

**LAPORAN KEMAJUAN  
PENELITIAN DOSEN PEMULA**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN  
NASABAH PADA KSU KENCANA MAKMUR CABANG LAREN**

**Tahun Ke 1 dari Rencana 1 Tahun**

**TIM PENGUSUL:**

<b>Yulie Wahyuningsih, S.E., M.M</b>	<b>(0719177802)</b>
<b>Abdul Majid, S.E.,M.M</b>	<b>(0706028601)</b>
<b>Ahmad Habibi</b>	<b>(1901010054)</b>

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH LAMONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI  
2020**

**HALAMAN PENGESAHAN  
PENELITIAN DOSEN PEMULA**

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Ksu Kencana Makmur Cabang Laren

Bidang Penelitian : Manajemen

Ketua Peneliti

- a. Nama Lengkap : Yulie Wahyuningsih, S.E., M.M
- b. NIDN : 0719177802
- c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
- d. Program Studi : Manajemen
- e. Nomor HP : 081235460214
- f. Alamat surel (email) : [yuliew19@gmail.com](mailto:yuliew19@gmail.com)

Anggota Peneliti (1)

- a. Nama Lengkap : Abdul Majid, S.E.,M.M
- b. NIDN : 0706028601
- c. Fakultas/prodi : FEB / Manajemen

Anggota Peneliti (2)

- a. Nama Lengkap : Ahmad Habibi
- b. NIM : 1901010054
- c. Fakultas/Prodi : FEB / Manajemen

Biaya Peneliti : Rp. 3.750.000

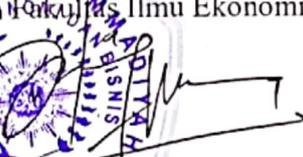
Lamongan,05 Januari 2020

Ketua Peneliti



Yulie Wahyuningsih, S.E.,M.M  
NIDN. 0719177802

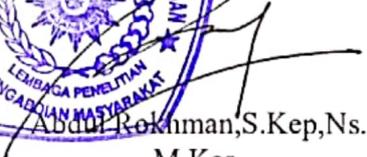
Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi



Hendrix Iqwan, SE.M.M  
NIDN 9907000243



Menyetujui  
Ketua LPPM



Abdul Rokhman, S.Kep, Ns.  
M.Kes.  
NIDN 0720108801



## **RINGKASAN**

Kasus korupsi di Indonesia sudah tidak mengenal batas, termasuk nilai dan kepentingan agama. Banyaknya kasus korupsi dana dan proyek keagamaan menjadi ironis mengingat agama mengajarkan nilai moral dan kebaikan. Pendekatan agama pun kerap digunakan dalam upaya pencegahan korupsi, namun upaya tersebut tidak akan efektif apabila pejabat dan tokoh dari institusi keagamaan justru ikut terlibat kasus tersebut, bahkan masjid pun sebagai tempat beribadah menjadi ladang bagi para koruptor dalam menjalankan aksinya. Perlunya pengungkapan pelaporan keuangan secara akuntabel dan transparan yang berguna untuk menghadang tindakan korupsi. Adanya hal tersebut menjadikan perspektif masyarakat kurang percaya terhadap pengelola keuangan masjid, karena masyarakat perlu mengawal keluar dan masuknya arus kas keuangan masjid.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui serta mengungkap sistem transparansi dan akuntabilitas masjid ditinjau dari pandangan masyarakat terhadap manajemen pengelolaan keuangan masjid di Kecamatan Lamongan. Objek penelitian yang dituju adalah masyarakat muslim di wilayah Kecamatan Lamongan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner dan studi literatur.

Penelitian ini menggunakan data primer. Subjek penelitian ini meliputi masyarakat usia produktif yaitu 15-64 tahun yang beragama islam dan aktif dalam berjamaah di masjid. Luaran yang dicapai diharapkan mampu untuk mempublikasikan artikel ilmiah pada tingkat nasional maupun internasional. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa meningkatkan akuntabilitas dan transparansi pengelolaan keuangan masjid oleh pengurus masjid supaya meningkatkan kepercayaan terhadap publik dan menghindari tindakan korupsi dana masjid.

## **PRAKATA**

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat, taufiq dan hidayahnya, sehingga penullis dapat menyampaikan proposal penelitian ini dengan judul “Akuntabilitas dan Transparansi Keuangan Masjid: Perspektif Masyarakat di Lamongan” hasil penelitian ini disusun dengan melibatkan banyak pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak atas kerjasamanya dalam penyusunan hasil penelitian ini, yaitu :

1. Hendrix Irawan, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Lamongan, yang telah memberikan persetujuan dan fasilitas kegiatan penelitian melalui LPPM yang terus semakin berkembang.
2. Abdul Rohman, S.Kep. Ns. M.Kep., selaku Ketua LPPM Universitas Muhammadiyah Lamongan yang telah mengkoordinasi dan sebagai penanggung jawab kegiatan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, maka segala saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Harapan penulis, penelitian ini dapat bermanfaat untuk semua pihak. Akhirnya penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya jika ada kesalahan selama penyusunan hasil penelitian ini.

Lamongan, 05 Januari 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>GAMBAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB 1.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Urgensi Penelitian .....	4
<b>BAB 2.....</b>	<b>5</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1 Pelayanan .....	5
2.1.1 <i>Pengertian Pelayanan</i> .....	5
2.1.2 <i>Dasar-dasar pelayanan nasabah</i> .....	6
2.1.3 <i>Ciri-ciri pelayanan yang baik</i> .....	7
2.1.4 <i>Sikap melayani nasabah</i> .....	8
2.2 Jasa .....	9
2.2.1 <i>Pengertian produk atau jasa</i> .....	9
2.2.2 <i>Dimensi kualitas jasa</i> .....	10
2.3. Kepuasan pelanggan atau nasabah .....	12
2.3.1 <i>Pengertian kepuasan</i> .....	12

2.3.2	<i>Pengertian pelanggan atau nasabah</i> .....	12
2.3.3	<i>Pengertian Kepuasan Pelanggan atau Nasabah</i> .....	13
2.3.4	<i>Konsep kepuasan pelanggan atau nasabah</i> .....	15
2.3.5	<i>Cara mengukur kepuasan pelanggan</i> .....	16
2.3.6	<i>Strategi kepuasan pelanggan</i> .....	17
2.3.7	<i>Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan</i> .....	20
2.3.8	<i>Aspek-aspek kepuasan pelanggan</i> .....	21
<b>BAB 3</b> .....		<b>26</b>
<b>TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN</b> .....		<b>26</b>
3.1	Tujuan .....	26
3.2	Manfaat Penelitian .....	26
<b>BAB 4</b> .....		<b>27</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....		<b>27</b>
4.1	Pendekatan dan jenis penelitian .....	27
4.2	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	27
4.3	Jenis dan Sumber data.....	27
4.3.1	<i>Jenis Data</i> .....	27
4.3.2	<i>Sumber Data</i> .....	28
4.4	Variabel, Indikator dan Deskriptor Penelitian .....	28
4.5	Teknik Pengumpulan Data.....	31
4.6	Metode Analisis Data.....	32
4.7	Alur Penelitian .....	34
<b>BAB 5</b> .....		<b>36</b>
<b>HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI</b> .....		<b>36</b>
5.1	Hasil Penelitian .....	36
5.1.1	<i>Gambaran umum perusahaan</i> .....	36

1.	Profil Sejarah Singkat KSU Kencana Makmur.....	36
2.	Profil KSU Kencana Makmur Cabang Laren .....	37
3.	Visi, Misi, Tujuan, dan Motto Koperasi .....	37
4.	Kelengkapan Organisasi.....	38
5.	Identitas Umum.....	38
6.	Unit-unit Usaha .....	38
7.	Prestasi dan Hasil Klasifikasi atau Pemeringkatan .....	39
8.	Simpanan-simpanan Anggota .....	40
9.	Pembiayaan .....	41
10.	Pinjaman Bermasalah.....	43
11.	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas .....	45
	5.1.2 <i>Karakteristik Responden</i> .....	53
	5.2 Pembahasan.....	56
	5.3 Metode Analisis Data.....	63
	5.4 Kendala-kendala yang dihadapi karyawan dalam memberikan pelayanan .....	68
	<b>BAB 6.....</b>	<b>69</b>
	<b>RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA.....</b>	<b>69</b>
	6.1 Rencana Tahapan Berikutnya .....	69
	<b>BAB 7.....</b>	<b>70</b>
	<b>PENUTUP.....</b>	<b>70</b>
	7.1 Simpulan .....	70
	7.2 Implikasi .....	71
	7.3 Keterbatasan.....	71
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
	<b>Lampiran 1. Justifikasi Anggaran Penelitian.....</b>	<b>73</b>

<b>Lampiran 2. Realisasi Anggaran Penelitian Tahap Pertama .....</b>	<b>75</b>
<b>Lampiran 3. Realisasi Anggaran Penelitian Tahap Kedua.....</b>	<b>77</b>
<b>Lampiran 5. Susunan Organisasi dan Pembagian Tugas Tim Peneliti</b>	<b>79</b>
<b>Lampiran 6. Biodata Ketua dan Anggota.....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Konsep Kepuasan Pelanggan .....	8
Gambar 2. Alur Penelitian.....	16
Gambar 3. Struktuk KSU Kencana Makmur .....	20

## **GAMBAR TABEL**

Tabel 1 Variabel, Indikator dan Deskriptor .....	2
Tabel 2 Alternatif Jawaban .....	6
Tabel 3 Kategori dan Interval Jawaban.....	7
Tabel 4 Presentase Responden Menurut Usia .....	53
Tabel 5 Presentase Responden Menurut Jenis Kelamin .....	54
Tabel 6 Presentase Responen Menurut Pendidikan Terakhir .....	54
Tabel 7 Presentase Responden Menurut Jenis Pekerjaan .....	55
Tabel 8 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Bukti Fisik (Tangible).....	57
Tabel 9 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Kehandalan (Reability) .....	58
Tabel 10 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Responsifitas (Daya Tanggap) .....	59
Tabel 11 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Jaminan (Assurance) .....	61
Tabel 12 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Komunikasi (Emphaty).....	62
Tabel 13 Daftar Jumlah Nilai Tiap Responden.....	63
Tabel 14 Kategori Hasil Kusioner.....	67
Tabel 15 Presentase Tingkat Kepuasan Nasabah.....	67
Tabel 16 Jadwal Kegiatan Penelitian .....	69

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dewasa ini persaingan di dunia lembaga keuangan semakin ketat. Hal ini menuntut lembaga keuangan untuk tetap menjaga serta mempertahankan nasabah yang sudah ada maupun menambah nasabah baru. Tentunya kepuasan nasabah adalah faktor utama yang bisa membuat nasabah tetap bertahan dan tidak berpindah kepada perusahaan lain. Pentingnya faktor-faktor pendukung kepuasan nasabah dalam hal ini adalah kualitas pelayanan, dirasa sebagai faktor utama dalam memberikan kontribusi tetap terhadap kepuasan nasabah itu sendiri. Untuk tetap menjaga kepuasan nasabah, maka salah satu cara yang perlu dibenahi kembali adalah perbaikan peningkatan kualitas baik itu, dari segi pelayanan maupun kelengkapan fasilitasnya yang harus memang di sesuaikan dengan kebutuhan nasabah.

Dalam era seperti ini, terdapat persaingan yang ketat di berbagai bidang pekerjaan. Hal tersebut menjadikan semua yang terlibat di dalamnya ingin memberikan hal yang terbaik bagi orang lain, terutama jika bidang industri tersebut bergerak dibidang pelayanan atau jasa.

Pelanggan, tamu, klien, konsumen maupun nasabah merupakan aset yang sangat berharga dalam mengembangan industri jasa. Namun seringkali ketika melayani petugas pelayanan lupa akan fungsinya, yaitu berada satu titik dibawah pelanggan. Maksudnya, bahwa ketika melayani posisi kita lebih rendah dari pelanggan.

Bahkan dewasa ini pelanggan sudah dianggap sebagai raja dan sebagai bos yang harus segera dipenuhi kebutuhan dan keinginannya seperti dilayani secara tepat, cepat dan akurat. Pelanggan dibuat nyaman mungkin dengan keramahan dan sopan santun karyawan. Pelanggan juga dibuat nyaman dengan ruangan yang tidak membosankan dengan fasilitas ruangan yang menyenangkan. Dengan kata lain pelanggan hanya perlu bicara, semua keinginan dan kebutuhannya akan terlayani dengan baik.

Kepuasan merupakan evaluasi terhadap seluruh konsumsi dimana alternatif yang dipilih memenuhi harapannya, sedangkan ketidakpuasan adalah hasil dari penegasan harapan yang bersifat negatif. Fandy (2004 : 146) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja produk yang dirasakan dan yang diharapkan.

Kepuasan nasabah akan tercapai apabila kualitas produk atau jasa yang diberikan sesuai dengan apa yang dipersepsikan nasabah. Perbandingan antara harapan dengan kinerja yang diterima dapat menjadi ukuran bagi kepuasan nasabah. Nasabah akan merasa puas apabila kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapannya.

Untuk dapat menciptakan kepuasan nasabah, perusahaan harus mampu menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah maka perusahaan perlu melakukan penelitian pasar atau riset pemasaran. Penelitian ini bertujuan memperoleh informasi yang lengkap mengenai faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah atas jasa (produk) suatu perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam industri bisnis. Pelayanan menekankan pada kebutuhan pelanggan sehingga dapat menciptakan kesetiaan kepada perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan yang baik. Citra kualitas pelayanan yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, namun berdasarkan persepsi nasabah terhadap pelayanan yang diterima. Persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Tinggi rendahnya kualitas pelayanan diterima nasabah akan mampu mempengaruhi tingkat kepuasan, seperti diketahui di Indonesia terdapat banyak koperasi yang bergerak dibidang jasa, dimana untuk bertahan dalam persaingan mereka selalu melakukan inovasi baik terhadap produk maupun pelayanan.

Koperasi tidak dapat melakukan proses kerjanya sendiri tanpa adanya nasabah. Sehingga tercipta hubungan yang baik antara pihak koperasi dengan pihak nasabah. Hubungan yang baik ditentukan oleh kualitas pelayanan. Kepuasan nasabah dapat terwujud apabila pelayanan yang diterima nasabah

dirasakan dapat memenuhi harapan nasabah atas kualitas pelayanan koperasi. Apabila koperasi tersebut dapat menciptakan kepuasan pada nasabah, maka akan timbul rasa setia nasabah kepada koperasi. Selain itu pihak koperasi akan mendapatkan keuntungan.

Dalam lembaga keuangan masalah pelayanan merupakan hal yang sangat penting yang dianggap mampu mempengaruhi kepuasan nasabah. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan yaitu untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Dan dengan sumber daya insani merupakan sumber daya paling penting untuk memenangkan persaingan, karena merupakan tulang punggung dari seluruh sistem yang dirancang, metode yang diterapkan, dan teknologi yang di gunakan. Oleh karena itu, vital untuk mengembangkan sumber daya insani melalui proses rekrutmen yang kontitif, pelatihan yang sistematis, peningkatan kepuasan pegawai, peningkatan pendidikan pegawai, dan pemberdayaan pegawai. Memiliki karyawan yang sangat terampil dan efektif merupakan salah satu kunci sukses perusahaan. Karena manusia itu diberikan keistimewaan oleh Allah SWT melebihi makhluk lainnya.

Keberlangsungan dan keberhasilan perusahaan jasa banyak tergantung pada kualitas pelayanan yang sesuai dengan lingkungan perusahaan, dan memiliki para petugas dalam memberikan pelayanan dan menjelaskan produk-produk yang ditawarkan serta kebutuhan hararapan nasabah. Dengan pelayanan yang berkualitas, maka nasabah akan merasa puas.

Sejauh ini Koperasi Jasa Keuangan KSU KENCANA MAKMUR CABANG LAREN sudah melakukan upaya pelayanan yang baik kepada nasabah. Hal ini dilakukan agar nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan. Sehingga diharapkan dengan pelayanan yang diberikan dapat menarik nasabah lenih banyak lagi.

Berdasarkan latar belakang masalah dari diatas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul: " PENGARUH KUALITAS

## PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA KSU KENCANA MAKMUR CABANG LAREN. “

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat disimpulkan rumusan masalah yang berkaitan dengan judul adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan karyawan KSU KENCANA MAKMUR cabang Laren?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap tingkat kepuasan nasabah KSU KENCANA MAKMUR cabang Laren?

### **1.3 Urgensi Penelitian**

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pola pikir masyarakat mengenai pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada KSU Kencana Makmur Cabang Laren.

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pelayanan**

##### **2.1.1 Pengertian Pelayanan**

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tidak dapat dipungkiri bahwa hampir semua jenis produk yang ditawarkan memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan. Hanya pelayanan yang diberikan terkadang dalam bentuk langsung atau tidak langsung. Untuk koperasi ksu kencana makmur semua pelayanan membutuhkan pelayanan langsung.

Menurut Payne (2001 : 17) faktor utama yang membedakan untuk perusahaan-perusahaan jasa adalah kualitas layanan pelanggan. Sehingga dapat dikatakan bahwa meskipun produk yang ditawarkan oleh perusahaan/produsen jasa sama namun kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan akan berbeda tergantung dari kebijakan dan kemampuan perusahaan/produsen dalam memberikan pelayanan. Para pelanggan semakin piawai dalam permintaan mereka dan semakin menuntut standart layanan yang lebih tinggi. Banyak perusahaan jasa besar telah terjaga dari kebutuhan untuk memperbaiki layanan pelanggan guna bersaing dalam lingkungan jasa yang sangat kompetitif saat ini.

Perusahaan-perusahaan sering memiliki perspektif yang berbeda mengenai layanan pelanggan. Menurut Payne (2001 : 19) layanan pelanggan adalah segala kegiatan yang dibutuhkan untuk menerima, memproses,

menyampaikan dan memenuhi pesanan pelanggan dan untuk menindak lanjuti setiap kegiatan yang mengandung kekeliruan.

Selain itu Payne (2001 : 19) juga mengartikan layanan pelanggan sebagai Serangkaian kegiatan yang meliputi semua bidang bisnis yang terpadu untuk menyampaikan produk-produk dan jasa-jasa perusahaan tersebut sedemikian rupa sehingga dipersepsikan memuaskan oleh pelanggan dan yang merealisasikan pencapaian tujuan perusahaan.

Berdasarkan kedua pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa layanan pelanggan adalah serangkaian kegiatan yang meliputi semua bidang bisnis yang dibutuhkan untuk menerima, memproses, menyampaikan dan memenuhi pesanan pelanggan dan untuk menindak lanjuti setiap kegiatan yang mengandung kekeliruan sehingga dipersepsikan memuaskan oleh pelanggan dan yang merealisasikan pencapaian tujuan perusahaan.

Seorang karyawan dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima bagi nasabahnya. Agar pelayanan dapat memuaskan nasabah seorang karyawan harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh seperti etika pelayanan dan lain-lain. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap karyawan dibekali dasar-dasar pelayanan yang sesuai dengan bidang yang akan dihadapinya.

### **2.1.2 Dasar- dasar pelayanan nasabah**

Menurut Kasmir, (2005 : 219-210) Dasar-dasar pelayanan yang perlu dikuasai oleh seorang karyawan koperasi sebelum melakukan tugasnya, mengingat setiap karakter nasabah berbeda-beda. Berikut ini dasar-dasar yang harus dipahami:

1. Berpakaian dan berpenampilan yang rapi dan bersih Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum
2. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika dikenal
3. Tenang, sopan dan hormat serta tekun dalam mendengarkan setiap pembicaraan
4. Berbicara dengan baik dan benar
5. Semangat dalam melayani nasabah dan menunjukkan kemampuannya
6. Jangan menyela atau memotong pembicaraan
7. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan
8. Bila belum mampu melayani beritahu kapan bisa melayani

### **2.1.3 Ciri-ciri pelayanan yang baik**

Dalam prakteknya, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Terdapat beberapa faktor pendukung yang mempengaruhi pelayanan yang baik. Pertama, adalah faktor manusia yang memberi pelayanan tersebut, yang melayani pelanggan harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara cepat dan tepat. Kedua, pelayanan yang baik juga harus di ikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan dan keakuratan pekerjaan. Pada akhirnya, sarana dan prasarana yang dimiliki juga harus dioperasikan oleh manusia yang berkualitas pula. Jadi dapat dikatakan kedua faktor tersebut saling menunjang satu sama lainnya.

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan atau nasabah:

1. Tersedianya karyawan yang baik
2. Tersediannya sarana dan prasarana yang baik
3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah dari awal hingga selesai
4. Mampu berkomunikasi dengan baik
5. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
6. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
7. Berusaha memahami kebutuhan nasabah
8. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

#### **2.1.4 Sikap melayani nasabah**

Beberapa sikap yang harus diteladani dalam melayani nasabah adalah sebagai berikut:

1. Beri kesempatan kepada nasabah untuk mengemukakan keinginannya.
2. Dengarkan baik-baik. selama nasabah mengemukakan pendapatnya dengarkan dengan baik tanpa membuat gerakan yang menyinggung nasabah, terutama gerakan tubuh yang dianggap tidak sopan.
3. Jangan menyela pembicaraan sebelum nasabah selesai berbicara
4. Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai berbicara.
5. Jangan marah dan mudah tersinggung
6. Jangan mendebat nasabah
7. Jaga sikap sopan, ramah dan selalu berlaku tenang
8. Jangan menangani pekerjaan yang bukan merupakan pekerjaannya
9. Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu

## **2.2 Jasa**

### **2.2.1 Pengertian produk atau jasa**

Produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atau sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk yang ditawarkan tersebut meliputi jasa, orang atau pribadi, tempat, organisasi dan ide. Jadi produk bisa berupa manfaat tangible maupun intangible yang dapat memuaskan pelanggan.

Produk bank menurut Kasmir (2003 : 64) adalah “Jasa yang ditawarkan kepada nasabah untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.”

Sebenarnya perbedaan antara produk atau jasa sulit dilakukan, karena pembelian suatu produk sering kali disertai dengan jasa-jasa tertentu dan pembelian suatu jasa sering kali pula meliputi barang-barang yang melengkapinya. Meskipun demikian Philip Kotler seperti yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2005 : 134) mendefinisikan sebagai berikut : “Jasa adalah sebagai 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.” Walau begitu, produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

Menurut Kasmir (2003 : 136) jasa dapat diklasifikasikan menjadi empat, yaitu :

1. Tidak Berwujud

Tidak berwujud artinya tidak dapat dirasakan atau dinikmati. Sebelum jasa tersebut dibeli atau dikonsumsi. Oleh karena itu, jasa tidak memiliki wujud tertentu sehingga harus dibeli lebih dulu.

## 2. Tidak Terpisahkan

Jasa tidak terpisahkan artinya antara si pembeli jasa dengan si penjual jasa saling berkaitan satu sama lainnya, tidak dapat dititipkan melalui orang lain. Misalnya, pemilik kartu kredit dengan hotel.

## 3. Beraneka Ragam

Jasa memiliki aneka ragam bentuk artinya jasa dapat diperjualbelikan dalam berbagai bentuk atau wahana seperti tempat, waktu, atau sifat.

## 4. Tidak Tahan Lama.

Jasa diklasifikasikan tidak tahan lama artinya jasa tidak dapat disimpan begitu jasa dibeli maka akan segera dikonsumsi.

### 2.2.2 Dimensi kualitas jasa

Terdapat beberapa pendapat tentang dimensi kualitas jasa, antara lain : Parasuraman, *et. al.* dalam Fandy (2005 : 69) mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas jasa, yaitu sebagai berikut:

1. *Reliability*, mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama. Selain itu, berarti perusahaan tersebut memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal.
2. *Responsiveness*, yaitu kemauan atau persiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.

3. *Competence*, artinya setiap orang dalam perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
4. *Access*, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti, lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi, dan lain-lain
5. *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan yang dimiliki *contact personnel*, seperti resepsionis, operator telepon, dan lain-lain.
6. *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
7. *Credibility*, yaitu sifat jujur dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama dan reputasi perusahaan, karakteristik pribadi *contact personnel*, dan interaksi dengan pelanggan.
8. *Security*, yaitu aman dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik, keamanan financial, dan kerahasiaan.
9. *Understanding/knowing the customer*, yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.
10. *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, representasi fisik dari jasa, misalnya kartu kredit plastik.

## **2.3. Kepuasan pelanggan atau nasabah**

### **2.3.1 Pengertian kepuasan**

Kotler (2004 : 42) menjelaskan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Dalam penilaian mengenai kepuasaan, seseorang harus terlebih dahulu mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Setelah melakukan pembelian terhadap produk atau jasa, pelanggan dapat membandingkan antara kinerja produk atau jasa dengan harapannya. Pada konteks ini, tujuan pemasaran pada suatu perusahaan adalah menghasilkan nilai pelanggan yang menguntungkan. Pada perusahaan jasa kinerja suatu produk lebih ditekankan pada kualitas pelayanan atau kualitas fungsional yang diberikan oleh perusahaan.

### **2.3.2 Pengertian pelanggan atau nasabah**

Pelanggan merupakan obyek dari sebuah kegiatan perusahaan atau organisasi. Dalam penelitian ini pelanggan mempunyai peran yang sangat penting dalam menentukan kepuasaan pelayanan yang telah diterima atau dikonsumsi. Pelanggan adalah orang yang membeli barang atau jasa perusahaan (Tjiptono, 2001 : 128)

Berdasarkan pengertian tersebut dapat kita ambil kesimpulan bahwa pelanggan adalah seseorang atau lembaga yang mengkonsumsi barang atau jasa perusahaan sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhannya.

### **2.3.3 Pengertian Kepuasan Pelanggan atau Nasabah**

Banyak pakar memberikan definisi mengenai kepuasan pelanggan. Day dalam Tjiptono (2001 : 24) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.

Sedangkan Engel dalam Tjiptono (2001 : 24) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan.

Kotler dalam Tjiptono (2001 : 24) juga menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Berdasarkan pendapat para pakar tersebut dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja aktual produk yang dirasakan saat dan setelah pemakaian dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan

Kepuasan pelanggan atas pembelian tertentu bergantung pada kinerja produk secara relatif terhadap harapan pembeli. Apabila kinerja produk sesuai dengan harapan pelanggan maka akan menimbulkan rasa puas, dan sebaliknya apabila kinerja buruk dari harapan pelanggan maka akan menciptakan rasa tidak puas. Bukan tidak mungkin kinerja produk dapat melebihi harapan pelanggan yang dapat menimbulkan rasa sangat puas.

Dalam membentuk harapan, pelanggan mendasarkan pada pengalaman, referensi serta informasi-informasi.

Produsen atau penyedia jasa juga harus berhati-hati dalam menetapkan tingkat harapan. Apabila penyedia jasa menetapkan jasa terlalu rendah, penyedia jasa akan memuaskan pelanggan dengan mudah tetapi gagal dalam menarik pelanggan dalam jumlah yang cukup banyak. Sebaliknya apabila mereka menaikkan harapan terlalu tinggi, pelanggan mungkin tidak akan merasa puas.

Penentu kepuasan nasabah puas atau tidak adalah kesesuaian antara harapan nasabah dengan performa yang ditunjukkan oleh produk yang bersangkutan. Apabila ternyata performa produk jauh di bawah apa yang diharapkan nasabah, maka nasabah akan merasa tidak puas, apabila performa produk sesuai apa yang diharapkan nasabah maka nasabah akan merasa puas, sedangkan apabila performa produk jauh di atas apa yang diharapkan nasabah maka nasabah akan merasa sangat puas dan senang.

Nasabah mempunyai pengharapan atas suatu produk berdasarkan pesan-pesan yang mereka terima dari penjualan melalui iklan, teman-teman dan sumber-sumber yang lain. Apabila perusahaan terlalu membesar-besarkan performa produk yang sebenarnya tidak seperti itu, pengharapan nasabah tidak akan terpenuhi dan keadaan ini akan menimbulkan ketidakpuasan nasabah. Semakin besar kesenjangan antara pengharapan dan performa suatu produk akan semakin besar pula tingkat ketidakpuasan nasabah.

Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan di mana pada akhirnya akan memberikan berbagai manfaat.

Manfaat tersebut antara lain (Fandy Tjiptono 2001: 24)

1. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pengguna ulang produk.
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
4. Reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan.

Ada beberapa alasan munculnya rasa tidak puas terhadap sesuatu.

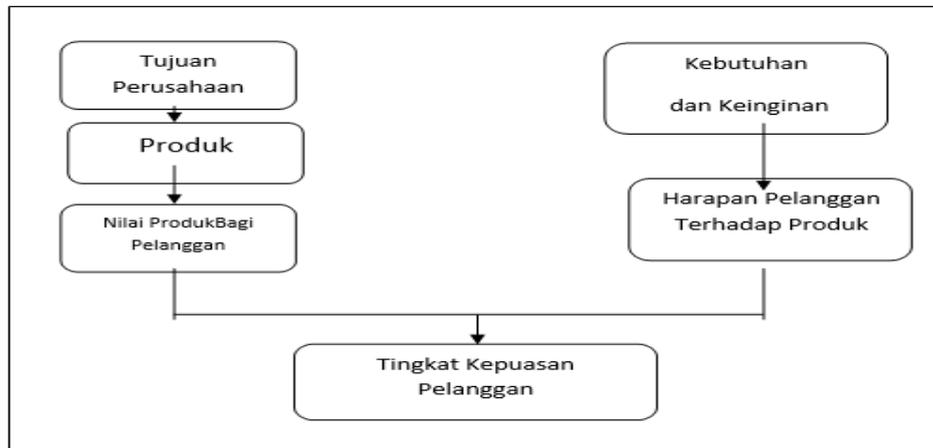
Buchari Alma (2004 : 286) menyatakan sebagai berikut :

1. Tidak sesuai harapan dengan kenyataan yang dialami.
2. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan.
3. Perilaku personel tidak atau kurang memuaskan.
4. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang.
5. Biaya (*cost*) terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai.
6. Promosi atau iklan terlalu muluk, tidak sesuai dengan kenyataan.

#### **2.3.4 Konsep kepuasan pelanggan atau nasabah**

Kepuasan nasabah merupakan faktor yang dapat memberikan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang. Perusahaan harus memuaskan nasabah dengan menjual barang dan jasa yang paling baik dengan harga yang layak agar perusahaan memperoleh keuntungan.

Menurut Fandy (2000 : 27) menandakan bahwa kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.



**Gambar 1**  
**Konsep kepuasan pelanggan**

### 2.3.5 Cara mengukur kepuasan pelanggan

Ada beberapa cara mengukur kepuasan nasabah menurut Dr.

Buchari Alma (2004 : 285) antara lain :

#### 1. Sistem keluhan dan saran

Banyak perusahaan yang berhubungan dengan langganan membuka kotak saran dan menerima keluhan-keluhan yang dialami oleh langganan. Informasi ini dapat memberikan ide-ide dan masukan kepada perusahaan yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

#### 2. Survei kepuasan pelanggan

Dalam hal perusahaan melakukan survei untuk mendeteksi komentar pelanggan. Survei ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi, atau pelanggan diminta mengisi angket.

#### 3. Pembeli bayangan

Dalam hal ini perusahaan menyuruh orang-orang tertentu sebagai pembeli ke perusahaan lain atau perusahaannya sendiri, pembeli-pembeli misteri ini melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayan-pelayan yang melayaninya. Juga ia melaporkan segala sesuatu yang bermanfaat sebagai bahan mengambil Keputusan oleh manajemen. Bukan saja orang-orang lain yang disewa untuk menjadi pembeli bayangan tetapi juga manajer sendiri harus juga turun ke lapangan, belanja ke toko saingan di mana ia tidak dikenal. Pengalaman manajer ini sangat penting karena data dan informasi yang diperoleh langsung ia alami sendiri.

#### 4. Analisa pelanggan yang lari

Perusahaan-perusahaan yang kehilangan pelanggan mencoba menghubungi pelanggan tersebut. Mereka dibujuk untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi. Dari kontak semacam ini akan diperoleh informasi dan akan memperbaiki kinerja perusahaan sendiri agar tidak ada lagi nasabah yang lari dengan cara meningkatkan kepuasan mereka.

#### **2.3.6 Strategi kepuasan pelanggan**

Pada dasarnya strategi kepuasan pelanggan menyebabkan pesaing harus berusaha keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut pelanggan suatu perusahaan.

Menurut Schnaars dalam Tjiptono (2004 : 161) kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia.

Menurut Schaars dalam Tjiptono (2004 : 161) ada beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan, antara lain:

### 1. Strategi pemasaran berupa *Relationship Marketing*

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

### 2. Strategi *Superior Customer Service*

Merupakan strategi dimana perusahaan berorientasi untuk menawarkan pelayanan yang lebih unggul daripada para pesaingnya. Untuk mewujudkan dibutuhkan dana yang besar, kemampuan sumberdaya manusia, dan usaha gigih. Meskipun demikian, melalui pelayanan yang lebih unggul, perusahaan yang bersangkutan dapat membebaskan harga yang lebih tinggi pada jasanya. Akan ada kelompok konsumen yang tidak berkeberatan dengan harga mahal tersebut. Selain itu perusahaan dengan pelayanan superior akan meraih laba dan tingkat pertumbuhan yang lebih besar daripada pesaingnya yang memberikan pelayanan inferior.

### 3. Strategi *Unconditional Service Guarantees*

Strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan kualitas jasa dan kinerja perusahaan. Selain itu juga akan meningkatkan motivasi para karyawan untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih baik.

#### 4. Strategi Penanganan Keluhan Yang Efektif

Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas. Kecepatan dan ketepatan penanganan merupakan hal yang penting bagi terwujudnya kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Karena semakin lama keluhan ditangani, maka pelanggan akan berfikir bahwa perusahaan tidak mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semua pihak yang ada dalam perusahaan berhak dan wajib turut campur dalam penanganan keluhan terutama pihak manajemen puncak.

#### 5. Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan

Meliputi berbagai upaya seperti, melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, *salesmanship*, dan *public relations* kepada pihak manajemen dan karyawan, memasukkan unsur kemampuan untuk memuaskan pelanggan ke dalam sistem penilaian prestasi karyawan, dan memberikan *empowerment* yang lebih besar kepada para karyawan dalam melaksanakan tugasnya.

#### 6. Menerapkan *Quality Function Deployment*

Yaitu praktik untuk merancang proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan, QFD berusaha menerjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan organisasi. Dengan demikian, QFD memungkinkan suatu perusahaan untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut, dan memperbaiki proses hingga mencapai efektivitas maksimum.

### 2.3.7 Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan

Menurut Handi Irawan, (2002:37) ada beberapa faktor untuk mengetahui kepuasan pelanggan yaitu,

#### 1. Kualitas produk

Pelanggan merasa puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk dan ternyata produk yang digunakan berkualitas. Ada beberapa elemen kualitas produk, yaitu: *performance, durability, feature, reliability, costintency dan disgn.*

#### 2. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

#### 3. Kualitas pelayanan

Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan apa yang diharapkan. Salah satu konsep kualitas pelayanan yang paling populer adalah *serqual* yang dikembangkan oleh parasuraman, Berry dan Zeithalm. Berdasarkan konsep ini, kualitas pelayanan mempunyai lima dimensi yaitu: *Relaibility, Resposivenense, Assurance, Emphaty, dan Tangible.*

#### 4. Faktor emosional

Pelanggan yang merasa bangga dan yakin orang lain kagum terhadap dia apabila menggunakan produk merk tertentu cenderung memiliki tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan bukan karena kualitas produk tetapi rasa bangga dan rasa percaya diri.

#### 5. Biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa

Pelanggan akan semakin puas dan senang apabila relatif mudah dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Hal ini disebabkan pelanggan tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan produk atau jasa.

#### **2.3.8 Aspek-aspek kepuasan pelanggan**

Kemudian menurut Kasmir, (2004 : 67-68) komponen kepuasan dalam dunia perbankan adalah :

##### *1. Tangible (wujud fisik)*

*Tangible*, merupakan bukti fisik yang harus dimiliki oleh karyawan bank, seperti gedung, perlengkapan kantor, daya tarik karyawan, sarana komunikasi dan sarana fisik lainnya. Oleh karena itu, bukti fisik ini harus menarik dan modern.

Berwujud diartikan sebagai tampilan fisik. Dimensi ini biasanya digunakan perusahaan untuk menaikkan image di mata konsumen yang dapat digambarkan dengan kebersihan ruangan, kerapian berpakaian, dan penataan tempat. Dalam suatu perusahaan jasa, khususnya pada bank, faktor kondisi fisik pada umumnya akan memberikan gambaran bagaimana bank

tersebut dapat berpotensi untuk menunjukkan fungsinya sebagai tempat pelayanan perbankan. Pada umumnya seseorang akan memandang suatu potensi bank tersebut awalnya dari kondisi fisik. Dengan kondisi yang bersih, rapi, dan teratur orang akan menduga bahwa bank tersebut akan melaksanakan fungsinya dengan baik.

Hubungan wujud fisik (*tangible*) dengan kepuasan nasabah adalah: wujud fisik (*tangible*) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap wujud fisik (*tangible*) maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Dan jika persepsi nasabah terhadap wujud fisik (*tangible*) buruk, maka kepuasan nasabah semakin rendah..

## 2. *Responsivitas (kehandalan)*

*Responsivitas*, yaitu adanya keinginan dan kemauan karyawan bank dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Untuk itu pihak manajemen bank perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh karyawan bank mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu. Akan mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu. Akan lebih baik jika motivasi yang diberikan kepada karyawan akan memperoleh imbalan yang sesuai dengan kemampuannya.

Kehandalan adalah kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan dengan akurat dan handal. Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan menyediakan pelayanan dengan sikap simpatik, ketepatanan

waktu pelayanan, profesional dalam melayani nasabah, dan sistem pencatatan yang akurat.

Hubungan kehandalan (*reliability*) dengan kepuasan nasabah adalah: kehandalan (*reliability*) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap kehandalan (*reliability*) maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Dan jika persepsi nasabah terhadap kehandalan (*reliability*) buruk, maka kepuasan nasabah akan semakin rendah.

### 3. *Assurance*

*Assurance*, adanya jaminan bahwa karyawan memiliki pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat atau perilaku yang dapat dipercaya. Hal ini penting agar nasabah yakin akan transaksi yang mereka lakukan benar dan tepat sasaran.

*Assurance* mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, dan bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Berkaitan dengan kemampuan karyawan untuk menanamkan kepercayaan kepada pelanggan, sikap sopan dan kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan. Setiap nasabah pada dasarnya ingin diperlakukan secara baik oleh pihak pengelola bank. Adanya jaminan bahwa nasabah yang datang akan dilayani secara baik oleh pihak pengelola bank, akan memberikan rasa aman kepada nasabah, sehingga kemantapan pribadi nasabah akan bertambah. Dengan demikian, kepercayaan mereka terhadap bank akan bertambah.

Hubungan jaminan (*assurance*) dengan kepuasan nasabah adalah: jaminan (*assurance*) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap jaminan (*assurance*) maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Dan jika persepsi nasabah terhadap jaminan (*assurance*) buruk maka kepuasan nasabah akan semakin rendah.

#### 4. *Reliabilitas*

*Reliabilitas*, yaitu kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, akurat serta memuaskan pelanggannya. Guna mendukung hal ini maka setiap karyawan bank sebaliknya diberikan pelatihan dan pendidikan guna meningkatkan kemampuannya.

ketanggapan adalah kesedian untuk membantu pelanggan dan memberikan dengan segera dan tepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan dalam menghadapi permintaan, pernyataan, keluhan serta kesulitan pelanggan. Bank merupakan lokasi yang secara umum merupakan tempat seseorang untuk bertransaksi. Oleh sebab itu penyedia jasa pelayanan perbankan harus mampu menanggapi setiap keluhan nasabah. Dengan demikian daya tanggap yang tinggi dari pihak pengelola bank akan memberikan rasa kepercayaan pada nasabah bahwa mereka akan selalu tertolong.

Hubungan daya tanggap (*responsiveness*) dengan kepuasan nasabah adalah: daya tanggap (*responsiveness*) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap daya tanggap (*responsiveness*) maka kepuasan nasabah akan

semakin tinggi. Dan jika persepsi nasabah terhadap daya tanggap (*responsiveness*) buruk, maka kepuasan nasabah akan semakin rendah.

#### 5. *Empati*

*Empati*, yaitu mampu memberikan kemudahan serta menjalin hubungan dengan nasabah secara efektif. Kemudian juga mampu memahami kebutuhan individu setiap nasabah secara cepat dan tepat. Dalam hal ini masalah prosedur kerja dan dihubungkan dengan tingkat pelayanan kepada nasabah.

Empati adalah perhatian secara individu yang diberikan oleh penyedia jasa sehingga pelanggan merasa penting, dihargai dan dimengerti oleh perusahaan. Inti dari dimensi ini adalah bagaimana perusahaan meyakinkan pelanggannya bahwa mereka itu adalah unik dan istimewa dan dapat digambarkan dengan perhatian secara personal kebutuhan spesifik dan terhadap keluhan terhadap nasabah dimana pada umumnya nasabah ingin diperlakukan dan diperhatikan secara khusus oleh pihak pengelola bank. Hal ini akan menambah kepercayaan mereka terhadap bank.

Hubungan kepedulian (*empathy*) dengan kepuasan nasabah adalah: kepedulian (*empathy*) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap kepedulian (*empathy*) maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Dan jika persepsi nasabah terhadap kepedulian (*empathy*) buruk, maka kepuasan nasabah akan semakin rendah.

## **BAB 3**

### **TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

#### **3.1 Tujuan**

Berdasarkan rumusan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan KSU Kencana Makmur Cabang Laren, serta untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan tersebut terhadap tingkat kepuasan nasabah. Penelitian ini juga bertujuan untuk menentukan aspek atau dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, serta memberikan rekomendasi konkret untuk peningkatan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan nasabah di KSU Kencana Makmur Cabang Laren.

#### **3.2 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, diharapkan mampu memberikan manfaat bagi berbagai pihak baik akademisi, bagi pemerintah dan bagi masyarakat desa.

1. **Bagi Akademisi**

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dan literatur terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, serta menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. **Bagi Pemerintah**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar dalam merumuskan kebijakan yang mendukung peningkatan kualitas pelayanan koperasi dan pelayanan public lainnya.

3. **Bagi Masyarakat Desa**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diterima, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan mereka sebagai nasabah koperasi.

## **BAB 4**

### **METODE PENELITIAN**

#### **4.1 Pendekatan dan jenis penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, sehingga pendekatan yang dipilih adalah pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moeleong, 2003:3) Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis dan lisan dari perilaku orang-orang yang diamati.

Adapun jenis penelitian bersifat deskriptif kualitatif, yakni mendeskripsikan tentang hasil angket yang telah diberikan kepada nasabah untuk mengukur kepuasannya atas pelayanan yang telah diberikan oleh karyawan KSU Kencana Makmur Cabang Laren.

#### **4.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Dalam sebuah penelitian harus ada lokasi yang bisa digunakan sebagai tempat untuk melakukan penelitian. Tempat tersebut harus sesuai agar dapat menunjang keberhasilan penelitian yang dilakukan.

Penelitian ini akan dilakukan di KSU Kencana Makmur Cabang Laren yang akan dilaksanakan pada akhir bulan Juli 2015.

#### **4.3 Jenis dan Sumber data**

Salah satu yang dibutuhkan dalam penelitian adalah data yang nantinya data ini akan dianalisis dan melalui data-data yang sudah dianalisis peneliti bisa menyimpulkan tentang keberhasilan penelitian.

##### **4.3.1 Jenis Data**

Data adalah sekumpulan informasi atau fakta tentang suatu problema baik berupa angka, kata ataupun berupa kategori seperti senang, tidak senang,

baik, buruk, berhasil, gagal, rendah dan sebagainya (Arikunto, 2006:96). Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data primer merupakan data yang cara memperolehnya langsung dari sumbernya. Dalam hal ini merupakan data primer adalah angket kepuasan pelanggan terhadap pelayanan nasabah.

#### 4.3.2 Sumber Data

Sumber data merupakan subjek darimana data tersebut diperoleh (Arikunto, 2006:129). Sumber data dalam penelitian ini adalah nasabah KSU Kencana makmur cabang Laren.

#### 4.4 Variabel, Indikator dan Deskriptor Penelitian

Menurut Arikunto (2006:118), Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Usaha untuk memperoleh hasil sesuai dengan tujuan penelitian, maka variabel dan indikator yang menjadi objek penelitian perlu didefinisikan agar lebih jelas. Adapun yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 1**

**Variabel, indikator dan deskriptor**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Deskriptor</b>
Kepuasan Nasabah	1. Bukti fisik <i>(tangibles)</i>	1.1 KSU Kencana Makmur Cabang Laren memiliki tempat yang strategis
		1.2 Karyawan KSU Kencana Makmur berpenampilan rapi

		1.3 KSU Kencana Makmur memiliki kantor yang bersih
		1.4 Eksterior kantor KSU Kencana Makmur cabang Laren menarik
	2. Keandalan <i>(Reliability)</i>	2.1 Pelayanan KSU Kencana Makmur sesuai dengan yang dijanjikan
		2.2 KSU Kencana Makmur memberikan pelayanan tepat pada waktunya
		2.3 KSU Kencana Makmur secara akurat memverifikasi permintaan nasabah
		2.4 KSU Kencana Makmur dengan tulus membantu nasabah
	3. Daya Tanggap <i>(Responsivitas)</i>	3.1 Karyawan KSU Kencana Makmur bersedia membantu nasabah dengan baik
		3.2 KSU Kencana Makmur memberitahu nasabah kapan pelayanan diberikan

		3.3 Karyawan KSU Kencana Makmur memberikan pelayanan dengan segera
		3.4 Karyawan KSU Kencana Makmur bersedia memberikan pelayanan saat dibutuhkan
	4. Jaminan <i>(Assurance)</i>	4.1 Kemampuan karyawan KSU Kencana Makmur dapat dipercaya
		4.2 Karyawan KSU Kencana Makmur sopan saat melayani
		4.3 Nasabah merasa aman saat bertransaksi di KSU Kencana Makmur
		4.4 Karyawan KSU Kencana Makmur menanamkan kepercayaan nasabah terhadap KSU Kencana Makmur
	5. Empati <i>(Empathy)</i>	5.1 Karyawan KSU Kencana Makmur menyapa nasabah dengan nama
		5.2 Karyawan KSU Kencana makmur segera minta maaf apabila ada kesalahan servis

		5.3 Karyawan KSU Kencana Makmur memahami kebutuhan nasabah
		5.4 Waktu operasional KSU Kencana Makmur sesuai dengan kebutuhan nasabah

#### 4.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data terdapat beberapa teknik yang bisa digunakan. Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengambil data diantaranya berupa dokumentasi, tes dan angket (Arikunto, 2006). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yakni memberikan angket (kuisisioner).

Angket atau kuesioner adalah suatu alat pengumpul informasi dengan cara menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis sebagai sumber data (Purwanti, 2000:121). Angket yang digunakan adalah angket tertutup, artinya angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa hingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberikan tanda silang ataupun tanda checklist (Ridwan, 2008:27).

Terdapat alternatif jawaban pada angket ini yaitu:

- a. Sangat setuju, jika responden berpendapat bahwa pernyataan benar.
- b. Setuju, jika responden berpendapat bahwa pernyataan lebih banyak benarnya daripada tidak.

- c. Tidak setuju, jika responden berpendapat bahwa pernyataan lebih banyak salahnya daripada benarnya.
- d. Sangat Tidak Setuju, jika responden berpendapat bahwa pernyataan adalah salah.

Pedoman pemberian skor pada tiap-tiap alternatif adalah seperti tabel berikut:

**Tabel 2**  
**Alternatif jawaban**

<b>Keterangan</b>	<b>Singkatan</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	SS	4
Setuju	S	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

#### **4.6 Metode Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian merupakan suatu kegiatan yang sangat penting dan memerlukan ketelitian serta kekritisian dari peneliti. Ada beberapa teknik analisa data yang tepat, maka harus memperhatikan tujuan penelitian dan data yang tersedia.

Setelah proses pengumpulan data, untuk selanjutnya data yang sudah terkumpul harus dianalisis. Dalam penelitian ini diperoleh hasil angket tentang kepuasan nasabah yang telah diisi oleh nasabah. Analisis dilakukan setelah angket diberikan.

Untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan yang diperoleh dari hasil angket dengan menggunakan besarnya prosentase rata-rata untuk keseluruhan responden yang telah mengisi angket dihitung dengan persamaan berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Prosentase kepuasan pelanggan

F = Banyaknya responden setiap tingkat kepuasan

N = Jumlah keseluruhan Responden

Untuk mengetahui hasil tingkat kepuasan pelanggan, maka perlu ditentukan nilai rata-rata responden dengan menggunakan kriteria dari perolehan skor angket/kuesioner tentang kepuasan pelanggan, seperti tabel sebagai berikut:

**Tabel 3**

**Kategori dan interval jawaban**

<b>Kategori</b>	<b>Interval</b>
Tinggi	$\bar{X} + S \leq N \leq \text{Skor Tertinggi}$
Sedang	$\bar{X} - S < N < \bar{X} + S$
Rendah	$\text{Skor Terendah} \leq N \leq \bar{X} - S$

Azwar (dalam Hafidah,2005)

Keterangan :

X = Mean (rata-rata)

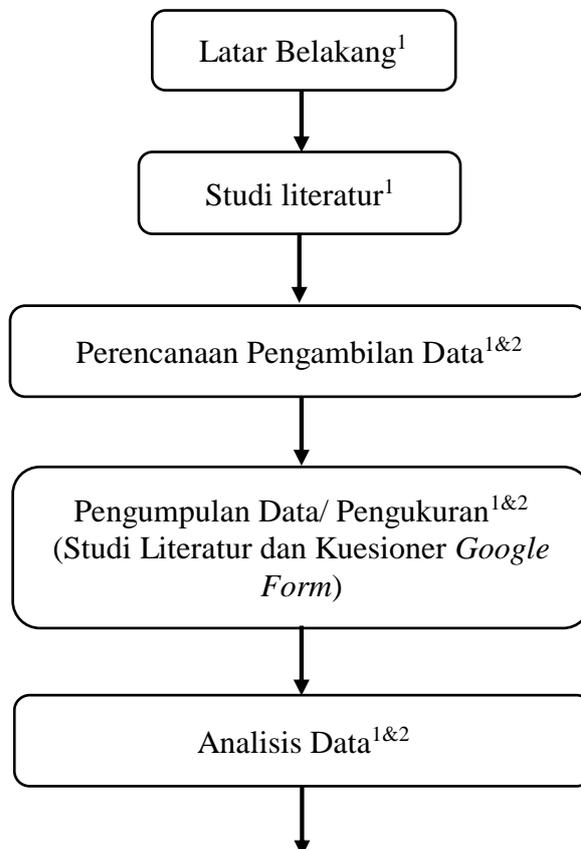
S = Standar Deviasi

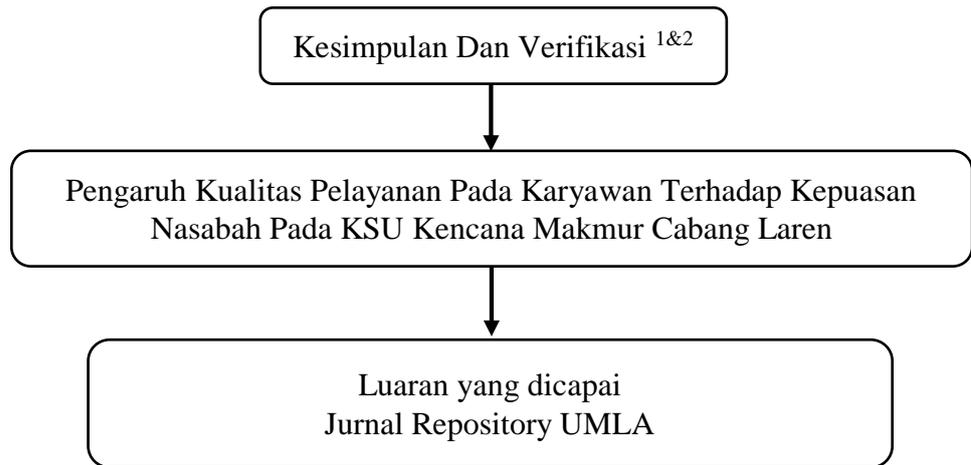
N = Skor total per nasabah

Jika nilai yang diperoleh responden dalam mengisi angket lebih besar sama dengan nilai rata-rata ditambah nilai standar deviasi atau kurang dari sama dengan nilai tertinggi maka responden tersebut berada pada tingkat kepuasan tinggi. Jika nilai yang diperoleh responden dalam mengisi angket lebih kecil dari nilai rata-rata dikurangi standar deviasi atau lebih besar dari nilai rata-rata ditambah dengan standar deviasi maka masuk dalam interval kepuasan sedang. Dan jika nilai yang diperoleh responden dalam mengisi angket lebih bbesar sama dengan skor terendah atau kurang dari sama dengan nilai rata-rata dikurangi standar deviasi maka responden tersebut berada pada interval Kepuasan rendah.

#### 4.7 Alur Penelitian

Secara sistematis alur metode penelitian akan ditunjukkan pada diagram alir dibawah ini:





**Keterangan**

1) = tugas ketua pengusul

2) = tugas anggota pengusul

1 & 2) = tugas ketua dan anggota pengusul

## **BAB 5**

### **HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI**

#### **5.1 Hasil Penelitian**

##### **5.1.1 Gambaran umum perusahaan**

###### **1. Profil Sejarah Singkat KSU Kencana Makmur**

Koperasi Serba Usaha yang disingkat KSU "Kencana Makmur" berdiri sejak tahun 1991. Koperasi ini didirikan oleh para pemuda Desa Sugihan sebanyak 20 orang pemuda dari berbagai kalangan dan disiplin ilmu dengan prakarsa Saudara Drs. H. Kasdari. Koperasi ini awalnya berbadan hukum ikut KUD "TANI BAHARI" Paciran. Pada waktu itu Desa Sugihan masih ikut Kecamatan Paciran sebelum pisah yang sekarang menjadi Kecamatan Solokuro saat itu dijadikan sebagai unit otonomi. Adapun yang melatar belakangi berdirinya Koperasi Serba Usaha (KSU) "Kencana Makmur" antara lain :

- a. Merajalelanya rentenir dan lintah darat pada waktu itu.
- b. Sulitnya kaum petani khususnya di Desa Sugihan dan sekitarnya dalam memenuhi kebutuhan saprodi.
- c. Terjadinya kesenjangan di kalangan generasi muda, maka diperlukan organisasi yang netral dan kuat.
- d. Banyaknya masyarakat yang merantau ke luar negeri sehingga sirkulasi keuangan yang masuk ke desa sangat besar, agar tidak sia-sia perlu adanya lembaga keuangan yang kuat.
- e. Masih sulitnya jangkauan dan akses perbankan pada waktu itu.
- f. Tersedianya sumber daya manusia yang mumpuni khususnya dikalangan generasi muda.

## **2. Profil KSU Kencana Makmur Cabang Laren**

KSU Kencana Makmur mempunyai beberapa cabang yang berdiri di beberapa kecamatan yang berada di kabupaten Lamongan. Salah satunya adalah Cabang Laren yang berada di daerah pasar Laren dan sudah yang dijadikan peneliti sebagai tempat untuk melakukan penelitiannya.

KSU Kencana Makmur Cabang Laren mempunyai nasabah yang berasal dari daerah sekitar Laren itu sendiri. Adapun untuk peraturan, visi, misi, motto, tugas karyawan dll mengikuti dari peraturan pusat.

## **3. Visi, Misi, Tujuan, dan Motto Koperasi**

### **a. Visi**

Membangun kehidupan demokrasi ekonomi yang kuat dan mantap adalah mutlak.

### **b. Misi**

1) Menata kehidupan masyarakat dengan berbasis ekonomi kerakyatan.

2) Mengembangkan ekonomi melalui koperasi demi untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.

### **c. Tujuan**

Meningkatkan kesejahteraan anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya.

### **d. Motto**

Bersama KSU Kencana Makmur, insya Allah hidup kita akan lebih makmur.

#### **4. Kelengkapan Organisasi**

- a. Aturan tertulis organisasi : Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga serta Aturan Khusus
- b. Nomor badan hukum : 8498/BH/II/1996
- c. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) : 02.577.138.7.601.000
- d. Jangkauan pelayanan : Wilayah Kabupaten Lamongan dan Sekitarnya.

#### **5. Identitas Umum**

- a. Nama lembaga : Koperasi Serba Usaha (KSU)  
"KENCANA MAKMUR"
- b. Tanggal badan hukum : 26 September 1996
- c. Alamat kantor pusat : Desa Sugihan Kecamatan Solokuro  
Kabupaten Lamongan
- d. Alamat kantor cabang :
  - 1) Selatan Pasar Karanggeneng telp. (0322) 393822
  - 2) Timur pertigaan sukodadi telp. (0322) 7709043
  - 3) Stand pasar Laren telp. (0322) 313821
  - 4) Jalan Raya Babat no. 209 telp. (0322) 459550
  - 5) Jalan Raya Deandles Desa Kranji Kecamatan Paciran (0322)  
664404
  - 6) Depan SDN Jompong Brondong (0322) 665143
  - 7) Ruko LTC Kapling A-28 Lamongan (0322) 317313

#### **6. Unit-unit Usaha**

Dalam rangka melayani kebutuhan para anggotanya, KSU Kencana Makmur mengembangkan berbagai produk usaha antara lain :

- a. USP Konvensional
- b. UJKS (Unit Jasa Keuangan Syari'ah)
- c. Sarana Produksi Pertanian (SAPRODI)
- d. Mini Market
- e. Agrobis
- f. Unit Peternakan
- g. Jasa Pengurusan STNK
- h. Jasa Pembayaran Rekening Listrik, Telkom, Pulsa.
- i. Unit Produksi Air Kesehatan Hexagonal (ASQIRO)
- j. Lapangan Futsal

**7. Prestasi dan Hasil Klasifikasi atau Pemingkatan**

- a. Koperasi Terbaik 2001, Kabupaten Lamongan
- b. Juara 2 Koperasi Berprestasi 2002, Provinsi Jawa Timur
- c. Peringkat B Klasifikasi Koperasi 2004, DINAS PERINDAGKOP  
LAMONGAN
- d. Peringkat A Koperasi Produsen Berprestasi 2005, KABUPATEN  
LAMONGAN
- e. Peringkat B Klasifikasi Koperasi 2005, DINAS PERINDAGKOP  
LAMONGAN
- f. Koperasi Serba Usaha Berprestasi 2005, Kabupaten Lamongan
- g. Peringkat A Koperasi Aneka Usaha Berprestasi 2006,  
KABUPATEN LAMONGAN
- h. Koperasi Produsen Berprestasi 2006, Kabupaten Lamongan
- i. Juara 2 Koperasi Berprestasi 2006, Provinsi JAWA TIMUR

- j. Koperasi Aneka Usaha Berprestasi 2007, Kabupaten Lamongan
- k. Peringkat A Koperasi Berprestasi 2008, KABUPATEN LAMONGAN
- l. Koperasi Berprestasi 2009, Kabupaten Lamongan
- m. Juara 2 Koperasi Berprestasi 2009, Provinsi JAWA TIMUR
- n. Koperasi Berkualitas 2009, Tingkat Nasional
- o. Juara 1 Koperasi Produsen Berprestasi 2009, Tingkat Nasional
- p. Pemingkatan Koperasi 2009, NASIONAL , BERKUALITAS
- q. Koperasi Berprestasi 2012, Kabupaten Lamongan
- r. Peringkat 2 Koperasi Berprestasi kelompok Pemasaran 2012, tingkat Jawa Timur

#### **8. Simpanan-simpanan Anggota**

Selain simpanan pokok, simpanan wajib dan simpanan sukarela KSU

Kencana Makmur juga menerima:

- a. Tabungan Biasa
- b. Tabungan Umroh
- c. Tabungan Haji

Tabungan umroh dan haji adalah Simpanan KSU Kencana Makmur yang hanya boleh diambil pada saat akan menunaikan ibadah haji dan umrah atau atas kesempatan antara pihak koperasi dan nasabah. Sistem yang digunakan untuk tabungan haji dan umroh bersifat wadi'ah atau titipan sehingga tidak mendapat bahas, namun akan mendapatkan bonus sesuai ketentuan KSU pada saat pengambilan.

- d. Arisan Anggota

Simpan berjangka yang kesemuanya itu dijamin keamanannya dan sangat menguntungkan bagi para anggotanya.

## **9. Pembiayaan**

Pembiayaan berdasarkan prinsip syari'ah adalah penyedia dana dan atau tagihan oleh KSU kepada nasabah berdasarkan akad Mudharabah, Musyarakah atau pembiayaan lainnya berdasarkan prinsip bagi hasil. Produk pembiayaan syariah meliputi:

### **a. Mudharabah (Bagi Hasil)**

Mudharabah atau bagi hasil adalah Pembiayaan modal kerja yang sepenuhnya ditanggung oleh koperasi, sedangkan nasabah hanya usaha dan manajemennya. Hasil keuntungan akan dibagikan sesuai dengan kesepakatan bersama berdasarkan ketentuan hasil.

#### **1) Jangka Waktu**

Jangka waktu untuk pembiayaan mudharabah adalah maksimal 24 bulan.

#### **2) Nisbah dihitung setiap akhir bulan.**

#### **3) Penyimpanan akan mendapat nisbah bilamana simpana telah genap satu bulan.**

#### **4) Nisbah akan ditambah bukukan pada rekening simpanan secara otomatis.**

#### **5) Pembagian nisbah adalah 60% koperasi dan 40% penyimpan dari Gross Margin.**

#### **6) Cara perhitungan Nisbah Penyimpanan (NP)**

$$\frac{\text{Margin P}}{\text{Sumber Modal}} = \text{Nisbah Indeks}$$

7) Sedangkan margin K adalah margin bagian koperasi yang selanjutnya akan dibagi sesuai dengan anggaran dasar koperasi.

b. Murobahah (Modal Kerja)

Murobahah atau modal kerja adalah pembiayaan jual beli atau investasi yang cara pembayarannya tiap bulan hanya keuntungan saja dan pada saat jatuh tempo pokok beserta keuntungan sesuai dengan kesepakatan bersama.

c. Musyarokah (Penyertaan Modal)

Musyarokah atau penyertaan modal adalah pembiayaan berupa sebagian modal yang diberikan kepada nasabah dari modal keseluruhan. Masing-masing pihak bekerja dan memiliki hak untuk turut serta mewakili atau menggugurkan haknya dalam manajemen usaha. Keuntungan dari usaha ini akan dibagi menurut proporsi penyertaan modal sesuai dengan kesepakatan bersama.

1) Nisbah bagi hasil

Nisbah bagi hasil untuk musyarokah adalah 40 % untuk koperasi dan 60 % untuk nasabah.

2) Perhitungan Nisbah Bahas

Nasabah : Modal Keseluruhan x laba x 60 %

Koperasi : Modal Keseluruhan x laba x 40 %

Pokok :  $\frac{\sum Plafond}{\text{Jangka waktu}}$

Angsuran/bulan : Pokok + Bahas Koperasi

d. Qordul Hasan (Pinjaman Sosial)

Qardhul Hasan atau pinjaman sosial adalah kegiatan transaksi dengan *akad pinjaman dana non komersial* di mana si peminjam mempunyai kewajiban untuk membayar pokok dana yang dipinjam kepada koperasi yang meminjamkan tanpa imbalan atau bagi hasil dalam waktu tertentu sesuai kesepakatan.

**10. Pinjaman Bermasalah**

a. Pinjaman Kurang Lancar

Pinjaman digolongkan kurang lancar apabila memenuhi kriteria di bawah ini :

1) Pengembalian pinjaman dilakukan dengan angsuran yaitu :

a) Terdapat tunggakan angsuran pokok sebagai berikut :

- Tunggakan melampaui 1 (satu) bulan dan belum melampaui 2 (dua) bulan bagi pinjaman dengan masa angsuran kurang dari 1 (satu) bulan, atau
- Tunggakan melampaui 3 (tiga) bulan dan belum melampaui 6 (enam) bulan bagi pinjaman yang masa angsuran ditetapkan bulanan, 2 (dua) bulanan atau 3 (tiga) bulanan, atau
- Tunggakan melampaui 6 (enam) bulan tetapi belum melampaui 12 (dua belas) bulan bagi pinjaman yang masa angsurannya ditetapkan 6 (enam) bulanan atau lebih.

b) Terdapat tunggakan bunga sebagai berikut :

2) Pengembalian pinjaman tanpa angsuran yaitu :

a) Pinjaman belum jatuh tempo

- Terdapat tunggakan bunga melampaui 3 (tiga) bulan tetapi belum melampaui 6 (enam) bulan.

b) Pinjaman telah jatuh tempo dan belum dibayar tetapi belum melampaui 3 (tiga) bulan.

b. Pinjaman yang Diragukan

Pinjaman digolongkan diragukan apabila pinjaman yang bersangkutan tidak memenuhi kriteria kurang lancar, tetapi berdasarkan penilaian dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Pinjaman masih dapat diselamatkan dan agunannya bernilai sekurang-kurangnya 75% dari hutang peminjam termasuk bunganya, atau
- 2) Pinjaman tidak dapat diselamatkan tetapi agunannya masih bernilai sekurang-kurangnya 100% dari hutang peminjam.

c. Pinjaman yang Macet

Pinjaman digolongkan macet apabila :

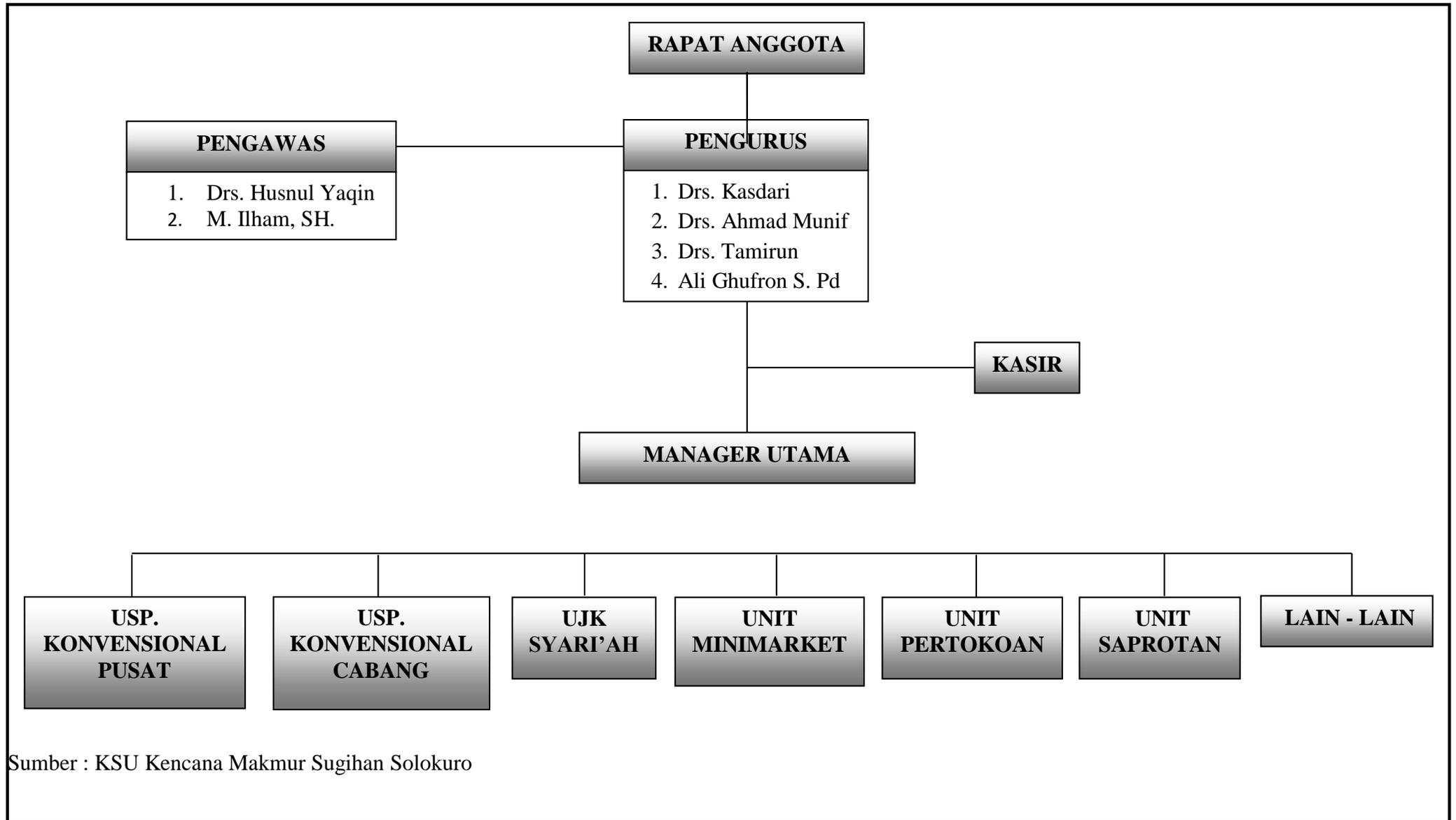
- 1) Tidak memenuhi kriteria kurang lancar dan diragukan.
- 2) Tidak memenuhi kriteria diragukan tetapi dalam jangka waktu 21 (dua puluh satu) bulan sejak digolongkan diragukan belum ada pelunasan atau usaha penyelamatan pinjaman.

- 3) Pinjaman tersebut penyelesaiannya telah diserahkan kepada Pengadilan Negeri atau telah diajukan penggantian ganti rugi kepada perusahaan asuransi kredit.
- Untuk memperoleh rasio antara resiko pinjaman bermasalah dengan pinjaman yang diberikan, dihitung dengan menjumlahkan :
    - 50% dari pinjaman diberikan yang kurang lancar.
    - 75% dari pinjaman diberikan yang diragukan.
    - 100% dari pinjaman diberikan yang macet.

## **11. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas**

### **a. Struktur Organisasi**

Dalam KSU Kencana Makmur Sugihan Solokuro Lamongan juga terdapat struktur pengurus yang tersusun berdasarkan prosedur yang ditetapkan dalam rapat anggota. Struktur pengurus ini mencerminkan sistem manajemen yang berlaku di KSU Kencana Makmur Sugihan Solokuro Lamongan. Adapun Struktur organisasi tersebut adalah sebagai berikut :



**Gambar 3**  
**Struktur KSU Kencana Makmur**

## **b. Pembagian Tugas**

Adapun pembagian tugas yang ditetapkan oleh KSU Kencana Makmur Sugihan Solokuro Lamongan adalah sebagai berikut:

### 1) PENGURUS:

- a) Bertanggung jawab terhadap roda kegiatan organisasi, baik kedalam maupun keluar.
- b) Memimpin dan mengkoordinasikan kegiatan organisasi dan management serta kegiatan usaha sesuai dengan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumag tangga.
- c) Mengadakan rapat rutin bulanan terhadap pengurus, pengawas, dan karyawan. Memimpin kegiatan rapat-rapat serta mengamankan hasil-hasilnya.
- d) Mengambil inisiatif serta memanfaatkan peluang untuk memajukan KSU Kencana Makmur.
- e) Menandatangani surat-surat resmi, baik kedalam maupun keluar.
- f) Mengambil kebijakan organisasi, guna penyelamatan KSU Kencana Makmur.
- g) Mengatasnamakan semua aset-aset KSU Kencana Makmur yang memerlukan legalitas hukum serta menandatangani sesuai aturan yang berlaku.

- h) Membuat kontrak kerja Manager, SK karyawan, serta surat-surat tugas lainnya untuk kepentingan KSU Kencana Makmur.
- i) Mengetahui dan mengontrol setiap saat piutang anggota atau calon anggota maupun simpanan anggota atau calon anggota KSU Kencana Makmur.
- j) Meminta laporan setiap bulan dari manager utama, manager USP konvensional baik pusat maupun cabang, UJKS syari'ah maupun unit-unit lainnya untuk dievaluasi dan bila perlu diambil kebijakan-kebijakan.
- k) Memberikan laporan kegiatan organisasi dan usaha kepada pihak-pihak yang terkait dengan kepentingan KSU Kencana Makmur.
- l) Menyetujui, mengarahkan, dan mempertanggung jawabkan secara langsung pembiayaan kredit pola syari'ah.
- m) Mengetahui semua kredit yang dicairkan setiap saat.
- n) Mengevaluasi, memberikan apresiasi, memberikan pembinaan serta memberikan sanksi terhadap sumber daya manusia yang ada di KSU Kencana Makmur.
- o) Melaksanakan fungsi-fungsi organisasi dan management.

2) PENGAWAS:

Tugas pengawas secara umum telah jelas tertuang pada anggaran dasar KSU Kencana Makmur pada bab XII pasal 36 ayat 1 sampai dengan ayat 5. Namun disini secara umum bisa disimpulkan bahwa tugas pengawas adalah:

- a) Memberikan pengawasan terhadap jalannya organisasi dan kegiatan usaha di KSU Kencana Makmur.
- b) Bersama-sama pengurus merencanakan program-program. Memberikan masukan kepada pengurus dalam mengambil kebijakan-kebijakan.
- c) Mengontrol kinerja semua komponen organisasi. Menyusun laporan berkala tri bulanan.

Selanjutnya secara teknik kegiatan pengawas agar dituangkan job sendiri oleh pengawas.

3) KASIR:

- a) Bertanggung jawab terhadap keuangan KSU Kencana Makmur.
- b) Menyimpan di tempat yang aman saldo kas setiap hari di akhir transaksi.
- c) Membuat berita acara kas harian yang ditandatangani oleh pengurus.
- d) Menerima uang untuk transaksi induk disertai dokumen.

- e) Mengeluarkan uang untuk transaksi induk disertai dokumen.
  - f) Mencatat kedalam buku kas setiap penerimaan dan pengeluaran uang atas dasar dokumen.
  - g) Membuat perhitungan terhadap pendapatan-pendapatan dan biaya-biaya induk setiap bulan.
  - h) Memberikan laporan kepada pengurus secara berkala setiap bulan dan sewaktu-waktu bila diperlukan.
- 4) MANAGER UTAMA:
- a) Bertanggung jawab atas semua kegiatan tiap-tiap unit usaha.
  - b) Mencari peluang bisnis baru yang layak dan menuntungkan KSU Kencana Makmur.
  - c) Mencari terobosan usaha, terobosan modal, dan terobosan mitra kerja.
  - d) Menyusun laporan dari tiap-tiap unit usaha untuk disampaikan kepada pengurus tiap bulan.
  - e) Memberikan pembinaan-pembinaan kepada karyawan.
  - f) Memberikan evaluasi dan perincian kepada kinerja semua karyawan untuk disampaikan kepada pengurus setiap saat.
  - g) Melaporkan kegiatan usaha setiap bulan kepada pengurus

### 5.1.2 Karakteristik Responden

Dalam karakteristik responden ini yang menjadi sampel dari penelitian adalah beberapa nasabah KSU Kencana Makmur Cabang Laren yang dipilih secara acak. Nasabah terdiri dari penabung dan juga peminjam yang diambil sebanyak 100 orang. Sehingga dalam penentuan sampel ini responden dikelompokkan menurut usia, pekerjaan, jenis kelamin dan pendidikan terakhir.

#### 1. Deskripsi Responden menurut usia

**Tabel 4**

**Prosentase responden menurut usia**

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi (orang)</b>	<b>Prosentase (%)</b>
< 20 Tahun	2	2 %
21 – 30 Tahun	26	26 %
31 – 40 Tahun	42	42 %
41 – 50 Tahun	18	18 %
> 520 Tahun	12	12 %
Total Responden	100	100%2

Berdasarkan tabel diatas proporsi responden menurut usia menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah responden yang berumur antara 31 – 40 Tahun yaitu sebesar 42 orang atau 42 %.

2. Deskripsi jenis kelamin

**Tabel 5**

**Prosentase responden menurut jenis kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi ( Orang)</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Laki – laki	74	74 %
Perempuan	26	26 %
Jumlah Responden	100	100 %

Berdasarkan tabel diatas proporsi responden menurut jenis kelamin menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah laki – laki 74 orang atau 74 %.

3. Deskripsi pendidikan terakhir

**Tabel 6**

**Prosentase responden menurut pendidikan terakhir**

<b>Tingkat Pendidikan</b>	<b>Frekuensi (orang)</b>	<b>Prosentase (%)</b>
SD	4	4 %
SLTP	10	10 %
SLTA	30	30 %
Diploma	29	29 %

Sarjana	17	17 %
Pasca Sarjana	10	10 %
Jumlah Responden	100	100 %

Berdasarkan data diatas proporsi pengelompokan responden menurut tingkat pendidikan maka sebagian responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah responden yang berpendidikan SLTA yaitu sebesar 30 orang atau 30 %.

#### 4. Deskripsi jenis pekerjaan

**Tabel 7**

**Prosentase responden menurut jenis pekerjaan**

<b>Jenis pekerjaan</b>	<b>Responden (orang)</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Wiraswasta	62	62 %
Guru	4	4 %
Pelajar	11	11 %
Petani	15	15 %
Pedagang	3	3 %
Pegawai swasta	4	4 %
Nelayan	1	1 %
Jumlah responden	100	100 %

Berdasarkan tabel diatas proporsi prosentase pengelompokan responden menurut jenis pekerjaan, yaitu menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah wiraswasta yaitu sebesar 62 orang atau 62 %.

## 5.2 Pembahasan

Untuk menunjang kepuasan nasabah KSU Kencana Makmur Cabang Laren salah satu usaha yang dilakukan oleh setiap perusahaan adalah penerapan dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

Adapun kualitas layanan dapat meliputi *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy* dimana dalam peningkatan kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Adapun dimensi kualitas layanan nasabah yang meliputi *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy* terhadap kepuasan nasabah KSU Kencana Makmur Cabang Laren diuraikan sebagai berikut:

### 1. *Tangible* (bukti fisik)

Bukti fisik (*tangible*) berkaitan dengan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal dan keunggulan sarana dan prasarana fisik yang digunakan dalam memberikan layanan kepada nasabah.

Adapun yang menjadi indikator dapat meliputi :

- a. Peralatan yang modern
- b. Fasilitas yang berdaya tarik visual
- c. Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional

d. Penampilan luar fasilitas fisik perusahaan

Adapun diskripsi tanggapan res;onden menegnai bukti fisik dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 8**

**Deskripsi jawaban responden mengenai bukti fisik (*tangible*)**

NO	Pertanyaan	Tanggapan responden			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
1	KSU Kencana Makmur cabang Laren memiliki tempat yang strategis	-	3%	9%	88%
2	Karyawan KSU Kencana Makmur Cabang Laren berpenampilan rapi	-	8%	74%	18%
3	KSU Kencana Makmur Cabang Laren memiliki tempat yang bersih	1%	20%	33%	46%
4	Eksterior kantor KSU Kencana Makmur Cabang Laren menarik	2%	7%	15%	76%

Berdasarkan tabel diatas yaitu deskripsi jawaban responden mengenai variabel *tangible*(bukti fisik), maka untuk pertanyaan KSU Kencana Makmur Cabang Laren memilik tempat yang strategis, maka rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju 88%. Kemudian pertanyaan bahwa Karyawan KSU Kencana Makmur Cabang Laren berpenampilan rapi, maka sebagian besar responden menjawab setuju sebanyak 74%. Kemudian untuk pertanyaan KSU Kencana Makmur Cabang Laren memilik tempat yang bersih, maka sebagian besar responden memberi jawaban sangat setuju

sebanyak 46%. Dan untuk pertanyaan terakhir pada variabel *tangible* yakni eksterior kantor KSU Kencana Makmur Cabang Laren menarik, maka rata-rata responden memberi jawaban sangat setuju sebanyak 74%.

## 2. *Reliability*

Dimensi keandalan berpengaruh dalam memberikan kepuasan nasabah KSU Kencana Makmur Cabang Laren yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

**Tabel 9**

**Deskripsi jawaban responden mengenai kehandalan (*Reliability*)**

NO	Pertanyaan	Tanggapan responden			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
5	Pelayanan KSU Kencana Makmur Cabang laren sesuai yang dijanjikan	-	13%	74%	13%
6	KSU Kencana Makmur Cabang Laren memberikan pelayanan tepat pada waktunya	-	14%	66%	20%
7	KSU Kencana Makmur Cabang Laren secara akurat memverifikasi permintaan nasabah	-	9%	36%	55%
8	KSU Kencana Makmur Cabang Laren dengan tulus membantu nasabah	1%	10%	41%	48%

Berdasarkan tabel diatas yakni jawaban responden tentang variabel *reliability* yang menunjukkan bahwa pelayanan KSU Kencana Makmur

Cabang Laren sesuai yang dijanjikan, maka rata-rata responden memberikan jawaban setuju sebanyak 74%. Kemudian untuk pertanyaan KSU Kencana Makmur Cabang Laren memberikan pelayanan tepat pada waktunya, sebagian besar responden memberikan jawaban setuju sebanyak 66%. Kemudian untuk pertanyaan KSU Kencana Makmur Cabang Laren secara akurat memverifikasi permintaan nasabah, maka sebagian besar responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 55%. Dan untuk pertanyaan terakhir pada variabel reliability yakni KSU Kencana Makmur cabang Laren dengan tulus membantu nasabah, maka rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju 48%.

### 3. *Responsivitas*

Deskripsi jawaban responden untuk variabel daya tanggap dalam layanan nasabah KSU Kencana Makmur cabang Laren dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

**Tabel 10**

**Deskripsi jawaban responden mengenai *Responsivitas* (daya tanggap)**

NO	Pertanyaan	Tanggapan responden			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
9	Karyawan KSU Kencana Makmur Cabang Laren bersedia membantu nasabah dengan baik	-	5%	30%	65%

10	Karyawan KSU Kencana Makmur Cabang Laren memberitahu nasabah kapan pelayanan diberikan	-	9%	22%	69%
11	Karyawan KSU Kencana Makmur Cabang Laren memberikan pelayanan dengan segera	-	3%	26%	71%
12	Karyawan KSU Kencana Makmur cabang Laren bersedia memberikan pelayanan saat dibutuhkan	-	2%	69%	29%

Berdasarkan tabel diatas tentang jawaban responden untuk variabel *Responsivitas* yang menunjukkan bahwa jawaban responden untuk pertanyaan karyawan KSU Kencana Makmur cabang laren bersedia membantu nasabah dengan baik, maka rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 65%. Kemudian untuk pertanyaan Karyawan KSU Kencana makmur Cabang Laren memberikan pelayanan dengan segera, maka rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 71%. Dan untuk pertanyaan terakhir pada variabel *Responsivitas* yakni karyawan KSU Kencana Makmur Cabang Laren bersedia memberikan pelayanan saat dibutuhkan, maka rata-rata responden memberikan jawaban setuju sebanyak 69%.

#### 4. *Assurence* (jaminan)

Deskripsi *Assurance* berpengaruh dalam memberikan kepuasan terhadap nasabah KSU Kencana Makmur Cabang Laren yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

**Tabel 11**

**Deskripsi jawaban responden mengenai jaminan (*assurance*)**

NO	Pertanyaan	Tanggapan responden			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
13	Kemampuan karyawan KSU Kencana Makmur dapat dipercaya	-	7%	62%	31%
14	Karyawan KSU Kencana Makmur Cabang Laren sopan saat melayani	1%	6%	27%	66%
15	Nasabah merasa aman saat bertransaksi di KSU Kencana Makmur Cabang Laren	-	13%	58%	29%
16	Karyawan menanamkan kepercayaan nasabah terhadap KSU Kencana Makmur Cabang Laren	-	21%	50%	29%

Berdasarkan tabel diatas yakni deskripsi tanggapan responden mengenai variabel *assurance* yang menunjukkan bahwa untuk pertanyaan kemampuan karyawan KSU Kencana Makmur dapat dipercaya, maka rata-rata responden memberikan jawaban setuju sebanyak 62%. Kemudian untuk pertanyaan Karyawan KSU Kencana Makmur Cabang Laren sopan saat melayani, maka rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 66%. Untuk pertanyaan nasabah merasa aman saat bertransaksi di KSU Kencana Makmur cabang Laren, maka rata-rata responden memberikan jawaban setuju sebanyak 58%. Dan untuk pertanyaan terakhir pada variabel assurance yakni

karyawan menanamkan kepercayaan nasabah terhadap KSU Kencana Makmur Cabang Laren, maka rata-rata jawaban adalah setuju sebanyak 50%.

5. *Emphaty* (komunikasi)

Deskripsi jawaban responden mengenai *emphaty* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 12**

**Deskripsi jawaban responden mengenai komunikasi (*emphaty*)**

NO	Pertanyaan	Tanggapan responden			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
17	Karyawan KSU Kencana Makmur menyapa nasabah dengan nama	2%	21%	57%	20%
18	Karyawan KSU Kencana Makmur Cabang Laren segera minta Maaf apabila terjadi kesalahan	-	9%	25%	66%
19	Karyawan KSU Kencana Makmur cabang Laren memahami kebutuhan nasabah	1%	16%	54%	29%
20	Waktu operasional KSU Kencana Makmur sesuai dengan kebutuhan nasabah	3%	19%	52%	26%

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai variabel *emphaty* menunjukkan bahwa untuk pertanyaan karyawan KSU Kencana Makmur cabang Laren menyapa nasabah dengan nama, maka

rata-rata jawaban adalah setuju 57%. Dan untuk pertanyaan karyawan KSU Kencana Makmur cabang Laren segera minta maaf apabila melakukan kesalahan, maka rata-rata jawaban adalah sangat setuju 66%. Kemudian untuk pertanyaan karyawan KSU Kencana Makmur cabang Laren memahami kebutuhan nasabah, maka rata-rata menunjukkan jawaban setuju sebanyak 54%. Dan untuk pertanyaan yang paling terakhir yakni waktu operasional KSU Kencana Makmur cabang laren sesuai dengan kebutuhan nasabah, maka rata-rata jawaban adalah setuju sebanyak 52%.

### 5.3 Metode Analisis Data

Lembaran kuesioner yang telah dibagikan kepada responden yakni sebagian dari nasabah KSU Kencana Makmur cabang Laren untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan karyawan KSU Kencana Makmur cabang Laren telah menghasilkan nilai sebagai mana tabel berikut ini:

**Tabel 13**

**Daftar jumlah nilai tiap responden**

No	Nama Responden	N
01	Suwito	55
02	Retno Agustina	73
03	Johan Abdillah	67
04	Siti Aisyiyah	55
05	Sri Hartini	67
06	Kiswati	56
07	Muslimin	65
08	M. Nasron	73

09	Liatin Muslimah	53
10	Karnoto	66
11	Ahmad Muhs	67
12	Ummul Khusnianti	74
13	Muntiani	64
14	Supriyadi	74
15	Sumizah	57
16	Budiono	73
17	Sunardi	73
18	Abd Muid	73
19	Sarmuji	66
20	Achmad Thohari	73
21	Choirul Usman	67
22	Muji	67
23	Sulaiman	73
24	Edi Purnomo Wanto	73
25	A Sutrisno	63
26	Hendra Gunawan	67
27	Iswanto	66
28	Moh Ilyas	73
29	Katemi	55
30	Didik Suprpto	74
31	Moch Solikin	60
32	Musliman	76
33	Siswanto	66
34	Kasmari	58
35	Zakariyah	67
36	Hasan Waryono	74

37	Sun'an Jamil	55
38	Mujib Musbah	64
39	Siti Maifatul Fitri	54
40	Sholihin	60
41	Hariyono	66
42	Siti Sholihah	60
43	Kontari	73
44	Harmuji	69
45	Margono	65
46	Nik Aisyah	73
47	Sugeng	73
48	Muchamad Rohman	68
49	Nuroyati	73
50	Rozikin	74
51	Iwan Habibi	60
52	Zubairi	67
53	Achmad Aziz Khoirul	73
54	Achmad Dluha	67
55	Kuswadi	73
56	Khonik Zulia	73
57	Mundarjo	68
58	Suhud	68
59	Kasminto	73
60	Faisal Akhlis	67
61	Burno	57
62	Min Robin	67
63	Muqomah	73
64	Jhoni Susilo	62

65	M Kasnan	62
66	Herman Setiawan	63
67	Karsiyati	67
68	Sutikno	67
69	Ahmad Subhan	73
70	Muchid	57
71	Muslik	59
72	Fatihatus Nikmah	73
73	Kacung nas	73
74	Moc. Agus Imam Arifin	64
75	Imam Arifin	62
76	Nur Rochim	73
77	M Nur Sobari	67
78	Sidik Hariyanto	62
79	Musni	73
80	Khoirul Anwar	52
81	Moh Yoni	65
82	Sumiatun	67
83	Ummu Sa'adah	73
84	Khumaidi Abdillah	65
85	Gembrok	68
86	Zainal Fanani	74
87	Kardi	62
88	Mastoni	66
89	Zubairi Aziz	62
90	Dyah Maratus Sholihah	73
91	Tamam	62
92	Sumi'ah	73

93	Suwandi	66
94	Sumanan	67
95	Abd Aziz Pratama	73
96	Riyamin	65
97	Masghobatin	73
98	Salwati Elvi Al Hizriana	73
99	Sutomo	64
100	M Zam-zam	73

Dari data tersebut maka diperoleh data sebagai berikut:

Rata-rata nilai angket ( $\bar{x}$ ) = 66,89

Standar Deviasi (S) = 6,08

Berikut ini adalah hasil kategori kuisisioner responden.

**Tabel 14**  
**Kategori hasil kuisisioner**

<b>Rentangan nilai</b>	<b>Kategori</b>
$73 \leq N \leq 76$	Tinggi
$60,80 < N < 73$	Sedang
$52 \leq N \leq 60,80$	Rendah

Berdasarkan hasil angket dan kategori tersebut maka diperoleh prosentase sebagai berikut:

**Tabel 15**  
**Prosentase tingkat kepuasan nasabah**

<b>Tingkat Motivasi</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Prosentase</b>
Tinggi	37	37%
Sedang	46	46%
Rendah	17	17%
Jumlah	100	100%

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah yang mempunyai tingkat kepuasan tinggi sebanyak 37%, sedangkan yang sedang sebanyak 46% dan tingkat kepuasan rendah sebanyak `17%.

Dari hasil prosentase tersebut dapat terlihat bahwa nasabah yang mempunyai prosentase tertinggi adalah pada tingkatan sedang yakni sebanyak 46%., hanya berbeda sedikit dengan prosentase nasabah yang tingkatannya tinggi yakni sebesar 37%. Sedangkan nasabah yang mempunyai prosentase rendah hanya sebesar 17%. Dari sini dapat disimpulkan bahwa nasabah sudah merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh karyawan KSU Kencana Makmur cabang Laren berdasarkan tingkatan prosentase tersebut.

#### **5.4 Kendala-kendala yang dihadapi karyawan dalam memberikan pelayanan**

Dalam melakukan penelitian banyak kendala yang dihadapi oleh karyawan dalam memberikan pelayanan diantaranya adalah:

1. Ada beberapa nasabah yang tidak mengangsur sesuai dengan jangka waktu yang ditentukan. Sehingga karyawan harus berkali-kali mengingatkan ke nasabah agar segera membayar angsuran dengan cara mengirim surat peringatan kepada nasabah.
2. Ada beberapa nasabah yang mengadaikan barang yang sudah dijadikan jaminan ke KSU Kencana Makmur kepada orang lain.

Tapi Alhamdulillah kendala-kendala tersebut masih bisa diselesaikan walaupun harus dengan usaha yang lebih agar nasbah mau membayar sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan.

**BAB 6**  
**RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA**

**6.1 Rencana Tahapan Berikutnya**

Penelitian ini telah berlangsung pada Februari-November 2020, dan Tahap berikutnya akan di laksanakan sesuai dengan tabel di bawah ini.

**Tabel 16 Jadwal Kegiatan Penelitian**

No	Jenis Kegiatan	Tahun ke-1											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Pengumuman Pengusulan Proposal		■										
2	Penerimaan Pengusulan		■										
3	Rapat Tim Pengusul		■										
4	Survei Pendahuluan dan Pengurusan Perizinan Penelitian		■										
5	Pengumpulan data penelitian			■	■	■	■	■					
6	Analisis data dan penyusunan hasil penelitian					■	■	■					
7	Laporan Kemajuan Penelitian								■				
8	Penyempurnaan laporan hasil penelitian									■			
9	Laporan akhir/monitoring Ke-II										■		
10	Perbaikan laporan akhir dari monitoring ke-II										■	■	
11	Unggah Laporan akhir											■	
12	Publikasi Luaran												■

Keterangan:

■ : Sudah terealisasi

## **BAB 7**

### **PENUTUP**

#### **7.1 Simpulan**

Dari hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan bahwa berdasarkan hasil prosentase tersebut dapat terlihat bahwa nasabah yang mempunyai prosentase tertinggi adalah pada tingkatan sedang yakni sebanyak 46%, hanya berbeda sedikit dengan prosentase nasabah yang tingkatannya tinggi yakni sebesar 37%. Sedangkan nasabah yang mempunyai prosentase rendah hanya sebesar 17%. Dari sini dapat disimpulkan bahwa nasabah sudah merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh karyawan KSU Kencana Makmur cabang Laren berdasarkan tingkatan prosentase tersebut.

Selain itu, penulis dapat menyimpulkan bahwa pelayanan mempunyai peranan penting untuk meningkatkan kepuasan nasabah dilihat dari variabel *Responsivitas* (daya tanggap) yang menunjukkan bahwa jawaban responden untuk pertanyaan karyawan KSU Kencana Makmur cabang laren bersedia membantu nasabah dengan baik, maka rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 65%. Kemudian untuk pertanyaan Karyawan KSU Kencana makmur Cabang Laren memberikan pelayanan dengan segera, maka rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 71%. Dan untuk pertanyaan terakhir pada variabel *Responsivitas* yakni karyawan KSU Kencana Makmur Cabang Laren bersedia memberikan pelayanan saat dibutuhkan, maka rata-rata responden memberikan jawaban setuju sebanyak 69%.

Dari penjelasan diatas terlihat bahwa kebanyakan nasabah memberikan jawaban sangat setuju di setiap item pertanyaan pada variabel *responsiviness* yang merupakan daya tanggap yakni kesediaan dalam membantu nasabah dengan segera dan tepat.

## 7.2 Implikasi

Dari hasil simpulan yang telah dikemukakan, maka penulis memberikan kontribusi yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak KSU Kencana Makmur cabang Laren adalah sebagai berikut:

1. Disarankan kepada pihak KSU Kencana Makmur agar dalam memberikan pelayanan bagi nasabah masih memperhatikan aspek-aspek yang mempengaruhi kepuasan nasabah yakni: *tangible* (bukti fisik), *responsivitas* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *reliabilitas* (kehandalan), *empati* (komunikasi).
2. Mengingat bahwa *responsivitas* adalah variabel paling dominan maka disarankan kepada perusahaan untuk dapat memberikan pelatihan kepada karyawan sehingga karyawan bisa melayani nasabah dengan lebih baik lagi.

## 7.3 Keterbatasan

Keterbatasan penelitian ini antara lain :

1. Penelitian ini hanya dibatasi pada pengaruh pelayanan karyawan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Yang dikategorikan dalam kepuasan tinggi, sedang dan rendah. Berapa persen nasabah yang masuk dalam tingkat kepuasan tinggi, sedang ataupun rendah itu yang dicari dengan menggunakan rumus prosentase.
2. Penelitian ini melibatkan 100 orang yang digunakan sebagai sampel yang diharapkan dengan sampel tersebut dapat mewakili umlah nasabah KSU Kencana Makmur cabang Laren yang berjumlah 2500 orang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi revisi Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, Edisi revisi V1, Jakarta: Rineka Cipta.
- Hafidah, F. 2005. *Pembelajaran Aritmetika Realistik Dengan Menggunakan Bahasa Anak Panah pada siswa kelas 1 Madrasah Ibtidaiyah Negeri Malang 1*. Skripsi. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang.
- Kasmir, 2004. *Pemasaran Bank*, Jakarta: Prenada Media.
- Kotler, P. 2004. *Manajemen Pemasaran (Terjemahan Hendra Teguh, Ronny Rusli, Benjamin Molan)*, Edisi Milenium 1, PT. Indeks, Jakarta.
- Lovelock dan Lauren, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, Indeks, 2005.
- Moeleong, L. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Payne, A. 2001, *Pemasaran Jasa (Terjemahan Fandi Tjiptono)*, Edisi II Andi Offset, Yogyakarta.
- Purwanti, E. 2000. *Pengembangan peserta didik*. UMM Pres
- Riduwan. 2008. *Skala Pengukuran variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2004. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset.
- , 2001. *Strategi Pemasaran*, Edisi kedua, Yogyakarta: Andi Offset
- , 2000. *Strategi Pemasaran*, Edisi kedua, Yogyakarta: Andi Offset

## Lampiran 1. Justifikasi Anggaran Penelitian

<b>1. Bahan Habis Pakai</b>				
<b>Material</b>	<b>Justifikasi</b>	<b>Kuantitas</b>	<b>Harga Satuan (Rp)</b>	<b>Harga Peralatan Penunjang (Rp)</b>
				<b>Tahun Sekarang</b>
Bahan	Biaya cetak	3 Bendel	45.000	135.000
Bahan	Kertas A4 (ATK)	1 Rim	60.000	60.000
Bahan	Kuitansi (ATK)	2 Buah	10.000	20.000
Bahan	Map Kertas (ATK)	1 Pack	45.000	45.000
Bahan	Amplop (ATK)	1 Box	12.000	12.000
Bahan	Materai 10 Ribu (ATK)	4 Buah	12.000	48.000
Bahan	Paket data internet (2 anggota)	2 Paket	50.000	100.000
<b>SUB TOTAL (Rp)</b>				<b>420.000</b>
<b>2. Pengumpulan Data</b>				
<b>Material</b>	<b>Justifikasi</b>	<b>Kuantitas</b>	<b>Harga Satuan (Rp)</b>	<b>Harga Peralatan Penunjang (Rp)</b>
				<b>Tahun Sekarang</b>
Pengumpulan Data	HR Pembantu Peneliti (HR Mahasiswa Pengumpulan Data)	3 orang	400.000	1.200.000
Pengumpulan Data	FGD Persiapan Penelitian	4 Paket	85.000	340.000
Pengumpulan Data	Uang Harian Rapat didalam Kantor (HR Lembur)	2 orang	180.000	360.000
<b>SUB TOTAL (Rp)</b>				<b>1.900.000</b>
<b>3. Analisa Data</b>				
<b>Material</b>	<b>Justifikasi</b>	<b>Kuantitas</b>	<b>Harga Satuan (Rp)</b>	<b>Harga Peralatan Penunjang (Rp)</b>
				<b>Tahun Sekarang</b>
Analisis Data	Biaya Analisis Data (Pengolahan Data/ Reduksi Data)	2 Paket	160.000	320.000

Analisis Data	Honorarium Pengolah Data (Biaya olah data—HR Mahasiswa untuk konfirmasi data)	2 Paket	155.000	310.000
<b>SUB TOTAL (Rp)</b>				<b>630.000</b>
<b>4. Pelaporan, Luaran Wajib, Luaran Tambahan</b>				
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)
				Tahun Sekarang
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya Publikasi Sinta 3	1 Artikel	600.000	600.000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Jasa penerjemah artikel ke Bahasa Inggris	1 Artikel	200.000	200.000
<b>SUB TOTAL (Rp)</b>				<b>800.000</b>
<b>TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN SETIAP TAHUN (Rp)</b>				<b>3.750.000</b>
<b>TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN SELURUHNYA (Rp)</b>				<b>3.750.000</b>

**Lampiran 2. Realisasi Anggaran Penelitian Tahap Pertama**

Dana yang masuk pada termin 1 senilai Rp. 2.620.000,-

<b>1. Bahan Habis Pakai</b>					
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	RAB Harga Peralatan Penunjang (Rp)	Realisasi
				Tahun Sekarang	Tahun Sekarang
Bahan	Biaya cetak	3 Bendel	45.000	135.000	135.000
Bahan	Kertas A4 (ATK)	1 Rim	60.000	60.000	60.000
Bahan	Kuitansi (ATK)	2 Buah	10.000	20.000	20.000
Bahan	Map Kertas (ATK)	1 Pack	45.000	45.000	45.000
Bahan	Amplop (ATK)	1 Box	12.000	12.000	12.000
Bahan	Materai 10 Ribu (ATK)	4 Buah	12.000	48.000	48.000
Bahan	Paket data internet (2 anggota)	2 Paket	50.000	100.000	100.000
<b>SUB TOTAL (Rp)</b>				<b>420.000</b>	<b>420.000</b>
<b>2. Pengumpulan Data</b>					
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	RAB Harga Peralatan Penunjang (Rp)	Realisasi
				Tahun Sekarang	Tahun Sekarang
Pengumpulan Data	HR Pembantu Peneliti (HR Mahasiswa Pengumpulan Data)	3 orang	400.000	1.200.000	1.200.000
Pengumpulan Data	FGD Persiapan Penelitian	4 Paket	85.000	340.000	340.000
Pengumpulan Data	Uang Harian Rapat didalam Kantor (HR Lembur)	2 orang	180.000	360.000	360.000
<b>SUB TOTAL (Rp)</b>				<b>1.900.000</b>	<b>1.900.000</b>
<b>3. Analisa Data</b>					

Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	RAB Harga Peralatan Penunjang (Rp)	Realisasi
				Tahun Sekarang	Tahun Sekarang
Analisis Data	Biaya Analisis Data (Pengolahan Data/ Reduksi Data)	2 Paket	160.000	320.000	300.000
Analisis Data	Honorarium Pengolah Data (Biaya olah data—HR Mahasiswa untuk konfirmasi data)	2 Paket	155.000	310.000	0
<b>SUB TOTAL (Rp)</b>				<b>630.000</b>	<b>300.000</b>
<b>4. Pelaporan, Luaran Wajib, Luaran Tambahan</b>					
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	RAB Harga Peralatan Penunjang (Rp)	Realisasi
				Tahun Sekarang	Tahun Sekarang
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya Publikasi Sinta 3	1 Artikel	600.000	600.000	0
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Jasa penerjemah artikel ke Bahasa Inggris	1 Artikel	200.000	200.000	0
<b>SUB TOTAL (Rp)</b>				<b>800.000</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN SETIAP TAHUN (Rp)</b>				<b>3.750.000</b>	<b>3.750.000</b>
<b>TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN SELURUHNYA (Rp)</b>				<b>3.750.000</b>	<b>(2.620.000)</b>
<b>SELISIH DANA YANG DIPERLUKAN (KEKURANGAN DANA DI TERMIN KE 2)</b>					<b>1.130.000</b>

### Lampiran 3. Realisasi Anggaran Penelitian Tahap Kedua

Dana yang masuk pada termin 2 senilai Rp. 1.130.000,-

<b>1. Bahan Habis Pakai</b>					
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	RAB Harga Peralatan Penunjang (Rp)	Realisasi
				Tahun Sekarang	Tahun Sekarang
Bahan	Biaya cetak	3 Bendel	45.000	135.000	135.000
Bahan	Kertas A4 (ATK)	1 Rim	60.000	60.000	60.000
Bahan	Kuitansi (ATK)	2 Buah	10.000	20.000	20.000
Bahan	Map Kertas (ATK)	1 Pack	45.000	45.000	45.000
Bahan	Amplop (ATK)	1 Box	12.000	12.000	12.000
Bahan	Materai 10 Ribu (ATK)	4 Buah	12.000	48.000	48.000
Bahan	Paket data internet (2 anggota)	2 Paket	50.000	100.000	100.000
<b>SUB TOTAL (Rp)</b>				<b>420.000</b>	<b>420.000</b>
<b>2. Pengumpulan Data</b>					
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	RAB Harga Peralatan Penunjang (Rp)	Realisasi
				Tahun Sekarang	Tahun Sekarang
Pengumpulan Data	HR Pembantu Peneliti (HR Mahasiswa Pengumpulan Data)	3 orang	400.000	1.200.000	1.200.000
Pengumpulan Data	FGD Persiapan Penelitian	4 Paket	85.000	340.000	340.000
Pengumpulan Data	Uang Harian Rapat didalam Kantor (HR Lembur)	2 orang	180.000	360.000	360.000
<b>SUB TOTAL (Rp)</b>				<b>1.900.000</b>	<b>1.900.000</b>
<b>3. Analisa Data</b>					

Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	RAB Harga Peralatan Penunjang (Rp)	Realisasi
				Tahun Sekarang	Tahun Sekarang
Analisis Data	Biaya Analisis Data (Pengolahan Data/ Reduksi Data)	2 Paket	160.000	320.000	320.000
Analisis Data	Honorarium Pengolah Data (Biaya olah data—HR Mahasiswa untuk konfirmasi data)	2 Paket	155.000	310.000	310.000
<b>SUB TOTAL (Rp)</b>				<b>630.000</b>	<b>630.000</b>
<b>4. Pelaporan, Luaran Wajib, Luaran Tambahan</b>					
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	RAB Harga Peralatan Penunjang (Rp)	Realisasi
				Tahun Sekarang	Tahun Sekarang
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya Publikasi Sinta 3	1 Artikel	650.000	600.000	600.000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Jasa penerjemah artikel ke Bahasa Inggris	1 Artikel	250.000	200.000	200.000
<b>SUB TOTAL (Rp)</b>				<b>800.000</b>	<b>800.000</b>
<b>TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN (Rp)</b>				<b>3.750.000</b>	<b>3.750.000</b>

**Lampiran 5. Susunan Organisasi dan Pembagian Tugas Tim Peneliti**

No	Nama/NIDN	Instansi Asal	Bidang Ilmu	Alokasi Waktu (jam/minggu)	Uraian Tugas
1	Yulie Wahyuningsih, S.E.,M.M / 0719177802	Universitas Muhammadiyah Lamongan	Akuntansi	15 jam  (Rincian: 1 Hari = 3 Jam Masa Kerja 5 Hari dalam 1 Minggu)	1. Menyusun Latar Belakang 2. Komparasi Studi Literatur 3. Merencanakan Pengambilan Data 4. Pengumpulan Data/ Pengukuran 5. Analisis Data 6. Kesimpulan dan Verifikasi 7. Publikasi Luaran Jurnal
2	Abdul Majid, S.E., M.M	Universitas Muhammadiyah Lamongan	Manajemen	10 Jam  (Rincian: 1 Hari = 2 Jam Masa Kerja 5 Hari dalam 1 Minggu)	1. Merencanakan Pengambilan Data 2. Pengumpulan Data/ Pengukuran 3. Analisis Data 4. Kesimpulan dan Verifikasi
2	Ahmad Habibi / 1901010054	Universitas Muhammadiyah Lamongan	Manajemen	10 Jam  (Rincian: 1 Hari = 2 Jam Masa Kerja 5 Hari dalam 1 Minggu)	1. Merencanakan Pengambilan Data 2. Pengumpulan Data/ Pengukuran 3. Analisis Data 4. Kesimpulan dan Verifikasi

## Lampiran 6. Biodata Ketua dan Anggota

### A. Identitas Diri (Ketua Pengusul)

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Yulie Wahyuningsih, S.E., M.M
2	Jenis Kelamin	P
3	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
4	NIP/NIK	
5	NIDN	0719177802
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Lamongan, 19 Juli 1978
7	E-mail	<a href="mailto:yuliew19@gmail.com">yuliew19@gmail.com</a>
8	Nomor Telepon/HP	081235460214
9	Alamat Kantor	Jl. Raya Plalangan, Plosowahyu, Lamongan
10	Nomor Telepon/Fax	0322-322356
11	Lulusan yang Telah Dihilangkan	S-1=...orang; S-2=...orang; S-3=...orang
12	Mata Kuliah Yang Diampu	Manajemen

### B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	STIE Makangucecwara Malang	STIE Mahardhika Surabaya	
Bidang Ilmu	Finanace Management Departement	Human Resources Management	
Tahun Lulus	2000	2015	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi			
Nama Pembimbing/Promotor			

### C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

(Bukan Skripsi, Tesis dan Disertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2020	<i>The InfluenceOf Leadership Style, Work Motivation, And Work Stress On Performance</i>		
2	2021	<i>How Does Small Medium Enterprises (SME 's) In Indonesian?</i>		
3	2022	<i>Application Of Element Of Human Resource Management Strategic :Does It Effect the Work Performance Koperasi Kencana Makmur lamongan Employees?</i>		
4	2022	<i>Reseach Review : Employee Performance Recruitment Process In Human Resource and Corporate Service Section</i>		

5	2023	<i>Financial Ratio Analisis to Assess Business Performance</i>		
6	2022	<i>The role Of Business Creation as an effort to increase income</i>		

\*Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema penelitian DRPM maupundari sumber lainnya.

#### **D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1				
2				
3				
4.				

\*Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema penelitian DRPM maupun darisumber lainnya.

#### **E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/ Nomor/Tahun
1			
2			
3			
4			
5			
6			

#### **F. Pemakalah Seminar Ilmiah (Oral Presentation) dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Nama Temu Ilmiah /Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu danTempat
1			
2			
3			
Dst.			

#### **G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1				
2				
3				
Dst.				

#### **H. Perolehan HKI dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1				
2				
3				
Dst.				

**I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1				
2				
3				
Dst.				

**J. Penghargaan dalam 5 tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)**

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1			
2			

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Penugasan penelitian dosen pemula tahun 2020.

Lamongan, 05 Januari 2020

Ketua



(Yulie Wahyuningsih, S.E., M.M)

## A. Identitas Diri (Anggota)

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Abdul Majid, S.E., M.M
2	Jenis Kelamin	L
3	Jabatan Fungsional	-
4	NIP/NIK	
5	NIDN	0706028601
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Lamongan, 6 Februari 1986
7	E-mail	<a href="mailto:majidumla1@gmail.com">majidumla1@gmail.com</a>
8	Nomor Telepon/HP	085655090846
9	Alamat Kantor	Jl. Raya Plalangan, Plosowahyu, Lamongan
10	Nomor Telepon/Fax	0322-322356
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1=...orang; S-2=...orang; S-3=...orang
12	Mata Kuliah yang Diampu	Pengantar Manajemen e-commerce

## B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	STIE KH Ahmad Dahlan Lamongan	STIE Artha Bodhi Iswara	
Bidang Ilmu	Manajemen	Manajemen	
Tahun Lulus	2007	2010	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi			
Nama Pembimbing/Promotor			

## C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

(Bukan Skripsi, Tesis dan Disertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2021	Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Moderasi.	Mandiri	
2	2021	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan)	Mandiri	
3	2021	Impact Of The Covid-19 Pandemic Om Education Service Satisfaction in Higher Education.	Hibah Internal	
4	2022	The Priority Problems and Solutions of Waqf for Micro Business Capital to Increase Farmer's Productivity in Lamongan East Java.	Hibah Risetmu	

5	2023	Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Dosen FEB Universitas Muhammadiyah Lamongan	Mandiri	
6	2023	Study Of Job Satisfaction Regarding Unification And Change Of Form At Muhammadiyah University Lamongan	Hibah Internal	

*\*Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema penelitian DRPM maupun dari sumber lainnya.*

#### **D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2021	Pengolahan Kopi Excelsa Pasca Panen Terhadap Roasting Kopi di Kelurahan Pecalukan Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan	Mandiri	
2	2021	Literasi Media Tangkal Hoax: Pendampingan Dan Penyuluhan Pada Siswa MA Miftahul Huda Pecalukan Untuk Menangkal Informasi Hoax Dalam Bermedia Sosial.	Mandiri	
3	2022	Optimalisasi Sumberdaya Desa Menuju Desa Sehat dan Mandiri Pangan.	Mandiri	
4	2022	Mengenal Produk Wellness (Toga, Jamu, dan Lulur Herbal).	Hibah Kemdikbud	
5	2022	Cara Mudah Menjadi Tour Guide Desa Wisata.	Hibah Kemdikbud	
6	2023	Pelatihan Pembuatan Website Toko Online Pelaku UMKM Desa Pungging Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan.	Mandiri	
7	2023	Pelatihan Pembuatan produk Wellness Lulur "Black Scrub" Sebagai Produk Pariwisata Ekonomi Kreatif Desa.	Hibah Kemdikbud	
8	2023	Pengembangan Desa Wisata berbasis Wellness Tourism Melalui Rumah Toga.	Hibah Kemdikbud	
9	2023	Edukasi Penggunaan Obat Saat Puasa Sebagai Upaya Penggunaan Obat Yang Rasional Selama Bulan Ramadhan.	Mandiri	
10	2023	Digitalisasi UMKM : Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Keripik		

*\*Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema penelitian DRPM maupun dari sumber lainnya.*

#### **E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/ Nomor/Tahun
1	Analysis The Effect of Trading Volume Activity and External Factors to Composite Stock Price Index	Management and Economic Journal	2020
2	The Effect of Local Own Revenue, General Allocation Funds, and Special Allocation Funds on Poverty Rate in the Special Region of Yogyakarta and Central Java Province	Journal of Economics, Management, and Business Research	2020
3	Pengaruh Sosial Ekonomi Masyarakat Nelayan	Journal of	2020

	Terhadap Kualitas Pendidikan Anak di Desa Paciran Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan	Economics, Management, and Business Research	
4	The Moderating Effect of Job Satisfaction to Work Motivation and Employees Performance	International Journal of Science, Technology & Management	2021
5	Evaluation of Implementation of MBKMM Does Academic Stress Effect on Student Learning Outcomes	International Journal of Educational Research & Social Sciences	2022
6	Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Bolen Si Tete Paciran Lamongan	Journal of Economics, Management, and Business Research	2022
7	Tax Aggressiveness: Peran Moderasi CSR pada Perusahaan Manufaktur	Jurnal Akuntansi dan Keuangan	2022
8	Extended TAM: Actual Technological Determination and its Impact on SMEs	Jurnal Review Akuntansi dan Keuangan	2023

**A. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Nama Temu Ilmiah /Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	Desiminasi Nasional Tentang Strategi Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19	Faktor-Faktor Internal dan Eksternal yang Memengaruhi Keputusan dan Intensitas Lindung Nilai	2022 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

**F. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1	Analisis Laporan Keuangan	2022	147	Umla Press
2	Service Excellent Marketing	2022	99	Umla Press
3	Pemanfaatan Tanaman dari Family Zingiberaceae SP Beserta Pemasarannya	2022	83	Rizmedia Pustaka Indonesia
4	Manajemen Sumber Daya Manusia	2020	84	CV Pustaka Wacana

**G. Perolehan HKI dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1	Desain Packaging Produk Pengolahan Tanaman Toga pada Desa Kuluran, Lamongan	2021	Poster	EC00202186853
2	Pelatihan Desain Packaging & E-Commerce Sebagai Bentuk Sosial Entrepreneur Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi	2021	Poster	EC00202186865,

3	Analisis Evaluasi Strategi Bisnis LA Mart dengan Skema Kanvas, Value Chain dan Five Generic Porter	2022	Poster	EC002022106173
---	--	------	--------	----------------

**H. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1				
2				
3				
Dst.				

**I. Penghargaan dalam 5 tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)**

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1			
2			

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Penugasan penelitian dosen pemula tahun 2020.

Lamongan, 05 Januari 2020  
Anggota



(Abdul Majid, S.E., M.M)

### A. Identitas Diri (Anggota 2)

1.	Nama Lengkap	Ahmad Habibi
2.	Jenis Kelamin	Laki – laki
3.	NIM	1901010054
4.	Instansi	Universitas Muhammadiyah Lamongan

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Penugasan penelitian dosen pemula tahun 2020.

Lamongan, 05 Januari 2020  
Anggota



( Ahmad Habibi )