

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Uraian Teoritis

1. Kualitas Pelayanan

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml (dalam Lupiyoadi, 2006).

Service Quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Definisi mutu jasa berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof

(dalam Wisnalmawati, 2005) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk (Tjiptono, 2005). Mengacu pada pengertian kualitas layanan tersebut maka konsep kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan.

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1997) dalam Wisnalmawati (2005). Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Roesanto, 2000) dalam Nanang Tasunar (2006). Oleh karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, organisasi harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya (Suratno dan Purnama, 2004)

2. Pengertian Pelayanan

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana pelanggan/ nasabah sudah tau tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Tindakan yang dilakukan guna memenuhi keinginan pelanggan akan sesuatu produk atau jasa yang mereka butuhkan. Tidak dapat dipungkiri bahwa hampir semua jenis produk yang ditawarkan memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan. (Kasmir, 2011).

3. Dasar - Dasar Pelayanan Nasabah

Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap *customer service* telah di bekali dasar-dasar pelayanan. Dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan di mengerti menurut (Kasmir, 2011) antar lain:

a. Berpakaian Dan Berpenampilan Rapi dan Bersih

Pegawai haruslah mengenakan pakaian yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. Pegawai Koperasi juga harus berpakaian menarik, tidak kumal dan menawan sehingga memberikan kesan bahwa pegawai siap memberikan pelayanan yang baik.

b. Percaya Diri, Bersikap Akrab dan Penuh dengan Senyum

Pegawai Koperasi haruslah memiliki sikap percaya diri yang cukup besar dalam memberikan pelayanan sehingga nasabah yakin bahwa produk-produk yang ditawarkan kepada nasabah merupakan produk yang mereka

inginkan, pegawai Koperasi juga harus bersikap ramah dan memberikan senyum terbaik dari para pegawai agar nasabah merasa bahwa mereka sangat dihargai dan dibutuhkan.

- c. Menyapa Dengan Lembut dan Berusaha Menyebutkan Nama Jika Kenal
Pegawai nasabah harus segera menyapa nasabah pada saat nasabah ingin melakukan transaksi pada pegawai Koperasi yang bersangkutan usahakan menyebutkan namanya apabila pegawai tersebut sudah mengenal nasabah sebelumnya petugas koperasi cukup menyapa dengan sapaan yang sopan dan tulus.
- d. Tenang, Sopan, Hormat, Serta Tekun mendengarkan setiap Pembicaraan
Usahakan dalam melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam sikap, kemudian tunjukkan sikap hormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memenuhi kebutuhan konsumen.
- e. Berbicara dengan Bahasa Yang Baik dan Benar
Pegawai haruslah menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar dalam berkomunikasi dengan nasabahnya. Gunakanlah suara yang jelas agar dapat dipahami oleh nasabah.
- f. Bergairah dalam Melayani Nasabah dan Tunjukkan Kemampuannya
Pegawai haruslah memberikan pelayanan yang prima bagi nasabahnya untuk menunjukkan bahwa anda sangat tertarik dengan keinginan dan kemauan nasabah.

g. Mampu Meyakinkan Nasabah Serta Memberikan Kepuasan

Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakini nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal. Pegawai harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.

h. Jangan Menyela atau Memotong Pembicaraan

Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindarkan kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah.

i. Jika Tidak Sanggup Menangani Permasalahan yang ada Minta Bantuan

Jika ada pertanyaan dan permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh karyawan yang bertugas, maka harus meminta bantuan kepada karyawan yang mampu menanganinya.

j. Bila Belum Dapat Melayani, Diberitahukan Kapan Akan Dilayani

Jika pada saat tertentu karyawan sibuk dan tidak dapat melayani salah satu pelanggan/nasabah, beritahukan kepada nasabah kapan akan dilayani dengan simpatik.

4. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Setiap Perusahaan selalu ingin dianggap yang terbaik di mata nasabahnya. Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus di ikuti, yaitu: (Kasmir, 2004)

a. Tersedia Sarana dan Prasarana yang Baik

Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Meja dan kursi harus nyaman diduduki.

Udara dalam ruangan juga harus tenang dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini mengakibatkan nasabah betah dan nyaman berurusan dengan perusahaan.

b. Tersedia Karyawan yang Baik

Kenyamanan nasabah sangat tergantung dari petugas perusahaan yang melayaninya. Petugas harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu petugas koperasi harus cepat tanggap, pandai berbicara, menyenangkan, serta pintar. Petugas juga harus mampu memikat dan mengambil nasabah sehingga nasabah semakin tertarik, demikian juga cara kerja harus cepat dan cekatan.

c. Bertanggung Jawab Kepada Setiap Nasabah Sejak Awal Hingga Selesai. Dalam menjalankan kegiatan pelayanan petugas harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika petugas bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkan.

d. Mampu Melayani Secara Tepat dan Cepat

Dalam melayani nasabah diharapkan petugas harus mampu melakukannya secara prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

e. Mampu Berkomunikasi

Petugas harus mampu berbicara dengan baik kepada setiap nasabah. Petugas juga harus mampu memahami keinginan nasabah dengan

cepat, artinya petugas harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah di mengerti.

f. Memberi Jaminan Kerahasiaan Terhadap Transaksi

Menjaga rahasia perusahaan sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, petugas harus mampu menjaga rahasia nasabah, terhadap siapa pun. Rahasia perusahaan merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada koperasi.

g. Memiliki Pengetahuan Dan Kemampuan Yang Baik

Untuk menjaga petugaskoperasi harus mampu memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu karena petugas selalu berhubungan dengan manusia, maka petugas harus dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya. Untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.

h. Berusaha Memahami Kebutuhan Nasabah

Petugas harus cepat tanggap akan hal yang diinginkan oleh nasabah, petugas yang lamban akan membuat nasabah lari, usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah secara cepat.

i. Mampu Memberikan Kepercayaan Kepada Nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah yang bersangkutan, demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari perlu di jaga kepercayaannya, semua ini melalui pelayanan petugas CS khususnya dan seluruh karyawan perusahaan umumnya.

5. Sikap Melayani Nasabah

Secara umum setiap nasabah memiliki keinginan yang sama yaitu ingin dipenuhi keinginan dan kebutuhan serta ingin memperoleh kebutuhannya. Beberapa sikap yang harus diperhatikan dalam melayani nasabah (Kasmir, 2004).

a. Beri Kesempatan Nasabah Berbicara

Artinya, petugas CS member kesempatan kepada nasabah untuk mengemukakan keinginan. Dalam hal ini petugas CS harus dapat menyimak dan berusaha untuk memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

b. Dengarkan Baik-Baik

Selama nasabah mengemukakan pendapat, CS mendengarkan dan menyimak baik-baik tanpa membuat gerakan yang dapat menyinggung nasabah.

c. Jangan Menyela Pembicaraan

Sebelum nasabah selesai bicara petugas CS tidak boleh memotong atau menyela pembicaraan. Usahakan nasabah sudah benar-benar selesai bicara baru petugas CS menanggapi.

d. Ajukan Pertanyaan Setelah Nasabah Selesai Berbicara

Pengajuan pertanyaan kepada nasabah baru dilakukan apabila nasabah sudah selesai bicara. Pengajuan pertanyaan hendaknya dengan bahasa yang baik, singkat, dan jelas.

e. Jangan Marah Dan Jangan Mudah Tersinggung

Cara berbicara, sikap, atau nada bicara jangan sekali-kali menyinggung nasabah. Kemudian CS jangan mudah marah terhadap nasabah yang bertenpramen tinggi. Usahakan tetap sabar dalam melayaninya.

f. Jangan Berdebat Dengan Nasabah

Jika ada hal yang kurang disetujui usahakan beri penjelasan dengan sopan dan jangan sekali-kali berdebat atau memberi argument yang tidak dapat diterima oleh nasabah.

g. Jaga Sikap Sopan, Ramah Dan Selalu Berlaku Tenang

Dalam melayani nasabah sikap sopan santun, ramah tamah harus selalu dijaga. Begitu pula dengan emosi harus tetap terkendali dan selalu berlaku tenang dalam menghadapi nasabah yang kurang menyenangkan.

h. Jangan Menangani Hal-Hal Yang Bukan Pekerjaannya

Sebaiknya petugas CS tidak menangani tugas-tugas yang bukan menjadi wewenangnya. Serahkan kepada petugas yang berhak, sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi.

i. Tunjukkan Perhatian dan Sikap Ingin Membantu

Nasabah yang datang ke Koperasi pada prinsipnya ingin membantu. Oleh karena itu, berikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan bahwa kita ingin membantu nasabah.

6. Pengertian Mutu Pelayanan

Dikutip (Tjiptono, 2005) Kualitas atau Mutu dalam industri jasa pelayanan : “Suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen”.

Dari definisi diatas bahwa mutu pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan, adanya kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara yang diterima dengan yang diharapkan dengan konsumen.

7. Dimensi Mutu Pelayanan

Berdasarkan penelitian- penelitian yang dilakukan Parasuraman et.al. dalam (Tjiptono, 2005) ditemukan 10 (sepuluh) dimensi kualitas pelayanan atau service quality, yaitu :

- a. Reliability, mencakup dua hal pokok yaitu konsistensi kerja (performance) dan kemampuan untuk dipercaya (dependability). Hal ini berarti memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama.
- b. Responsibility, yaitu kemauan dan kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.

- c. Competence, setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan agar dapat memberikan jasa tertentu.
- d. Access, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.
- e. Courtesy, meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramahan yang dimiliki para contact personel (misal resepsionis, operator telepon).
- f. Communication, memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang mereka pahami.
- g. Credibility, sifat jujur dan dapat dipercaya.
- h. Security, aman dari bahaya.
- i. Understanding, untuk memahami kebutuhan.
- j. Tangibles, yaitu bukti langsung dari jasa.

Dari 10 Dimensi kualitas tersebut dalam perkembangan selanjutnya Parasuraman, et, al. dalam (Tjiptono, 2005) merangkum menjadi 5 dimensi pokok, kelima dimensi tersebut adalah :

- a. Tangibles, Bukti Langsung meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi yaitu :
 - 1. bangunan dan kantor bagus dan menarik
 - 2. bersih dan nyaman
 - 3. fasilitas terjamin
 - 4. pegawai berpenampilan bersih dan menarik
- b. Realibility, Keandalan yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan :
 - 1. Cepat dalam melayani setiap anggota

2. Proses pelayanan tidak berbelit dan akurat
3. Memuaskan harapan anggota
4. Responsiveness, Daya Tangkap yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
 1. Ketanggapan dalam setiap keluhan dari anggota
 2. Selalu siap membantu anggota
 3. Cepat menyelesaikan masalah yang ada kaitannya dengan anggota
4. Assurance, Jaminan mencakup :
 1. pengetahuan kemampuan,
 2. kesopanan,
 3. sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf
 4. bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan,
 1. komunikasi yang baik,
 2. perhatian pribadi,
 3. memahami kebutuhan para pelanggan.

8. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dalam (Ginting, 2005) : Kepuasan pelanggan tergantung pada nilai kinerja produk yang dirasakan secara relatif terhadap harapan pelanggan. Jika kinerja produk lebih rendah dari harapan pelanggan berarti pelanggan kecewa. Jika kinerja produk dapat memenuhi harapan pelanggan, pelanggan merasa puas. Bila kinerja produk melebihi harapan

pelanggan, pelanggan akan merasa puas dan menyenangkan. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang dapat menyenangkan pelanggan dengan mempromosikan apa yang dapat mereka berikan, kemudian memberikan lebih dari yang dijanjikan.

9. Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan

Menurut (Irawan, 2003) ada 5 (lima) factor yang mendorong kepuasan pelanggan yaitu:

- a. Kualitas Produk
- b. Harga
- c. Kualitas Pelayanan
- d. Faktor Emosional
- e. Kemudahan

10. Mengukur Mutu dan Kepuasan Nasabah / Pelanggan

Pengertian mutu menurut Gerson, yaitu apapun yang menurut pelanggan dianggap sebagai suatu mutu (Gerson, 2005). Sebelum mengukur sesuatu, anda harus lebih dulu tahu apa yang anda ukur dan mengapa anda mengukur.

Berikut ini alasan mengapa harus mengukur mutu dan kepuasan pelanggan:

- a. Untuk mempelajari persepsi pelanggan.
- b. Untuk menentukan kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan.
- c. Untuk menutup kesengajaan.

- d. Untuk memeriksa apakah peningkatan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan sesuai harapan atau tidak.
- e. Karena peningkatan kerja membawa peningkatan laba.
- f. Bagaimana anda melakukan dan apa yang harus dilakukan kemudian.
- g. Untuk menerapkan proses perbaikan berkesinambungan.

Menurut (R.M Margono Djojohadikoesoemo, 1980), Koperasi adalah perkumpulan manusia seorang-seorang yang dengan sukanya sendiri hendak untuk memajukan ekonominya. Sedangkan menurut Prof. R.S. Soerjatmadja(1980) Koperasi adalah suatu badan usaha yang secara sukarela dimiliki dan dikendalikan oleh anggota yang adalah juga pelanggannya dan dioperasikan oleh mereka untuk mereka atas dasar anggota laba atau dasar biaya. Dr. G Mladenata(1980), mengatakan bahwa Koperasi adalah terdiri atas produsen-produsen kecil yang tergabung secara sukarela untuk mencapai tujuan bersama dengan saling tukar jasa secara kolektif dan menanggung resiko bersama dengan mengerjakan sumber-sumber yang disumbangkan oleh anggota. Dengan demikian, pendapat dari para ahli dirangkum dalam prinsip-prinsip yang ada didalam koperasi adalah sebagai berikut :

- a. Keanggotaan koperasi bersifat terbuka untuk umum
- b. Pengelolaan koperasi dilaksanakan secara demokratis
- c. Setiap akhir tahun semua anggota koperasi mendapat sisa hasil usaha
- d. Pembagian sisa hasil usaha (SHU) secara adil
- e. Kemandirian
- f. Pembagian SHU berdasarkan peraturan yang berlaku
- g. Keanggotaan koperasi bersifat sukarela

11. Credit Union

Definisi *Credit Union*

Kata *Credit Union* berasal dari bahasa Latin, *Credere* yang berarti percaya dan *Union* yang berarti bersatu (mengikat diri dalam suatu kesatuan). Jadi *Credit Union* berarti kesatuan orang-orang yang saling percaya. Pondasinya adalah kepercayaan dan wujudnya adalah gerakan. Tujuannya adalah untuk saling memberdayakan, memperkuat solidaritas, dan memperkokoh kesejahteraan masyarakat miskin (yang terikat keanggotaan). CU menganut prinsip dari anggota, oleh anggota, dan untuk anggota. Dengan prinsip ini masyarakat diajak untuk sungguh-sungguh berperan aktif, dan bukan hanya menjadi penonton yang pasif, menunggu, dan menggantungkan nasibnya pada “belas kasihan” orang lain. Dengan demikian diharapkan masyarakat semakin bertumbuh kembang menjadi pribadi-pribadi yang berkualitas, yang solider, yang mandiri, yang punya komitmen dan optimisme dalam membangun dan menatap masa depan. CU merupakan salah satu bentuk lembaga keuangan yang dimiliki dan dikendalikan oleh anggota dan dioperasikan untuk tujuan mempromosikan penghematan, menyediakan kredit dengan harga yang wajar, dan menyediakan jasa keuangan lainnya kepada para anggotanya. Selain memiliki fungsi dan peranan sebagai lembaga keuangan secara umum yaitu sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat, CU juga mempunyai fungsi dan peranan yang lebih khusus, yaitu sebagai berikut:

1. Dalam bidang ekonomi, CU membangun kearifan pengelolaan keuangan dikalangan masyarakat. Ketika menjadi anggota CU, melalui pendidikan

dan pelatihan yang dilakukan secara berkala, masyarakat akan dilatih bagaimana mengelola keuangan secara efektif dan efisien.

2. Ekonomi rumah tangga buruh semakin kokoh. Setiap anggota CU dididik untuk menabung dan membuat sistem perencanaan keuangan. Dengan demikian pengeluaran uang buruh akan terkendali berdasarkan prioritas dan rencana-rencana mereka ke depan.
3. Tercipta sumber-sumber pembiayaan bersama. Melalui tabungan-tabungan dan proses perputaran uang diantara anggota CU, maka setiap anggota CU dimungkinkan untuk saling mendukung dan mengangkat perekonomian sesama anggotanya.
4. Dalam bidang sosial politik, CU mampu mendorong swadaya sosial, budaya dan politik masyarakat menjadi semakin kuat. Keanggotaan CU didasari oleh kesamaan visi dan misi yang didukung oleh prinsip dari anggota, oleh anggota, dan untuk anggota. Melalui pendidikan dan pelatihan secara terus menerus, visi misi dan prinsip ini akan terus diperdalam, sampai akhirnya diantara anggota CU akan terbangun aneka kesadaran mengenai solidaritas, kepekaan sosial, budaya, dan bahkan politik.

12. Alasan Menjadi Anggota Koperasi

Dalam hal ini "*value*" atau nilai mempertunjukkan kapasitas potensial dari suatu objek atau aksi untuk memuaskan kebutuhan manusia. Kebutuhan ini dapat dipandang dari sudut ekonomi dan nonekonomi. Gambaran yang nyata dari kebutuhan ini digambarkan oleh Maslow dalam *Five Hierarchi of needs*, yaitu :

- a. Kebutuhan fisiologis
- b. Kebutuhan akan keamanan
- c. Kebutuhan sosial/kebutuhan cinta kasih
- d. Kebutuhan akan penghargaan
- e. Aktualisasi diri

Dari sudut ekonomi, kebutuhan yang harus segera dipenuhi terutama adalah kebutuhan biologis (fisiologis) seperti makan dan minum, sedangkan dari sudut nonekonomi terutama kebutuhan cinta kasih, penghargaan, keamanan dan aktualisasi diri. Setiap orang menjadi anggota koperasi pasti didasari oleh kebutuhan-kebutuhan tertentu yang dapat diraih dari koperasi tersebut. Bagi orang yang secara ekonomi cukup kuat, mungkin kebutuhan nonekonomi lebih kuat dibandingkan dengan kebutuhan ekonominya. Sebaliknya bagi orang yang lemah kondisi ekonominya, motif ekonomi lebih dominan menjadi alasan bagi masuknya ia ke dalam koperasi.

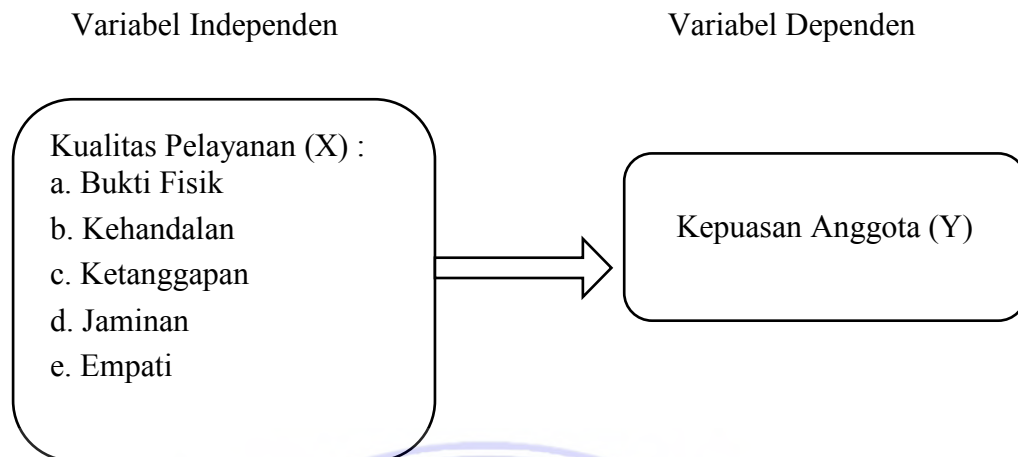
B. Kerangka Konseptual

Untuk mengukur tingkat kepuasan anggota, belum ada standar baku yang dapat dijadikan pedoman, selain karena kepuasan itu sifatnya relatif juga harapan dan interpretasi pelanggan berbeda-beda pula. Tetapi, secara empirik kepuasan pelanggan dapat dipahami oleh perusahaan dengan meneliti lima dimensi kualitas pelayanan yaitu : *reliability, assurance, tangible, empathy, responsiveness* :

1. Tangibles, Bukti Langsung meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Bangunan dan Kantor koperasi Kredit CU Budi Murni bagus dan menarik

2. Realibility, Keandalan yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Responsiveness, Daya Tangkap yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Assurance, Jaminan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Colgate dan Danaher (Lupiyoadi dan Hamdani, 2009) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan karyawan terhadap pelanggan berpengaruh secara asimetris terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang buruk berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan daripada pelayanan yang dikategorikan baik. Implementasi strategi dengan kategori terbaik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan lebih besar daripada tidak ada pemasaran yang relasional yang dilakukan. Dan sebaliknya implementasi strategi dengan kategori terburuk akan menurunkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan lebih besar daripada tidak ada pemasaran yang relasional yang dilakukan.



Skema 1
Kerangka Konseptual

C. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik, Sugiyono (2011). Berdasarkan kerangka konseptual diatas maka hipotesis yang diajukan adalah :

Ha : Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Kredit CU Budi Murni Aek Kanopan Kabupaten Labuhanbatu Utara

Ho : Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Kredit CU Budi Murni Aek Kanopan Labuhanbatu Utara

