

**Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Yang Menabung
di KSP CU Keling Kumang BO Siantan Pontianak****Darius Damestuteles**Institut Teknologi Keling Kumang
dariusdamestuteles@gmail.com**Abstrak**

Kualitas pelayanan jasa tentu saja berpengaruh terhadap kepuasan anggota yang menabung di KSP CU Keling Kumang BO Siantan Pontianak. Setelah dianalisis dan diteliti maka hasil penelitian menunjukkan adanya keterkaitan yang erat serta ketergantungan antara kualitas pelayanan jasa dengan kepuasan anggota. Kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang diharapkan oleh anggota KSP CU Keling Kumang tentu saja harus tetap dijaga. Kualitas pelayanan yang diberikan harus tetap meningkat agar harapan anggota sama dengan kenyataan yang mereka peroleh atau terima. Penelitian ini meneliti tiga variabel tentang kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari *Technical Quality (X1)*, *Functional Quality (X2)*, dan *Corporate Image (X3)*. Ketiga variabel tersebut sangat mempengaruhi serta memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota yang menabung di KSP CU Keling Kumang BO Siantan Pontianak.

Kata kunci: *technical quality, functional quality, corporate image, kepuasan konsumen.*

Abstract

*The quality of service certainly affects the satisfaction of members who save at KSP CU Keling Kumang BO Siantan Pontianak. After being analyzed and researched, the results of the study show that there is a close relationship and dependence between service quality and member satisfaction. The higher the quality of service provided by the employees of KSP CU Keling Kumang BO Siantan Pontianak, the better for members who save. The compatibility between expectations and the reality expected by members of KSP CU Keling Kumang of course must be maintained and services must continue to improve, so that the expectations of members are the same as the reality they receive or receive. This research examines three variables regarding service quality, which consist of *Technical Quality (X1)*, *Functional Quality (X2)* and *Corporate Image (X3)*. Of the three variables, it is very influential and has a positive and significant influence on the satisfaction of members who save at KSP CU Keling Kumang BO Siantan Pontianak.*

Key words: *technical quality, functional quality, corporate image, satisfaction*

Pendahuluan

Pertumbuhan perekonomian di Kalimantan Barat dari waktu ke waktu semakin membaik, terutama dilihat dari kegiatan-kegiatan yang disosialisasikan oleh pemerintah kepada masyarakat. Untuk merealisasikan kegiatan pembangunan tersebut, diperlukan dana yang tidak sedikit. Pembiayaan pembangunan pun tidak semata-mata berasal dari pemerintah saja tetapi juga peran penting dari masyarakat. Pelaksanaan KSP CU Keling Kumang sebagai salah satu pelaku ekonomi diharapkan dapat memberi kontribusi bagi pembangunan.

Melalui KSP CU Keling Kumang, kegiatan pembangunan nasional di Indonesia khususnya di Kalimantan Barat, selama ini lebih diarahkan pada upaya-upaya untuk mewujudkan keadilan dan kemakmuran secara material dan spiritual berdasarkan Undang-Undang Dasar 1945 bagi seluruh lapisan masyarakat. Untuk mewujudkan tujuan pembangunan nasional di bidang ekonomi, pemerintah juga harus memperhatikan keseimbangan dari berbagai aspek. Besarnya dana yang dihimpun akan menentukan besaran dana yang akan disalurkan dalam bentuk pinjaman kepada masyarakat. Pada akhirnya, pinjaman tersebut juga mempengaruhi aktivitas perekonomian secara keseluruhan. Oleh sebab itu, kegiatan gemar menabung yang dicanangkan oleh pemerintah adalah salah satu cara menghimpun dana yang sudah tepat. Salah satu sektor penunjang perekonomian adalah Koperasi Simpan Pinjam Credit Union (KSP CU Koperasi Credit Union).

Tinjauan Pustaka

Pengertian Pemasaran

Dalam setiap kegiatan perekonomian, tidak terlepas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Tujuannya adalah untuk mempromosikan suatu produk atau pelayanan yang mereka punya. Saat penjualan produk, perusahaan akan menargetkan orang-orang yang sesuai dengan produk mereka. Menurut Basu & Hani (2004), pemasaran ialah kegiatan perencanaan, pengelolaan, penetapan harga barang dan jasa hingga proses distribusi dan promosi. Semua kegiatan tersebut memiliki tujuan, yaitu agar memperoleh keuntungan atau laba dari proses pemasaran yang mereka lakukan.

Proses Pemasaran

Dalam melakukan sebuah kegiatan usaha atau memasarkan suatu produk, terdapat suatu tujuan, strategi, kebijakan serta sebuah strategi atau taktik yang dijalankan, di antaranya adalah (1) adanya tujuan yang jelas agar para karyawan dapat mengimplementasikan sasaran perusahaan; (2) adanya suatu strategi yang diyakini mampu bersaing dengan para pesaing; dan (3) rencana perusahaan yang terinci.

Kualitas Pelayanan Jasa

Pelayanan yang berkualitas tentu saja akan diharapkan oleh setiap konsumen dalam menggunakan produk barang maupun jasa. Pelayanan yang maksimal harus selalu

dilakukan oleh setiap perusahaan agar mampu menjaga kepercayaan konsumen. Menurut Gronross dalam Nasution (2004), kualitas pelayanan terdiri dari:

- a. *Technical Quality*, yaitu kualitas secara teknis yang dapat dirasakan atau diterima oleh pelanggan atau konsumen. Contohnya: harga, ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, kerapian, dll.
- b. *Functional Quality*, yaitu cara perusahaan menyampaikan atau mengomunikasikan sehingga terjadi interaksi antarpenyedia dan penerima jasa.
- c. *Comporate Image*, yaitu persepsi suatu organisasi yang direkam oleh konsumen atau pelanggan serta dapat mempengaruhi persepsi terhadap citra perusahaan tersebut.

Kepuasan Konsumen

Setiap pelanggan atau konsumen tentu saja mengharapkan kualitas dan pelayanan serta manfaat dari setiap produk yang mereka terima. Kepuasan konsumen merupakan nilai tambah bagi setiap perusahaan. Menurut Kotler (2000), kepuasan konsumen ialah suatu perasaan senang maupun puas atau sebaliknya yang dirasakan oleh seseorang dengan membandingkan antara harapan dan kenyataan yang diterima.

Metode Penelitian

Sumber Data Primer

Sumber data primer menurut Narimawati (2008), suatu data yang berasal dari sumber pertama dan asli langsung dari responden. Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan peneliti adalah melalui pengumpulan kuesioner dan wawancara.

Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang hanya sifatnya mendukung data dari data primer agar data yang diperoleh mempunyai referensi tambahan dari berbagai sumber. Menurut Sugiono (2008), data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Di dalam penelitian ini, peneliti mengambil data sekunder dari referensi tambahan di antaranya dari buku-buku, literatur, dan bacaan lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner

Kuesioner adalah suatu pertanyaan yang dibuat sendiri oleh peneliti yang sesuai dengan apa saja yang akan diteliti kemudian responden akan menjawab setiap pertanyaan yang diberikan peneliti. Responden akan memberikan jawaban dan pertanyaan sesuai dengan apa yang dirasakan olehnya. Menurut Sulisty-Basuki (2006), kuesioner adalah pertanyaan yang disusun serta diisi sendiri oleh responden atau melalui cara diisi oleh pewawancara dengan membacakan pertanyaan dan mencatat jawaban dari responden. Di dalam penelitian ini, pertanyaan yang akan peneliti berikan dalam kuesioner adalah pertanyaan yang menyangkut pelayanan karyawan terhadap kepuasan anggota yang menabung di KSP CU Keling Kumang BO Siantan Pontianak. Kemudian kuesioner yang peneliti gunakan adalah kuesioner bersifat tertutup, responden diminta menjawab setiap

pertanyaan yang diberikan serta menjawab dengan memilih jawaban dari sejumlah alternatif jawaban.

Wawancara

Proses wawancara adalah salah satu teknik yang dilakukan peneliti kepada responden agar dapat mengumpulkan data-data yang diinginkan. Contohnya, peneliti memberikan berbagai pertanyaan kemudian pihak-pihak yang menjadi sumber data menjawab sehingga menjadi interaksi wawancara tanya-jawab.

Observasi

Teknik observasi dilakukan dengan cara melihat, meneliti serta mengamati keadaan sekitar yang tumbuh dan berkembang sehingga perubahan serta fenomena yang terjadi dapat ditarik kesimpulan dan diberi penilaian.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah sekelompok atau sekumpulan individu yang memiliki ciri-ciri serta hidup di tempat yang hampir sama. Menurut Supardi (2005), populasi adalah suatu kesatuan individu atau subyek yang berada pada wilayah serta waktu serta dengan kualitas tertentu yang akan diamati/diteliti. Populasi yang akan peneliti ambil adalah anggota KSP CU Keling Kumang BO Siantan Pontianak.

Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti dan hasilnya dianggap dapat mewakili serta bisa menjadi jawaban atau ukuran barometer dari suatu populasi. Sebagian objek atau contoh yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan bias menjadi gambaran serta mewakili seluruh populasi (Notoatmojo, 2003). Adapun jumlah sampel yang peneliti gunakan adalah sebanyak 100 orang responden anggota KSP CU Keling Kumang BO Siantan Pontianak.

Variabel Penelitian

Pengertian Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2009), variabel penelitian adalah sesuatu yang bisa berbentuk apa saja sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga peneliti memperoleh informasi yang diperlukan, kemudian hasil tersebut dapat disimpulkan. Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel, yaitu yang pertama variabel bebas (independen), yang kedua variabel terikat (dependen).

1) Variabel bebas (independen)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah bagian dari kualitas pelayanan yang terdiri dari: *technical quality* (X1), *functional quality* (X2), dan *corporate image*(X3)

2) Variabel terikat (dependen)

Adapun variabel terikat (dependen) adalah kepuasan konsumen (Y) yaitu anggota yang menabung di KSP CU Keling Kumang BO Siantan Pontianak.

Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran variabel adalah suatu indikator yang telah disepakati serta digunakan sebagai alat ukur yang menjadi standar untuk menentukan besar kecilnya interval yang terdapat dalam alat ukur. Adapun alat ukur tersebut diharapkan dapat menghasilkan data kuantitatif. Di dalam penelitian ini, pertanyaan variabel bebas (X) tentang kualitas pelayanan karyawan KSP CU Keling Kumang BO Siantan Pontianak menggunakan skala likert yang terdiri dari:

Tingkat skala indikator	
Pilihan Jawaban	Nilai
Sangat Baik (SB)	5
Baik (B)	4
Cukup Baik (CB)	3
Tidak Baik (TB)	2
Sangat Tidak Baik (STB)	1

Sugiono (2008)

Alat Pengukur Analisis Data

- Analisis Persentase
- Uji Validitas
- Uji Reliabilitas
- Pengujian Hipotesis

Karakteristik Responden**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	%
Pria	60	60
Wanita	40	40
Total	100	100

Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	%
SD	0	0
SLTP	15	15
SLTA	63	63
DIPLOMA/S1	20	20
S2	2	2
Jumlah	100	100

Responden Berdasarkan Penghasilan

Jumlah Penghasilan (Juta)	Jumlah	%
1 s/d 2,5	50	50
2,51 s/d 5	41	41
>5	9	9
Jumlah	100	100

Pembahasan
Analisis Persentase

Variabel Technical Quality

Keterangan	X1.1		X1.2		X1.3		X1.4	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Sangat Baik	39	39	41	41	36	36	38	38
Baik	46	46	46	46	53	53	48	48
Cukup Baik	15	15	13	13	11	11	14	14
Tidak Baik	-	-	-	-	-	-	-	-
Sangat Tidak Baik	-	-	-	-	-	-	1	1
Total Responden	100	100	100	100	100	100	100	100
Total Skor	424		428		425		424	
Rata-Rata	4,24		4,28		4,25		4,24	

Variabel *Functional Quality*

Keterangan	X2.1		X2.2		X2.3		X2.4	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Sangat Baik	46	46	44	44	43	43	42	42
Baik	36	36	43	43	42	42	41	41
Cukup Baik	18	18	13	13	15	15	17	17
Tidak Baik	-	-	-	-	-	-	-	3
Sangat Tidak Baik	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Responden	100	100	100	100	100	100	100	100
Total Skor	428		431		428		425	
Rata-Rata	4,28		4,31		4,28		4,25	

Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Corporate Image*

Keterangan	X3.1		X3.2		X3.3	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Sangat Baik	37	37	21	21	26	26
Baik	43	43	37	37	41	41
Cukup Baik	19	19	40	40	29	29
Tidak Baik	1	1	2	2	2	2
Sangat Tidak Baik	-	-	-	-	2	-
Total Responden	100	100	100	100	100	100
Total Skor	416		377		387	
Rata-Rata	4,16		3,77		3,87	

Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Kepuasan Konsumen*

Keterangan	Y.1		Y.2		Y.3		Y.4		Y.5	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Sangat Baik	25	25	41	41	40	40	39	39	45	45
Baik	46	46	43	43	43	43	49	49	37	37
Cukup Baik	29	29	16	16	17	17	11	11	18	18
Tidak Baik	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-
Sangat Tidak Baik	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Responden	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total Skor	396		425		423		426		427	
Rata-Rata	3,96		4,25		4,23		4,26		4,27	

Variabel Kepuasan Konsumen

Indikator Kepuasan Konsumen	Total skor
Y.1	396
Y.2	425
Y.3	423
Y.4	426
Y.5	427

Uji Validitas**Hasil Uji Validitas**

VARIABEL	N0	r_{xy}	NILAI BATAS	STATUS
<i>Technical Quality</i>	1	0,875	0,3	Valid
	2	0,679	0,3	Valid
	3	0,723	0,3	Valid
	4	0,866	0,3	Valid
<i>Functional Quality</i>	1	0,724	0,3	Valid
	2	0,772	0,3	Valid
	3	0,726	0,3	Valid
	4	0,723	0,3	Valid
<i>Corporate Image</i>	1	0,840	0,3	Valid
	2	0,786	0,3	Valid
	3	0,860	0,3	Valid
Kepuasan Konsumen	1	0,523	0,3	Valid
	2	0,476	0,3	Valid
	3	0,751	0,3	Valid
	4	0,697	0,3	Valid
	5	0,736	0,3	Valid

Tabel di atas untuk setiap variabel pertanyaan independen (kualitas pelayanan) yang terdiri dari variabel (X), yaitu: variabel *Technical Quality*, *Functional Quality*, *Corporate Image*, serta variabel dependen (Y) Kepuasan Konsumen setelah diuji menunjukkan hasil yang valid (sah).

Uji Reliabilitas**Hasil Uji Reliabilitas**

VARIABEL	Nilai Alpha	Nilai Batas	Status
<i>Technical Quality</i>	0,795	0,6	Reliabel
<i>Functional Quality</i>	0,717	0,6	Reliabel
<i>Corporate Image</i>	0,770	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,663	0,6	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas di atas, nilai Alpha dari tiap butir pertanyaan pada tiap variabel lebih dari 0,6. Jadi, kesimpulan dari setiap butir pertanyaan menunjukkan status yang reliabel (andal).

Pengujian Hipotesis**Uji- (Simultan)****ANOVA^b**

Model		Sum Of Squares	Df	Mean Squae	F	Sig
1	Regression	139.937	3	46.646	11.632	.000(a)
	Residual	384.973	96	4.01		
	Total	524.91	99			

a Predictor (Constant) X3, X1, dan X1

b Dependent Variabel (Y)

Dari hasil Uji-F di atas pada kolom F, yaitu 11,632 dengan tingkat signifikansi 0,000 dan angka tersebut lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan kriteria hipotesis, maka H_0 ditolak, sedangkan H_a diterima. Variabel bebas (kualitas pelayanan) terdiri dari X1, X2, dan X3 secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel kepuasan konsumen (Y) pada anggota KSP CU Keling Kumang BO Siantan Pontianak dan diinterpretasikan sebagai pengaruh yang positif.

Uji-t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.552	2.27		4.649	.000
Technical quality (X1)	0.381	0.1	0.352	3.79	.000
Functional quality(X2)	-0.09	0.101	-0.083	-0.888	0.377
Corporate image (X3)	0.464	0.099	0.411	4.679	.000

a Dependent Variable: Y

Dari Uji-t (Parsial) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Diperoleh koefisien regresi $X_1 = 0,381$ dan $t = 3,79$ tingkat signifikan = $0,000$, yang mana nilai signifikan lebih kecil atau lebih rendah dari $0,05$. Hasil menunjukkan secara parsial variabel X_1 berdampak positif serta signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) Karena $0,000 < 0,05$.
2. Diperoleh koefisien regresi $X_2 = -0,09$ dan $t = -0,888$ tingkat signifikan = $0,377$, yang mana tingkat signifikan lebih besar atau lebih tinggi dari $0,05$, menunjukkan bahwa secara parsial X_2 tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dikarenakan nilai $0,377 > 0,05$.
3. Diperoleh koefisien regresi $X_3 = 0,464$ dan $t = 4,679$, tingkat signifikan = $0,000$ dan nilai tersebut lebih rendah dari $0,05$, menunjukkan bahwa secara parsial X_3 berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dikarenakan $0,000 < 0,05$.

Hasil Koefisien Determinasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.515 ^a	0.267	0.244	2.00253	2.098

a Predictor: (Constant), X3, X1, X2

b Dependent variabel: Y

Dari tabel di atas, terlihat bahwa:

1. Nilai $R = 0,516$ menunjukkan hubungan antara keseluruhan variabel kualitas layanan, yaitu X_1 , X_2 , dan X_3 mempengaruhi variabel variabel kepuasan konsumen (Y) pada anggota KSP CU Keling Kumang BO Siantan Pontianak adalah sebesar

51,6%. Dengan demikian, besarnya angka tersebut memiliki hubungan diinterpretasikan yang kuat.

2. Nilai $R^2 = 0,267$ atau 26,7% menunjukkan besarnya pengaruh kualitas pelayanan secara simultan yang terdiri dari variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada anggota KSP CU Keling Kumang BO Siantan Pontianak sebesar 26,7%. Besarnya angka tersebut menunjukkan adanya hubungan, sisanya sebesar 0,244 atau 24% yang dipengaruhi oleh faktor lain-lain.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, tanggapan responden terhadap kepuasan anggota KSP CU Keling Kumang di BO Siantan Pontianak dapat dijelaskan melalui 5 indikator. Dari analisis kelima indikator tersebut, semua dinyatakan memiliki nilai interpretasi baik. Dari kelima indikator tersebut, rata-rata nilai tertinggi terdapat pada indikator keempat, yaitu memiliki nilai rata-rata 4,26 sedangkan rata-rata nilai terendah terdapat pada indikator pertama dengan nilai rata-rata 3,96. Dari hasil analisis tersebut, menunjukkan tanggapan responden terhadap subvariabel kepuasan konsumen sudah positif.

Pengaruh pelayanan karyawan terhadap kepuasan anggota yang menabung di KSP CU Keling Kumang BO Siantan Pontianak jika dilihat dari hasil analisis penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel yang terdiri dari *technical quality* (X1), *functional quality* (X2) dan *corporate image* (X3) memiliki hubungan secara simultan dan parsial. Hal ini dapat dilihat dari hasil F pada kolom = 11,631 dengan tingkat signifikansi 0,000, dimana angka tersebut lebih rendah atau lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, maka kriteria hipotesis H_0 ditolak sedangkan H_a diterima. Di dalam penelitian ini, terdapat variabel bebas, yaitu X1, X2, dan X3 yang memiliki pengaruh yang simultan dan signifikan yang positif terhadap variabel Y pada anggota yang menabung di KSP CU Keling Kumang BO Siantan Pontianak.

Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2002). Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Basuki, Sulistyono. 2006. Metode Penelitian. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.
- Kotler, Philip, 2000. Marketing Management. Edisi Milenium, Prentice Hall Intl.Inc
- Kotler, Philip; Armstrong Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1,. Erlangga, Jakarta.
- Margono. 2007. Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. Pengembangan Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Rineka.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Supardi. 2005. Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta: UII Press.
- Narimawati, Umi. 2008. Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Bandung: Agung Media.