

---

**ANALISIS PERSEPSI ANGGOTA MENGENAI PELAYANAN PADA  
CU KELING KUMANG TP KANTOR SENTRAL SINTANG**

Leni Martita  
martita\_leni@yahoo.co.id

**ABSTRAKSI**

Keberhasilan suatu usaha Credit Union dalam melayani anggota tersebut sangat tergantung pada pelayanan pemasaran yang diterapkan. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi anggota terhadap pelayanan pada Credit Union Keling Kumang Tempat Pelayanan Kantor Sentral Sintang.

Di dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif yaitu menggambarkan, memaparkan dan menuliskan peristiwa, objek atau keadaan yang sebenarnya dan dilakukan guna memperoleh fakta yang diolah menjadi data kemudian diolah lebih lanjut agar diperoleh suatu kesimpulan. Cara pengumpulan data dengan wawancara, kuesioner, studi dokumenter. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah anggota yang menabung pada Credit Union Keling Kumang Tempat Pelayanan Kantor Sentral Sintang. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang responden dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Analisis data menggunakan analisis kualitatif di mana jawaban atau tanggapan dari kuesioner dikelompokkan berdasarkan kriteria yang ada atau telah ditentukan dan selanjutnya diolah, disajikan dalam bentuk tabulasi menyangkut penjumlahan dan persentase masing-masing jawaban pertanyaan dijumlahkan.

Kata kunci: Persepsi Anggota Mengenai Pelayanan

**A. Pendahuluan**

Perusahaan jasa Credit Union yang kini berkembang pesat memberikan konsekuensi pada peningkatan daya saing dalam memperebutkan anggota dalam menawarkan produknya, Credit Union tidak hanya berorientasi pada produk yang ditawarkan tetapi juga didukung oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Pada kondisi tertentu kualitas pelayanan bahkan menjadi komoditas tak terpisahkan dari produk utamanya. Keberhasilan Credit Union dalam meningkatkan penjualan produk ditentukan oleh bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap anggota peranan Credit Union sangat diperlukan untuk dapat menghimpun dana yang ada di masyarakat.

Keberhasilan suatu usaha Credit Union dalam melayani anggota tersebut sangat tergantung pada pelayanan pemasaran yang diterapkan. Salah satu kebijakan pemasaran yang dapat dilakukan oleh Credit Union adalah model *Servqual* yaitu: Reliabilitas (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), dan Bukti Fisik (*Tangibles*). Kelima Dimensi pemasaran produk ini secara tidak langsung mendukung Credit Union untuk mendapatkan keuntungan bersaing (*Competitive Advantage*) yaitu untuk meraih pangsa pasar dan mencapai keuntungan bagi Credit Union.

Sampai pada tahun 2014 ini, jumlah Credit Union yang ada di Kota Sintang terdapat sembilan Credit Union yaitu: Credit Union Lantang Tipo, Credit Union Bima, Credit Union Usaha Kita, Credit Union Pancur Kasih, Credit Union Tepian Teduh, Credit Union Junjung Buih, Credit Union Puyang Gana, Credit Union Sabang Utung dan Credit Union Keling Kumang.

Salah satu jenis produk Credit Union yang digunakan untuk menghimpun dana adalah produk tabungan. Menurut Undang-Undang No. 25 tahun 1992 tentang perkoperasian, tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang telah disepakati.

Credit Union Keling Kumang merupakan salah satu Credit Union swasta terkemuka di Kalimantan Barat yang memiliki dan selalu menyempurnakan produk-produk unggul, menghadirkan jasa, fasilitas dan layanan kualitas agar dapat menjadi pilihan utama anggota dan menyediakan berbagai jenis produk tabungan, deposito, pinjaman, investasi serta memberikan kepuasan dan pelayanan kepada anggotanya agar anggotanya loyal. Credit Union Keling Kumang Cabang Sintang menempatkan anggota sebagai perhatian utama, Credit Union Keling Kumang selalu memperhatikan upaya pemenuhan segala kebutuhan dan kepuasan anggota di atas segala-galanya

sehingga mampu menarik minat masyarakat untuk menyimpan dananya di Credit Union Keling Kumang Cabang Sintang. Credit Union Keling Kumang Cabang Sintang yang berlokasi di Jalan YC Oevang Oeray No. 33 Kelurahan Baning Kota Kabupaten Sintang.

**TABEL 1**  
**CREDIT UNION KELING KUMANGTP KANTOR SENTRAL SINTANG**  
**JUMLAH PENABUNG**  
**TAHUN 2009 s.d. 2013**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Anggota</b>	<b>Perkembangan (%)</b>
2009	14.359	-
2010	18.345	27,76
2011	22.194	20,98
2012	25.928	16,82
2013	30.319	16,94

*Sumber: Data olahan, 2014*

Dari Tabel 1.1 tersebut dapat dilihat bahwa perkembangan jumlah anggota dari tahun 2009 sampai 2013 terus bertambah meskipun persentase peningkatannya tidak selalu stabil. Pada tahun 2009 sebanyak 14.359 orang, tahun 2010 meningkat menjadi 18.345 orang yang berarti adanya pertambahan sebanyak 3.986 orang atau 27,76 persen. Pada tahun 2011 jumlah anggota sebanyak 22.194 orang berarti adanya pertambahan sebanyak 3.849 orang atau 20,98 persen. Pada tahun 2012 jumlah anggota sebanyak 25.928 orang yang berarti adanya pertambahan sebanyak 3.734 orang atau 16,82 persen. Kemudian pada tahun 2013 jumlah anggota sebanyak 30.319 orang berarti adanya pertambahan anggota baru yang masuk sebanyak 4.391 orang atau 16,94 persen.

## **B. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan yang telah dikemukakan maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi anggota mengenai pelayanan pada Credit Union Keling Kumang TP Kantor Sentral Sintang.

### C. Kerangka Pemikiran

Credit Union adalah sekumpulan orang yang bersepakat untuk menghimpun modal bersama guna dipinjamkan di antara mereka sendiri dengan bunga yang layak untuk tujuan yang baik. Menurut Undang-undang No. 25 Tahun 1992 koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan.

Agar dapat bertahan maka lembaga Credit Union harus mampu bersaing dengan kompetitornya dengan salah satu cara memberikan kepuasan anggota dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Menurut Tjiptono (2005: 273), terdapat lima dimensi kualitas jasa yang dapat dirincikan sebagai berikut:

1. Keandalan (*Reliability*)  
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 para staf; bebas dari bahaya, risiko 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.

Menurut Kotler (2009: 36): “Jasa adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.” Dari definisi tersebut, dapat dilihat bahwa jasa adalah suatu yang bersifat tidak berwujud secara fisik dan dapat menawarkan suatu manfaat bagi orang lain.

Untuk itu, menurut Kotler (2009: 39): jasa memiliki karakteristik yaitu:

1. Tidak Berwujud Jasa  
Tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dibaui sebelum jasa itu dibeli.
2. Tidak Terpisahnya Jasa  
Sementara barang fisik dibuat, dimasukkan dalam persediaan, didistribusikan melalui berbagai perantara, dan dikonsumsi kemudian jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi sekaligus.
3. Keragaman Jasa  
Kualitas jasa tergantung pada siapa yang menyediakan.
4. Tidak Tahan Lamanya Jasa  
Jasa tidak dapat disimpan, jadi dapat musnahnya jasa bisa menjadi masalah ketika permintaan berfluktuasi.

Menurut Dharmmesta dan Handoko (2013: 10): “Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.” Definisi tersebut memberikan gambaran bahwa perilaku konsumen berhubungan dengan tindakan individu-individu dalam proses keputusan pembelian yang melibatkan pertukaran sampai dengan produk atau jasa tersebut dikonsumsi.

Menurut Abdullah dan Tantri (2013: 112-120): “Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembeli adalah:

1. Faktor Budaya, adalah faktor-faktor yang mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen.
2. Faktor Sosial, adalah perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan (kelompok referensi), keluarga, serta peran dan status sosial.
3. Faktor Pribadi, adalah keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu usia pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.
4. Faktor Psikologis, adalah pilihan pembelian seorang dipengaruhi pula oleh empat faktor psikologis utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap.

Keberhasilan suatu perusahaan diperlukan kemampuan untuk memahami perilaku konsumen terhadap suatu produk dan jasa, sehingga anggota Credit Union merupakan salah satu upaya untuk mencapai arah pemasaran yang berhasil dan dan tepat. Dalam persaingan antara lembaga Credit Union yang sangat ketat saat ini, setiap lembaga Credit Union harus bisa menerapkan

pemasarannya dengan tepat dan jelas. Salah satu strategi yang dapat diterapkan atau dipergunakan adalah strategi pemasaran (*marketing mix*).

Menurut Kotler yang dikutip oleh Sangadji dan Sopiah (2013: 181): “Kepuasan adalah sejauhmana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya.”

*Service Quality (Servqual)* merupakan kualitas jasa pelayanan yang kita berikan kepada pelanggan. Tidak ada gunanya produk berkualitas kalau tidak diimbangi dengan kualitas pelayanan yang luar biasa. Pelanggan akan merasa kecewa karena tidak dilayani dengan baik. Sebaliknya, pelayanan yang luar biasa juga tidak akan ada artinya apabila tidak didukung oleh produk yang berkualitas serta harga yang sesuai dengan harapan pelanggan.

#### **D. Metode Penelitian**

##### **1. Bentuk Penelitian**

Di dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif yaitu menggambarkan, memaparkan dan menuliskan peristiwa, objek atau keadaan yang sebenarnya dan dilakukan guna memperoleh fakta yang diolah menjadi data kemudian diolah lebih lanjut agar diperoleh suatu kesimpulan. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan faktor-faktor yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data.” Data tersebut kemudian dianalisis untuk memperoleh kesimpulan, dalam penelitian

deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai faktor individu dan pengambilan keputusan.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

### a. Observasi

Menurut Sutrisno dalam Sugiono (2013: 145) observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

### b. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan bertatap muka langsung dengan responden dan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Menurut Sugiyono (2012: 137-138): "Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpulan data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama dan pengumpulan data mencatatnya."

### c. Kuesioner

Menurut Siregar (2011: 132): "Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada." Sedangkan menurut Sugiyono (2012: 142): "Kuesioner merupakan teknik

pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya penulis menyebarkan kuesioner untuk diisi oleh responden.”

d. Studi Dokumentasi

Yaitu memperoleh data-data yang diperlukan dari sumber-sumber literatur, buku-buku ilmiah dan sumber data perusahaan yang berhubungan dengan permasalahan penelitian.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Nugroho (2008: 10): “Populasi adalah seluruh objek yang mungkin terpilih atau keseluruhan ciri yang dipelajari.” Sedangkan menurut Sugiyono (2012: 80): “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Maka dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah jumlah anggota yang menabung pada Credit Union Keling Kumang yang berjumlah 16.401 orang per tanggal 31 Desember 2013.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2012: 81): “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Maka jumlah sampel yang digunakan sebagai responden adalah 100 orang. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan metode *purposive*. Menurut Riduwan (2010: 20): “*Purposive sampling* adalah teknik *sampling* yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu di dalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu.” Teknik pengambilan

sampel adalah kriteria laki-laki atau perempuan yang usia 17-56 tahun dengan pendidikan minimal SLTA dan saldo minimal per 31 Desember 2013 Rp10.000.000,00 minimal satu tahun.

#### 4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif di mana jawaban atau tanggapan dari kuesioner dikelompokkan berdasarkan kriteria yang ada atau telah ditentukan dan selanjutnya diolah, disajikan dalam bentuk tabulasi menyangkut penjumlahan dan persentase masing-masing jawaban pertanyaan dijumlahkan. Setelah itu kita dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang lebih dominan dalam mempengaruhi minat anggota untuk menabung pada Credit Union Keling Kumang Sintang.

### **E. Hasil Analisis Data Penelitian dan Pembahasan**

Keberadaan Credit Union di Kalimantan Barat sudah menjadi sebuah kebutuhan khususnya bagi mereka yang memang ingin keluar dari keterpurukan baik dari sisi ekonomi maupun sosial.

Mengidentifikasi responden sangat diperlukan bukan hanya ditujukan untuk mengetahui profil anggota, tetapi ditujukan juga untuk menjelaskan bahwa dalam analisis ini, responden yang diteliti merupakan responden dengan karakteristik tertentu.

Permasalahan yang diteliti mengenai pelayanan yang diterapkan Credit Union maka yang menjadi objek penelitian adalah Credit Union Keling Kumang Tempat Pelayanan Kantor Sentral Sintang.

#### 1. Persepsi Anggota Mengenai Pelayanan pada Credit Union Keling Kumang TP Kantor Sentral

##### a. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan, dalam sebuah Credit Union pelayanan merupakan hal yang sangat penting agar dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi anggota sehingga Credit Union tersebut berkembang lebih baik maka Credit Union Keling Kumang memiliki prosedur tersendiri dalam menilai anggotanya yang mengajukan pinjaman. Besarnya pinjaman yang diajukan anggota harus diperhatikan dan dipertimbangkan terlebih dahulu oleh pihak Credit Union, kemampuan karyawan dalam menyampaikan informasi yang akurat memiliki dampak positif dalam kegiatan Credit Union secara keseluruhan, artinya baik tidaknya tanggapan anggota terhadap Credit Union memiliki keterkaitan yang erat dengan berbagai penjelasan karyawan terhadap anggotanya. Berdasarkan tanggapan responden dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

**TABEL 2**  
**CREDIT UNION KELING KUMANG TP KANTOR SENTRAL SINTANG**  
**TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI KEANDALAN KARYAWAN**  
**MELAYANI ANGGOTA**

No	Variabel	Persentase		
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik
A	Pelayanan Kasir pada Credit Union Keling Kumang	80,00	15,00	5,00
B	Prosedur pengajuan pinjaman pada Credit Union Keling Kumang	71,00	25,00	4,00
C	Pelayanan pinjaman pada Credit Union Keling Kumang	74,00	25,00	1,00
D	Kemampuan karyawan dalam menjelaskan produk pinjaman	85,00	14,00	1,00
E	Kemampuan karyawan dalam menjelaskan produk pinjaman	50,00	35,00	15,00
Jumlah		360,00	114,00	26,00
Persentase		72,00	22,80	5,20

*Sumber: Data olahan, 2014*

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui tanggapan responden mengenai keandalan karyawan dalam melayani anggota sebanyak 72,00 persen yang menjawab baik, sebanyak 22,80 persen yang menjawab cukup baik,

sebanyak 5,20 persen yang menjawab kurang baik. Dari hasil tanggapan responden sebanyak 72,00 persen sudah menyatakan kendala karyawan melayani anggota sudah baik.

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap kecepatan karyawan dalam melayani pinjaman anggota sangat berpengaruh kepada anggota yang meminjam, agar dapat membuat loyalitas anggota tetap ada maka Credit Union harus memberikan pelayanan yang cepat dan proses transaksi berjalan dengan lancar maka perlu partisipasi dari setiap anggota, terutama budaya antri yang tertib perlu ditanamkan kepada setiap anggota sehingga suasana yang nyaman dalam bertransaksi dapat dirasakan, kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan yang diajukan anggota juga sangat penting, karena disaat anggota tidak mengerti dengan produk yang ditawarkan Keling Kumang karyawan harus bisa menjelaskan agar anggota paham dan ingin memiliki produk tersebut, dalam sebuah perusahaan pelayanan merupakan hal yang paling penting karena itu karyawan Keling Kumang sangat cepat menangani apabila ada keluhan dari anggotanya. Berdasarkan tanggapan responden dapat dilihat pada Tabel 3:

**TABEL 3**  
**CREDIT UNION KELING KUMANG TP KANTOR SENTRAL SINTANG**  
**TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI DAYA TANGGAP**

No	Variabel	Persentase		
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik
A	Mengenai kecepatan karyawan dalam melayani pinjaman	22,00	54,00	24,00
B	Setelah proses administrasi selesai berapa lama pinjaman dicairkan	37,00	38,00	25,00
C	Mengenai antrian anggota dalam melakukan transaksi di Kasir	30,00	20,00	50,00
D	Kesiagapan karyawan dalam melayani	35,00	50,00	15,00

	pertanyaan yang diajukan anggota yang berhubungan dengan produk tabungan			
E	Mengenai tanggapan karyawan dalam melayani keluhan anggota yang berhubungan dengan produk tabungan dan pinjaman	56,00	40,00	4,00
Jumlah		180,00	202,00	118,00
Persentase		36,00	40,40	23,60

Sumber: Data olahan, 2014

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui tanggapan responden mengenai daya tanggap karyawan dalam melayani anggota sebanyak 36,00 persen yang menjawab baik, sebanyak 40,40 persen yang menjawab cukup baik, sebanyak 23,60 persen yang menjawab kurang baik. Dari hasil tanggapan responden sebanyak 40,40 persen sudah menyatakan daya tanggap karyawan melayani anggota sudah cukup baik.

c. Jaminan (*Assurance*)

Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan, dalam sebuah perusahaan kita harus dapat meyakinkan konsumen kita bahwa usaha yang kita jalankan sangat bermanfaat dan berkualitas, agar perusahaan kita lebih berkembang, didalam perusahaan, kita harus bisa menanamkan sikap profesional dalam melayani anggota, reputasi pelayanankaryawan yang baik, Rasa aman dalam melakukan transaksi, menumbuhkan rasa kepercayaan, kejujuran karyawan dalam melayani anggota. Berdasarkan tanggapan responden dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini:

**TABEL 4**  
**CREDIT UNION KELING KUMANG TP KANTOR SENTRAL SINTANG**  
**TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI JAMINAN**

No	Variabel	Persentase		
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik
A	Apakah karyawan Credit Union memiliki sikap yang profesional dalam melayani anggota	57,00	42,00	1,00
B	Apakah karyawan Credit Union memiliki reputasi yang baik dalam melayani anggota	50,00	47,00	3,00
C	Apakah anda merasa aman dalam	32,00	67,00	1,00

	melakukan transaksi			
D	Apakah karyawan Credit Union menumbuhkan rasa kepercayaan kepada anggotanya	39,00	59,00	2,00
E	Bagaimana menurut anda kejujuran karyawan Credit Union dalam melayani anggota	44,00	55,00	1,00
Jumlah		222,00	270,00	8,00
Persentase		44,00	54,00	1,60

Sumber: Data olahan, 2014

Berdasarkan Tabel4 dapat diketahui tanggapan responden mengenai jaminan karyawan dalam melayani anggota sebanyak44,00 persen yang menjawab baik, sebanyak 54,00 persen yang menjawab cukup baik, sebanyak1,60 persen yang menjawab kurang baik.Dari hasil tanggapan responden sebanyak 54,00persen sudah menyatakan jaminan karyawan melayani anggota sudah cukup baik.

#### d. Empati (*Empathy*)

Meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan, dalam sebuah perusahaan karyawan juga perlu memperhatikan keperluan anggota untuk meminjam, karyawan juga perlu memberikan saran kepada anggota tentang masalah keuangan anggota, agar anggota yang meminjam bisa mempergunakan uangnya dengan baik dan bisa mengembalikan pinjaman tepat waktu dan tepat jumlah, menjalin hubungan komunikasi dengan anggota memang sangat penting karena tidak semua anggota yang paham dan mengerti dengan produk-produk yang ada di Keling Kumang,apabila ada komplain dari anggota harus cepat diselesaikan agar anggota merasa puas dengan pelayanan perusahaan kita dan bisa memberikan solusi apabila ada anggota yang bermasalah, kepedulian terhadap anggota yang mendapat musibah sangat penting agar hubungan karyawan dan anggota terjalin dengan baik dan saling

membantu satu sama lain dalam kesusahan. Berdasarkan tanggapan responden dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini:

**TABEL 5**  
**CREDIT UNION KELING KUMANG TP KANTOR SENTRAL SINTANG**  
**TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI EMPATI**

No	Variabel	Persentase		
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik
A	Kepedulian karyawan akan keperluan anggota dari pinjaman yang diajukan	32,00	66,00	1,00
B	Mengenai kemudahan anggota mendatangi dan melakukan komunikasi sehubungan dengan produk tabungan	59,00	38,00	3,00
C	Tanggapan karyawan dalam menangani keluhan /komplain anggota	66,00	33,00	1,00
D	Kecepatan karyawan dalam memberikan solusi atas pinjaman bermasalah	59,00	40,00	1,00
E	Kepedulian karyawan saat anggota mendapat musibah	60,00	39,00	1,00
Jumlah		276,00	216,00	7,00
Persentase		55,20	43,20	1,40

Sumber: Data olahan, 2014

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui tanggapan responden mengenai empati karyawan dalam melayani anggota sebanyak 55,20 persen yang menjawab baik, sebanyak 43,20 persen yang menjawab cukup baik, sebanyak 1,40 persen yang menjawab kurang baik. Dari hasil tanggapan responden sebanyak 55,20 persen menyatakan empati karyawan dalam melayani anggota sudah baik.

e. Bukti Fisik (*Tangible*)

Pada umumnya setiap Credit Union menyediakan loket pelayanan yang memadai merupakan salah satu hal yang harus dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada anggota, bangunan kantor dalam sebuah perusahaan juga berpengaruh kepada minat anggota apabila gedungnya bagus, indah, bersih dan nyaman akan membuat anggota semakin tertarik untuk datang dan bangga terhadap bangunan kantor kita, fasilitas merupakan sarana dalam memberikan pelayanan seperti ketersediaan tempat duduk di ruang tunggu dapat menimbulkan *image* positif dari anggota terhadap Credit Union kebersihan lingkungan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh semua anggota

dalam Credit Union sehingga dapat mendukung kenyamanan dalam kegiatan sehari-hari yang akhirnya memiliki dampak pada kegiatan pada Credit Union secara keseluruhan, setiap perusahaan menyediakan tempat penyimpanan barang jaminan yang aman agar anggota merasa aman apabila barang jaminan disimpan di kantor, ketersediaan tempat parkir juga sangat perlu bagi perhatian agar anggota yang datang merasa nyaman memarkir kendaraan dan keamanan kantor juga harus diperhatikan, karena hal tersebut juga merupakan faktor yang turut mempengaruhi anggota melakukan simpan pinjam.

Berdasarkan tanggapan responden dapat dilihat pada Tabel 6 berikut ini:

**TABEL 6**  
**CREDIT UNION KELING KUMANG TP KANTOR SENTRAL SINTANG**  
**TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI BUKTI FISIK**

No	Variabel	Persentase		
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik
A	Mengenai loket pelayanan yang disediakan	45,00	53,00	2,00
B	Fasilitas fisik seperti bangunan dan ruangan pelayanan	56,00	40,00	4,00
C	Mengenai fasilitas dalam memberikan pelayanan	56,00	40,00	4,00
D	Tempat duduk ruang tunggu	69,00	30,00	1,00
E	Suasana dalam gedung	78,00	21,00	1,00
F	Kebersihan lingkungan dan kamar kecil	45,00	53,00	2,00
G	Keamanan tempat penyimpanan barang jaminan	80,00	19,00	1,00
H	Bagaimana ketersediaan lokasi parkir	75,00	24,00	1,00
I	Keamanan anggota saat menyetor uang di kasir	73,00	26,00	1,00
Jumlah		577,00	306,00	17,00
Persentase		64,11	34,00	1,86

Sumber: Data olahan, 2014

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui tanggapan responden mengenai bukti fisik yang ada pada Credit Union Keling Kumang sebanyak 64,11 persen yang menjawab baik, sebanyak 34,00 persen yang menjawab cukup baik, sebanyak 1,86 persen yang menjawab kurang baik. Dari hasil tanggapan

responden sebanyak 64,11persen sudah menyatakan bukti fisik yang ada pada Credit Union Keling Kumang sudah baik.

## **F. PENUTUP**

Berdasarkan pembahasan, maka penulis dapat mengambil suatu kesimpulan bahwa:

### **1. Keandalan (*Reliability*)**

Kualitas pelayanan karyawan Credit Union Keling Kumang Tempat Pelayanan Kantor Sentral Sintang sudah dianggap ramah oleh anggota karena pelayanan saat melayani anggota selalu memberikan pelayanan yang terbaik sehingga membuat anggota merasa nyaman saat datang bertransaksi ke kantor, prosedur pengajuan pinjaman juga sudah baik, pelayanan pengajuan pinjaman juga baik, kemampuan karyawan menjelaskan produk pinjaman juga jelas, kemampuan karyawan menjelaskan produk tabungan jelas.

### **2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)**

Kecepatan karyawan dalam melayani pinjaman cukup baik, lamanya pinjaman dicairkan paling cepat dua minggu, antrian dalam melakukan proses transaksi masih kurang baik sehingga masih perlu ditingkatkan lagi, kesiapan karyawan dalam melayani pertanyaan yang diajukan anggota cukup baik, tanggapan karyawan dalam melayani keluhan anggota baik.

### **3. Jaminan (*Assurance*)**

Tanggapan responden mengenai profesional karyawan dalam melayani anggota sudah baik, tanggapan responden mengenai reputasi pelayanan yang diberikan sudah baik, tanggapan responden mengenai rasa aman dalam melakukan transaksi sudah baik, tanggapan responden mengenai karyawan menumbuhkan rasa

kepercayaan sudah baik, tanggapan responden mengenai kejujuran karyawan dalam melayani anggota sudah baik.

#### 4. Empati(*Empathy*)

Kepedulian karyawan akan keperluan anggota dari pinjaman yang diajukan cukup peduli, kemudahan anggota mendatangi dan melakukan komunikasi sehubungan dengan produk pinjaman sudah baik, kepedulian karyawan dalam menangani keluhan/komplain sudah baik. Sedangkan kecepatan karyawan dalam memberikan solusi atas pinjaman bermasalah sudah baik, kepedulian karyawan saat anggota mendapat musibah menurut responden peduli.

#### 5. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Menurut responden loket pelayanan yang disediakan Credit Union Keling Kumang cukup memadai, fasilitas fisik bangunan dan ruangan pelayanan sudah baik, kelengkapan fasilitas sudah lengkap, suasana dan tempat duduk di ruangan tunggu sudah baik, suasana dalam gedung sudah menyenangkan, kebersihan lingkungan dan kamar kecil cukup bersih, keamanan tempat penyimpanan barang jaminan sudah aman, ketersediaan lokasi parkir sudah luas, keamanan anggota saat menyetor uang dikasir sudah aman.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis, Tantri. *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Aprinto, Brian dan Fonny Arisandy Jacob. *Pedoman Lengkap Profesional SDM Indonesia*. Jakarta: TPM, 2013.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2013.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan T. Hani Handoko. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE, 2013.
- Keling Kumang. *Pola Kebijakan 2014*. Pontianak: CU Keling Kumang, 2014.

- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran* (judul asli: Marketing Management), edisi ketiga belas, jilid 2. Penerjemah Bob Sabran. Jakarta: Indeks, 2009.
- Nugroho, Sigit. *Dasar-Dasar Metode Statistika*. Jakarta: PT Grasindo, 2008.
- Reksohadiprodjo, Sukanto. *Manajemen Koperasi*, edisi kelima. Yogyakarta: BPFE, 2010.
- Rangkuti, Freddy. *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan ISO 9001*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2013.
- Riduwan. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi. *Pedoman Penulisan Skripsi*, edisi revisi kesembilan. Pontianak: STIE Widya Dharma, 2014.
- Siregar, Sofyan. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Bayumedia, 2005.