

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA DI KJKS BMT RIZQONA IKABU TAMBAKBERAS JOMBANG

Wisnu Mahendri¹, Ita Rahmawati², Akhmad Taqiyuddin³

¹Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, Jombang, Indonesia

^{2,3}Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, Jombang, Indonesia
wisnu@unwaha.ac.id

Abstract: *The purpose of this study is to describe: the influence of service quality on the decision of KJKS BMT RIZQONA TAMBAKBERAS JOMBANG members. This type of research uses a descriptive approach with a quantitative approach. Data collection techniques using the commissioner, respondents were members of KJKS BMT RIZQONA, amounting to 100 people, sampling techniques using non-Probability. In this study an R2 of 0.644 was obtained, which means that the variable quality of service only contributed an influence of 64.4%. Based on the results of the t test obtained t value of 13.332 with a significance level of 0.000 less than 0.05. Then Ho refused Ha accepted, that the quality of service significantly influences the decision of KJKS BMT RIZQONA TAMBAKBERAS JOMBANG members.*

Keywords: *Service Quality, Member Decision*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan: pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota KJKS BMT RIZQONA TAMBAKBERAS JOMBANG. Jenis penelitian ini menggunakan Deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, responden adalah anggota KJKS BMT RIZQONA yang berjumlah 100 orang, teknik pengambilan sampel menggunakan Non-Probabilitas. Pada penelitian ini diperoleh R2 sebesar 0,644 yang berarti adanya variabel kualitas layanan hanya memberikan kontribusi pengaruh sebesar 64,4%. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 13,329 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka Ho ditolak Ha diterima, bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan anggota KJKS BMT RIZQONA TAMBAKBERAS JOMBANG.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Keputusan Anaggota

Pendahuluan

Kemajuan zaman dan pertumbuhan perekonomian yang cukup tinggi mengakibatkan taraf hidup rakyat dan juga persaingan dalam bisnis termasuk bisnis jasa. Kualitas layanan pada bidang jasa sangat diperhitungkan dalam dunia bisnis, karena kualitas layanan pada bidang jasa sangat diperhitungkan dalam dunia bisnis, karena kualitas layanan berdampak pada kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas layanan yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas sehingga menjadi prioritas utama sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Biasanya kualitas yang baik akan diikuti dengan loyalitas pelanggan dengan produk yang bersangkutan, maka dari itu organisasi organisasi harus selalu melakukan perbaikan kualitas untuk memenuhi keinginan pelanggan, organisasi harus berusaha agar harapan pelanggan terpenuhi atau bahkan kalau busa terlampaui karena kualitas dan kepuasan pelanggan berkaitan sangat erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan, dalam jangka panjang ikatan seperti ini

memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Salah satu perusahaan yang memfokuskan pada kualitas dan kepuasan pelanggan adalah perusahaan jasa, contohnya adalah perusahaan yang bergerak dibidang perkoperasian.

Kualitas jasa jauh lebih sukar didefinisikan, dijabarkan, dan diukur bila dibandingkan dengan kualitas barang. Bila ukuran kualitas dan pengendalian kualitas telah lama ada untuk barang-barang berwujud (*tangible goods*), maka untuk jasa berbagai upaya telah dan sedang dikembangkan untuk merumuskan ukuran-ukuran semacam itu. Pada dasarnya, definisi "kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono 2014). (Baron 2014) mengemukakan bahwa untuk mengukur kualitas jasa dapat ditentukan berdasarkan lima dimensi kualitas jasa. Dimensi-dimensi tersebut adalah seperti berikut ;

1. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai janji yang ditawarkan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu respon karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesiapan karyawan dalam melayani konsumen, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan atas keluhan konsumen.
3. Jaminan (*assurance*), yaitu meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
4. Empati (*empathy*), yaitu perhatian secara individual yang diberikan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan konsumen, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.
5. Wujud nyata (*tangibles*), meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan front office, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan serta kelengkapan peralatan komunikasi.

KJKS BMT RIZQONA IKABU merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang dioperasikan dengan prinsip syariah, menumbuhkembangkan bisnis usaha mikro dalam membela kepentingan kaum fakir miskin dan mewujudkan keadilan, ditumbuhkan atas upaya dan modal awal dari tokoh-tokoh masyarakat setempat dengan berlandaskan pada sistem ekonomi yang menginginkan keadilan (Susyanti 2016). KJKS BMT RIZQONA IKABU bukan

hanya sebuah lembaga yang berorientasi bisnis, tetapi juga sosial, lembaga yang kekayaannya terdistribusi secara merata dan adil. Oleh karena itu KJKS BMT RIZQONA IKABU menjadi harapan bagi masyarakat atau UKM untuk mendapatkan pembiayaan.

Tidak mudah bagi KJKS BMT RIZQONA IKABU sebagai koperasi lingkup pesantren atau pedesaan untuk memberikan kepuasan kepada anggotanya. Dengan demikian tantangan kedepan bagi KJKS BMT RIZQONA IKABU adalah bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan yang terbaik untuk kepuasan anggota dan calon anggota yang rata-rata adalah masyarakat pedesaan. Memberikan pelayanan yang baik adalah komitmen setiap profesional perkoperasian. Secara umum tingkat kepuasan anggota tergantung akan mutu atau kualitas yang diterima. Kualitas itu sering diartikan sebagai ukuran dimana produk atau jasa mampu memenuhi keinginan anggota atau konsumen. Kepuasan konsumen atau anggota ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki anggotanya, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan.

Menurut (Kotler and Keller 2016) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Apa yang dirasakan baik oleh perusahaan belum tentu juga baik oleh konsumen, maka perusahaan harus dapat meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dan memberikan pelayanan yang semakin baik untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang berkesinambungan terus-menerus. Penting sekali bagi manajemen perusahaan dalam hal ini KJKS BMT RIZQONA IKABU memahami konsep kepuasan pelanggan karena KJKS BMT RIZQONA IKABU sendiri bergerak dibidang jasa. Demi memenuhi harapan konsumen dan pengguna jasa, KJKS BMT RIZQONA IKABU harus memberikan pelayanan yang berorientasikan kualitas yaitu selalu memperhatikan kepuasan anggota maupun calon anggota dalam pelayanan yang berorientasikan kuantitas yaitu pada inovasi tentang tata cara pembayaran yang lebih efisien. Harapan konsumen dan pengguna jasa KJKS BMT RIZQONA IKABU sangatlah penting, maka KJKS BMT RIZQONA IKABU perlu melakukan riset konsumen untuk mengevaluasi kualitas pelayanan. tingkat kepuasan konsumen dapat ditentukan berdasar pada lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan, yaitu :

1. Kualitas produk
2. Kualitas pelayanan
3. Emosional
4. Harga
5. Biaya

Kini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan anggota merupakan aspek vital dalam semua usaha. Kepuasan konsumen merupakan aset yang nilainya bertambah. Semakin

meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kepuasan yang diperoleh dengan menggunakan jasa pelayanan membuat konsumen teliti dalam membeli produk ataupun jasa. Keadaan tersebut harus bisa dibaca oleh seorang pimpinan. Karena dengan memperhatikan kepuasan konsumennya, KJKS BMT RIZQONA IKABU memiliki nilai lebih di mata konsumennya. Dalam kaitannya dengan pelayanan yang diberikan, kepuasan konsumen menjadi topik yang perlu diperhatikan. Umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterima bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk baik berupa barang atau jasa (Tjiptono 2015). Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan berpengaruh pada citra lembaga. Apabila kinerja melebihi harapan maka konsumen akan sangat puas. Harapan didasarkan oleh beberapa faktor, diantaranya pengalaman masa lampau, opini teman dan kerabat, serta informasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaing (Kotler & Armstrong, 2012). Pentingnya kepuasan anggota disadari pula oleh KJKS BMT RIZQONA IKABU. Dengan mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan anggotanya, maka KJKS BMT RIZQONA IKABU akan dapat melakukan evaluasi atas kinerjanya. Dari evaluasi tersebut KJKS BMT RIZQONA IKABU dapat mengambil strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa kepada anggotanya.

Kualitas jasa adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima dan yang mereka peroleh. Dalam dimensi kualitas jasa terdiri dari *tangible* (berwujud), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *empathy* (empati), *assurance* (kepercayaan).

Metode

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota yang aktif menggunakan jasa simpanan pada KJKS BMT RIZQONA IKABU Tambak Beras Jombang keseluruhan berjumlah 1.373 Nasabah. Dari jumlah populasi tersebut dilakukan penarikan sampel dengan rumus Slovin, maka ditemukan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 93 nasabah. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sampel Non-Probabilitas dikarenakan semua elemen populasi belum memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Berdasarkan kendala-kendala seperti waktu, tenaga, biaya, serta populasi yang tidak terdefiniskan, maka peneliti menggunakan cara penggunaan sampel dengan *Purposive Sampling* yaitu teknik mengambil sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu (Arikunto 2010). Adapun kriteria yang ditentukan antara lain : 1) Berusia 17-50 tahun, 2) Telah menjadi nasabah lebih dari 1 bulan dan, 3) Memiliki saldo tabungan

minimal Rp50.000. Penelitian ini mengumpulkan data penelitian melalui kuisioner yang dibagikan kepada sampel dan melalui wawancara, setelah terkumpul data penelitian dilakukan pengolahan data dengan analisis regresi berganda dengan bantuan alat analisis SPSS.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,309	5,332		2,121	,036
Kualitas Pelayanan	,853	,064	,803	13,329	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas pelayanan yaitu diperoleh nilai t hitung sebesar 13,329 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan anggota diterima. Hal ini berarti H1 dalam penelitian ini terbukti.

Persamaan regresi yang didapat yaitu :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 11,309 + 0,853X$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 11,309 dapat diketahui bahwa apabila variabel independen yaitu kualitas pelayanan dianggap nol, maka besarnya kepuasan anggota adalah 11,309.
2. Nilai koefisien regresi (beta) pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,853, artinya setiap peningkatan variabel kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka efektivitas iklan meningkat sebesar 0,853 satuan, dengan asumsi variabel yang lain adalah tetap. Sebaliknya penurunan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan akan menurunkan kepuasan anggota sebesar 0,853 satuan

Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.803 ^a	0.644	0.641	4.275

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai r sebesar 0,803. Nilai r merupakan nilai korelasi yang menunjukkan adanya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan anggota. Sedangkan nilai r square merupakan sumbangan pengaruh yang diberikan Kualitas layanan terhadap kepuasan anggota atau dengan kata lain nilai koefisien determinasi

digunakan untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan kualitas layanan terhadap kepuasan anggota. Nampak nilai 0,803 termasuk dalam korelasi sedang/cukup. Dari tabel di atas, diketahui bahwa nilai r square yaitu 0,644 yang berarti adanya variabel kualitas layanan memberikan kontribusi pengaruh sebesar 64,4% terhadap kepuasan anggota. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota di KJKS BMT RIZQONA IKABU Tambakberas Jombang dapat disimpulkan bahwa :

1. Pengujian hipotesis yang dilakukan memperoleh hasil bahwa H_a diterima dan H_o ditolak atau ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota di KJKS BMT RIZQONA IKABU Tambakberas Jombang. Hasil korelasi sebesar 0,803 maka hubungan antara variabel bebas sedang atau cukup.
2. Nilai r square nampak tinggi yaitu 0,644 yang berarti adanya variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi pengaruh sebesar 64,4% terhadap kepuasan anggota, 35,6% sisanya variabel lain yang tidak diteliti
3. Hasil Uji t sebesar 13,329 dengan signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dinyatakan ada hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan anggota

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih dan apresiasi diberikan kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penulisan karya ilmiah ini yakni pimpinan dan karyawan KJKS RIZQONA, ucapan terimakasih juga penulis ucapkan kepada Universitas KH. A. Wahab Hasbullah yang telah memberikan dukungan hingga karya ilmiah ini dapat terselesaikan dengan baik.

Referensi

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Ilmiah*.
Baron, Steve. 2014. *Service Marketing*.
Kotler, P., and G. Armstrong. 2012. *Principles of Marketing. 14th Edition, Essex*.
Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*.
Susyanti, Jeni. 2016. *Pengelolaan Lembaga Keuangan Syariah*. Malang: Empatdua.
Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip Dan Penerapan*.
Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Bisnis Pemasaran*.