

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
DI KOPERASI LKM-S MM SEJAHTERA KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.)

OLEH:

RANDA MAHENDRA
NIM. 1416142259

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
TAHUN 2018, M/1439 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

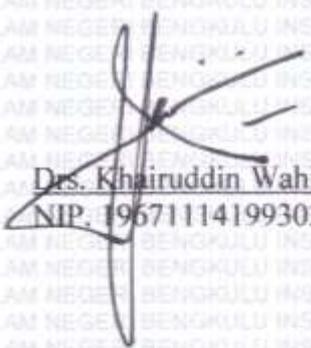
Skripsi ini yang ditulis oleh Randa Mahendra, NIM 1416142259 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu”. Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan Pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

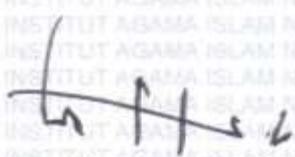
Bengkulu, Februari 2018 M

1439 H

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. Khairuddin Wahid, M.Ag
NIP. 196711141993031002


Badaruddin Nurhab, MM
NIP. 198508072015031005

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan berlaku.

Bengkulu, Februari 2018 M
1439 H

Mahasiswa yang menyatakan



Randa Mahendra
NIM. 1416142259

SURAT PERNYATAAN

NAMA : RANDA MAHENDRA
NIM : 1416142259
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH
JUDUL : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI KOPERASI LKM-S MM
SEJAHTERA KOTA BENGKULU

Telah dilakukan verifikasi plagiasi melalui <http://smallseotools.com/plagiarsm-checker/> skripsi yang bersangkutan dapat diterima dan tidak memiliki indikasi plagiasi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Apabila terdapat kekeliruan dalam verifikasi ini maka akan dilakukan tinjauan kembali.

Bengkulu, Maret 2018

Mengetahui Tim Verifikasi



Andang Sunarto, Ph.D
NIP 197611242006041002

Yang Membuat Pernyataan



Randa Mahendra
NIM 1416142259



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Komplek IAIN Bengkulu Telp. (0736) 51171

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu, oleh Randa Mahendra NIM. 1416142259, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 03 Agustus 2018M / 21 Dzul-qa'dah 1439H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Bengkulu, 07 Agustus 2018M
25 Dzul-qa'dah 1439H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Drs. Khairuddin Wahid, M.Ag
NIP.196711141993031002

Penguji I

Dra. Fatimah Yunus, MA
NIP.196303192000032003

Sekretaris

Desi Ishaini, MA
NIP. 197412022006042001

Penguji II

Miti Yarmunida, M.Ag
NIP.197705052007102002

Mengetahui,

Dekan



Dr. Asnaini, MA
NIP.197304121998032003

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu”. Shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan pada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang menjadi uswatun hasanah bagi kita semua. Amin.

Penyusunan ini untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.) pada program studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis dapat mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih teiring doa semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT, kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
2. Ibu Dr. Asnaini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
3. Ibu Desi Isnaini, MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan Ibu Yossy Arisandy, SE.MM, selaku Ketua Progam Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

4. Bapak Drs. Khairuddin Wahid, M.Ag selaku Pembimbing I dan Bapak Badaruddin Nurhab, MM selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, pengarahan, petunjuk, saran dan motivasi dengan penuh kesabaran.
5. Bapak M. Fairuzabady, MA selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan kemudahan bimbingan akademik selama penulis menjadi mahasiswa.
6. Kedua orangtuaku tercinta yang telah membesarkanku dengan segala jerih payahnya serta dorongan dan dukungan moril/materil selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbingku yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
8. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
9. Pimpinan beserta seluruh karyawan Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu yang telah mengizinkan dan membantu proses pelaksanaan penelitian di lembaga tersebut.
10. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah angkatan 2014
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis kedepan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Bengkulu,

2018 M
1439 H

Randa Mahendra
Nim 141 614 2259

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN PLAGIAT	ii
SURAT PERNYATAAN SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN	v
MOTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Penelitian Terdahulu	8

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori	13
1. Kualitas Pelayanan	13
a. Pengertian Pelayanan	13
b. Kualitas pelayanan.....	15
c. Pelayanan prima.....	17
d. Prinsip Pelayanan Prima	18
e. Konsep Pelayanan Prima	19
f. Etika pelayanan Prima.....	21
2. Kepuasan Pelanggan/Nasabah.....	23
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	28
B. Kerangka Berpikir	30
C. Hipotesis Penelitian	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	32
B. Waktu Dan Objek penelitian	32
C. Populasi Dan Sampel	33
D. Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data	33
E. Definisi Operasional Variabel	35
F. Teknik Analisis Data	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	41
B. Hasil Penelitian	53
1. Deskripsi Responden	53
2. Pengujian Validitas	55
3. Pengujian Reabilitas.....	56
4. Pengujian Normalitas	57
5. Pengujian Homogenitas	57
6. Pengujian Hipotesis	58
7. Uji t	59
8. Pengujian Koefisien Determinasi.....	60
C. Pembahasan	60

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	63
B. Saran-saran	64

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skor Penelitian Angket	35
Tabel 3.2 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi.....	40
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Karakteristik Umur	53
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir	54
Tabel 4.4 Karakteristik Pekerjaan	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Homogenitas	58
Tabel 4.9 Model Regresi	58
Tabel 4.10 Hasil Uji t	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Determinasi.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Data Koesioner
- Lampiran 2 Tabulasi Data Kualitas Pelayanan (X)
- Lampiran 3 Tabulasi Data Kualitas pelayanan (Y)
- Lampiran 4 Uji Validitas Data Variabel X
- Lampiran 5 Uji Validitas Data variabel Y
- Lampiran 6 Uji Reabilitas Data Variabel X
- Lampiran 8 Uji Reabilitas Data Variabel Y
- Lampiran 9 Uji Normalitas Data
- Lampiran 10 Uji Homogenitas Data
- Lampiran 11 Uji Regresi Linear Sederhana
- Lampiran 13 Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 14 Lembar Koesioner
- Lampiran 15 Foto/Dokumentasi
- Lampiran 16 Pengesahan Penelitian
- Lampiran 17 SK Pembimbing
- Lampiran 18 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 19 Surat Keterangan Penelitian Koperasi

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Koperasi LKM-S MM
Sejahtera Kota Bengkulu.

Oleh Randa Mahendra, NIM 1416142259.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, serta seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan metode penelitian kuantitatif Asosiatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 34 responden. Uji hipotesis dilakukan dengan *regresi linear sederhana* menggunakan uji t dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, ditunjukkan dengan nilai probabilitas signifikansi (Sig) sebesar 0,000 lebih kecil dari α sebesar 0,05. Dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0.492, menunjukkan bahwa 49,2% kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah Koperasi LKM-S MM Sejahtera, sedangkan sisanya 50,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman untuk para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan serta mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin mendapatkan keunggulan bersaing harus dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas, harga yang murah dibandingkan pesaing, waktu penyerahan lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya.¹ Setiap perusahaan harus lebih aktif dan lebih agresif dalam merebut posisi pasar dan memenangkan persaingan. Perusahaan tidak hanya memperhatikan mutu/kualitas dari produk tetapi juga memperhatikan kepuasan nasabahnya. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen/nasabah yaitu produk, harga, promosi, pelayanan, dan pemasaran.²

Lembaga keuangan mikro syariah hadir untuk memenuhi jasa keuangan/modal bagi masyarakat menengah kebawah yang tidak tersentuh oleh Lembaga Keuangan Bank. Dewasa ini banyak bermunculan BMT sebagai salah satu bentuk Lembaga Keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Baitul Mal wat Tamwil (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt al-mal wa al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan

¹ Suwanto dan Doni Juni Priansa, *Manajemen SDM Dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. (Bandung: Alfabeta, cv, 2012), h. 12

² Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 209

usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil, dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Baitul Mal wat Tamwil juga menerima titipan *infak, zakat, wakaf, sedekah* serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanatnya.³

Tingkat persaingan Lembaga keuangan syariah tidak hanya sesama Lembaga Keuangan Syariah melainkan juga Lembaga Keuangan Konvensional. Oleh karena itu, salah satu perbandingan yang sangat penting dan harus dimiliki oleh Lembaga Keuangan Syariah adalah unggul dalam pelayanan. Di dalam pelayanan tidak terlepas dari etika pelayanan pegawai bank, karna etika pelayanan pegawai sangat berpengaruh bagi nasabah.⁴

Etika pelayanan adalah perilaku petugas bank terutama petugas pelayanan (*customer service*) dalam memenuhi apa yang diinginkan atau diharapkan konsumen/nasabah. Etika pelayanan bertitik tolak pada perilaku petugas bank dalam berbagai lini dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan memperhatikan mana yang baik mana yang buruk, mana yang benar mana yang salah.

Secara etimologis menurut kamus besar bahasa indonesia menyatakan pelayanan ialah “ usaha melayani kebutuhan orang lain”. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan akan bermanfaat dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan perusahaan

³ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 451-452

⁴ <https://tugas2kuliah.wordpress.com/2011/12/14/skripsi-perbankan-perbandingan-tingkat-kepuasan-nasabah-terhadap-pelayanan-customer-service-antara-bri-dan-bank-sulsel/> di akses pada tanggal 15 oktober 2017 pukul 19.00 wib

kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan, apabila pelayanan yang diberikan tidak memuaskan tentu saja mengecewakan pelanggannya.⁵

Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat berkaitan, kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami secara seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan di bidang jasa merupakan elemen penting untuk menentukan dalam menumbuhkembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Demikian pula dengan bisnis perbankan, merupakan bisnis berdasarkan asas kepercayaan, masalah kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini.

Islam mengajarkan jika ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang ataupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.⁶ Seperti dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267:

⁵ Daryanto dan Ismanto, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta, Gava Media, 2014), h. 107

⁶ Fia Transtianingzah, "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Solo*". Surakarta: Skripsi, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. 2006

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا
تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ

حَمِيدٌ

Artinya:

Wahai orang-orang yang beriman, Nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu, dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya. Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji. (Qs: Al-Baqarah 2:267)⁷

Sumber daya insani yang dimiliki oleh bank haruslah memiliki kemampuan dalam menjalankan setiap transaksi perbankan mengingat faktor pelayanan yang diberikan oleh karyawan sangat menentukan sukses atau tidaknya bank kedepan.⁸ Sumber Daya Insani yang profesional adalah mereka yang memiliki kompetensi, sesuai dengan profesi yang ditekuni. Artinya, manusia yang mempunyai pengetahuan, sikap, keterampilan, dan atribut lain yang diperlukan agar bisa berhasil dalam pekerjaannya.⁹

Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, termasuk pihak yang tidak memiliki rekening namun memanfaatkan jasa bank untuk melakukan transaksi keuangan. Pada dasarnya nasabah selalu ingin memperoleh perhatian dari perusahaan dan selalu ingin diberikan pelayanan terbaik secara cepat dan

⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemahannya*, (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 45

⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2003), h. 133

⁹ Marwansyah, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 4-5

tepat. Oleh karena itu, pelayanan yang baik ini harus segera dapat di penuhi oleh perusahaan sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal.¹⁰

Dalam upaya membangun hubungan dengan nasabah Koperasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah Sejahtera MM Sejahtera diharapkan mampu meningkatkan kualitas sumber daya insani sebagai kekuatan penting dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Pengembangan dan peningkatan profesionalisme menjadi hal mutlak yang akan berpengaruh dalam memberikan layanan prima kepada nasabah di Koperasi LKM-S MM Sejahtera untuk memenangkan persaingan bisnis. Pelayanan prima secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan pelanggan. Pelayanan prima melakukan pendekatan dengan konsep kualitas pelayanan prima yang terdiri dari *Ability* (Kemampuan), *Attitude* (Sikap), *Appearance* (Penampilan), *Attention* (perhatian), *Action* (Tindakan), dan *Accountability* (Pertanggungjawaban).

Berdasarkan pengamatan yang telah di lakukan pada Bulan Mei 2017 sejauh ini Koperasi LKM-S Sejahtera MM Sejahtera sudah melakukan upaya pelayanan yang baik kepada nasabahnya. Hal ini dilakukan agar nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan. Namun kenyataannya upaya memberikan pelayanan belum diberikan secara maksimal oleh karyawan kepada nasabah, mengingat masih ada karyawan yang kurang berkomunikasi dan kurang tanggap dalam memahami keinginan serta kebutuhan nasabah saat memberikan

¹⁰ Erdah dan Lemiyana." *Pengaruh Etika Frontliner Terhadap Kenyamanan Nasabah di Perbankan Syariah Kota Palembang*". Vol. 2 No. 2, Desember 2016

pelayanan. Maka dari itu penelitian mencoba meneliti pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan nasabah dengan konsep pelayanan prima yang terdiri dari *Ability, Attitude, Appearance, attention, action dan Accountability*.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Koperasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah MM Sejahtera Kota Bengkulu”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan dengan konsep pelayanan prima (*Ability, Attitude, Appearance, attention, action dan Accountability*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dengan konsep pelayanan prima (*Ability, Attitude, Appearance, attention, action dan Accountability*) terhadap kepuasan nasabah di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dengan konsep pelayanan prima (*Ability, Attitude, Appearance, attention, action dan Accountability*)

mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu.

2. Untuk Mengetahui Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dengan konsep pelayanan prima (*Ability, Attitude, Appearance, attention, action dan Accountability*) terhadap kepuasan nasabah di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Untuk menambah ilmu intelektual mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Koperasi LKM-S MM Sejahtera.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Koperasi LKM-S MM Sejahtera, memberikan masukan tentang peningkatan kualitas pelayanan karyawan terhadap nasabah.
- b. Bagi karyawan, agar senantiasa memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah, sehingga karyawan dapat bekerja secara profesional.
- c. Bagi peneliti, memberikan pengalaman berharga untuk memahami permasalahan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian karya Fia Transtianingzah yang berjudul “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank*

Muamalat Cabang Solo”. Skripsi Tahun 2006.¹¹ Skripsi ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dengan menganalisa kualitas pelayanan dengan lima dimensi yaitu tangibles (bukti langsung), reliability (kemampuan bagus), responsiveness (smart), assurance (jaminan), dan empathy (perawatan). Berdasarkan hasil analisis data, peneliti menemukan beberapa langkah untuk menggunakan metode analisis regresi berganda. Dapat diketahui bahwa dari lima dimensi di atas hanya ada empat dimensi yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan cabang Bank Muamalat Solo. Dimensi adalah tangibles (bukti langsung) dengan tingkat signifikansi t 0,049, reliabilitas (kemampuan baik) dengan tingkat signifikansi t 0,045, empati (perawatan) dengan taraf signifikansi 0,009. Sedangkan untuk jaminan (guarantee) tidak berpengaruh secara signifikan. Hal itu bisa dibuktikan dari tingkat signifikansi t 0.634. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel responsif. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa kualitas dimensi pelayanan yang mana paling berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bank Muamalat cabang Solo.

Perbedaan dari yang diuraikan dalam pembahasan ini, terlihat jelas perbedaan pada penelitian mengenai tujuan penelitian yang bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah dengan menganalisa kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi yaitu tangibles (bukti langsung), reliability (kemampuan bagus), responsiveness (smart), assurance (jaminan), dan empathy (perawatan). Jelas berbeda pada penelitian yang akan dilakukan dimana penulis

¹¹ Fia Ransianingzah, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Solo*, (Surakarta: Skripsi, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. 2006)

bertujuan untuk mengukur kepuasan nasabah dalam kualitas pelayanan menggunakan konsep pelayanan prima yang terdiri dari *Ability* (Kemampuan), *Attitude* (Sikap), *Appearance* (Penampilan), *Attention* (perhatian), *Action* (Tindakan), dan *Accountability* (Pertanggungjawaban). Adapun persamaan penulis yang akan di bahas pada penelitian ini yaitu pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Dalam penelitian lain jurnal karya Bagja Sumantri "*Pengaruh Kualiatas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah*". Vol.10 No.02, Oktober 2014.¹² Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap menjadi nasabah di Bank Syariah, pengaruh produk pembiayaan terhadap keputusan menjadi nasabah. Dalam penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal dan penelitian ini menggunakan *simple random sampling* dan *kuota sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat dalam pembiayaan syariah.

Perbedaan dari yang diuraikan dalam pembahasan ini, terlihat jelas perbedaan pada penelitian mengenai tujuan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap menjadi nasabah di Bank Syariah, pengaruh produk pembiayaan terhadap keputusan menjadi nasabah. Jelas berbeda pada penelitian yang akan dilakukan dimana penulis bertujuan untuk mengukur kepuasan nasabah dalam kualitas pelayanan menggunakan konsep pelayanan prima yang terdiri dari *Ability* (Kemampuan), *Attitude* (Sikap), *Appearance* (Penampilan), *Attention* (perhatian), *Action* (Tindakan),

¹² Bagja Sumantri, *Pengaruh Kualiatas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah*, Vol.10 No.02, Oktober 2014

dan *Accountability* (Pertanggungjawaban). Adapun persamaan yang akan dibahas yaitu pada kualitas pelayanan terhadap nasabah.

Dalam penelitian lain jurnal internasional karya Yap Sheau Fen dan Kew Mei Lian "*Kualitas layanan, Kepuasan Konsumen dan Niat Pelanggan di Restoran*", Vol 4. No 1, Malaysia june 2012.¹³ Penelitian ini dirancang untuk menguji hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan niat pelanggan dalam konteks industri restoran. Analisis Korelasi Pearson menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki efek positif langsung terhadap niat pelanggan. Regresi Linier Berganda menekankan kepuasan pelanggan sebagai prediktor niat pelanggan yang lebih kuat dibandingkan dengan kualitas layanan. Penelitian ini dirancang untuk menguji hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan niat pelanggan dalam konteks industri restoran. Analisis Korelasi Pearson menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki efek positif langsung terhadap niat pelanggan.

Perbedaan dari yang diuraikan dalam pembahasan ini, terlihat jelas perbedaan pada penelitian mengenai tujuan penelitian yang bertujuan untuk menguji hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan niat pelanggan dalam konteks industri restoran. Analisis Korelasi Pearson menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki efek positif langsung terhadap niat pelanggan. Jelas berbeda pada penelitian yang akan dilakukan dimana penulis bertujuan untuk mengukur kepuasan nasabah dalam kualitas pelayanan menggunakan konsep pelayanan prima yang terdiri

¹³ Yap Sheau Fen dan Kew Mei Lian "*Kualitas layanan, Kepuasan Konsumen dan Niat Pelanggan di Restoran*", Vol 4. No 1, Malaysia june 2012

dari *Ability* (Kemampuan), *Attitude* (Sikap), *Appearance* (Penampilan), *Attention* (perhatian), *Action* (Tindakan), dan *Accountability* (Pertanggungjawaban). Adapun persamaan yang akan peneliti bahas yaitu pada kualitas pelayanan.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Secara etimologis menurut kamus besar bahasa Indonesia menyatakan pelayanan ialah “ usaha melayani kebutuhan orang lain”. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan dapat juga diartikan setiap tindakan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan dan manfaat bagi orang lain.¹⁴

Loina menyatakan bahwa pelayanan merupakan suatu proses keseluruhan dari pembentukan citra perusahaan, baik melalui media berita, membentuk budaya perusahaan secara internal, maupun melakukan komunikasi tentang pandangan perusahaan kepada para pemimpin pemerintahan serta publik lainnya yang berkepentingan. Penekanan terhadap definisi ini adalah pelayanan yang diberikan menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan guna untuk mendapatkan kepuasan dalam hal pemenuhan kebutuhan.¹⁵

¹⁴ Daryanto dan Ismanto, *Konsumen ...*, h. 107

¹⁵ <http://administrasidanmanajemen.t>
pelayanan.html di akses pada tgl 14 novembe

Dalam proses layanan ada tiga hal penting yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Penyedia layanan

Penyedia layanan adalah pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam penyediaan dan penyerahan barang atau jasa.

2. Penerima layanan

Penerima layanan adalah mereka yang disebut sebagai konsumen atau pelanggan yang menerima layanan dari para penyedia layanan. Penerima layanan biasa disebut konsumen atau nasabah dapat dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu:

- a) Konsumen internal, yaitu orang-orang yang terlibat dalam proses penyediaan jasa atau proses produk barang sejak dari perencanaan sampai dengan pemasaran, penjualan dan pengadministrasiannya.
- b) Konsumen eksternal, yaitu semua orang yang berada diluar organisasi perusahaan, yang menerima layanan penyerahan barang atau jasa dari luar.

3. Jenis dan bentuk layanan

Jenis layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan terdiri dari beberapa macam, antara lain berupa layanan yang berkaitan dengan pemberian jasa-jasa saja, layanan yang berkaitan dengan

penyediaan dan distribusi barang-barang saja, dan layanan yang berkaitan dengan kedua-duanya.¹⁶

b. Kualitas Pelayanan

Segi pelayanan sangat penting diperhatikan dalam menghadapi persaingan antar bank yang semakin ketat. Karena hal tersebut merupakan salah satu syarat bagi kesuksesan perusahaan. Parasuraman, dkk (1985) mengungkapkan kualitas pelayanan sebagai suatu bentuk penilaian terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas pelayanan bagi sebuah bank dapat memiliki pengaruh untuk mendatangkan nasabah baru dan mengurangi kemungkinan nasabah lama berpindah ke perusahaan lain.¹⁷

Salah satu alat ukur dari kualitas pelayanan disebut *servqual* (*service quality*). *service quality* adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan pelanggan/nasabah, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas. Sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu.¹⁸

Apabila terkait dengan kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati

¹⁶ Sutopo dan Adi Suryanto, *Pelayanan Prima*, (Jakarta, Lembaga Administrasi Negara, 2001), h. 14

¹⁷ Husnul Khatimah Dan Mudji Rahardjo, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Cabang Semarang Pattimura*, Vol. 2 No. 2 Desember 2010

¹⁸ Nur Riyanto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 213

layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.

Kualitas pelayanan terbagi atas:

1. Kualitas layanan internal

Kualitas layanan internal berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan internal adalah:

- a) Pola manajemen umum perusahaan.
- b) Penyediaan fasilitas pendukung.
- c) Pengembangan sumber daya manusia.
- d) Iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja.
- e) Pola insentif.

2. Kualitas layanan eksternal

Mengenai kualitas layanan kepada pelanggan eksternal, kualitas layanan ditentukan oleh beberapa faktor yaitu:

- a) Yang berkaitan dengan penyediaan jasa.
- b) Yang berkaitan dengan penyediaan barang¹⁹

c. Pelayanan Prima

Pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah *excellent service* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai

¹⁹ Daryanto dan Ismanto, *Konsumen dan,,,*, h. 122

dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan pelanggan. Instansi pelayanan harus memiliki standar yang dapat menjadi ukuran dalam memuaskan pelanggan. Pelayanan disebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima, manakala dapat atau mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan), jadi pelayanan prima dalam hal ini sesuai dengan harapan pelanggan.²⁰

Menurut Barata pelayanan prima merupakan bentuk kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dari mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu royal kepada perusahaan. Untuk mencapai suatu pelayanan yang prima pihak perusahaan haruslah memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap melayani, tenang dalam bekerja, tidak tinggi hati merasa dibutuhkan, menguasai pekerjaannya baik tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya maupun bagian lainnya, mampu berkomunikasi dengan baik, mampu mengerti dan memahami bahasa isyarat (*gestur*) pelanggan serta memiliki kemampuan untuk menangani keluhan pelanggan secara profesional. Sedangkan menurut Tjiptono pelayanan prima terdiri dari 4 unsur pokok yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan.²¹

²⁰ Nur Riyanto, *Dasar-dasar...*, h. 211

²¹ Erlando, *Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Spbu Pertamina*, Jurnal Skripsi Universitas Gunadarma Fakultas Ekonomi, 2010

Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun pengertian mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkannya.²²

d. Prinsip Pelayanan Prima

1. Melayani itu ibadah, karenanya harus ada rasa cinta dan semangat yang membara di dalam hati pada setiap tindakan pelayanan kepada orang lain.
2. Mengerti orang lain dahulu sebelum ingin dimengerti.
3. Bahagiakanlah orang lain terlebih dahulu, dan kelak anda akan menerima kebahagiaan melebihi dari apa yang anda harapkan.
4. Menghargai orang lain sebagaimana anda ingin dihargai. Rasulullah bersabda, “Tidaklah engkau disebut beriman. Kecuali engkau mencintai orang lain sebagaimana engkau mencintai dirimu”.
5. Lakukanlah empati yang sangat mendalam dan tumbuhkan sinergi.

Dengan demikian, orang muslim akan menjadikan setiap geraknya adalah pelayanan yang berkualitas. Sehingga orang yang di sekitarnya merasakan kedamaian.²³

e. Konsep Pelayanan Prima

²² Kasmir, *Manajemen Perbanka...*, h. 207

²³ Atep Adya Barat, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003), h.

Pada awalnya konsep pelayanan prima timbul dari kreativitas para pelaku bisnis yang kemudian diikuti dengan organisasi nirlaba dan instansi pemerintah. Budaya pelayanan prima dapat dijadikan acuan dalam berbagai aspek kehidupan. Ada enam konsep pelayanan prima, yaitu:

1. *Ability* (kemampuan)

Yaitu suatu pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan penguasaan pengetahuan tentang bidang kerja yang ditekuni.

2. *Attitude* (sikap)

Yaitu perilaku, sikap dan tingkah laku yang harus ditonjolkan oleh pegawai ketika menghadapi pelanggan. Seorang pegawai bank terutama yang berada di petugas pelayanan terdepan seperti *customer service* dan *teller* harus mampu menghadapi pelanggan dengan senyuman.

3. *Appearance* (penampilan)

Penampilan seorang pegawai bank baik yang bersifat fisik saja maupun fisik dan nonfisik mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas perusahaan oleh konsumen.

4. *Attention* (perhatian)

Karyawan harus mampu memberikan kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun atas saran dan kritiknya.

5. *Action* (tindakan)

Karyawan harus mampu memberikan berbagai kegiatan nyata yang harus diberikan dalam memberikan pelayanan prima kepada konsumen.

6. *Accountability* (pertanggungjawaban)

Suatu sikap berperihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.²⁴

f. Etika Pelayanan prima

Etika pelayanan adalah perilaku petugas bank terutama petugas pelayanan (*customer service*) dalam memenuhi apa yang diinginkan atau diharapkan konsumen/nasabah. Perbankan harus mampu memberikan pelayanan prima tidak hanya dari aspek pengetahuan tentang teknis perbankan akan tetapi menyangkut pula permasalahan etika pelayanan yang prima. Adapun ciri-ciri etika pelayanan yang prima adalah:

1. Memiliki personil atau sumber daya manusia yang profesional dan bermoral

Segegap karyawan dari level manajemen sampai dengan staf harus memiliki kemampuan keterampilan tentang aspek teknis perbankan, menguasai manfaat produk, mampu membuat nasabah

²⁴ Nur Riyanto, *Dasar-dasar...*, h. 216

mengerti dan tertarik untuk membelinya. Hal ini perlu dimiliki khususnya kepada petugas bank yang bertugas melayani nasabah (*customer service*).

2. Memiliki sarana dan prasarana yang layak dan memadai

Untuk memberikan pelayanan prima kepada nasabah disamping faktor manusianya, hendaklah harus didukung pula oleh sarana fisik tertentu dan segala perlengkapannya. Misalkan ruang tunggu yang nyaman, janganlah pada ruang tunggu disediakan kursi yang sudah rusak serta ruangan yang panas karena kondisi AC yang tidak berfungsi.

3. Memiliki sikap pelayanan yang tanggap dan cepat (*responsif*)

Karyawan harus tanggap dan sigap menghadapi keadaan atau keluhan nasabah, mempunyai kepedulian atas kesulitan nasabah. Cepat artinya melayani nasabah dalam waktu yang singkat, tidak berbelit-belit.

4. Memiliki sikap komunikatif

Karyawan harus mampu memberikan penjelasan secara singkat, jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah atas kesulitan yang dialami nasabah. Karyawan harus mampu berkomunikasi dengan nasabah baik tanpa diminta maupun diminta.

5. Memiliki perilaku penampilan simpatik

Perilaku dan penampilan simpatik misalkan tidak menyalahkan nasabah atas kesalahan prosedur yang dilakukan, tidak memperlihatkan mimik muka emosi meskipun menghadapi nasabah yang menjengkelkan.

6. Memiliki penampilan dan bicara yang meyakinkan

Penampilan karyawan dengan sopan santunnya berbicara dan dapat di percaya oleh nasabah. Kepercayaan adalah modal utama dalam menciptakan kepuasan nasabah.²⁵

7. Mengucapkan terima kasih

Disamping beberapa etika yang kita kemukakan diatas, terakhir tapi tak kalah pentingnya adalah kebiasaan kita untuk mengucapkan terimakasih. Kita jangan merasa berat untuk mengucapkan terimakasih kepada mereka meskipun mereka bukan nasabah yang potensial kehadiran mereka di bank kita sudah merupakan keuntungan tersendiri meskipun mereka datang tidak membawa uang.²⁶

2. Kepuasan Pelanggan/Nasabah

a. Pengertian Nasabah

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan atau unit usaha syariah. Menurut Djaslim Saladin dalam bukunya "Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Bank" yang dikutip dari "Kamus Perbankan" menyatakan bahwa

²⁵ Nur Riyanto, *Dasar-dasar...*, h. 227

²⁶ Erdah dan Lemiyana. "Pengaruh Etika Frontliner Terhadap Kenyamanan Nasabah di Perbankan Syariah Kota Palembang" Vol. 2 No. 2, Desember 2016

“Nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank”.²⁷ Sedangkan menurut J. Panglaykim dikutip dalam buku “Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Bank” menyatakan nasabah adalah konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dan pemakai dana. Dan menurut kamus perbankan, nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank.²⁸

Jadi Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank atau lembaga keuangan lainnya, termasuk pihak yang tidak memiliki rekening namun memanfaatkan jasa bank untuk melakukan transaksi keuangan. Pada dasarnya nasabah selalu ingin memperoleh perhatian dari perusahaan dan selalu ingin diberikan pelayanan terbaik secara cepat dan tepat. Oleh karena itu, pelayanan yang baik ini harus segera dapat di penuhi oleh perusahaan sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal.²⁹

b. Kepuasan Pelanggan

Salah satu tujuan utama perusahaan khususnya perusahaan jasa dalam hal ini adalah bank yaitu menciptakan kepuasan nasabah. Philip Kotler mengatakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diharapkan. Sedangkan menurut Engel (1994) kepuasan pelanggan

²⁷ <https://mirave21.wordpress.com/tag/pengertian-nasabah/> diakses pada tgl 13 november pukul 14.00 wib

²⁸ Djaslim Saladin, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Bank*, (Bandung: Mandar Maju, 1994), h. 7

²⁹ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2011), h. 82

adalah evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.³⁰

Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Apabila kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, konsumen akan sangat puas. Harapan konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Konsumen yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

c. Strategi Kepuasan Pelanggan

Strategi kepuasan konsumen menyebabkan para pesaing harus berusaha keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut konsumen suatu perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia. Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan konsumen:

1. Strategi *Relationship Marketing*

Strategi dimana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata

³⁰ Nur Riyanto, *Dasar-dasar...*, h. 193

lain, dijalin suatu kemitraan dengan konsumen secara terus-menerus yang pada akhirnya akan menimbulkan kesetiaan konsumen sehingga terjadi bisnis ulang.

2. Strategi *Superior Customer Service*

Strategi ini menawarkan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaing. Hal ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia, dan usaha gigih agar dapat tercipta suatu pelayanan yang superior.

3. Strategi *Uncoditional Guarantees* atau *Exstraordinary Guarantees*

Strategi ini berintikan komitmen untuk memberi kepuasan kepada konsumen yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Selain itu juga akan meningkatkan motivasi para karyawan untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih baik dari pada sebelumnya.³¹

d. Elemen Kepuasan Pelanggan

1. Harapan (*Expectations*)

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen akan puas.

³¹ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam,,,* h. 202

2. Kinerja (*Performance*)

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan puas.

3. Perbandingan (*Comparison*)

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

4. Pengalaman (*Experience*)

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dengan orang lain.

5. Konfirmasi (*Confirmation*) dan Diskonfirmasi(*Disconfirmation*)

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan puas ketika terjadi *Confirmation/ Disconfirmation*.³²

³² Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam,,,* h. 211

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia. “Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang”.³³ Pengaruh merupakan suatu daya atau kekuatan yang timbul dari sesuatu baik itu orang maupun benda serta segala sesuatu yang ada di alam sehingga mempengaruhi apa-apa yang ada di sekitarnya. WJS. Poerwardaminta berpendapat bahwa pengaruh merupakan daya yang ada atau timbul dari sesuatu, baik orang maupun benda dan sebagainya yang berkuasa atau yang berkekuatan dan berpengaruh terhadap orang lain.³⁴ Dapat disimpulkan bahwa pengaruh adalah sebagai suatu daya yang ada atau timbul dari suatu hal yang memiliki akibat atau hasil dan dampak yang ada.

Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat berkaitan, kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami secara seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Kepuasan

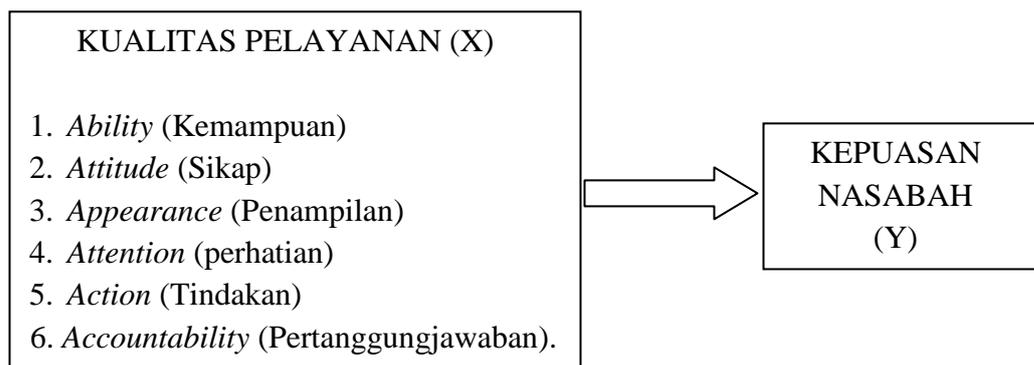
³³ Hasan Alwi, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka, 2005), h. 849

³⁴<http://www.duniapelajar.com/2014/08/07/pengertian-pengaruh-menurut-para-ahli/diaks/es> pada 6 Maret 2018 pukul 19.00 wib

pelanggan di bidang jasa merupakan elemen penting untuk menentukan dalam menumbuhkembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Demikian pula dengan bisnis perbankan, merupakan bisnis berdasarkan asas kepercayaan, masalah kualitas layanan menjadi faktor penting dalam memuaskan keinginan dan kebutuhan nasabah.

B. Kerangka Berpikir

Berdasarkan judul penelitian yang akan penulis teliti yaitu tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu”. Maka dapat dibuat kerangka berfikir sebagai berikut :



Gambar 2.1

Sumber: Bungin, M Burhan³⁵

X = Variabel Bebas

³⁵ Bungin, M. Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edisi Pertama, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 75

Y = Variabel Terikat

Keterangan : Pengaruh dari satu variabel ke variabel yang lainnya.

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa variable X yang merupakan kualitas pelayanan dengan konsep pelayanan prima mempengaruhi variabel lainnya, sedangkan variabel Y terikat (Kepuasan Nasabah) yaitu variabel yang dipengaruhi variabel lain. Jadi kerangka berfikir ini menjelaskan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

C. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori-teori yang telah dijelaskan diatas dan berdasarkan observasi awal, penulis dapat menarik kesimpulan sementara bahwa:

Ha: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu.

Ho: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian *fiel research* (lapangan) dengan pendekatan kuantitatif asosiatif yaitu penelitian yang bersifat menganalisa dan membuktikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu pengamatan awal pada Bulan Mei 2017 sampai selesai penelitian pada Bulan Januari 2018.

2. Lokasi Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini penulis mengambil objek penelitian di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Jl. Belimbing No. 5 KM. 7 Kel. Jalan Gedang Kota Bengkulu. Setelah melakukan observasi awal peneliti melihat bahwa terjadi kesenjangan antara teori dengan kenyataan yang ada dilapangan. Artinya, ada masalah dilapangan, sehingga membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Populasi pada penelitian ini seluruh nasabah di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu yang berjumlah 224.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.³⁶ Model pengambilan sampel yang digunakan adalah *Insidental sampling* yaitu pengambilan informasi berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Teknik menentukan ukuran sampel menggunakan pendapat Suharsimi Arikunto, dimana jika jumlah populasi besar diatas 100 maka diambil 15% dari jumlah populasi. Jadi 15% dari 224 populasi yaitu 33,6 (dibulatkan menjadi 34). Dengan demikian jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 34 orang nasabah di Koperasi LKM-S MM Sejahtera.

D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber

Sumber *Primer* adalah, sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Adapun yang terlibat secara langsung sebagai sumber data primer adalah Nasabah di Koperasi LKM-S Sejahtera Kota Bengkulu.

sumber *Skunder* merupakan sumber data yang sudah tersusun dan sudah dijadikan dalam bentuk dokumen-dokumen. Adapun sumber data sekunder

³⁶ Suharmisi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), h. 131

di sini adalah buku-buku dan referensi tentang pelayanan perbankan yang terkait dengan kualitas pelayanan terhadap nasabah.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Teknik ini merupakan pengamatan yang dilakukan pada objek penelitian untuk mendapatkan data awal sehingga mengetahui bagaimana kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

b. Angket atau Kuesioner

Kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden, dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahui. Pertanyaan diajukan kepada nasabah di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu yang ada didalam Koperasi saat penelitian dilakukan. Pertanyaan yang ada, bersifat kuesioner tertutup yaitu responden hanya dipersilahkan memilih dari beberapa jawaban yang sudah tersedia. Angket/ kuesioner berfungsi untuk mendapatkan data tentang seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Butir-butir pertanyaan dalam angket disusun berdasarkan indikator dari beberapa variabel, yaitu variabel kualitas pelayanan terhadap Kepuasan nasabah dan skala pengukurannya menggunakan skala likert.³⁷

Dalam penelitian ini akan diberikan nilai dengan bobot sebagai berikut:

NO	KATEGORI	SKOR
1	Sangat Baik (SB)	5

³⁷ Sugiono, *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 93

2	Baik (B)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Baik (TB)	2
5	Sangat Tidak Baik (STB)	1

Tabel 3.1

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu instrumen yang menggunakan dokumen sebagai sumber data-data. Peneliti menggunakan instrumen dokumentasi untuk memperoleh data tentang jumlah nasabah yang menabung di Koperasi LKM-S MM Sejahtera. Instrumen ini dilakukan untuk melengkapi data-data yang diperlukan, dengan mengali dokumen yang dimiliki tentang hal-hal yang ada hubungannya dengan penelitian.

E. Definisi Operasional Variabel

1. Definisi Variabel Penelitian

Instrumen atau alat pengumpul data dapat menentukan kualitas suatu penelitian. Data yang diperoleh dengan instrumen yang tidak sesuai dengan masalah yang diteliti dapat menyebabkan mutu penelitiannya diragukan. Secara operasional variabel pada penelitian ini terdiri dari variable bebas dan variable terikat. Variable bebasnya adalah kualitas pelayanan dan variabel terikatnya adalah kepuasan nasabah.

2. Definisi Operasional

Berdasarkan model hipotesis diatas yang telah dipaparkan, maka secara operasional variabel penelitian itu adalah sebagai berikut:

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Kualitas pelayanan adalah suatu bentuk penilaian terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas pelayanan (*Ability, Attitude, Appearance, attention, action dan Accountability*) sangat pengaruh bagi citra Koperasi LKM-S MM Sejahtera untuk memberikan kepuasan dan harapan nasabah serta untuk mendatangkan nasabah baru dan mengurangi kemungkinan nasabah lama berpindah ke perusahaan lain.

b. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diharapkan. Jadi bisa dikatakan kepuasan di tentukan oleh kualitas pelayanan yang diberikan seorang di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu.

F. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, adapun metode yang ada uji validitas ini menggunakan korelasi *Corrected Item-Total Correlation*. Pengambilan keputusan jika :

r-hitung $0,05 > r$ -tabel maka butir tersebut valid

r-hitung $0,05 < r$ -tabel maka butir tersebut tidak valid³⁸

³⁸ Imam Gozali, *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro, 2005). h. 53

Reliabilitas artinya dapat dipercaya juga dapat diandalkan. Sehingga beberapa kali diulang pun hasilnya akan tetap sama (konsisten). Jika kuesioner telah valid dan reliable maka kuesioner dapat disebarkan kepada responden. Teknik *Cronbach Alpha*, criteria reliabilitasnya jika:

Cronbach Alpha > 0.50 maka dikatakan reliable

Cronbach Alpha < 0.50 maka dikatakan tidak reliable

b. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengkaji data variabel bebas (X) dan data variabel (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, yaitu berdistribusi normal dan berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data. Variabel bebas dan variabel tergantung berdistribusi mendekati normal atau normal sekali. Untuk mengetahui populasi berdistribusi normal atau tidak, dalam proposal ini menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov* dengan bantuan computer program SPSS 16 for Windows. Untuk menentukan normalitas digunakan pedoman sebagai berikut:

1. Signfikan uji (α) = 0,05
2. Jika $\text{sig} > \alpha$ maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
3. Jika $\text{sig} < \alpha$ maka sampel tidak berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.³⁹

c. Uji Homogenitas

³⁹ Mika Agus Widiyanto, *Statistik Teraan dan Aplikasi SPSS*, (Jakarta: PT Alex Media, 2013),h. 132

Uji homogenitas data digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak. Untuk menguji sampel sama atau tidak menggunakan *homogeneity of variance* dengan pedoman sebagai berikut⁴⁰:

1. Signifikan uji (α) = 0,05
2. Jika $\text{sig} > \alpha$, maka variansi setiap sampel sama (homogen)
3. Jika $\text{sig} < \alpha$, maka variansi setiap sampel tidak sama (tidak homogen)

2. Pengujian Hipotesis

Pada pengujian hipotesis, penelitian ini menggunakan metode regresi linier sederhana, dan uji statistik dengan menggunakan t-test⁹.

a. Regresi Linear Sederhana

Didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi sederhana dirumuskan sebagai berikut:⁴¹

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a = Angka konstan koefisien regresi.

⁴⁰ Singgih Santoso, *Panduan Lengkap Mengenai Spss 16*, (Jakarta: PT.EFEK media komputindo 2012), h. 20

⁴¹ Pabundu, Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), h. 89

b= Koefisien regresi variabel, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu atau angka frekuensi.

b. Penentuan Uji Statistik dengan menggunakan t-test

Uji *t-test* memiliki tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara persial terhadap variable dependen.

Penerapan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:⁴²

$\text{Sig} > \alpha$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

$\text{Sig} < \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*coefficient of determination*) R^2 merupakan ukuran yang mengatakan seberapa baik garis regresi sampel cocok (sesuai) dengan datanya.⁴³ Koefisien diterminasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Perhitungan koefisien determinasi dilakukan pada pengaruh antara (X) dengan (Y).

Dalam memberikan interprestasi secara sederhana terhadap angka indeks korelasi r pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada umumnya digunakan sebagai berikut:

Tabel 3.2

⁴² Sugiono, *Metode Penelitian...*, h. 143

⁴³ Jonathan Sarwono, *Statistik Multivariial Aplikasi untuk Riset Skripsi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), h. 10

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi

Proposi/Internal Koefisien	Keterangan
0% - 19,99%	Sangat rendah
20% - 39,99%	Rendah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono⁴⁴

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 123

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

1. Sejarah Berdirinya Koperasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah MM Sejahtera

Di Bengkulu saat ini terdapat beberapa lembaga keuangan koperasi syariah yang salah satunya adalah Koperasi Auto MM Finance Syariah (AMF) yang didirikan pada tanggal 17 Oktober 2013 dengan akta pendirian pada Notaris Kuswari Ahmad, SH berdasarkan Badan Hukum Nomor: 298/BH/IX.4/2013 pada koperasi tingkat kota. Dalam meningkatkan peranannya, status pendirian ditingkatkan menjadi Koperasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah MM Sejahtera (MMS Syari'ah) pada tanggal 27 Desember 2015, sebagai tindak lanjut perubahan sttus bentuk hukum tersebut diperkuat dengan Akta Notaris Kuswardi Ahmad, SH No. 005/BH/IX/XII/2015. Koperasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah MM Sejahtera mulai beroperasi dengan mendirikan kantor di Jalan Belimbing No.5 Km 7 Kelurahan Jalan Gedang Kota Bengkulu. Adapun slogan pada koperasi ini adalah AMAN, HALAL dan TERPERCAYA.⁴⁵

Guna mendorong kegiatan ekonomi di daerah melalui pengembangan usaha kecil dan menengah. Koperasi harus disesuaikan dengan macam-macam usaha, volume usaha, maupun luas pasar produk yang dihasilkan. Koperasi merupakan alat yang berguna untuk mensejahterakan rakyat sebagai landasan

⁴⁵ Wawancara, Yusmaneri Arifin, *Manajer Koperasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah MM Sejahtera*, 11 Januari 2018, Pukul 09.00 WIB

dasar perekonomian bangsa dan memperkuat perekonomian bangsa Indonesia. Koperasi juga merupakan suatu cara atau sistem hubungan kerja sama antara orang-orang yang mempunyai kepentingan yang sama dan termasuk mencapai tujuan yang ditetapkan bersama-sama dalam suatu wadah atau organisasi dengan saling tukar jasa secara kolektif dan menanggung resiko bersama dengan mengerjakan sumber-sumber yang didapat untuk memperjuangkan kepuasan tujuan individu anggotanya. Sesuai dengan prinsipnya yaitu saling tolong menolong antar sesama manusia, dengan cara memberikan pembiayaan.

Menindaklanjuti program tersebut Koperasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah MM Sejahtera Bengkulu menyusun program yang meliputi strukturisasi manajemen dan organisasi, jenis-jenis kegiatan, perbaikan sistem prosedur operasional. Peningkatan kemampuan Masyarakat dan pemerataan dengan ekonomi kerakyatan yang adil selaras dan merata. Banyaknya para pelaku pengusaha kecil dan bawah yang memiliki keterbatasan modal sehingga terlibat dengan praktek rentenir dan monopoli. Mengoptimalkan potensi daerah berdasarkan sumber daya alam yang dimiliki oleh wilayah tersebut. Koperasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah MM Sejahtera dalam kegiatan operasionalnya terdiri dari produk penghimpunan dana dan produk penyaluran dana. Pada produk penghimpunan dana berupa simpanan *mudharabah*, simpanan *mudharabah* berjangka 1,3,6,12 bulan, simpanan *wadiah*. Sedangkan pada produk penyaluran dana berupa piutang *mudharabah*, pembiayaan *musyarakah*, *ijarah* multijasa.⁴⁶

⁴⁶ Brosur, *Koperasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah M Sejahtera Kota Bengkulu*

2. Visi dan Misi Koperasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah MM Sejahtera Kota Bengkulu

Visi Koperasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah MM Sejahtera yaitu:
Terciptanya kesejahteraan bagi anggota dan menjadi mitra yang unggul secara syariah.

Misi Koperasi Lembaga keuangan Mikro Syariah MM Sejahtera:

- a. Meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat luas melalui usaha koperasi yang dijalankan berdasarkan kejujuran, adil, transparan dan beretika islam.
- b. Membantu pemerintah dalam program perekonomian kerakyatan yang lebih bermanfaat melalui produk syariah yang memiliki koperasi.
- c. Menjadi mitra unggulan bagi peningkatan usaha anggota-anggotanya.
- d. Menjadi hubungan kebersamaan yang lebih syariah baik antara anggota maupun masyarakat luas serta pemerintah daerah setempat.

3. Produk dan Jasa Koperasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah MM Sejahtera

- a. Penghimpunan Dana
 - 1) Tabungan *Mudharabah*.
 - 2) Tabungan *Rafflesia*.
 - 3) Tabungan *wadiah* (titipan).
 - 4) Tawadu (Tabungan *Wadiah* Umum).
 - 5) Tawajar (Tabungan *Wadiah* Belajar).

- 6) Tanaji (Tabungan *Wadiah* Haji).
- 7) Tayamum (Tabungan Umrah).
- 8) Tafaqur (Tabungan *Wadiah* fasilitas Qurban).
- 9) Tawawis (Tabungan *Wadiah* Wisata).

b. Penyaluran dana

- 1) Piutang Murabahah (Jual Beli).
- 2) Pembiayaan Musyarakah (Bagi Hasil).
- 3) Pembiayaan Ijarah Multijasa (Sewa).
- 4) Pinjaman Qard.

4. Pembagian Tugas dan Struktur Organisasi Koperasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah MM Sejahtera

Adapun pembagian tugas bertanggung jawab dalam rangka organisasi Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu yaitu:

a. Fungsi Bagian RAT Koperasi

Mempunyai pemegang kekuasaan tertinggi dalam Koperasi. Rapat anggota koperasi merupakan suatu tempat atau kondisi dimana akan ada pembahasaan tentang persoalan yang timbul dalam kegiatan koperasi dan kemudian mencari jalan keluar penyelesaian untuk mengatasi persoalan tersebut. Didalam rapat anggota kopersi, pembuatan program kerja koperasi tersebut dipegang langsung oleh kekuasaan tertinggi dalam koperasi. Rapat anggota koperasi memiliki fungsi-fungsi diantaranya sebagai berikut, yaitu:

- 1) Menetapkan Anggaran Dasar/ART.

- 2) Menetapkan Kebijakan Umum di bidang organisasi, manajemen dan usaha Koperasi.
- 3) Menyelenggarakan pemilihan, pengangkatan, pemberentian, mengurus dan mengawas.
- 4) Menetapkan Rencana Kerja, Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja Koperasi serta Pengesahan Laporan Keuangan.
- 5) Mengesahkan Laporan Pertanggung-jawaban Pengurus dan Pengawas dalam melaksanakan tugasnya.
- 6) Menentukan pembagian Sisa Hasil Usaha.

b. Fungsi Pimpinan Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu

Pimpinan Koperasi mempunyai tugas pokok mewakili dalam melaksanakan tugas-tugas koperasi diwilayah kerjanya, merencanakan, mengkoordinasikan, mengawasi dan mengevaluasi tugas-tugas pokok unit kerja kantor koperasi serta membina dan mengembangkan kemampuan kerja seluruh karyawan yang berada dibawah supervise kantor Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu. Adapun wewenang pemimpin koperasi adalah:

- 1) Mendatangi surat-surat dan memo-memo, disertai dengan paraf seorang pejabat bawahnya yang berhubungan dengan fungsi koperasi.
- 2) Mendatangi surat-surat yang ada dalam lingkungannya.
- 3) Menilai prestasi kerja karyawan dalam lingkungannya.
- 4) Menetapkan pembagian tugas bagi karyawan dan tugas-tugas dalam lingkungannya yang tidak teratur.

- 5) Memberikan rekomendasi izin cuti kepada karyawan dalam lingkungannya sesuai dengan peraturankepegawaian yang berlaku.
- 6) Untuk mewakili hubungan dengan pihak luar/pihak ketiga yang berhubungan dengan fungsi koperasi.

c. Fungsi Bagian Kabag Operasional

Kabag operasional meliputi: kegiatan yang menjamin target dan kualitas pekerjaan, secara garis besar kegiatannya dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Merencanakan dan merealisasikan program kerja (*business plan*).
2. Pengawas terhadap mutu pekerjaan operasional. Evaluasi terhadap hasil pekerjaan.

d. Bagian Kasir

Bagian kas atau kasir mempunyai tugas pokok selaku kas koordinator untuk menyusun kebutuhan dan menyediakan keperluan uang kas baik untuk utama, kas pembantu. Tugas bagian kas atau kasir:

- 1) Melakukan fungsi kas koordinasi untuk seluruh kantor koperasi.
- 2) Memantau dan memelihara kebutuhan uang kas kantor koperasi.
- 3) Melayani pengambilan dan penyetoran uang kas harian kasir dan koperasi pembantu dan kantor kas dibawah kantor koperasi.
- 4) Melakukan pengambilan dan penyetoran uang kas Bank di Bank yang jumlahnya ditetapkan oleh pimpinan koperasi atau manajer.
- 5) Melakukan posting transaksi penerima dan pembayaran tunai.
- 6) Melaksanakan administrasi dan pelaporan posisi kas harian.
- 7) Melaksanakan tugas-tugas lainnya yang diberikan pimpinan koperasi.

e. Bagian Akouting Umum

Sebagai informasi keuangan suatu organisasi. Dari laporan bisa dilihat posisi keuangan suatu organisasi beserta perubahan yang terjadi didalamnya. Akuntansi dibuat secara kualitatif dengan satuan ukuran uang. Informasi mengenai keuangan sangat dibutuhkan khususnya oleh pihak manajer/manajemen untuk membantu melihat keputusan suatu organisasi. Adapun tugas akouting umum yaitu:

- 1) Untuk mengetahui informasi yang berguna bagi manajemen.
- 2) Untuk menghitung laba atau rugi yang dicapai oleh perusahaan.
- 3) Untuk membantu menetapkan hak masing-masing yang berkepentingan dalam perusahaan, baik pihak intern maupun ekstern.
- 4) Untuk mengendalikan atau mengawasi aktivitas-aktivitas yang dimiliki perusahaan.
- 5) Untuk menunjukkan hal-hal yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

f. CS (*Cleaning Service*)

Sebagai penanggung jawab kebersihan dalam kantor koperasi terkadang mencakup sebagai kolektor. Bertugas dalam pencatatan nasabah baru, profil nasabah, sumber dana diperoleh nasabah, serta memberikan penjelasan tentang produk-produk dengan keunggulannya sehingga dapat memberikan pengetahuan kepada nasabah dan calon nasabah.

g. Fungsi Bagian Kabag Marketing

Marketing sendiri bertanggung jawab pada pencapaian target bidang usaha *funding* (pendanaan). Seorang *marketing funding* akan diberikan

target dari suatu koperasi yang memperkejakannya untuk dapat menghimpun dana sebanyak-banyaknya dari nasabah. Dana dapat berasal dari beberapa produk koperasi diantaranya melalui simpanan tabungan, maupun simpanan deposito dari para nasabahnya. Selanjutnya dana yang telah dihimpun oleh seorang marketing akan kembali disalurkan keluar dari pihak koerasi melalui berbagai macam produk pinjaman yang ditawarkan kepada nasabahnya baik pinjaman secara individu, lembaga maupun pihak swasta akan diproses oleh seorang *marketing lending*.

Seorang marketing dituntut untuk mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik, memiliki kemampuan untuk menjaga hubungan bai dengan nasabah maupun calon nasabah, memiliki keahlian dalam menganalisa calon nasabahdari segi kebutuhan nasabah, memiliki *skill* yang baik, serta mampu untuk menjalin atau memperluas jaringan atau *networking*, berorientasi pada target yang ditetapkan.

h. Fungsi Bagian *Account Officer*

Fungsi bagian *account officer* melakukan pemasaran produk terutama produk yang berkaitan dengan kredit. Untuk itu sebelumnya seorang calon AO harus mengetahui apa itu kredit. Adapun tugas bagian *Account Officer* yaitu:

- 1) Mengatahui detail dan jenis bidang usaha calon nasabah.
- 2) Karakter calon nasabah.
- 3) Mengetahui tentang history usaha nasabah.
- 4) Mengetahui tujuan permohonan nasabah.

- 5) Mengetahui dokumen-dokumen apa saja yang diperlukan saat pengajuan pembiayaan.
- 6) Mengetahui analisa terhadap data-data keuangan calon nasabah.
- 7) Mengatahui cara menganalisa coverge jaminan.
- 8) Mengatahui tingkat kompetisi usaha calon nasabah.
- 9) Mengatahui kondisi makro terkait usaha nasabah.
- 10) Dapat menganalisa tingkat pengambilan calon nasabah.
- 11) Mengetahui keunggulan dan kelemahan produk usaha nasabah.

i. Fungsi Bagian Administrasi Pembiayaan

Kegiatan administrasi atau ketatausahaan pasti memerlukan sebuah perencanaan yang baik dan matang. Begitu juga dengan pengorganisasian, dimana setiap melakukan kegiatan organisasi pasti sangat membutuhkan administrasi. Adapun tugas administrasi yaitu:

- 1) Administrasi umum.
- 2) Pembantu agenda ekspedisi dan pengamanan surat-surat baik surat masuk maupun keluar.
- 3) Urusan keanggotaan.
- 4) Mengerjakan buku simpanan/tabungan dan pengelola buku induk.
- 5) Membantu kasir melalui komputerisasi.
- 6) Pengamanan komputer dengan segala pendukungnya.
- 7) Pengaman segala data keanggotaan, segala keuangan dan data-data lainnya.
- 8) Dalam melaksanakan tugasnya bertanggung jawab pada Kabag Marketing.

j. Fungsi Bagian Pengawas

Bagian pengawasan membantu seluruh manajemen dalam menyelesaikan tanggung jawabnya secara efektif dengan melaksanakan analisa, penilaian, rekomendasi dan penyampaian laporan mengenai kegiatan yang diperiksa. Oleh karena itu internal audit harus dapat memberikan pelayanan kepada manajemen, sehingga manajemen dapat mengetahui apakah sistem pengendalian yang telah diterapkan berjalan dengan baik dan efektif untuk memperoleh keadaan sesungguhnya.

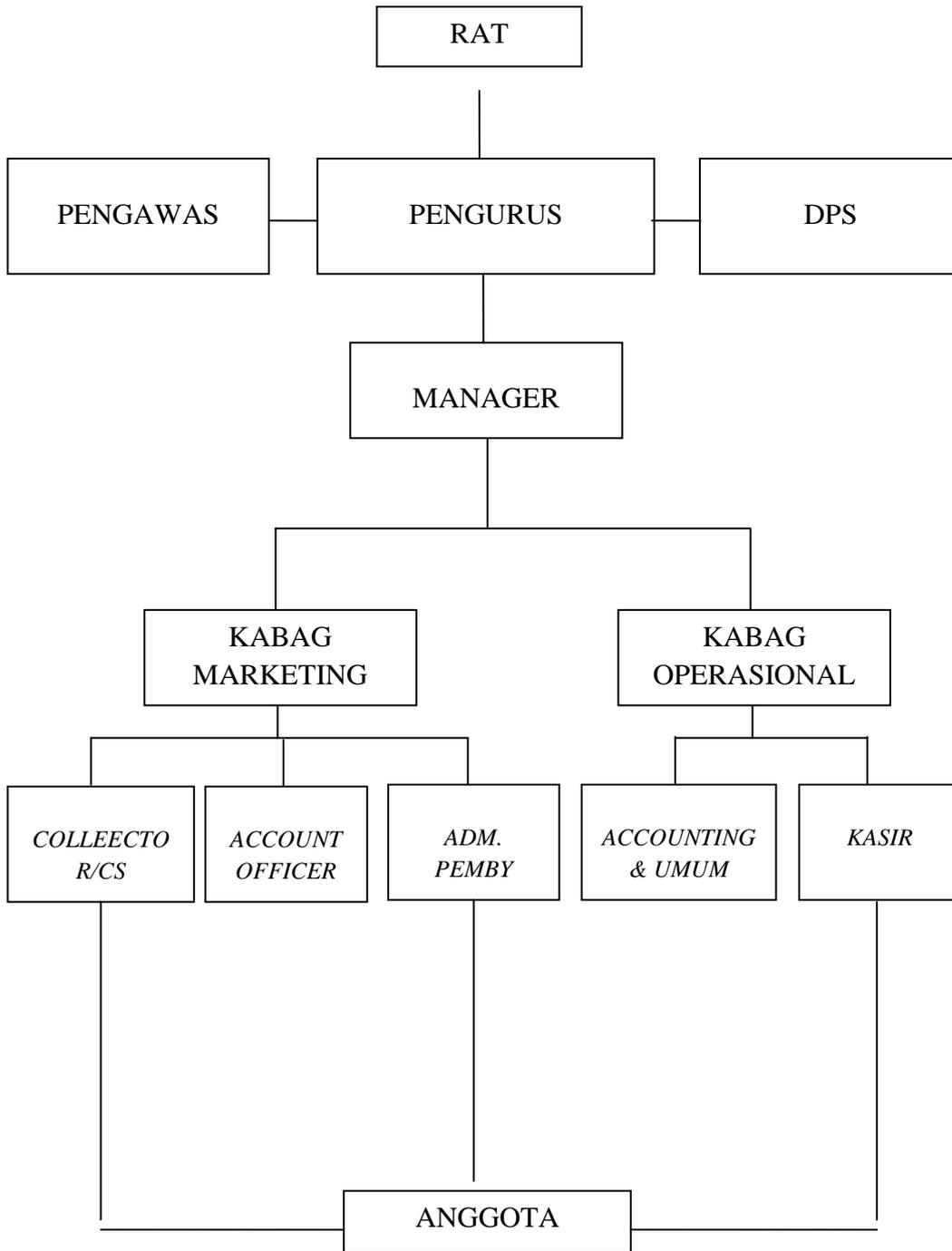
Adapun tugas bagian pengawas yaitu:

- 1) Untuk menilai apakah pengendalian manajemen telah cukup memadai dan dilaksanakan secara efektif.
- 2) Untuk menilai apakah laporan yang dihasilkan telah menggambarkan kegiatan yang sebenarnya secara cepat dan tepat.
- 3) Untuk menilai apakah setiap unit telah melakukan kebijakan dan prosedur yang menjadi tanggung jawabnya.
- 4) Untuk meneliti apakah kegiatan telah dilaksanakan secara efisien.⁴⁷

STRUKTUR ORGANISASI

KOPERASI LKM-S MM SEJAHTERA KOTA BENGKULU

⁴⁷ Dokumen, *Koperasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah MM Sejahtera Kota Bengkulu*



Sumber: Dokumen Koperasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah MM Sejahtera Kota Bengkulu

B. Hasil Penelitian

1. Data Deskripsi Responden

Jumlah nasabah Koperasi LKM-S MM Sejahtera Bengkulu yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah 34 nasabah. Deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk mengalami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	18	52%
2	Perempuan	16	48%
Jumlah		34	100%

Sumber: Data Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa, dari 34 nasabah Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu terdiri dari 52% nasabah pria dan nasabah wanita 48%.

Tabel 4.2
Karakteristik Umur

No	Umur	Jumlah	Persentase
	≤ 20 Tahun	4	12%
	21-35 Tahun	18	53%
	36-50 Tahun	11	32%
	> 50 Tahun	1	3%
Jumlah		34	100%

Sumber: Data Kuesioner

Tabel diatas menjelaskan bahwa nasabah Koperasi LKM-S MM Sejahtera yang menjadi responden paling banyak adalah berumur 21-35 tahun sebesar

53%, kemudian diikuti oleh nasabah yang berumur 36-50 tahun sebesar 32%, ≤ 20 tahun sebesar 12%, dan > 50 sebesar 3%.

Tabel 4.3
Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	≤ SMA	24	70%
2	D3	4	12%
3	S1	5	15%
4	≥ S1	1	3%
Jumlah		34	100%

Sumber: Data Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa jumlah responden Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu paling banyak pendidikan terakhir yaitu ≤ SMA sebesar 70%, kemudian S1 sebesar 15%, Akademi/Diploma sebesar 12%, dan ≥ S1 sebesar 3%.

Tabel 4.4
Karakteristik Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	5	15
2	PNS	4	12
3	Wiraswasta/Pedagang	18	53
4	Pegawai Swasta	5	15
5	Lain-lain	2	5
Jumlah		34	100%

Sumber: Data Kuesioner

Tabel diatas menjelaskan bahwa status pekerjaan responden sebagian besar wiraswasta/pedagang yakni sebesar 53%, kemudian pelajar/mahasiswa

dan pegawai swasta memiliki jumlah yang sama sebesar 15%, PNS sebesar 12% dan lain-lain sebesar 5%.

2. Pengujian Validitas

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Soal	Sig	Valid	Keterangan
X_ABIL1	0.000	0.05	Valid
X_ABIL2	0.000	0.05	Valid
X_ABIL3	0.000	0.05	Valid
X_ATT1	0.000	0.05	Valid
X_ATT2	0.000	0.05	Valid
X_ATT3	0.000	0.05	Valid
X_APPE1	0.000	0.05	Valid
X_APPE2	0.000	0.05	Valid
X_APPE3	0.000	0.05	Valid
X_ATT1	0.000	0.05	Valid
X_ATT2	0.000	0.05	Valid
X_ATT3	0.000	0.05	Valid
X_ACT1	0.000	0.05	Valid
X_ACT2	0.000	0.05	Valid
X_ACT3	0.000	0.05	Valid
X_ACT4	0.000	0.05	Valid
X_ACCO1	0.000	0.05	Valid
X_ACCO2	0.000	0.05	Valid
X_ACCO3	0.000	0.05	Valid
Y_1	0.000	0.05	Valid
Y_2	0.000	0.05	Valid
Y_3	0.000	0.05	Valid
Y_4	0.000	0.05	Valid
Y_5	0.000	0.05	Valid

Sumber: Data Lampiran 4 dan 5

Konsistensi alat ukur yang digunakan dalam uji validitas memiliki kriteria apabila suatu indikator dinyatakan valid dengan syarat $\text{sig} < \alpha = 0.05$.⁴⁸ Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa seluruh item memiliki nilai signifikan lebih kecil dari $\alpha = 0.05$, maka alat ukur dapat dinyatakan valid dan layak untuk dilanjutkan ke pengujian reliabilitas.

3. Pengujian Reliabilitas

Konsistensi alat ukur yang digunakan dalam uji reliabilitas ini memiliki kriteria apabila suatu indikator dinyatakan reliabel dengan syarat *Cronbach Alpha* lebih besar 0.50, maka dinyatakan reliabel. Sedangkan jika *Cronbach Alpha* lebih kecil 0.50, maka dinyatakan tidak reliabel.⁴⁹

Tabel 4.6
Hasil Uji Reabilitas

No	Keterangan	<i>Cronbach Alpha</i>	N of Items	Keterangan
1	X (Pelayanan)	0.885	19	Reliabel
2	Y (Kepuasan)	0.823	5	Reliabel

Sumber: Data Lampiran 6 dan 7

4. Pengujian Normalitas

Pengujian normalitas yang digunakan adalah teknik kolmogorov smirnov, untuk menentukan normalitas digunakan pedoman sebagai berikut:

Signfikan uji (α) = 0,05

Jika $\text{sig} > \alpha$ maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

⁴⁸ Imam Gozali, *Analisis Multivariate Dengan...*, h. 53

⁴⁹ Imam Gozali, *Analisis Multivariate Dengan...*, h. 47

Jika $\text{sig} < \alpha$ maka sampel tidak berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.⁵⁰

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov Smirnov	Pernyataan Normalitas
Kualitas Pelayanan (X)	0.994	Normal
Kepuasan Nasabah (Y)	0.991	Normal

Sumber: Data Lampiran 8

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai *Kolmogorov smirnov* $> 0,05$. Maka hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel berdistribusi normal dan layak dilanjutkan untuk dilakukan pengujian kualitas data selanjutnya.

5. Pengujian Homogenitas

Pengujian homogenitas yang dilakukan untuk mengetahui perbandingan antara varians variabel X terhadap varians variabel Y secara berpasangan. Menguji signifikan homogenitas dengan cara adalah: jika nilai ginifikansi > 0.05 , maka varians homogen, jika nilai signifikansi < 0.05 , maka varians tidak homogen.⁵¹

Tabel 4.8
Hasil Uji Homogenitas Varians

Variabel	Nilai Sig	A	Keterangan
X	0.082	0.05	Homogen

Sumber: Data Lampiran 9

⁵⁰ Mika Agus Widiyanto, *Statistik Teraan dan...*, h. 132

⁵¹ Singgih Santoso, *Panduan Lengkap...*, h. 20

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi variabel penelitian lebih dari 0.05. hal ini menunjukkan bahwa variabel bersifat homogen yang artinya layak untuk dilanjutkan ke pengujian hipotesis.

6. Pengujian Hipotesis

Model Regresi Sederhana

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah

a = Angka konstan koefisien regresi

b = Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan

X = Subyek pada variabel independen

Tabel 4.9

Model Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized
	B
Costant	3,451
Kualitas Pelayanan	0,277

Sumber: Data Lampiran 10

Berdasarkan tabel diatas persamaan regresinya adalah:

$$Y = 3,451 + 0,277$$

Hasil perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan suatu persamaan menunjukkan besarnya nilai X merupakan regresi yang diterminasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 3,451 artinya apabila variabel bebas kualitas pelayanan (X) samadengan nol (0), maka nilai kepuasan nasabah (Y) nilainya sebesar 3,451. Artinya kualitas pelayanan tidak ada, maka nasabah merasa sangat tidak puas.
- b. Koefisien regresi kualitas pelayanan (b) sebesar 0,277 artinya setiap kenaikan satu variabel kualitas pelayanan (X) maka nilai variabel kepuasan nasabah (Y) akan naik sebesar 0,277 artinya variabel X naik 1 tingkat. Koefisien regresi tersebut positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y) adalah positif.

7. Uji t

Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 4.10
Hasil Pengujian
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan nasabah

Variabel	Sig	Alpha	Hasil
Kualitas Pelayanan (X)	0.000	0.05	Ha Diterima

Sumber: Data Lampiran 10

Dalam pengujian hipotesis ini, digunakan kriteria sebagai berikut:

Jika nilai signifikansi < 0.05 , maka Ha diterima, Ho ditolak

Jika nilai signifikansi > 0.05 , maka Ha di tolak, Ho diterima

Berdasarkan tabel diatas nilai signifikansi pada $0.000 < \alpha = 0.05$ dan dapat disimpulkan Ha diterima. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu.

8. Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu.

Tabel 4.11
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model	R Square	Adjusted R Square
1	0.492	0.477

Sumber: Data Lampiran 11

Pada tabel diatas, maka diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0.492 hal ini dapat diartikan bahwa kemampuan kualitas pelayanan untuk mempengaruhi kepuasan nasabah adalah 0.492 atau 49,2%, sisanya 50,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

Hasil perhitungan regresi diperoleh hasil sig sebesar 0.000 lebih kecil dari alpha 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu. Artinya semakin baik variabel kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi variabel kepuasan nasabah di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu. Apabila hubungan baik karyawan terhadap nasabah, dengan menggunakan indikator *Ability, Attitude, Appearance, attention, action dan Accountability*, maka kepuasan nasabah akan ditunjukkan dengan seringnya nasabah melakukan transaksi pada produk koperasi, serta seringnya nasabah membicarakan hal-hal yang baik tentang Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu kepada orang lain. Begitupun juga sebaliknya, semakin rendah variabel kualitas pelayanan maka

akan mempengaruhi kecilnya kepuasan nasabah, serta keputusan nasabah menggunakan layanan produk di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu.

Dalam uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0.492 atau 49,2% yang berarti bahwa kualitas pelayanan memiliki kontribusi dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Karyawan Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu menyambut kedatangan nasabah dengan baik, karyawan memberikan pemahaman kepada nasabah dengan baik, karyawan bersikap sopan dan ramah kepada nasabah, ruang tunggu dan sarana parkir yang disediakan, memberikan solusi dengan cepat dan cermat, serta karyawan dalam memberikan pelayanan tidak memandang status sosial.

Hal tersebut dibuktikan dengan fakta dilapangan yang menyatakan bahwa jawaban dari koesioner tentang variabel kualitas pelayanan yang indikatornya adalah *Ability* (Kemampuan), *Attitude* (Sikap), *Appearance* (Penampilan), *Attention* (perhatian), *Action* (Tindakan), dan *Accountability* (Pertanggungjawaban) memiliki nilai yang tertinggi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai probabilitas signifikansi (Sig) sebesar 0,000 lebih kecil dari α sebesar 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu diterima.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu. Hal ini dibuktikan dengan rumus regresi sederhana yang hasilnya yaitu 0.000 lebih kecil dari alpha 0.05. Dengan demikian hipotesis (H_0) ditolak, sedangkan hipotesis (H_a) yang diterima ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu.
2. Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0.492 atau 49,2%, sedangkan sisanya 50,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

B. Saran

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi berbagai pihak sebagai sebuah masukan yang bermanfaat demi kemajuan dimasa yang akan datang. Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu diharapkan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan nasabah. Adapun pihak-pihak yang diharapkan dapat memberikan kontribusi hasil penelitian ini antara lain:

1. Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu

Dengan adanya pengaruh yang signifikan antara pelayanan dan terhadap kepuasan nasabah, maka diharapkan lebih meningkatkan pelayanan dan terus selalu melakukan inovasi yang terbaik kepada nasabah agar nasabah terus menggunakan produk Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada masyarakat mengenai Lembaga Keuangan Syariah dan harapan masyarakat supaya pelayanan di Koperasi LKM-S MM Sejahtera dapat ditingkat sehingga nasabah tetap menggunakan produk dan layanan serta nasabah tidak beralih ketempat lain.

3. Bagi Peneliti Lanjutan

Pemaparan yang terdapat dalam penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti lanjutan agar dapat menelaah hal-hal yang sangat memberikan pengaruh dalam suatu keputusan sehingga dapat dijadikan sebagai bahan dalam penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adya, Barat Atep. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo. 2003.
- Alwi, Hasan, dkk. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka. 2005.
- Arikunto, Suharmisi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2006.
- Daryanto, Ismanto. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media. 2014.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemahannya*. Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema. 2007.
- Erdah, Lemiyana." *Pengaruh Etika Frontliner Terhadap Kenyamanan Nasabah di Perbankan Syariah Kota Palembang*". (Vol. 2 No. 2, Desember 2016).
- Erlando. *Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Spbu Pertamina*. Jurnal Skripsi Universitas Gunadarma Fakultas Ekonomi. 2010.
- Gozali, Imam. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro. 2005.
- <http://administrasidanmanajemen.blogspot.co.id/2009/01/pengertian-tujuan-dan-manfaat-pelayanan.html>
- <http://www.duniapelajar.com/2014/08/07pengertian-pengaruh-menurut-para-ahli/>
- <https://mirave21.wordpress.com/tag/pengertian-nasabah/>
- <https://tugas2kuliah.wordpress.com/2011/12/14/skripsi-perbankan-perbandingan-tingkat-kepuasan-nasabah-terhadap-pelayanan-customer-service-antara-bri-dan-bank-sulsel/>
- Kasmir. *Etika Customer Service*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2011.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada. 2003.
- Khatimah Khusnul, Mudji Rahardjo. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Cabang Semarang Pattimura*. (Vol. 2 No. 2 Desember 2010).
- Marwansyah. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta. 2010.
- Pabundu, Tika, *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2006.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta. 2017.
- Riyanto, Nur. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Saladin, Djaslim. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Bank*. Bandung: Mandar Maju. 1994.
- Santoso, Singgih, *Panduan Lengkap Mengenai Spss 16*. Jakarta: PT.EFEK media komputindo. 2012.
- Sarwono, Jonathan. *Statistik Multivarial Aplikasi untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: Andi Offset. 2013.

- Sheau Fen Yap, Kew Mei Lian. “*Kualitas layanan, Kepuasan Konsumen dan Niat Pelanggan di Restoran*”. (Vol 4. No 1, Malaysia june 2012).
- Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana. 2009.
- Sugiono. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Sumantri, Bagja. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah*. (Vol.10 No.02, Oktober 2014).
- Sutopo, Adi Suryanto. *Pelayanan Prima*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara. 2001.
- Sutrin, Edy. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. 2009.
- Suwanto, Doni Juni Priansa. *Manajemen SDM Dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta, cv. 2012.
- Transtianingzah, Fia. “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Solo*”. Surakarta: Skripsi, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. 2006.
- Widianto, Mika Agus, *Statistik Teraan dan Aplikasi SPSS*. Jakarta: PT Alex Media. 2013.