual harus berupaya agar dapat meningkatkan kewujudan jasa dengan cara memperhatikan manfaat jasa tersebut.

2. Tidak dapat dipisahkan

Jasa akan selalu “melekat” pada sumbernya atau pada penjualnya. Dengan kenyataan tersebut maka seringkali konsumen harus berada pada saat jasa tersebut diproses, dengan kata lain konsumen ikut terlibat dalam proses produksi jasa. Di sini konsumen atau nasabah dapat berinteraksi satu sama lain.

3. Tidak tahan lama

Maksud tidak tahan lama disini yaitu, jasa tidak dapat “disimpan” untuk persediaan seperti halnya produk fisik. Jasa akan mempunyai nilai disaat pembeli jasa membutuhkan pelayanan. Oleh karena itu, seringkali permintaan akan jasa berfluktuasi.

4. Keanekaragaman

Ternyata jasa memiliki sifat keanekaragaman, yaitu tergantung kepada siapa yang menyediakannya, kapan waktu pelayanannya dan dimana tempat diberikannya layanan jasa tersebut. Jasa sulit distandardisasikan sebab, setiap nasabah memiliki keinginan layanan jasa yang berbeda-beda meski untuk jenis jasa yang sama dan tidak ada dua nasabah yang menginginkan jasa bank yang persis sama.

Salah satu cara utama mendiferensiasikan perusahaan dengan perusahaan yang lainnya dalam hal ini adalah memberikan jasa berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten, yaitu

memenuhi harapan kualitas jasa pelanggan sasaran. Menurut Sumarni (2002: 226): “Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya.

Menurut Fandy Tjiptono (2005: 273) ada lima dimensi dalam menentukan kualitas jasa yaitu:

1. Reabilitas (*reability*)
Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*)
Keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. Jaminan (*assurance*)
Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staff; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
4. Empati (*empathy*)
Meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. Bukti fisik (*tangible*)
Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Dengan kualitas jasa yang tinggi, maka harapan dari pelanggan akan terpenuhi dan akan membantu perusahaan dalam promosi.

C. Metode Penelitian

a) Data Primer

Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2002: 73): “Data Primer adalah yang dikumpulkan melalui pihak pertama (biasanya dapat melalui angket, wawancara, jajak pendapat, dan lain-lain)”.

1. Data primer diperoleh oleh penulis adalah hasil kuesioner, serta data yang didapat dari wawancara Bentuk Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif. Oleh karena itu penulis akan menganalisis melalui hasil angket yang terkumpul. Objek penelitian ini adalah anggota tabungan non saham pada Credit Union Lantang Tipo di kecamatan Noyan Kabupaten Sanggau. Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2002: 33): “penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam pencarian fakta status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang dengan interpretasi yang tepat”. Sedangkan menurut Fathoni (2005: 97): “Penelitian deskriptif

yaitu suatu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala tertentu. Dalam penelitian ini landasan teori mulai diperlukan tetapi bukan digunakan sebagai landasan untuk menentukan kriteria pengukuran terhadap gejala yang akan diukur”.

2. Sumber Data

langsung kepada staf atau karyawan.

b) Data Sekunder

Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2002: 73): “Data sekunder adalah data yang dikumpulkan melalui pihak kedua (biasanya diperoleh melalui badan/instansi yang bergerak dalam proses pengumpulan data, baik oleh instansi pemerintah maupun swasta, misalnya: Badan Pusat Statistik, survei Riset Indonesia, dan lain-lain)”.

Dalam hal ini penulis memperoleh data dokumentasi yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

3. Teknik pengumpulan Data

a) Wawancara

Dalam hal ini penulis mengadakan tanya jawab untuk memperoleh informasi yang lengkap dan relevan dengan masalah yang dibahas.

b) Kuesioner

Dalam hal ini penulis membuat daftar pertanyaan dengan menyebarkan kuesioner yang berhubungan dengan masalah yang diteliti kepada 100 orang anggota sebagai responden pada Credit union Lantang Tipo di Kecamatan Noyan Kabupaten Sanggau.

c) Studi Kepustakaan

Dalam hal ini penulis mengumpulkan data yang bersumber dari literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

4. Populasi dan Sampel

a) Populasi

Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2002: 72): “Populasi adalah keseluruhan dari unit analisis/hasil pengukuran yang dibatasi oleh kriteria tertentu”. Sedangkan menurut Arikunto (2002: 108): “Populasi adalah keseluruhan objek penelitian”. Yang menjadi populasi disini adalah semua anggota pada Credit Union Lantang Tipo di Kecamatan Noyan Kabupaten sanggau.

b) Sampel

Menurut Arikunto (2002: 109): "Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti". Sedangkan menurut pendapat Fraenkel dan Wallen yang dikutip oleh Soehardi (2003: 112): "besarnya sampel minimum dalam penelitian deskriptif sebanyak 100 orang". Oleh karena itu, sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dari anggota simpanan non saham, dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling*. Menurut Hariwijaya (2013: 68): "purposive sampling adalah pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Adapun kriteria pengambilan sampel adalah:

1. Sudah menjadi anggota Credit Union Lantang Tipo dan selalu aktif menyimpan setiap bulannya.
2. Responden adalah anggota Credit Union Lantang Tipo yang berdomisili di Kecamatan Noyan dan sekitarnya.

5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis kualitatif yaitu dengan menyebarkan kuesioner. Menurut Sugiyono (2004: 13): "Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar". Jawaban responden dikumpulkan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, dikelompokkan, dijumlahkan dan dipresentasikan kemudian dianalisis dengan ditarik kesimpulan.

D. Analisis Dan Pembahasan

Kebijakan aspek penentu kualitas jasa antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain tidak sama, tetapi masing-masing mempunyai tujuan yang sama. Salah satu kekuatan perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah kualitas pelayanan yang baik dalam usaha memenuhi kepuasan pelanggan. Kebijakan kualitas pelayanan pada Credit union Lantang Tipo TP Noyan di Kecamatan Noyan Kabupaten Sanggau harus dibuat sedemikian rupa, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan anggota. Lima dimensi jasa tersebut adalah sebagai berikut:

1. Keandalan (*Reliability*)

Dari dimensi ini dapat diketahui apakah Credit Union Lantang Tipo TP Noyan di Kecamatan Noyan Kabupaten Sanggau memiliki kemampuan yang dapat diandalkan dan

keakuratan atas jasa pada saat transaksi simpan pinjam yang diberikan, selalu memberikan pelatihan bagi para karyawan, jika keandalan yang dimiliki oleh perusahaan baik dan terjamin maka akan mempengaruhi kualitas pelayanan suatu perusahaan.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Ketanggapan merupakan kemauan karyawan dalam membantu konsumen yang sedang menggunakan jasa dan memberikan pelayanan dengan cepat. Para karyawan Credit Union Lantang Tipo TP Noyan di Kecamatan Noyan Kabupaten Sanggau dituntut untuk dapat memberikan layanan jasa dengan cepat dan memiliki kemampuan dalam membantu konsumen pada saat melakukan transaksi simpan pinjam sehingga mereka tidak merasa diabaikan.

3. Jaminan (*Assurance*)

Setiap karyawan Credit Union Lantang Tipo TP Noyan di Kecamatan Noyan Kabupaten Sanggau dibekali pengetahuan, keterampilan dan kesopanan yang akan membentuk rasa kepercayaan dan keyakinan dari pihak konsumen.

4. Empati (*Emphaty*)

Empati merupakan kesediaan karyawan Credit Union Lantang Tipo TP Noyan di Kecamatan Noyan Kabupaten Sanggau untuk peduli dan memberikan perhatian terhadap pengguna jasa. Sikap empati ini termasuk juga kesediaan karyawan dalam menanggapi keluhan yang disampaikan tamu pada karyawan.

5. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Dari dimensi ini dapat diketahui apakah aspek yang terlihat secara fisik atas jasa yang diberikan dapat atau tidaknya memenuhi kepentingan atau harapan dari konsumen yang dituju. Bentuk fisik yaitu benda-benda yang berwujud dalam suatu perusahaan.

Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan yang diberikan Kepada Anggota Simpanan Nonsaham Credit Union Lantang Tipo TP Noyan di Kecamatan Noyan Kabupaten Sanggau.

TABEL 1
CU LANTANG TIPO TP NOYAN DI KEC. NOYAN KAB. SANGGAU
REKAPITULASI HASIL TANGGAPAN RESPONDEN YANG DI
LIHAT DARI LIMA DIMENSI KUALITAS JASA

No	Variabel Penelitian	Puas	Cukup puas	Kurang Puas	Tidak Puas
1	Keandalan (<i>Reliability</i>)				
	a. ketepatan waktu karyawan melayani anggota.	49	51	-	-
	b. kecepatan karyawan melayani anggota.	39	45	16	-
	c. keramahan dan sopan santun karyawan dalam melayani anggota.	31	44	18	5
	Jumlah	119	140	34	5
	Rata-rata	3,97	4,67	1,13	0,17
2	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)				
	a. kecepahan respon karyawan dalam menghadapi masalah anggota.	51	49	-	-
	b. kecepatan karyawan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi anggota.	51	47	2	-
	c. kemampuan karyawan berkomunikasi.	43	57	-	-
	Jumlah	145	153	2	-
	Rata-rata	4,83	5,10	0,07	-
3	Jaminan (<i>Assurance</i>)				
	a. jaminan keamanan yang diberikan kepada anggota.	52	48	-	-
	b. pelayanan yang diberikan karyawan dalam melayani anggota.	42	55	3	-
	c. ketelitian karyawan dalam menulis dan mencetak buku anggota.	62	38	-	-
	Jumlah	156	141	3	-
	Rata-rata	5,20	4,70	0,10	-
4	Empati (<i>Emphaty</i>)				
	a. perhatian pribadi yang diberikan karyawan kepada anggota yang mengalami masalah.	64	36	-	-
	b. keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan serta selalu siap menolong anggota yang mengalami masalah.	40	60	-	-
	c. kejujuran karyawan dalam memberikan informasi kepada anggota.	57	43	-	-
	Jumlah	161	139	-	-
	Rata-rata	5,37	4,63	-	-
5	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)				
	a. kebersihan ruangan kantor	43	47	10	-
	b. kenyamanan ruangan kantor	45	50	5	-
	c. sarana perparkiran.	38	56	6	-
	Jumlah	126	153	21	-
	Rata-rata	4,2	5,1	0,7	-

Berdasarkan tabel 1 diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 100 orang responden yang dilihat dari segi keandalan dengan rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4,67 persen dengan jumlah 140, menyatakan bahwa responden merasa cukup puas dengan keandalan yang dimiliki karyawan Credit Union Lantang Tipo TP Noyan. Sebanyak 100 orang responden yang dilihat

dari segi daya tanggap dengan rata-rata tertinggi yaitu sebesar 5,1 persen dengan jumlah 153, menyatakan bahwa responden merasa cukup puas dengan daya tanggap yang dimiliki karyawan Credit Union Lantang Tipo TP Noyan dalam melayani anggotanya. Sebesar 100 orang responden yang dilihat dari segi jaminan dengan rata-rata tertinggi yaitu sebesar 5,2 persen dengan jumlah 156, menyatakan bahwa responden merasa puas dengan jaminan yang diberikan kepada anggota Credit Union Lantang Tipo TP Noyan. Sebesar 100 orang responden yang dilihat dari segi empati dengan rata-rata tertinggi yaitu sebesar 5,37 persen dengan jumlah 161, menyatakan bahwa responden merasa puas dengan perhatian yang diberikan karyawan kepada anggota Credit Union Lantang Tipo TP Noyan. Sebesar 100 orang responden yang dilihat dari segi bukti fisik dengan rata-rata tertinggi yaitu sebesar 5,1 persen dengan jumlah 153, menyatakan bahwa responden merasa cukup puas dengan kebersihan yang ada di area perkantoran Credit Union Lantang Tipo TP Noyan di Kecamatan Noyan Kabupaten Sanggau.

E. Penutup

Berdasarkan uraian yang telah dilakukan pada pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan simpanan nonsaham yang diberikan oleh Credit Union Lantang Tipo TP Noyan di Kecamatan Noyan Kabupaten Sanggau yang dilihat dari lima dimensi kualitas jasa yaitu, dari segi dimensi keandalan (*Reliability*), sebagian besar responden merasa cukup puas, dengan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan dan bagaimana keandalan karyawan mengatasi anggota yang mengalami masalah. Dari segi dimensi daya tanggap (*Responsiveness*), sebagian besar responden merasa puas dengan kemauan karyawan dalam membantu dan selalu memberikan pelayanan yang cepat dan memuaskan. Dari segi jaminan (*Assurance*), sebagian responden merasa puas, dengan jaminan yang diberikan oleh Credit Union Lantang Tipo TP Noyan di Kecamatan Noyan Kabupaten Sanggau karena kepercayaan anggota kepada perusahaan sangat besar. Dari segi Empati (*Empathy*) sebagian besar responden merasa puas dengan kesediaan karyawan dalam memberikan perhatian secara pribadi kepada anggota yang mengalami masalah. Dari segi bukti fisik (*Tangible*), sebagian responden merasa cukup puas dengan kenyamanan, kebersihan, dan kelengkapan fasilitas yang dimiliki oleh Credit Union Lantang Tipo TP Noyan di Kecamatan Noyan Kabupaten Sanggau.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada Credit Union Lantang Tipo TP Noyan di Kecamatan Noyan Kabupaten Sanggau,

maka penulis memberikan saran-saran yang kiranya bermanfaat bagi perusahaan untuk perkembangan dimasa yang akan datang yaitu:

1. Perusahaan harus meningkatkan keterampilan karyawan dalam melayani dengan cara berkomunikasi yang baik dengan semua anggota serta memberikan solusi yang terbaik kepada anggota yang mengalami masalah.
2. Perusahaan harus menjaga kebersihan area kantor dan ruangan kantor agar anggota merasa nyaman dalam melakukan transaksi baik penyetoran maupun mengajukan pinjaman dan meningkatkan kualitas pelayanan melalui pendidikan dan pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, dan Francis Tantri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Kotler, Philip et al. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia (judul asli Marketing Management An Asian Prespectif)*. Penerjemah Fandy Tjiptono. Yogyakarta: Andi, 2000.
- Lupiyoadi, Rambat, dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Nuckolifah, Ita. *Manajemen Pemasaran*. Pontianak: STAIN Pontianak Press, 2013.
- Sedarmayanti, dan Syarifudin Hidayat. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Mandar Maju, 2002.
- Sigit, Soehardi. *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial Bisnis Manajemen*. Yogyakarta: Pene Persada Offset, 2003.
- Subandi. *Ekonomi Koperasi (Teori dan Praktik)*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2004.
- Sumarni, Murti. *Manajemen Pemasaran Bank*, edisi revisi. Yogyakarta: Liberty, 2002.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi pertama. Malang: Bayumedia Publishing, 2004.
- _____. *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi pertama. Malang: Bayumedia Publishing, 2005.