

**KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN SUMBER
DAYA MANUSIA DI UNIT SIMPAN PINJAM SYARI'AH
KSU ARTHA AMANAH**

LAPORAN MAGANG PROGRAM MB-KM



Disusun oleh :

SEPTIA ROSALINDA

NIM. 30401800313

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN SDM
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG
2021**

FORMULIR PERMOHONAN MAGANG

Semester Magang : 6 Tahun Akademik 2020/2021

Biodata Pemohon Magang

Nama Mahasiswa	Septia Rosalinda
NIM	30401800313
Nama Perusahaan	KSU ARTHA AMANAH
Pejabat Berwenang Perusahaan	Nurokhman, SE
Unit Kerja Selama Mahasiswa Magang	SDM
Alamat Perusahaan	Jl. Gatot Subroto No. 75 Kel.Bojongbata Kec./Kab.Pemalang.
No. Telpn & Hp	(0284) 324842
No. Fax	
Tanggal Mulai Magang	16 April 2021
Tanggal Selesai Magang	15 Juli 2021
Jangka Waktu Magang	3 Bulan
Jumlah permohonan magang dalam instansi yang sama dalam waktu bersamaan/berdekatan	1

Semarang, 15 April 2021



(Septia Rosalinda)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang Program MB-KM ini di ajukan oleh :

Nama : Septia Rosalinda

NIM : 30401800313

Program Studi: S1 MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Judul Laporan Magang : Kualitas Pelayanan Dan Sistem Manajemen SDM Di

Unit SimpanPinjam Syari'ah KSU Artha Amanah.

Semarang, 07 Mei 2021

Menyetujui,

Dosen pembimbing

Dosen supervisor


Drs Agus Wachjutomo, Msi
NIK : 210487015


Nurohkman, SE

HALAMAN PENGESAHAN

KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN SUMBER DAYA MANUSIA DI UNIT SIMPAN PINJAM SYARI'AH KSU ARTHA AMANAH

Disusun Oleh:

Septia Rosalinda

30401800313

Telah disetujui Oleh Pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian MBKM
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

UNISSULA

Pembimbing

جامعته سلطان ابوبوع الإسلامية



Drs Agus Wachjutomo, Msi

NIK : 210487015

HALAMAN PERSETUJUAN

**KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN SUMBER DAYA
MANUSIA DI UNIT SIMPAN PINJAM SYARI'AH KSU ARTHA
AMANAH**

Disusun Oleh:

SEPTIA ROSALINDA

30401800313

Telah Dipertahankan Di Depan Penguji

Pada Tanggal 26 Januari 2022

Susunan Dewan Penguji

DOSEN PEMBIMBING

DOSEN PENGUJI I


Drs. Agus Wachjutomo, Msi
NIK : 210487015

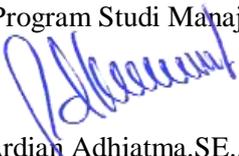

Nurhidayati, SE., MSi., PhD
NIK: 210499043

DOSEN PENGUJI II


Drs. Abdul Hakim, M.Si
NIK 210487014

Laporan MBKM ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. H. Ardian Adhiatma, SE., M.M
NIDN: 0626027201

PERNYATAAN KEASLIAN LAPORAN MB-KM

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Septia Rosalinda

NIM : 30401800313

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Menyatakan bahwa laporan magang dengan judul “ **KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN SUMBER DAYA MANUSIA DI UNIT SIMPAN PINJAM SYARI’AH KSU ARTHA AMANAH**” Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa laporan ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik laporan magang yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah-olah tulisan saya sendiri. Saya bersedia bila gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas dibatalkan.

Semarang, 7 maret 2022

Dosen pembimbing

Yang menyatakan,



Drs Agus Wachjutomo, Msi
NIK : 210487015

Septia Rosalinda
Nim 30401800313

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Septia Rosalinda
NIM : 30401800313
Program Studi : Manajemen
Alamat Asal : Desa semaya RT 04/ RW 01, Randudongkal, Pemalang
No.HP / Email : 085225032675 / septiarosalinda@std.unissula.ac.id

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa laporan magang dengan judul:
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN SUMBER DAYA MANUSIA DI UNIT SIMPAN PINJAM SYARI'AH KSU ARTHA AMANAH. Dan menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Royalti Non-Eksekutif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan Data dan publikasinya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis skema tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik hak cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran hak cipta atau plagiarism dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 7 maret 2022

Yang menyatakan,



Septia Rosalinda
Nim 30401800313

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN MAGANG



SURAT KETERANGAN MAGANG

Nomor 0016/KSV/ARTHA/VII/2021

Dengan ini kami yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Nurokhman,SE

Jabatan Manajer

Dengan ini menerangkan dengan benar bahwa :

Nama : Septin Rosalinda

Nam : 30401800313

Fakultas : Ekonomi

Prodi : Manajemen SDM

Dengan ini menyatakan bahwa yang bersangkutan di atas adalah mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah melakukan magang pada Unit Simpan Pinjam KSV ARTHA AMANAH Bojongbata Pemalang pada bagian collecting dan teller yang di mulai pada tanggal 15 april 2021 s.d 15 juli 2021.

Demikian surat keterangan magang ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pemalang, 26 juli 2021

Manajer

Nurokhman,SE

Kantor Pusat : Jl. Gatot Subroto No. 75 Telp. / Fax (0284) 324842
Kelurahan Bojongbata - Pemalang 52318

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatNya, sehingga Laporan Kuliah Kerja Magang program MB-KM ini, dengan judul "Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan sumber daya manusia di unit simpan pinjam syari'ah KSU Artha Amanah" yang di laksanakan di koperasi simpan pinjam usaha (KSU ARTHA AMANAH) Kota Pemalang, dapat terselesaikan dengan baik.

Hal ini bukan berarti bahwa tidak ada bantuan, dorongan, dan bimbingan yang sangat berguna bagi penulis dan organisasi lain. Penulis menyadari bahwa penulisan laporan kerja magang program MB-KM ini tidak akan berhasil oleh bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Alhasil, penulis menyampaikan terimakasih yang tulus kepada penerimanya:

1. Bapak Dr. Agus Wachjutomo, MSi. selaku dosen pembimbing lapangan yang sudah menyepatkan waktu untuk memberi bimbingan, arahan dan masukan selama penulisan laporan magang MB-KM.
2. Dosen supervisore Bapak Nurokhman,SE.yang sudah memberikan bimbingan selama di lapangan.
3. IbuProf.Hj. Olivia Fachrunnisa,SE.,M.Si.,Ph.d selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Bapak Dr.H. Ardian Adhiatma, SE, MM selaku Kepala Jurusan Fakultas Ekonomi Prodi Manejemen.
5. Seluruh karyawan di KSUArtha Amanah.

Penyusunan laporan magang ini sangat jauh dari kata sempurna, dan masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki. Sehingga untuk semua bentuk kritik dan saran sangat diterima dengan senang hati, dengan ini sangat diharapkan dapat membantu penulis dalam penulisan laporan lainnya agar lebih baik. Semoga Laporan Magang di unit simpan pinjam KSU Artha Amanah ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca.



Semarang, 07 Mei 2021

Penulis

Septia Rosalinda

ABSTRAK

KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN SUMBER DAYA MANUSIA DI UNIT SIMPAN PINJAM SYARI'AH KSU ARTHA AMANAH

Merdeka Belajar – Kampus Merdeka, merupakan kebijakan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, yang bertujuan mendorong mahasiswa untuk menguasai berbagai keilmuan yang berguna untuk memasuki dunia kerja. Ksu Artha Amanah yang bergerak sebagai LembagaS koperasi dinilai banyak orang sangat adaptif dengan budaya dan gaya hidup masyarakat Indonesia. Isinya meliputi swadaya, gotong royong untuk kepentingan umum (gotong royong) dan beberapa esensi moral lainnya. Menyadari bahwa model utama sebuah perusahaan adalah sumber daya manusia dan persaingan yang semakin ketat, kita perlu meningkatkan kualitas sumber daya manusia secara memadai karena dengan memiliki anggota atau SDM yang berintegritas tinggi, Konsep pelayanan dengan keterampilan tertentu, termasuk kemampuan bekerja, diperlukan untuk mendukung program sebagai layanan pelanggan. Baik sikap atau perilaku tertentu yang perlu ditekankan ketika berhadapan dengan pelanggan. Penampilan fisik atau non fisik yang bergantung pada pelanggan. perhatian pelanggan atau minat penuh untuk memahami saran dan kritik yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kemampuan memberikan pelayanan yang akurat (akurasi) dan terpercaya (reliability), yaitu dengan memberikan pelayanan waktu, sesuai jadwal yang diharapkan, Dengan standar (SOP) yang di tentukan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Sumber daya manusia

ABSTRACT

QUALITY OF SERVICE TO HUMAN RESOURCES SATISFACTION IN THE SHARIA SAVE AND LOAN UNIT KSU ARTHA AMANAH

Merdeka Learning – Merdeka Campus, is a policy of the Minister of Education and Culture, which aims to encourage students to master various sciences that are useful for entering the world of work. Ksu Artha Amanah, which operates as a cooperative institution, is considered by many people to be very adaptive to the culture and lifestyle of the Indonesian people. Its contents include self-help, mutual cooperation for the public interest (gotong royong) and several other moral essences. Realizing that the main model of a company is human resources and the competition is getting tougher, we need to improve the quality of human resources adequately because by having members or human resources with high integrity, the concept of service with certain skills, including the ability to work, is needed to support the program as customer service. Either a certain attitude or behavior that needs to be emphasized when dealing with customers. Physical or non-physical appearance depending on the customer. customer attention or full interest in understanding suggestions and criticisms relating to customer needs and desires. The ability to provide accurate (accuracy) and reliable (reliability) services, namely by providing timely service, according to the expected schedule, with standard (SOP) set specify.

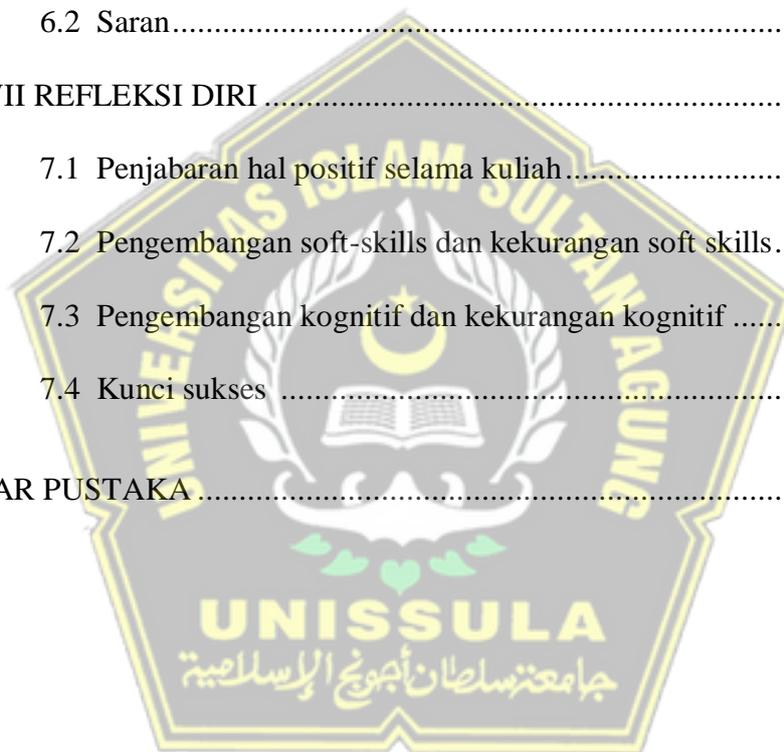
Keywords: Quality of Service, Human Resource

DAFTAR ISI

HALAMAN PERMOHONAN MAGANG	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN KETERANGAN TELAH MELAKUKAN MAGANG	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Magang	3
1.3. Manfaat Magang	4
1.3.1. Manfaat Praktis	4
1.3.2. Manfaat Teoritis	4
BAB II. PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG	5
2.1. Profil Perusahaan	5
2.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	5
2.1.2. Visi & Misi Organisasi	6
2.1.3. Tujuan Perusahaan	7
2.1.4. Struktur Organisasi KSU Artha Amanah	8
2.1.5. Kekuatan Artha Amanah	16
2.1.6. Kelemahan Artha Amanah	16
2.2. Aktifitas Magang.....	17
2.2.1. Time Schedule	17
2.2.2. Kegiatan Magang.....	22
BAB III. IDENTIFIKASI MASALAH	24
3.1. Kualitas Pelayanan Yang Kurang Baik	24
3.2. SDM berpendidikan rendah	24

3.3. Teknologi yang kurang memadai	25
3.4. Beban kerja rendah	30
BAB IV. KAJIAN PUSTAKA.....	27
4.1. Kualitas pelayanan yang kurang baik	27
4.1.1. Pengertian kualitas pelayanan	27
4.1.2. Dimensi kualitas pelayanan	28
4.1.3. Kepuasan pelanggan	28
4.1.4. Loyalitas pelanggan.....	29
4.1.5. Tahap- tahap loyalitas pelanggan	31
4.1.6. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	32
4.1.7. Prinsip loyalitas konsumen	34
4.1.8. Manfaat loyalitas konsumen	35
BAB V. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	36
5.1 Gambaran umum permasalahan.....	36
5.2 Analisis	38
5.2.1 <i>Reability</i> (keandalan)	38
5.2.2 <i>Reaposiveness</i> (daya tanggap).....	40
5.2.3 <i>Assurance</i> (jaminan).....	42
5.2.4 <i>Empaty</i> (perhatian).....	44
5.2.5 <i>Tangibility</i> (bukti fisik)	46
5.2.6 Kualitas produk.....	48
5.2.7 Merek	50
5.2.8 Kualitas pelayanan	52
5.2.9 Faktor emosional	54
5.3 Pembahasan	56
5.3.1 Kualitas pelayanan	56
5.3.2 Kepuasan pelanggan.....	59

5.3.3 Strategi meningkatkan kaulitas pelayanan.....	60
5.3.4 Konsep pelayanan coustomer service.....	64
5.3.5 Standar oprasional prosedur (SOP) customer service	65
5.3.6 Kaulitas pelayanan dalam prespektif islam	67
BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	69
6.1 Kesimpulan	69
6.2 Saran.....	71
BAB VII REFLEKSI DIRI	73
7.1 Penjabaran hal positif selama kuliah.....	73
7.2 Pengembangan soft-skills dan kekurangan soft skills.....	74
7.3 Pengembangan kognitif dan kekurangan kognitif	74
7.4 Kunci sukses	74
DAFTAR PUSTAKA	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur organisasi KSU artha amanah.....11



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Biodata permohonan magang.....	2
Tabel 2.2 Time schedule	21
Tabel 5.1 Reability (keandalan).....	57
Tabel 5.2 Responsiveness (daya tanggap).....	59
Tabel 5.3 Assurance (jaminan).....	61
Tabel 5.4 Empaty (perhatian).....	63
Tabel 5.5 Tangibility (bukti fisik)	65
Tabel 5.6 Kualitas produk	67
Tabel 5.7 Merek	69
Tabel 5.8 Kualitas pelayanan	71
Tabel 5.9 Faktor emosional	73



DAFTAR LAMPIRAN

Foto kantor KSU Artha Amanah	98
Foto penarikan peserta magang	98
Daftar hadir peserta magang	99
Logbook	101



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Merdeka Belajar – Kampus Merdeka, merupakan kebijakan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, yang bertujuan mendorong mahasiswa untuk menguasai berbagai keilmuan yang berguna untuk memasuki dunia kerja. Ini sesuai dengan Pasal 18 Permendikbud Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi, yang menjelaskan bahwa pemenuhan masa dan beban belajar bagi mahasiswa program sarjana atau sarjana terapan dapat dilaksanakan: 1) mengikuti seluruh proses pembelajaran dalam program studi pada perguruan tinggi sesuai masa dan beban belajar; dan 2) mengikuti proses pembelajaran di dalam program studi untuk memenuhi sebagian masa dan beban belajar dan sisanya mengikuti proses pembelajaran di luar program studi.

Menyadari sumber daya manusia merupakan model utama dalam suatu usaha, maka kualitas tenaga kerja harus dikembangkan dengan baik dalam masa persaingan yang sedemikian ketatnya sekarang ini, berhubung sumber daya manusia merupakan model utama sehingga, perusahaan atau instansi diharapkan dapat mengelola atau menciptakan sumber manusia yang berkualitas dan ber integritas tinggi sehingga dapat membantu menciptakan perusahaan yang maju dan sukses dalam usahanya. Dengan di perlukannya sdm yang berkualitas maka di harapkan kepada bidang bidang usaha maupun perusahaan dapat memberikan kesempatan pada mahasiswa untuk mengenal

dunia kerja dengan cara menerimamahasiswa/i yang ingin mengadakan kegiatan magang agar para masiswa dapat membangun mental dan mendapatkan skill yang berkualitas.

Kegiatan magang merupakan kegiatan praktek akademik bagi para mahasiswa sehingga memperoleh pengalaman praktek kerja mandiri sehingga nanti siap untuk terjun kedunia kerja yang sesungguhnya setelah lulus kuliah nantinya. Kegiatan magang ini yang sebenarnya bertujuan untuk mengembangkan skill dan etika dalam bekerja, serta memberikan kesempatan pada para maahiswa untuk menerapkan teori yang telah di dapatkan selama kuliah baik ilmu pengetahuannya ataupun keterampilannya yang di dapatkan pada saat mengikuti perkuliahan. Kegiatan magang ini di laksanakan di unit simpan pinjamsyari'ah KSU ARTHA AMANAH perusahaan yang bergerak di bidang koperasi berbasis syariah.

Koperasi memiliki peran strategis dalam tata ekonomi nasional yang berasaskan kekeluargaan dan demokrasi ekonomi dalam rangka menciptakan masyarakat yang maju, untuk mewujudkan kedaulatan politik dan ekonomi Indonesia melalui pengelolaan sumber daya yang maju, adil, dan makmur berlandaskan pancasila dan undang-undang dasar negara republik indonesia tahun 1945.

Pengembangan dan pemberdayaan Koperasi harus sesuai dengan nilai dan prinsip Koperasi sebagai wadah usaha bersama untuk memenuhi aspirasi dan kebutuhan ekonomi Anggota dalam menghadapi perkembangan ekonomi

nasional dan global yang semakin dinamis dan penuh tantangan. Koperasi adalah organisasi otonom dari orang-orang yang berhimpun secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi ekonomi, sosial, dan budaya secara bersama melalui kegiatan usaha yang dimiliki dan di kendalikan secara anggota dan dalam menjalankan kegiatannya berpedoman, dengan demikian koperasi memiliki jati diri oleh dan untuk anggota.

1.2 Tujuan Magang

1. Mengenalkan dan mempersiapkan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja nantinya.
2. Memberikan pembelajaran kepada mahasiswa bagaimana caranya beradaptasi dengan dunia kerja.
3. Melatih mahasiswa praktik kerja lapangan dengan mempraktikkan ilmu yang di dapatkan pada saat kuliah.
4. Menambah wawasan serta pengalaman baru terhadap mahasiswa dalam dunia kerja.
5. Meningkatkan soft skill mahasiswa baik dalam hal meningkatkan kemampuan berkomunikasi, meningkatkan rasa percaya diri, atau memperbaiki sikap dan perilaku dalam bekerja.
6. Menganalisis masalah yang terdapat di dalam perusahaan.
7. Memahami sistem manajemen yang di terapkan oleh perusahaan.

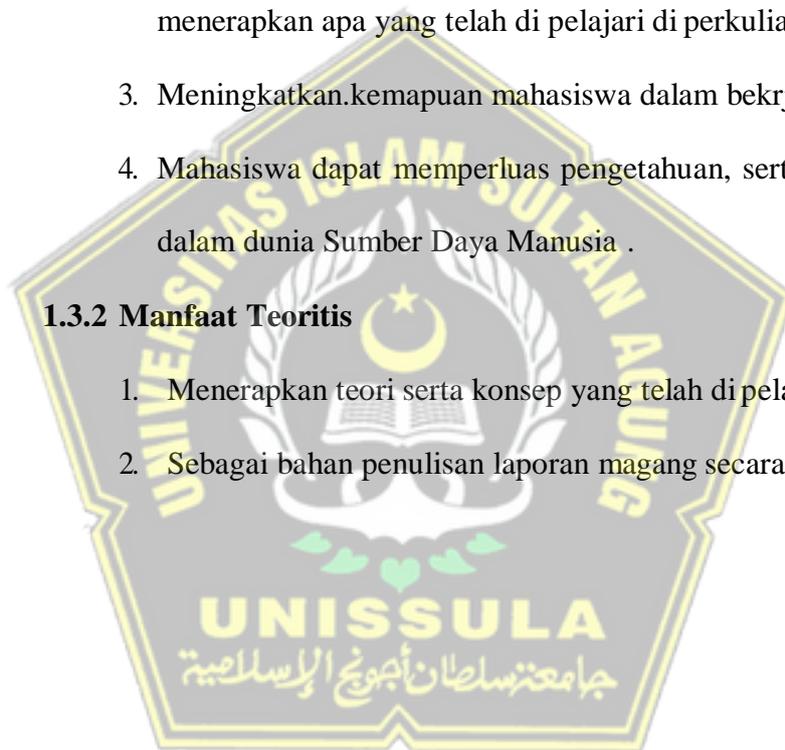
1.3 Manfaat Magang

1.3.1 Manfaat Praktis

1. berharap agar laporan magang ini dapat di jadikan refrensi dan dapat menjadi bahan rujukan untuk laporan-laporan magang selanjutnya agar menjadi lebih baik dan sempurna.
2. Sebagai bahan acuan dan mendapatkan pengalaman serta menerapkan apa yang telah di pelajari di perkuliahan.
3. Meningkatkan.kemampuan mahasiswa dalam bekrja secara tim.
4. Mahasiswa dapat memperluas pengetahuan, serta wawasan dalam dunia Sumber Daya Manusia .

1.3.2 Manfaat Teoritis

1. Menerapkan teori serta konsep yang telah di pelajari.
2. Sebagai bahan penulisan laporan magang secara relevan.



BAB II

PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Unit simpan pinjam syari'ah KSUArtha Amanah adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perkoperasian yang berbasis syariah dimana semua peraturan yang dibuat oleh perusahaan selalu berdasarkan ajaran agama Islam contohnya seperti aturan pakaian kerja yang dimana semua pegawai/karyawan wanita pada saat dinas/ kerja wajib mengenakan busana muslim sesuai dengan ketentuan syari'at Islam. Dan untuk semua jabatan harus selaalu menerapkan sikap jujur,ramah,rendah hati, istiqomah,terbuka dan santun kepada semua nasabah. semua kegiatan yang dilakukan oleh unit simpan pinjam syari'ah Artha Amanah ini memiliki tujuan untuk mensejahterakan anggota pada khususnya dan masyarakat sekitar pada umumnya serta ikut dalam membangun tatanan perekonomian nasional menuju masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang Undang Dasar 1945.

Ada beberapa nilai koperasi yang di terapkan oleh unit simpan pinjam syari'ah Artha Amanah KSU Artha Amanah ini juga memiliki metode dalam mencapai tujuan perusahaannya dan menuju harapan atau mimpi bersama antar seluruh pemangku jabatan yang terlibat didalamnya mulai dari unsur pengurus , pengawas dan anggota selaku pengguna jasa sepakat untuk bersama sama mengukur diri atas kekuatan- kekuatan yang dimiliki serta kelemahan yang di hadapi serta peluang apa saja yang bisa dimanfaatkan sebesar-besarnya oleh lembaga melalui sebuah bentuk analisa situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran). Analisa ini menempatkan situasi dan kondisi sebagai sebagai faktor masukan, yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing (SWOT) bahwa analisa SWOT adalah semata-mata sebuah alat analisa yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau yang mungkin akan dihadapi oleh organisasi, dan bukan sebuah alat analisa ajaib yang mampu memberikan jalan keluar yang cespleng bagi masalah-masalah yang dihadapi oleh organisasi.

2.1.2 Visi & Misi Organisasi

VISI : Menjadi koperasi yang sehat dalam pengelolaan dan besar dalam skala usaha dan pendapatan.

MISI :

1. Tertib dalam administrasi dan keuangan.
2. Tepat dalam investasi dan pembiayaan.

3. Aktif dalam menjalin kerja sama/kemitraan dengan berbagai pihak:
 - a. Perbankan
 - b. Lembaga sejenis
 - c. Institusi Pemerintah (Dana Program)
4. Ikut aktif dalam kegiatan Agama dan sosial kemasyarakatan:
 - a. Melaksanakan Pengajian secara berkala.
 - b. Melakukan penyembelihan hewan Qurban kerjasama dengan Dompot Dhuafa republika Jakarta.
 - c. Melaksanakan Santunan Anak Yatim, Sunatan Masal.
 - d. Memberi Bantuan ketika terjadi Bencana alam dan bencana lainnya.

2.1.3 Tujuan Perusahaan

Adapun Tujuan dari Perusahaan adalah :

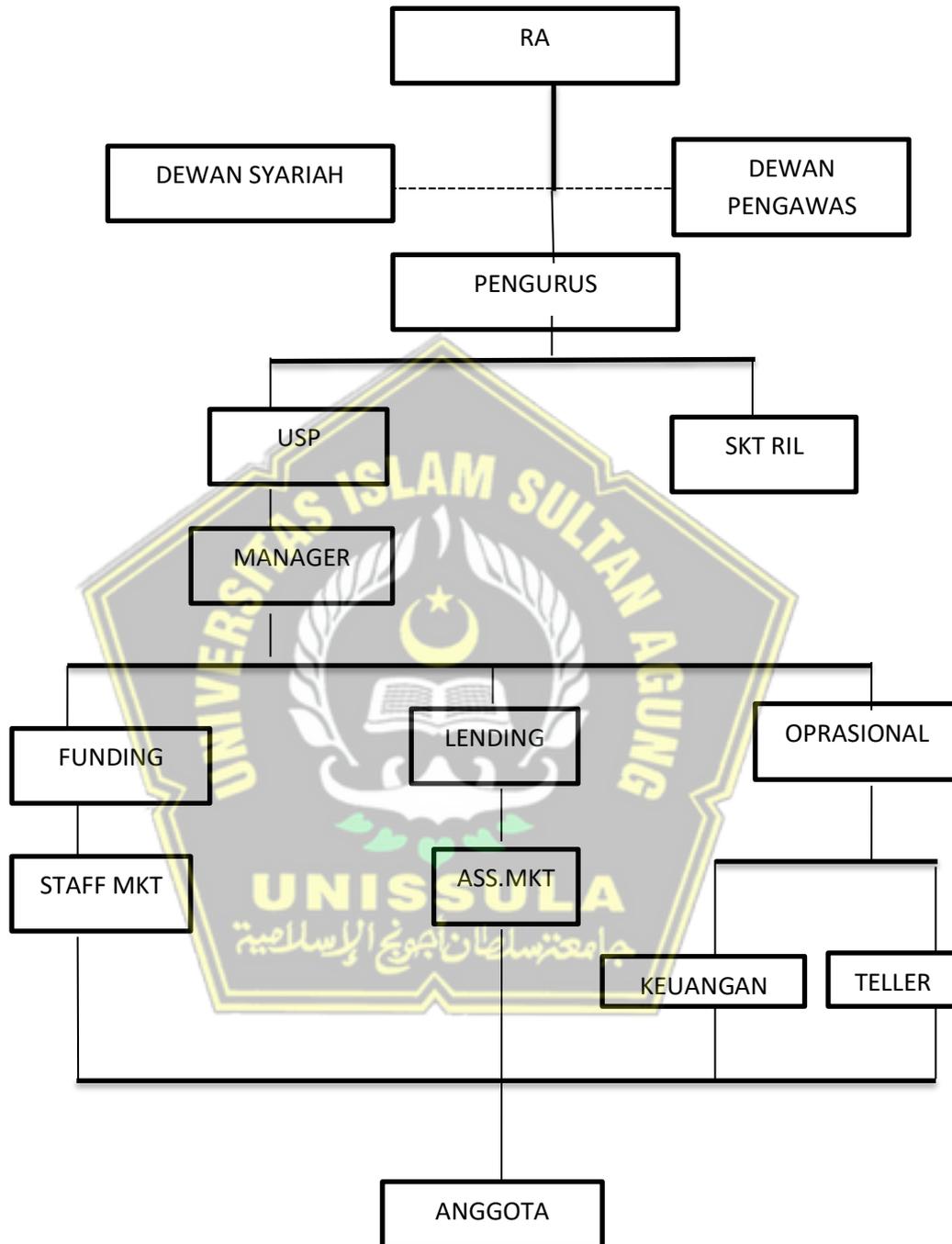
- a. Meningkatkan kualitas SDM pengelola dan manajemen sehingga partisipasi anggota, masyarakat dan dunia usaha dalam menumbuhkembangkan usah koperasi,semakinmeningkat.
- b. Meningkatkan produktivitas, penggunaan sumber daya secara efektif,efisien dan optimal maka daya saing dan pangsa pasar koperasi semkain kuat.
- c. Meningkatkan kualitas koperasi agar mampu bersaing dan bersanding di dunia usaha

- d. Meningkatkan dipersifikasiusaha dan pelayanan untuk meningkatkan peran aktif anggota dalam berpartisipasi dalam kapasitasnya sebagai pemilik dan pelanggan.
- e. Berkembangnya sistem ekonomi kerakyatan yang bertumpu pada mekanisme pasar yang berkeadilan, mandiri, berdaya saing, berwawasan lingkungan dan berkelanjutan, sehingga mampu membuka peluang kerja dan berusaha.

2.1.4 Struktur Organisasi KSU Artha Amanah

Dalam perusahaan untuk menimbulkan wewenang dan tanggung jawab anggota perusahaan perlu adanya struktur organisasi yang sesuai dengan keadaan perusahaan tersebut. Bentuk struktur organisasi di perusahaan unit simpan pinjam syari'ah KSU ARTHA AMANAH adalah struktur fungsional dimana masing-masing posisi memiliki fungsi yang jelas, termasuk dalam menentukan kewenangan serta garis komando sistem tersebut. Berikut gambar struktur organisasi perusahaan unit simpan pinjam syari'ah KSU ARTHA AMANAH.

STRUKTUR ORGANISASI



Gambar 2.1
Struktur Organisasi KSU Artha Amanah
Sumber : KSU Artha Amanah

Berdasarkan pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing diantaranya adalah :

1. Manager, mempunyai tanggung jawab sebagai berikut:
 - a. Tersusunnya sasaran rencana jangka pendek dan jangka panjang serta proyeksinya (financial maupun non financial).
 - b. Tercapainya target yang telah ditetapkan secara keseluruhan.
 - c. Terselenggarakannya penilaian prestasi kerja karyawan.
 - d. Tercapainya lingkup kerja yang nyaman untuk semua pekerja yang berorientasi pada tercapainya target.
 - e. Terjalannya kerja sama dengan pihak lain dalam rangka memenuhi kebutuhan lembaga.
 - f. Terjaganya keamanan dana –dana masyarakat yang dihimpun dan pembiayaan yang diberikan serta seluruh akses koperasi.
 - g. Menjaga koperasi agar dalam aktivitasnya senantiasa tidak lari dari visi dan misi
- Adapun Tugas tugas pokok manager :

- a. Tersusunnya sasaran rencana jangka pendek dan jangka panjang serta proyeksi (financial maupun non financial).
- b. Menentukan sasaran target jangka pendek dan jangka panjang.
- c. Merencanakannya dan menyusun rencana kerja jangka pendek 1 satuan dan jangka panjang 3 tahun.
- d. Menyusun rencana anggaran jangka pendek dan jangka panjang.

- e. Mempresentasikan rencana jangka pendek dan panjang kepada pihak yang berhak (pengurus, anggota koperasi).
- f. Tercapainya target yang telah ditetapkan secara keseluruhan.
- g. Memonitori dan membrikan arahan masukan terhadap upaya pencapaian target.
- h. Mengevaluasi seluruh aktivitas dalam rangka pencapaian target.
- i. Menindak lanjuti evaluasi.
- j. Menemukan,menentukan strategi baru upaya mencapai target.
- k. Terselenggaranya penilaian prestasi kerja karyawan.
- l. Menetapkan tujuan penilaian prestasi kerja.
- m. Melakukan penilain prestasi kerja karyawan
- n. Tercapainya lingkup yang nyaman untuk semua pekerja yang berorientasi pada pencapaian target.
- o. Merencanakan dan merancang system hubungan kerja yang memotivasi karyawan untuk bekerja sama dalam mencapai sasaran lembaga.
- p. Memperhatikan keluhan kantor layanan dalam hal kerja sama dan mencapai sasaran.
- q. Mengevaluasi pola hubungan bila di perlukan.
- r. Terjalannya kerja sama dengan pihak lain dalam rangka memenuhi kebutuhan lembaga.
- s. Mencari peluang dan membuka kerja sama dengan pihak lain(lembaga/perorangan) yang dapat secara langsung maupun

tidak langsung memenuhi kebutuhan lembaga (seperti funding untuk lembaga , funding untuk likuiditas ataupun kerja sama).

- t. Mempertahankan kerja sama yang telah dijalin dengan lembaga lembaga sejenis.
- u. Terjaganya keamanan dana-dana masyarakat yang di himpun aau pembiayaan yang diberikan seluruh asset koperasi.
- v. Mengupayakan likuiditas dengan mengatur managemen dana seoptimal mungkin hingga tak terjadi dana *rush* maupun *idle*.
- w. Menguapayakan strategi khusus dalam menghimpun dana dan penyaluran dana.
- x. Mengupayakan strategi baru dan handal dalam menyelesaikan pembiayaan yang bermasalah.
- y. Melakukan control terhadap keseluruhan harta koperasi.

Wewenang manager antara lain:

- a. Memimpin rapat komite untuk memberikan keputusan terhadap pengajuan pembiayaan.
- b. Menyetujui atau menolak secara tertulis pengajuan rapat komite secara musyawarah dengan alasan yang jelas.
- c. Menyetujui dan menolak pencairan droping pembiayaan sesuai dengan batasan wewenang.

2. Kepala Bagian Operasional

Fungsi utama jabatan dari kepala bagian operasional adalah merencanakan, mengarahkan, mengontrol, serta mengevaluasi

seluruh aktivitas di bidang operasional baik yang berhubungan dengan pihak internal maupun eksternal yang dapat meningkatkan profesionalisme koperasi khususnya dalam pelayanan terhadap mitra maupun anggota.

Adapun wewenang kepala bagian operasional antara lain :

- a. Mengeluarkan biaya operasional rutin dalam batas wewenang.
 - b. Mengajukan biaya operasional dan kebutuhan-kebutuhan.
 - c. Menyetujui pengeluaran kas untuk penarikan tabungan dalam batas wewenang.
 - d. Melakukan control terhadap kehadiran karyawan.
 - e. Memeriksa seluruh laporan dalam bidang operasional.
 - f. Menyetujui pemotongan biaya administrasi tabungan untuk tabungan yang tidak memutasi selama 6 bulan atau sesuai dengan kebijakan koperasi.
 - g. Meminta pihak tertentu yang memegang tanggung jawab dana koperasi (uang muka biaya, pinjaman lainnya) untuk cepat menyelesaikannya apabila waktu yang disepakati sudah tiba.
 - h. Memberikan masukan dan membantu bagian operasional lainnya yang memerlukan bantuan dalam kapasitasnya sebagai kabag operasional.
3. Teller, mempunyai tanggung jawab sebagai berikut :
- a. terselesaikannya laporan kas harian.
 - b. Terjaganya keamanan kas.

- c. Tersedianya laporan casflow pada akhir bulan untuk keperluan evaluasi.

Adapun wewenang teller antara lain :

- a. Menerima transaksi tunai dan transaksi yang terjadi di koperasi.
 - b. Memegang kas tunai dengan kebijakan yang ada.
 - c. Mengeluarkan transaksi pada batas nominal yang di berikan atau atas persetujuan yang berwenang.
 - d. Menolak pengeluaran kas apabila tidak ada bukti pendukung yang kuat.
 - e. Mengetahui kode brankas tetapi tidak memegang kuncinya ataupun sebaliknya.
 - f. Meminta tanggung jawab keuangan kas kecil jika batas waktu pertanggungjawaban telah tiba.
4. Customer Service (CS), memiliki tanggung jawab dan wewenang sebagai berikut:
- a. Pelayanan terhadap pembukuan dan penutupan rekening tabungan dan deposito serta mutasinya.
 - b. Persiapan tabungan dan deposito.
 - c. Perhitungan bagi hasil dan pembukuannya.
 - d. Pelaporan tentang perkembangan dana masyarakat.

Adapun wewenang Customer Service (CS) :

- a. Memotong biaya administrasi bagi hasil tabungan yang tidak bermutasi 6 bulan (atau tidak sesuai dengan kebijakan).

- b. Menutup rekening otomatis untuk rekening-rekening yang saldo nominalnya dibawah saldo minimum.
 - c. Melakukan pemindahan untuk kasus kasus tertentu yang telah ada kebijakan.
5. Pembukuan, memiliki tanggung jawab dan wewenang sebagai berikut :
- a. Pembuatan laporan keuangan.
 - b. Pengarsipan laporan keuangan dan berkas-berkas yang berkaitan secara langsung dengan keuangan.
 - c. Menyiapkan laporan-laporan untuk keperluan analisis keuangan lembaga.
- Adapun wewenang pembukuan antara lain :
- a. Mengarsipkan dan mengamankan bukti-bukti pembukuan transaksi.
 - b. Meminta kelengkapan administrasi pertanggung jawaban keuangan.
 - c. Tidak memberikan berkas atau arsip kepada pihak-pihak yang tidak berkepentingan.
 - d. Menerbitkan laporan keuangan atas persetujuan manager untuk keperluan publikasi.

2.1.5 Kekuatan (*strengths*)KSU Artha Amanah

1. Potensi pemanfaatan teknologi tepat guna bagi koperasi
2. Telah memiliki sistem informasi dan data base anggota yang akurat
3. Potensi koperasi sangat mungkin untuk di kembangkan
4. Pemberdayaan KUKM sangat strategis untuk di rangkul
5. Kemampuan dalam penguasaan teknologi informasi dan komunikasi termasuk promosi pemasaran dan lobby
6. Penduduk / sumber daya manusia (kelompok - kelompok masyarakat) yang merupakan potensi pendukung perkembangan sektor perdagangan baik sebagai pelaku usaha, tenaga kerja maupun sebagai pangsa pasar yang potensial.
7. Proses konsolidasi organisasi yang berlangsung secara baik di harapkan mampu menghasilkan sinergi yang serasi dan terpadu dalam memacu pengembangan sektor ekonomi dan perdagangan di daerah ini.

2.1.6 Kelemahan (*weaknesses*)KSUArtha Amanah

1. Akses teknologi KUKM menggunakan teknologi sederhana, dan kurangnya memanfaatkan teknologi yang lebih memberikan nilai tambah bagi anggotanya.
2. Pemahaman masyarakat terhadap koperasi masih kurang baik.
3. Adanya keterbatasan dalam bidang permohonan, peluang pasar,dan SDM.

4. Terbatasnya dana dan sarana untuk mendukung kegiatan pembinaan apalagi di perhadapkan dengan kondisi medan yang luas dan infra struktur yang terbatas maka pembinaan anggota menjadi terkendala.
5. Masih perlunya terus ditingkatkan profesionalisme jajaran pengurus sehingga mampu mengantisipasi dinamika perkembangan dunia usaha yang sangat cepat dan berubah setiap saat melalui pelatihan yang berkesinambungan.

2.2 Aktivitas Magang

2.2.1 Time Schedule

Tabel 2.2
Time Schedule Aktivitas Magang

No	Hari / Tanggal	Jenis Kegiatan Yang Di Lakukan
1.	Rabu, 14 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Pelepasan peserta magang MBKM
2.	Kamis, 15-18 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Konfirmasi perusahaan
3	Senin, 19 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Pengenalan lingkungan kantor
4.	Selasa, 20 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan input data keuangan atau kasharian • Melayani nasabah (teller)
5.	Rabu, 21 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melakukan input data keuangan harian atau kas harian (teller)
6.	Kamis, 22 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melakukan input data keuangan atau kas harian • Melayani nasabah (teller)
7.	Jum'at, 23 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melayani penarikan uang anggota (teller)
8.	Sabtu, 24 April	<ul style="list-style-type: none"> • Pembekalan magang MBKM "Model

	2021	Pemasaran Pada Koprasi Syariah”
9.	Senin, 26 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
10.	Selasa, 27 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
11.	Rabu, 28 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani nasabah (teller)
12.	Kamis, 29 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang)
13.	Jum’at, 30 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang)
14.	Sabtu, 01 Mei 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Pembekalan MBKM
15.	Senin, 03 Mei 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang)
16.	Selasa, 04 Mei 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melayani penarikan atau tabungan (teller)
17.	Rabu, 05 – 19 Mei 2021	LIBUR HARI RAYA IDUL FITRI 1442 H
18.	Sabtu, 08 Mei 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Pembekalan “MB-KM”
19	Kamis, 20 Mei 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang)
20	Jumat, 21 Mei 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
21	Senin, 24 Mei 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
22	Selasa, 25 Mei 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
23	Rabu, 26 Mei 2021	LIBUR HARI RAYA WAISAK
24	Kamis, 27 Mei 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
25	Jum’at, 28 Mei 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
26	Senin, 31 Mei 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber

		(Pemalang) <ul style="list-style-type: none"> • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
27	Selasa, 01 Juni 2021	LIBUR HARI PANCASILA
28	Rabu, 02 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller) • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang)
29	Kamis, 03 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller) • Melakukan collecting di Pasar Sumber(Pemalang)
30	Jum'at, 04 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller) • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang)
31	Senin, 07 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
32	Selasa, 08 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
33	Rabu, 09 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
34	Kamis, 10 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
35	Senin, 14 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
36	Selasa, 15 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
37	Rabu, 16 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang

		anggota(teller)
38	Kamis, 17 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
39	Jum'at, 18 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
40	Senin, 21 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
41	Selasa, 22 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
42	Rabu, 23 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota (teller)
43	Kamis, 24 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
44	Jum'at, 25 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
45	Senin, 28 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller) • sortir uang
46	Selasa, 29 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
47	Rabu, 30 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)

48	Kamis, 01 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
49	Jum'at, 02 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
50	Senin, 05 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
51	Selasa, 06 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
52	Rabu, 07 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
53	Kamis, 08 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
53	Jum'at, 09 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
55	Senin, 12 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
56	Selasa, 13 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
57	Rabu, 14 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan collecting di Pasar Sumber (Pemalang) • Melayani tabungan dan penarikan uang anggota(teller)
58	Kamis, 15 Juli 2021	Penarikan

2.2.2 kegiatan Magang

Penjelasan aktivitas magang

1. Collecting

Kegiatan collecting ini biasanya dilakukan oleh petugas koperasi bagian pemasaran dimana tugas mereka ialah mengendalikan piutang yang sudah ada kesepakatan di antara pihak koperasi dan anggota. Collecting juga bekerja untuk menagih berbagai pinjaman dan mengusahakan supaya pembayaran dari customer atau anggota ini sesuai dengan tanggal jatuh tempo.

tujuan dari collecting

Tujuan dari Kolektor/collecting yaitu sebagai berikut:

- a. Memastikan pembayaran dari pelanggan sesuai dengan tanggal jatuh tempo.
- b. Memaksimalkan keuntungan, semua yang disebut hak korporasi berupa uang, yang harus meningkat pesat (sesuai agenda) agar dapat menggunakan dana secara lebih produktif,
- c. Kecepatan penagihan pembayaran dapat mengurangi bahkan menghilangkan tingkat kredit macet, meminimalkan kerugian akibat pembayaran yang terlambat.
- d. Menjaga konsistensi dan kesehatan keuangan perusahaan (cash flow).

- e. Menjalankan hak-hak Perusahaan sehubungan dengan syarat-syarat yang disepakati dalam Perjanjian ini, seperti penarikan, pengenaan denda dan penalti.

2. Input Data Keuangan atau Kas Harian

Kegiatan ini dilakukan di teller setiap harinya untuk mengetahui pendapatan perusahaan serta sebagai laporan casflow pada akhir bulan untuk keperluan evaluasi pencatatan kas harian ini berguna untuk menjaga keamanan kas perusahaan.

3. Sortir Uang

Sortir uang adalah kegiatan memisahkan uang sesuai nominalnya masing-masing sesuai kebutuhan dan memeriksa keaslian uang di peroleh.

4. Melayani Penarikan Uang Melalui Teller

Selain membuat laporan kas harian teller juga memiliki kegiatan untuk melayani semua transaksi simpan pinjam yang diperlukan nasabah atau anggota koperasi.

BAB III

IDENTIFIASI MASALAH

Unit simpan pinjam syari'ah KSU artha amanah adalah salah satu jenis perusahaan koperasi yang masih berkembang yang masih memiliki beberapa kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki oleh perusahaan KSUArtha Amanah sehingga timbulah masalah yang saya angkat sebagai identifikasi masalah seperti :

3.1 Kualitas Pelayanan Yang Masih Kurang Baik

Dalam suatu bisnis, melayani pelanggan dapat menjadi satu hal yang menjadi pembeda antara bisnis lain yang sejenis. Bisa saja, loyalitas pelanggan akan tumbuh karena kualitas pelayanan yang baik dari suatu bisnis. Untuk merebut hati pelanggan, tidak hanya dengan produk yang bagus atau harga yang murah. Pelayanan pelanggan yang baik dan menyenangkan juga dapat menjadi alasan utama orang memilih produk atau jasa. Kekurangan dari pelayanan KSUArtha Amanah adalah pada etika bahasa yang di gunakan masih kurang baik.

3.2 SDM Yang Berpendidikan Rendah

Pendidikan adalah salah satu hal penting yang di pelukan dalam kehidupan mada masa sekarang ini, karena pendididkan dapat di jadikan sebagai tolak ukur dari kemampuan seseorang dalam melakukan pekerjaan sehingga tidak jarang setiap perusahaan memiliki kriteria khusus pendidikan yang diingkan dalam merekrut karyawannya agar dapat mencapai tujuan perusahaan dengan maksimal seperti unit simpan pinjam KSUArtha Amanah

yang merupakan salah satu koperasi yang masih berkembang di dalam pengelolaannya salah satunya seperti karyawan yang di rekrut oleh KSUArtha Amanah mayoritas berpendidikan rendah. Sehingga ini dapat berdampak pada unit simpan pinjam syaria'ahKSUArtha Amanah yang kurang diminati oleh masyarakat karena di dalam pengelolaannya unit simpan pinjam syari'ah KSUArtha Amanah masih kurang unggul di banding koperasi koperasi lainnya.

3.3 Teknologi yang kurang memadai

Unit simpan pinjam KSUArtha Amanah adalah salah satu perusahaan yang masih kurang unggul dalam bidang teknologinya banyak beberapa hal yang dalam mengerjakannya masih kurang optimal seperti salah satunya adalahsalah satunya penulisan buku tabungan, absen yang masih manual dan pengelolaan data dan informasi nasabah yang belum bisa terkelola dengan baik. Padahal teknologi di era globalisasi menjadi pendukung yang penting dalam jalannya usaha, teknologi informasi berperan sangat penting dengan menguasai teknologi dan informasi, kita memiliki modal yang cukup untuk menjadi pemenang dalam persaingan global.

3.4 Beban Kerja Rendah

Manusia merupakan aset utama dalam organisasi, sehingga sumber daya manusia (SDM) harus dikelola dan dimanfaatkan secara seimbang dan manusiawi. Perusahaan memerlukan sumberdaya untuk mencapai tujuannya. Sumber daya yang dibutuhkan itu, salah satunya adalah sumberdaya manusia. Dengan itu ada beberapa hal yang perlu di perhatikan perusahaan dalam

mengolah SDM Seperti halnya perusahaan tidak memberikan beban kerja karyawan yang terlalu berat ataupun terlalu ringan sehingga karyawan dapat mencapai tujuan perusahaan dengan mudah hal ini juga terjadi pada SDM KSU Artha Amanah yang memiliki beban kerja yang rendah dimana setiap karyawan memiliki pekerjaan yang sedikit sehingga kurang adanya motivasi karyawan dalam mencapai tujuannya. Dengan perkembangan zaman yang semakin maju motivasi karyawan sangat di butuhkan untuk menjadi support dalam mencapai tujuan perusahaan, karyawan KSU Artha Amanah harus bisa menyesuaikan diri dalam segala kondisi. Beban kerja yang rendah maupun berat, banyaknya kebutuhan yang ingin dipenuhi, tingkat pendapatan yang tidak sesuai dengan biaya hidup, persaingan yang semakin ketat dan seterusnya dapat menjadi ancaman untuk tetap dapat bertahan hidup.

Dari 4 permasalahan yang di sebutkan di atas saya memilih untuk fokus kepada 1 permasalahan yaitu pada “**kualitas pelayanan**” karena menurut saya kualitas pelayanan bagi sebuah usaha itu penting karena dengan adanya kualitas pelayanan yang lebih profesional menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, sekaligus mendukung terhadap pelanggan dalam membeli barang atau menggunakan jasa. Dengan demikian kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan wajib menjadi prioritas perusahaan. Berfokus pada pelanggan melalui usaha memahami kebutuhan, keinginan, dan harapan itu semua merupakan kunci memenangkan persaingan global di era revolusi industri 4.0.

BAB IV

KAJIAN PUSTAKA

4.1 Kualitas pelayanan

4.1.1 Pengertian kualitas pelayanan

Kotler (2002) mengemukakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Engel et al. (1990) dalam Tjiptono (2000) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan/ketidakpuasan terjadi ketika pelanggan melakukan evaluasi atas harapan dengan kinerja/ hasil yang diterimanya. Beberapa pakar dan hasil penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa faktor penentu kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan harga.

Tjiptono (2002) mengungkapkan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan pelanggan yang tinggi pula (Tjiptono, 2000). Kotler (2002) menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang

lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah. Oleh sebab itu, program peningkatan kualitas (*quality improvement programs – QIPs*) biasanya juga meningkatkan profitabilitas. Dalam penelitiannya pada suatu ritel di India, Naik et al. (2010) memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 45,84 %, sedangkan sisanya 54,16% dipengaruhi oleh faktor faktor lain.

Dimensi Kualitas Pelayanan Menurut Parasuraman et al. dalam Purnama (2006: 22) terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut :

1. Bukti fisik (*Tangibles*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya tanggap (*Responsiveness*)

4.1.2 Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2009:138), kepuasan pelanggan adalah rasa senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan harapan dengan kenyataan yang diterima. Kepuasan dan kegembiraan yang tinggi menciptakan ikatan emosional dengan setiap merek dan perusahaan. Pendapat ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan harapan dan hasil yang diperoleh. Kepuasan pelanggan merupakan respon antara harapan dan persepsi (yang dicapai atau yang benar-benar dialami) atas pelayanan yang diterime. Kepuasan pelannggan terjadi pada saat pembelian, pengalaman menggunakan prodak dan jasa, dan waktu

setelah pembelian. Pelanggan yang merasa puas dengan produk yang telah digunakan dapat menggunakan kembali produk yang disediakan. Kepuasan pelanggan yang dihasilkan merupakan salah satu faktor terpenting dalam memenangkan persaingan.

4.1.3 Loyalitas Pelanggan

Menurut Kotler (2008:138), loyalitas adalah kewajiban yang mengantar untuk membeli atau mendukung kembali produk dan jasa yang disukai di masa depan, terlepas dari perubahan keadaan pelanggan dan dampak kegiatan pemasaran. Berdasarkan pendapat tersebut dapat dilihat bahwa loyalitas adalah kewajiban pelanggan untuk menciptakan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau jasa, yang berujung pada pembelian berkelanjutan pelanggan terhadap produk atau jasa yang dipilih. Pelanggan tetap konsisten dan kurang rentan terhadap kondisi pasar yang bergejolak yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen secara umum.

4.1.4 Karakteristik Loyalitas Pelanggan

Karakteristik pelanggan yang loyal menurut Griffin (2005:31) antara lain :

1. Melakukan pembelian secara teratur.

Hal ini menunjukkan bahwa konsumen bersedia untuk berulang kali membeli produk atau jasa tertentu dalam jangka waktu tertentu.

2. Membeli diluar lini produk atau jasa.

Konsumen yang loyal tidak hanya membeli satu produk saja tetapi membeli lini suatu produk atau jasa lain pada satu badan usaha yang sama.

3. Menunjukkan kekebalan dari tarikan persaingan tidak terpengaruh oleh tarikan persaingan produk sejenis lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang setia akan merekomendasikan hal-hal yang positif mengenai produk atau jasa dari perusahaan tertentu kepada rekan dan keluarga dan meyakini bahwa produk atau jasa tersebut merupakan produk yang baik, sehingga orang lain akhirnya turut membeli dan menggunakan produk atau jasa tersebut.

4. Menolak produk lain.

Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang loyal akan menolak untuk mempertimbangkan tawaran produk atau jasa dari pesaing karena produk atau jasa yang dikonsumsi telah memberikan kepuasan bagi konsumen.

5. Merekomendasikan kepada orang lain.

melakukan pembelian secara teratur, pembelian antar lini produk dan jasa, mereferensikan pada orang lain dan menunjukkan kekebalan pada produk pesaing.

4.1.5 Tahap-Tahap Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan memiliki tahapantahapan, menurut Griffin (2005: 36) ada delapan tahap-tahap loyalitas pelanggan..

1. *Suspects*

Meliputi semua orang yang mungkin akan membeli barang atau jasa perusahaan, tetapi sama sekali belum mengenal perusahaan dan produk atau jasa yang ditawarkan

2. *Prospect*

Orang-orang yang memiliki kebutuhan akan produk atau jasa tertentu dan mempunyai kemampuan untuk membelinya, meskipun belum melakukan pembelian, para prospek telah mengetahui keberadaan perusahaan dan produk atau jasa yang ditawarkan karena telah direkomendasikan oleh seseorang.

3. *Disqualified Prospects*

Calon pelanggan sudah mengetahui status produk atau layanan tertentu tetapi tidak membutuhkannya.

4. *First Time Customers*

Konsumen yang membeli untuk pertama kalinya. Maka mereka termasuk masih menjadi pelanggan yang baru.

5. *Repeat Customers*

Konsumen telah membeli produk yang sama dua kali atau lebih atau membeli dua produk yang berbeda pada dua kesempatan yang berbeda.

6. *Clients*

Pelanggan membeli semua produk atau jasa yang ditawarkan dan mereka butuhkan. Mereka sering membeli. Hubungan dengan konsumen jenis ini kuat dan tahan lama, membuat mereka tidak peka terhadap produk pesaing.

7. *Advocates*

Bagi pelanggan, *advokat* membeli produk atau jasa yang tersedia dan dibutuhkan dan melakukan pembelian secara teratur. Selain itu, mereka juga mendorong teman untuk membeli produk dan jasa perusahaan atau merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain.

8. *Partner*

Dengan memahami tingkatan Loyalis pelanggan, maka perusahaan akan dapat memperoreh suatu gambarn tentang pelanggan sehingga dapat memudahkan perusahaan untuk merancang strategi maupun kebijakan pemasaran yang tepat bagi perusahaan

4.1.6 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen terbentuk dan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Mardalis (2005:111-119) menyatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu :

1. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang menyukai atau tidak menyukai suatu produk setelah konsumen membandingkan kinerja

produk dengan harapan (Tjiptono, 2007. Staelin dan Zeithmal, 1993 dalam Mardalis, 2005: 111-119).

2. Kualitas jasa

Salah satu faktor terpenting untuk memuaskan konsumen adalah kualitas pelayanan (Shellyana dan Basu, 2002 dalam Mardalis, 2005: 111-119). Produsen perlu meningkatkan kualitas layanan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Produk berkualitas buruk membawa risiko beralih pelanggan, dan retensi pelanggan mudah dicapai mengingat kualitas (Boulding et al., 1993 dalam Mardalis, 2005: 111-119).

3. Citra

Citra sebagai seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek (Kotler dan Keller, 2009:553). Berdasarkan temuan Anderassen (1999) dari Mardalis (2005: 111-119) menyimpulkan bahwa citra berpengaruh langsung dan tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan, tetapi variabel lain melalui.

4.1.7 Prinsip loyalitas konsumen

Tjiptono (2010) berpendapat bahwa loyalitas pada dasarnya sebanding dengan "perkawinan" antara bisnis dan konsumen. Hubungan ini berjalan dengan baik jika didasarkan pada prinsip-prinsip loyalitas berikut:

- a. Kemitraan berdasarkan etika dan integritas yang utuh.

- b. Nilai tambah (kualitas, biaya, waktu siklus, teknologi, profitabilitas) dalam kemitraan pemasok-konsumen.
 - c. Saling percaya antara manajemen dan karyawan, dan antara bisnis dan konsumen
 - d. Dengan kata lain, keterbukaan antara konsumen dan pemasok.
 - e. Memberikan dukungan aktif dan konkrit.
 - f. Langkah-langkahnya didasarkan pada semua elemen antusiasme konsumen. Dalam bentuk fisik, elemen-elemen tersebut meliputi kualitas, keandalan, ketersediaan, properti, dan ekspektasi keamanan masa depan. Operasi: Layanan pra-penjualan, layanan purna jual, pengiriman, reputasi.
 - g. Fokus pada faktor tak terduga yang mungkin menyenangkan pelanggan Anda.
 - h. Kedekatan dengan konsumen internal dan eksternal.
 - i. untuk mengembangkan hubungan dengan konsumen pada tahap jual beli.
- Memprediksi kebutuhan dan harapan konsumen di masa depan

4.1.8 Manfaat loyalitas konsumen

Griffin (2005:20) mengemukakan bahwa manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dari memiliki pelanggan yang loyal antara lain:

- a. Pengurangan biaya pemasaran (karena biaya untuk mendapatkan pelanggan baru tinggi).

- b. Pengurangan biaya transaksi.
- c. Mengurangi penjualan konsumen atau biaya penjualan (karena penjualan pelanggan berkurang).
- d. Tingkatkan penjualan silang dan tingkatkan pangsa pasar perusahaan Anda.
- e. Dorong lebih banyak ulasan positif, dengan asumsi konsumen setia juga senang.
- f. Pengurangan biaya aktivitas (biaya penggantian, dll.).





BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Gambaran umum permasalahan

Lembaga koperasi oleh banyak kalangan, diyakini sangat sesuai dengan budaya dan tata kehidupan bangsa Indonesia. Di dalamnya terkandung muatan menolong diri sendiri, kerjasama untuk kepentingan bersama (gotong royong) dan beberapa esensi moral lainnya. Sangat banyak orang mengetahui tentang koperasi meski belum tentu sama pemahamannya, terlebih hanya sebagian kecil dari populasi bangsa ini yang mampu berkoperasi secara benar dan konsisten. Sehingga koperasi perlu melakukan tindakan agar anggota dapat konsisten dalam berkoperasi. Konsistensi anggota dalam berkoperasi merupakan salah satu bentuk loyalitas anggota.

Faktor penentu kepuasan pelanggan diantaranya adalah kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Hal ini juga dijelaskan oleh Kotler dan Keller (2007) yang mengemukakan bahwa pelanggan yang puas dan loyal merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Mempertahankan semua pelanggan yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada. Koperasi yang ingin mempertahankan loyalitas anggota harus mampu menjaga kepuasan anggotanya. Lovelock & Wirtz (2011) mengemukakan bahwa kepuasan adalah suatu sikap

yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan.

Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu kunci untuk memuaskan anggota sehingga mereka loyal pada koperasi. Seperti yang di jelaskan oleh Ropke (2003:53) yang menyatakan bahwa partisipasi anggota dalam pelayanan yang diberikan oleh koperasi akan terwujud jika terjalin kesesuaian diantara anggota, program, dan organisasi yang ada di koperasi tersebut. Dengan pelayanan yang prima akan memuaskan anggota sehingga akan tertarik dan menjadi pelanggan setia di koperasi tersebut

Selain itu, Penelitian yang dilakukan oleh Guspul dan Ahmad (2012) membuktikan bahwa kualitas pelayanan dari pengurus koperasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi. Qomariah (2012) bukan hanya membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, tapi juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Rusandi (2004) juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota. Pada objek penelitian yang berbeda Zain (2013), Suwandi, dkk (2015) dan Pramana dan Rastini (2016) yang membuktikan bahwa kulaitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas.

Hal lain yang juga merupakan faktor penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas anggota adalah kepercayaan anggota. Kepercayaan

menjadi sangat penting untuk menjalin hubungan karena seseorang tidak dapat membangun hubungan yang sebenarnya tanpa adanya kepercayaan. Ropke (2003:153) menyatakan bahwa kepercayaan akan meningkatkan atau memperluas kemampuan bertindak. Maksudnya, anggota yang memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap koperasi memiliki kesadaran untuk berpartisipasi aktif dalam koperasi. Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dan Seminari (2015) membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Pada objek penelitian yang berbeda Pramana dan Rastini (2016) bukan hanya membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, tetapi juga membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota. Selain itu memiliki citra baik di masyarakat merupakan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan, keuntungan jangka panjang tersebut meliputi kepercayaan publik terhadap layanan dan produk perusahaan. Elvinaro (2011:62) mengemukakan bahwa citra perusahaan adalah pandangan atau kesan dari pihak lain dalam melihat perusahaan, citra juga merupakan aset penting dari perusahaan maupun organisasi serta kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengalamannya.

5.2 ANALISIS

5.2.1 *Reability* (keandalan)

Tabel 5.1 *Reability* (keandalan)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
Reability (keandalan)		1	2	3	4	5
1.	pegawai ksu artha amanah sigap dalam melayani konsumen	0	0	12	31	11
2.	Pegawai ksu artha amanah dapat memberikan layanan sesuai dengan permintaan konsumen	0	4	6	23	23
3.	Pelayan ksu artha amanah bekerja tepat waktu	0	0	7	27	21

Sumber kuesoiner indikator kualitas pelayanan

Berdasarkan *Reability* (keandalan) yang dimiliki oleh ksu artha amanah dapat dilihat dari jawaban hasil kuesioner yang diberikan kepada seluruh anggota ksu artha amanah.

Untuk pertanyaan-pertanyaan yang disesuaikan dengan indikator kualitas pelayanan pertanyaan no 1 masing-masing dari mereka memberikan penilaian Cukup setuju (CS) 12 orang, setuju (S) 31 orang dan sangat setuju (SS) 11 orang. Sedangkan untuk pertanyaan no 2 memiliki jumlah jawaban dengan masing-masing jawaban tidak setuju (TS) 4 orang, cukup setuju (CS) 6 orang, setuju (S) 23 orang dan sangat setuju (SS) terdapat 23 orang.

Dan pertanyaan ke 3 memiliki jumlah jawab dengan masing masing jawaban adalah cukup setuju (CS) 7 orang, setuju (S) 27 orang dan sangat setuju (SS) terdapat 21orang .

Dapat di lihat dari jawaban responden bahwa masing- masing pertanyaan dengan jawaban pilihan terbanyak adalah S dengan itu maka menurut responden untuk *Reability* (keandalan) pegawai ksu artha amanah adalah baik. karena responden memberikan penilaian yang positif yaitu “setuju” dengan memiliki jumlah masing – masing jawaban terbanyak.

Tabel 5.1.1 *Reability* (keandalan)

Pertanyaan	Jawaban
Menurut anda pelayanan KSU Artha Amanah itu seperti apa?	Baik dan cepat
	Ramah
	Murah senyum,memberi sapaan kepada konsumen
	Pelayanan yang baik dan tepat waktu
	Kurang baik karena pelayanannya kurang senyum
	Tanggap kepada konsumen
	Masih perlu di tingkatkan dalam pelayanannya
	Sigap dan ramah dalam melayani
	Mudah
	Melayani dengan sepenuh hati
	Kurang cepat
	Tidak antri
	Mudah dan cepat karena jemput lokasi

Dalam mengumpulkan data melalui kuesioner, terdapat pertanyaan yang bersifat tertutup dan terbuka. Pada bagian ini, yang akan dianalisa adalah pertanyaan terbuka. Pada pertanyaan terbuka pada nomor 1, berisi mengenai pendapat responden terhadap pelayanan KSU Artha Amanah, ada 17 responden dengan persentase 19,6% yang menjawab baik dan cepat, ada 9 responden dengan persentase 8,6% menjawab ramah. Selain itu 32 responden menjawab dengan alasan-alasan yang berbeda-beda dengan masing-masing jumlah responden

1 dengan presentase masing-masing pilihan adalah 1,8%. Dari hasil di atas menunjukkan hasil kuesioner bahwa jawaban responden dengan presentase terbanyak adalah 19,6% menjawab baik dan cepat.

5.2.2 Responsiveness (daya tanggap)

Tabel 5.2 Responsiveness (daya tanggap)

Pertanyaan		STS	TS	CS	S	SS
Responsiveness (Daya tanggap)		1	2	3	4	5
1.	Pelayanan saat di teller ksu artha amanah cepat	0	0	10	32	13
2.	Pegawai menginformasikan atau mengingatkan informasi penting yang ada di ksu rtha amanah	0	0	17	29	10
3.	Pegawai ksu artha amanah tanggap dalam menjelaskan produk yang tidak diketahui oleh konsumenee	0	0	15	23	18

Sumber kuesoiner indikator kualitas pelayanan

Dilihat dari hasil kuesioner yang di berikan kepada anggota ksu artha amanah bahwa ksu artha amanah memiliki daya tanggap yang baik karena masing – masing dari responden memberikan penilai yang positif yaitu “ setuju” .

Dengan pilihan Jawaban responden untuk pertanyaan no 1, cukup setuju (CS) 10 orang, setuju (S) 32 orang dan sangat setuju (SS) terdapat 13 orang.

sedangkan untuk pertanyaan no 2 memiliki jawaban cukup setuju (CS) 17 orang, setuju (S) 29 orang dan sangat setuju (SS) 10 orang. dan untuk pertanyaan no 3 memiliki jawaban sebanyak cukup setuju (CS) 15 orang, setuju (S) 23 orang dan sangat setuju (SS) 18 orang.

Dari hasil di atas dapat dilihat bahwa ksu artha amanah memiliki daya tanggap yang baik karena jawaban dari masing-masing pertanyaan paling banyak

adalah “Setuju” yang menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap daya tanggap ksu artha amanah.

Tabel 5.2.1 Responsiveness (daya tanggap)

Pertanyaan	Jawaban
Menurut anda apakah informasi yang diberikan KSU Artha Amanah bermanfaat untuk anda? Jelaskan!	Sangat Bermanfaat
	Sejauh ini bermanfaat karena bisa membantu saya dalam mengelola dana
	Sangat bermanfaat karena informasi yang di berikan kita dapat mengetahui hal apa saja yang penting
	Bermanfaat karena melalui program-program yang ditawarkan KSU Artha Amanah dapat membantu saya bersemangat dalam melakukan transaksi
	Bermanfaat, pegawainnya menjelaskan informasi dengan jelas dan itu sangat bermanfaat
	Bermanfaat karena membantu usaha saya
	Belum bermanfaat, masih perlu ditingkatkan
	Bermanfaat karena dengan program-program KSU Artha Amanah saya dapat meningkatkan semangat dalam bertransaksi

Pada pertanyaan terbuka pada nomor 2, berisi mengenai pendapat responden terhadap informasi yang di berikan KSU Artha Amanah apakah bermanfaat untuk konsumen, ada 11 responden dengan persentase 19,3% yang menjawab bermanfaat, ada 10 responden dengan persentase 19,1% menjawab ramah. Selain itu ada reponden berjumlah 37 responden menjawab dengan alasan-alasan yang berbeda-beda dengan masing-masing jumlah responden 1 dengan presentase masing-masing pilhan adalah 1,8%. Dari hasil di atas menunjukkan hasil

kuesioner bahwa jawaban responden dengan presentase terbanyak adalah 19,3% menjawab bermfaat.

5.2.3 Assurance (jaminan)

Tabel 5.3 Assurance (jaminan)

Pertanyaan		STS	TS	CS	S	SS
Assurance (jaminan)		1	2	3	4	5
1.	Merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi di ksu artha amanah	0	2	8	33	10
2.	Semua produk yang ditawarkan ksu artha amanah selalu bermanfaat untuk konsumen	0	8	13	18	18
3.	Pegawai teller ksu artha amanah tidak pernah lupa memeberikan slip setelah melakukan transaksi	0	2	14	25	16

Sumber kuesoiner indikator kualitas pelayanan

Assurance (jaminan) juga diberikan oleh ksu artha amanah di lihat dari jawaban hasil kuesioner yang di berikan kepada seluruh anggota ksu artha amanah dimana Jumlah Total Jawaban responden untuk pertanyaan no 1 masing–masing dari mereka memberikan penilaian tidak setuju (TS) 2 orang, cukup setuju (CS) 8 orang, setuju (S) 33 orang dan sangat setuju (SS) 10 orang.

Sedangkan untuk pertanyaan no 2 memiliki jumlah jawaban masing-masing tidak setuju (TS) 8 orang, cukup setuju (CS) 13 orang, setuju (S) 18 orang dan sangat setuju (SS) 18 orang.

Dan pertayaan no 3 memiliki jumlah jawab tidak setuju (TS) 2 orang, cukup setuju (CS) 14 orang, setuju (S) 25 orang dan sangat setuju (SS) ada 16 orang .

Dapat di lihat dari jawaban responden bahwa masing- masing pertanyaan dengan jawaban pilihan terbanyak adalah S dengan jumlah jawaban 51 untuk pertanyaan no 1, 57 untuk pertanyaan no 2 dan 57 untuk pertantaan no 3 dengan

itu maka menurut responden untuk *Assurance* (jaminan) pegawai KSU Artha Amanah adalah baik. karena responden memberikan penilaian yang positif yaitu “setuju” dengan memiliki jumlah masing – masing jawaban terbanyak.

Tabel 5.3.1 Assurance (jaminan)

Pertanyaan	Jawaban
Menurut anda apakah selama anda bergabung menjadi anggota KSU Artha Amanah anda merasa nyaman dan aman dalam melakukan transaksi dan jelaskan alasannya!	Nyamana dana aman, karean pembayaran via teller saya diberikan bukti pembayaran
	Nyaman dan aman, karena dilayani dengan baik
	Nyaman dan aman, karena setelah melakukan transaksi pegawai langsung memebrikan slip pembayaran dan mencatatnya via sistem
	Nyaman karena pegawai murah senyum
	Aman karena uang di jamin aman
	Nyaman karena pelayanan tidak ribet
	Nyaman karena di layani dengan cepat

Pada pertanyaan terbuka pada nomor 3, berisi mengenai pendapat responden terhadap kenyamanan konsumen dalam melakukan transaksi selama bergabung menjadi anggota KSU Artha Amanah, ada 58 responden dengan persentase 100 % yang menjawab nyaman. Dari hasil di atas menunjukkan hasil kuesioner bahwa jawaban responden dengan presentase terbanyak adalah 100% menjawab nyaman.

5.2.4 *Empaty* (perhatian)

Tabel 5.4 *Empaty* (perhatian)

Pertanyaan		STS	TS	CS	S	SS
<i>Empaty</i> (perhatian)		1	2	3	4	5
1.	Pegawai ksu artha amanah melayani dengan ramah /senyum	0	0	19	20	18
2.	Pegawai ksu artha amanah memberikan sapaan kepada konsumen	0	15	14	15	13
3.	Pegawai ksu artha amanah memberikan perhatian individual kepada para konsumennya	2	10	18	19	8

Sumber kuesoiner indikator kualitas pelayanan

Empaty (perhatian) juga berikan oleh ksu artha amanah di lihat dari jawaban hasil kuesioner yang di bagihkan kepada seluruh anggota ksu artha amanah dimana Jumlah Jawaban responden untuk soal no 1 adalah cukup setuju (CS) 19 orang, setuju (S) 20 orang dan sangat setuju (SS) 18 orang.

Sedangkan untuk pertanyaan no 2 memiliki jumlah jawaban tidak setuju (TS) 15 orang, cukup setuju (CS) 14 orang, setuju (S) 15 orang dan sangat setuju (SS) 13 orang dan pertanyaan ke 3 memiliki masing masing jawaban adalah sangat tidak setuju (STS) 2 orang, tidak setuju (TS) 10 orang, cukup setuju (CS) 18 orang, setuju(S) 19 orang dan sangat setuju (SS) terdapat 8 orang .

Dapat di lihat dari jawaban diatas bahwa masing- masing pertanyaan dengan semua pilihan responden paling banyak memilih “setuju”. karena responden memberikan penilaian yang positif yaitu “setuju” berarti perhatian yang di berikan ksu artha amanah kepada konsumen yaitu sudah baik.

Tabel 5.4.1 *Empaty* (perhatian)

Pertanyaan	Jawaban
Menurut anda apakah selama ini KSU Artha Amanah sudah memberikan perhatian yang baik terhadap konsumennya?	Sudah
	Belum begitu dalam hal memberikaan perhatian terhadap konsumennya
	Kurang baik
	Masih perlu di tingkatkan lagi
	Sudah cukup baik untuk memberikan perhatian kepada seluruh anggota secara umum
	Cukup baik
	Pegawai sudah memebrikan perhatian yang baik

Pada pertanyaan terbuka pada nomor 4, berisi mengenai pendapat responden terhadap perhatian yang diberikan oleh KSU Artha Amanah terhadap konsumennya, ada 16 responden dengan persentase 29,1% yang menjawab sudah dan ada 5 responden dengan persentase 4,6% menjawab belum. Selain tu ada reponden berjumlah 37 responden menjawab dengan alasan-alasan yang berbeda-beda dengan masing-masing jumlah responden 1 dengan presentase masing-masing pilihan adalah 1,8%. Dari hasil di atas menunjukkan hasil kuesioner bahwa jawaban responden dengan presentase terbanyak adalah 29,6% menjawab sudah.

5.2.5 Tangibility (bukti fisik)

Tabel 5.5 Tangibility (bukti fisik)

Pertanyaan		STS	TS	CS	S	SS
Tangibility (bukti fisik)		1	2	3	4	5
1.	Kondisi ruang tunggu ksu artha amanah tertata dengan rapi, bersih dan wangi	0	2	22	21	12
2.	Penampilan dari pegawai ksu artha amanah rapi dan sopan	0	1	15	32	9
3.	Program-program yang di tawarkan bermanfaat	0	0	17	31	5

Sumber kuesoiner indikator kualitas pelayanan

Tangibility (bukti fisik) juga diberikan oleh ksu artha amanah di lihat dari jawaban hasil kuesioner yang di bagihkan kepada seluruh anggota ksu artha amanah dimana Jumlah Jawaban responden untuk pertanyaan no 1 yang di sesuaikan dengan indikator kualitas pelayanan masing-masing dari mereka memberikan penilaian tidak setuju (TS) 2 orang, cukup setuju (CS) 22 orang, setuju (S) 21 orang dan sangat setuju (SS) ada 12 orang.

Sedangkan untuk pertanyaan no 2 memiliki jumlah masing-masing jawaban Tidak setuju (TS) 1 orang, cukup setuju (CS) 15 orang, setuju (S) 32 orang dan sangat setuju (SS) 9 orang.

Dan pertanyaan ke 3 memiliki jumlah masing masing jawaban adalah cukup setuju (CS) 17 orang, setuju (S) 31 orang dan sangat setuju (SS) 5 orang.

Dapat di lihat dari jawaban responden bahwa masing- masing pertanyaan dengan jumlah jawaban paling banyak memilih “setuju”. karena responden memberikan penilaian yang positif yaitu “setuju” berarti bukti fisik yang di berikan ksu artha amanah kepada konsumen sudah baik.

Tabel 5.5.1 Tangibility (bukti fisik)

Pertanyaan	Jawaban
Menurut anda apakah kantor KSU Artha Amanah memiliki tata ruang yang nyaman? Jelaskan!	Tidak nyaman karena masih ada yang kurang rapi dan kantor terlihat kurang bersih
	Kurang bersih, ruang antrian nasabah juga tidak tertata rapi
	Tidak, karena ruang tunggu kotor dan panas
	Nyaman dan bersih
	Tidak nyaman kursi berdebu
	Belum begitu nyaman karena tidak ada ruang terbuka seperti taman
	Tidak nyaman, kantor kurang besar
	Cukup nyaman

Pada pertanyaan terbuka pada nomor 5, berisi mengenai pendapat responden terhadap kenyamanan tata ruangan KSU Artha Amanah, ada 15 responden dengan persentase 27% yang menjawab tidak nyaman, ada 3 responden dengan persentase 4,8% menjawab kurang bersih . Selain itu ada reponden berjumlah 40 responden menjawab dengan alasan-alasan yang berbeda-beda dengan masing-masing jumlah responden 1 dengan presentase masing-masing pilihan adalah 1,8%.. Dari hasil di atas menunjukkan hasil kuesioner bahwa jawaban responden dengan presentase terbanyak adalah 27% menjawab tidak nyaman.

5.2.6 Kualitas produk

Tabel 5.6 Kualitas produk

Pertanyaan		STS	TS	CS	S	SS
Kualitas produk		1	2	3	4	5
1.	Saya merasa puas dengan berbagai macam produk yang tersedia di ksu artha amanah	0	0	17	31	8
2.	Saya merasa puas dengan kualitas produk yang di tawarkan di ksu artha amanah	0	1	13	30	13
3.	Saya merasa puas dengan program-program yang dibuat ksu artha amanah	0	0	16	30	10

Sumber kuesoiner indikator kepuasan konsumen

Kualitas produk yang diberikan oleh ksu artha amanah di lihat dari jawaban hasil kuesioner yang di berikan kepada seluruh anggota ksu artha amanah dimana Jumlah Total Jawaban responden untuk pertanyaan no 1 yang di sesuaikan dengan indikator kepuasan konsumen masing-masing dari mereka memberikan penilaian cukup setuju (CS) 17 orang, setuju (S) 31 orang, sangat setuju (SS) terdapat 8 orang.

Sedangkan untuk pertanyaan no 2 memiliki pilihan masing-masing jawaban Tidak setuju (TS) 1 orang, cukup setuju (CS) 13 orang, setuju (S) 30 orang, sangat setuju (SS) terdapat 13 orang.

Dan pertanyaan ke 3 memiliki masing masing jawaban adalah cukup setuju (CS) 16 orang, setuju (S) 30 orang, sangat setuju (SS) 10 orang .

Dapat di lihat dari jawaban responden bahwa masing- masing pertanyaan dengan jumlah jawaban paling banyak memilih “setuju”. karena responden memberikan penilaian yang positif yaitu “setuju” artinya kualitas produk yang di berikan ksu artha amanah kepada konsumen sudah baik.

Tabel 5.6.1 Kualitas produk

Pertanyaan	Jawaban
Setelah mengikuti program yang ada di KSU Artha Amanah bagaimana tanggapan anda mengenai program-program yang tersedia ?	Bagus
	Menarik
	Sangat membantu
	Program yang di sediakan bisa menambah ilmu
	Sudah puas, tapi di harapkan kedepannya banyak program yang di tawarkan
	Programnya perlu di tingkatkan agar anggotanya sejahtera
	Program yang di sediakan mudah diikuti

Pada pertanyaan terbuka pada nomor 6, berisi mengenai pendapat responden terhadap tanggapan responden terhadap program yang ditawarkan oleh KSU Artha Amanah, ada 16 responden dengan persentase 27,3% yang menjawab bagus, ada 5 responden dengan persentase 4,8% menjawab menarik . Selain itu ada responden berjumlah 37 responden menjawab dengan alasan-alasan yang berbeda-beda dengan masing-masing jumlah responden 1 dengan presentase masing-masing pilihan adalah 1,8%.. Dari hasil di atas menunjukkan hasil kuesioner bahwa jawaban responden dengan presentase terbanyak adalah 27,3% menjawab bagus

5.2.7 Merek

Tabel 5.7 Merek

Pertanyaan		STS	TS	CS	S	SS
Merek		1	2	3	4	5
1.	Saya merasa puas dengan jasa yang di tawarkan ksu artha amanah	0	0	17	34	6
2.	Saya merasa puas dengan adanya ivent atau acra acara yang di selenggarakan oleh ksu artha amanah	0	0	13	35	9
3.	Saya merasa puas dengan jasa yang ditawarkan sesuai dengan keinginan dan tidak terlalu ribet bagi konsumen	0	1	15	34	6

Sumber kuesoiner indikator kepuasan konsumen

Salah satu tugas perusahaan adalah menciptakan merek yang positif dimata konsumen dimana merek merupakan salah satu hal yang harus di perhatikan oleh perusahaan untuk keberlangsungan usahanya dimasa yang akan datang.

Dari hasil kuesoner di atas dapat dilihat bahwa responden memebrikan jawaban untuk masing-masing pertanyaan.

Jumlah Total Jawaban responden untuk pertanyaan no 1 masing-masing dari mereka memberikan penilaian cukup setuju (CS) 17 orang, setuju (S) 34 orang, dan sangat setuju (SS) terdapat 6 orang.

Sedangkan untuk pertanyaan no 2 memiliki pilihan masing-masing jawaban

Cukup setuju (CS) 13 orang, setuju (S) 35 orang, sangat setuju (SS) ada 9 orang.

Dan pertanyaan ke 3 memiliki masing masing jawaban adalah tidak setuju (TS) 2 orang, cukup setuju (CS) 15 orang, setuju (S) ada 34 orang dan sangat setuju (SS) 6 orang.

Di lihat dari jawaban responden bahwa masing- masing pertanyaan dengan jumlah jawaban paling banyak memilih “setuju”. karena responden memberikan penilaian yang positif yaitu “setuju” artinya merk ksu artha amanah dimata konsumen sudah baik.

Tabel 5.7.1 Merek

Pertanyaan	Jawaban
Menurut anda apakah jasa yang diberikan oleh KSU Artha Amanah memuaskan bagi anda?	Memuaskan, karena adanya pembagian hasil yang kopetitif
	Kurang memuaskan, karena kadang ada keterlambatan jadwal penagihan
	Belum memuaskan
	Cukup memuaskan
	Jasanya cukup kopetitif
	Puas dengan jasa yang di tawarkan KSU Artha Amanah
	Sangat memuaskan

Pada pertanyaan terbuka pada nomor 7, berisi mengenai pendapat responden terhadap kepuasan responden tentang jasa yang diberikan oleh KSU Artha Amanah, ada 34 responden dengan persentase 34,3% yang menjawab memuaskan, ada 3 responden dengan persentase 3,6% menjawab kurang memuaskan . Selain itu ada reponden berjumlah 21 responden menjawab dengan alasan-alasan yang berbeda-beda dengan masing-masing jumlah respoden 1 dengan presentase masing-masing pilihan adalah 1,8%. Dari hasil di atas menunjukkan hasil kuesioner bahwa jawaban responden dengan presentase terbanyak adalah 34,3% menjawab memuaskan.

5.2.8 Kualitas pelayanan

Tabel 5.8 Kualitas pelayanan

Pertanyaan		STS	TS	CS	S	SS
Kualitas pelayanan		1	2	3	4	5
1.	Saya merasa puas dengan kinerja pegawai ksu artha amanah yang cekatan dan tanggap	0	3	15	35	3
2.	Saya merasa puas dengan kebersihan dan kerapihan ruang tunggu ksu artha amanah	1	6	18	26	5
3.	Saya merasa puas dengan keramahan pegawai ksubartha amanah dalam melayani konsumen	0	0	13	25	9

Sumber kuesioner indikator kepuasan konsumen

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh ksu artha amanah terhadap konsumen dapat di lihat dari jawaban hasil kuesioner yang di berikan kepada seluruh anggota KSU Artha Amanah dengan total jawaban responden untuk pertanyaan no 1 masing-masing dari mereka memberikan penilaian tidak setuju (TS) sebanyak 3 orang, cukup setuju (CS) 15 orang, setuju (S) 5 orang, dan sangat setuju (SS) terdapat 5 orang.

Sedangkan untuk pertanyaan no 2 memiliki pilihan masing-masing jawaban sangat tidak setuju (STS) 1 orang, tidak setuju (TS) 6 orang, cukup setuju (CS) 18 orang, setuju (S) 26 orang, dan sangat setuju (SS) 5 orang.

Dan pertanyaan ke 3 memiliki masing masing jawaban cukup setuju (CS) terdapat 13 orang, setuju (S) 25 orang 30 dan sangat setuju (SS) terdapat 10 orang.

Dapat di lihat dari jawaban responden bahwa masing- masing pertanyaan dengan jumlah jawaban paling banyak memilih “setuju”. karena responden memberikan penilaian yang positif yaitu “setuju” artinya kualitas pelayanan yang di berikan ksu artha amanah kepada konsumen sudah baik.

Tabel 5.8.1 Kualitas pelayanan

Pertanyaan	Jawaban
Menurut anda bagaimana kualitas pelayanan yang sudah diberikan oleh KSU Artha Amanah ?	Cukup baik
	Kurang memuaskan
	Cukup baik dengan adanya pelayanan jemput bola kepada anggota dan pelayanan yang ramah
	Profesional
	Memuaskan
	Sudah baik
	Sangat puas dengan pelayanan yang di berikan

Pada pertanyaan terbuka pada nomor 8, berisi mengenai pendapat responden terhadap kualitas pelayanan yang sudah diberikan oleh KSU Artha Amanah, ada 17 responden dengan persentase 28,3% yang menjawab cukup baik, ada 3 responden dengan persentase 4,8% menjawab kurang memuaskan . Selain itu ada reponden berjumlah 38 responden menjawab dengan alasan-alasan yang berbeda-beda dengan masing-masing jumlah respoden 1 dengan presentase masing-masing pilihan adalah 1,8%. Dari hasil di atas menunjukkan hasil kuesioner bahwa jawaban responden dengan persentase terbanyak adalah 28,3% menjawab cukup baik.

5.2.9 Faktor emosional

Tabel 5.9 Faktor emosional

Pertanyaan		STS	TS	CS	S	SS
Faktor emosional		1	2	3	4	5
1.	Saya merasa nyaman ketika ber transaksi di ksu artha amanah	0	1	14	34	8
2.	Saya suka menabung di ksu artha amanah karena lebih mudah dan cepat	0	1	12	32	11
3.	Saya merasa lebih senang bertransaksi di ksu artha amanah karena sangat kondusif dan aman	0	3	17	26	11

Sumber kuesoiner indikator kepuasan konsumen

Faktor emosional yang diberikan konsumen terhadap ksu artha amanah cukup baik dapat dilihat dari jawaban hasil kuesioner yang di berikan kepada seluruh anggota ksu artha amanah dimana Jumlah Total Jawaban responden untuk pertanyaan no 1 masing–masing dari mereka memberikan penilaian tidak setuju (TS) 1 orang, cukup setuju (CS) 14 orang, setuju (S) 34 orang dan sangat setuju (SS) terdapat 8 orang.

Sedangkan untuk pertanyaan no 2 memiliki pilihan masing-masing jawaban Tidak setuju (TS) 1 orang, cukup setuju (CS) 12 orang, setuju (S) 32 orang, sangat setuju (SS) terdapat 11 orang.

Dan pertanyaan ke 3 memiliki masing masing jawaban adalah tidak setuju (TS) 3 orang, cukup setuju (CS) 17 orang, setuju (S) 26 orang dan sangat setuju (SS) 11 orang.

Di lihat dari jawaban responden bahwa masing- masing pertanyaan dengan jumlah jawaban paling banyak memilih “setuju”. karena responden memberikan

penilaian yang positif yaitu “setuju” artinya faktor emosional yang di berikan ke su artha amanah terhadap konsumen sudah baik.

Tabel 5.9.1 Faktor emosional

Pertanyaan	Jawaban
Menurut anda apakah bertransaksi di KSU Artha Amanah membuat anda senang? Jelaskan!	Senang, karena peduli dengan konsumen
	senang, karena para pegawai menyenangkan
	Senang, karena pegawai ramah dan sopan
	Senang, karena mudah dalam menabung
	Senang, karena dapat bertransaksi dengan mudah
	Senang karena tidak memiliki antrian yang panjang
	Senang, karena di jamin uang aman

Pada pertanyaan terbuka pada nomor 5, berisi mengenai pendapat responden terhadap kepuasan dalam bertransaksi di KSU Artha Amanah, ada 58 responden dengan persentase 100% yang menjawab senang. Dari hasil di atas menunjukkan hasil kuesioner bahwa jawaban responden dengan presentase terbanyak adalah 100 % menjawab senang.

5.3 PEMBAHASAN

5.3.1 Kualitas pelayanan

Pelayanan bertujuan dalam memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan. Sumber Daya manusia adalah Pegawai disemua posisi yang memiliki kapasitas yang bersifat responsive terhadap keinginan pelanggan Dwiyantoo (2008, h. 140). Agar pelayanan dapat memuaskan pelanggan, petugas harus memenuhi empat syarat pokok pelayanan menurut Moeniir (1995, h. 1997) adalah tingkah laku yang sopan, cara menyampaikan, waktu menyampaikan, keramahmataman. Penyediaan sarana dan prasarana merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Apabila sarana tidak mendukung maka upaya pelayanan tidak dapat mencapai sasaran atau tujuan yang ditetapkan.

Tujuan dari kualitas pelayanan adalah untuk mendapatkan kepuasan dari konsumen, menumbuhkan jumlah konsumen yang loyal dan memudahkan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dan dapat berkembang.

Menurut Parasuraman (Jasfar,2005:51), terdapat lima dimensi kualitas pelayanan/jasa diantaranya adalah:

1. *Realibility* (kehandalan)

Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat (*accuracy*) dan terpercaya (*reliability*), yaitu dengan memberikan pelayanan tepat waktu, tepat waktu sesuai jadwal

yang dijanjikan, dan tidak melakukan kesalahan sepanjang waktu. Tuntutan kehandalan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, mudah dan lancar menjadi syarat penilaian bagi orang yang di layani sehingga memperlihatkan aktualisasi kerja pegawai dalam memahami lingkup dan uraian kerja yang menjadi perhatian serta fokus dari setiap pegawai dalam memberikan pelayanannya. Hasil penelitian perusahaan Ksu Artha Amanah yaang menunjukaan bahwa perusahaan tersebut memiliki tingkat keandalan yang baik ditunjukan dari jawaban responden dengan hasil terbanyak adalah S di artikan „Setuju“ yang memiliki jumlah sebanyak 81 jawaban dari 3 pertanyaan.

2. *Responsivisness* (daya tanggap)

Kesediaan atau keinginan karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang dibutuhkan konsumen.

Membiarkan konsumen menunggu, apalagi tanpa alasan yang jelas, menimbulkan kesan negatif yang seharusnya tidak terjadi. Kecuali kesalahan ini ditangani dengan cepat, itu akan menjadi pengalaman yang tak terlupakan dan menyenangkan. dalam suatu organisasi harus menyadari pentingnya daya tanggap atas pelayanan yang diberikan. Seperti hal-nya Ksu Artha Amanah yang memiliki daya

tanggap yang baik dalam melayani pelanggan dilihat dari hasil keusioner yang diberikan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap kemampuan daya tanggap pegawai perusahaan tersebut dengan memberikan point tertinggi yaitu “setuju” dengan jumlah respon terbanyak yaitu 83 jawaban dari 3 pertanyaan dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa responden setuju jika Ksu Artha Amanah memiliki daya tanggap yang baik.

3. *Assurance* (jaminan)

Meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah tamah, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel untuk menghilangkan keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko. Jaminan atas pelayanan yang diberikan oleh pegawai sangat ditentukan oleh performance atau kinerja pelayanan, seperti Ksu Artha Amanah yang di yakini oleh konsumennya bahwa perusahaan tersebut sudah mampu memberikan pelayanan yang handal, mandiri dan profesional yang berdampak pada kepuasan pelayanan yang diterima. Hal ini di buktikan dari hasil kuesioner yang sudah diberikan kepada semua anggota Ksu Artha Amanah, mendapatkan hasil terbanyak hal tersebut dapat di lihat bahwa responden menunjukkan penilaian yang positif dengan point yang

tinggi yaitu 'setuju'.

4. *Empathy* (empati)

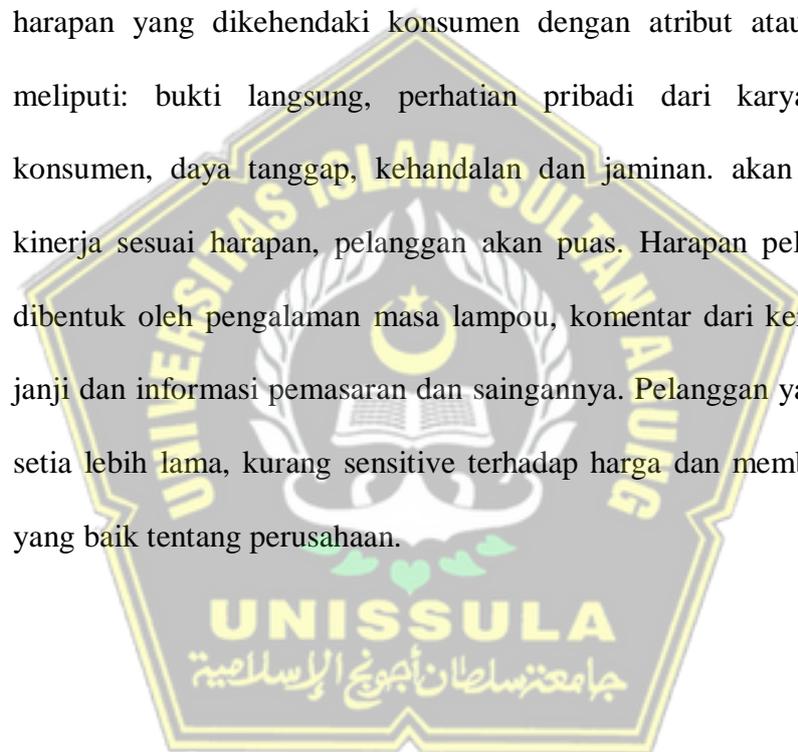
Termasuk sikap terhadap karyawan dan bisnis untuk memahami kebutuhan dan masalah konsumen, komunikasi yang baik, perawatan pribadi, kemudahan komunikasi atau hubungan. Empati juga diberikan oleh Ksu Artha Amanah kepada seluruh anggotanya hal ini ditunjukkan dari hasil kuesioner yang ada bahwa banyak dari responden memberikan penilaian yang positif terhadap empaty perusahaan tersebut. Dilihat dari hasil yang ada menunjukkan penilaian responden yang cukup baik dengan memberikan point tertinggi yaitu "S" di artikan "setuju" dengan jumlah point terbanyak dari 3 pertanyaan.

5. *Tangibles* (produk-produk fisik)

Ketersediaan fasilitas, peralatan dan sarana komunikasi, dll. dapat diperluas dalam hal hubungan dengan konsumen lain yang menggunakan layanan. Seperti Ksu Artha Amanah yang juga memberikan bukti nyata dari pelayanannya tersebut. sehingga perusahaan mendapatkan penilaian yang baik dilihat dari hasil kuesioner jika mayoritas responden memberikan penilaian positif dengan memilih point tertinggi yaitu "S" yang artinya setuju bahwa Ksu Artha Amanah mampu menunjukkan eksistensinya kepada konsumennya.

5.3.2 Kepuasan pelanggan

Kepuasan adalah tingkati emosional setelah membandingkan kinerja atou hasil yang diterima dengan harapan. Menurut (Hutasoit, 2011), Apabila kinerja memaparkan bahwa kualitas pelayanan adalah kesesuaian dan derajat kemampuan untuk digunakan dari keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang disediakan dalam pemenuhan kebutuhan dan harapan yang dikehendaki konsumen dengan atribut atau faktor yang meliputi: bukti langsung, perhatian pribadi dari karyawan kepada konsumen, daya tanggap, kehandalan dan jaminan. akan keciwa. Bila kinerja sesuai harapan, pelanggan akan puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampou, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasaran dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitive terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.



Ciri-Ciri Pelanggan yang Puas Perilaku pelanggan yang merasa puas tentu akan berbeda dengan perilaku pelanggan yang tidak puas. Kotler (2007: 48) menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:

1. Loyal terhadap produk
2. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif
3. Perusahaan menjadi pertimbangan utama.

5.3.3 Strategi meningkatkan kualitas pelayanan atau jasa

Meningkatkan kualitas jasa tidaklah semuda membalikkan telapak tangan, banyak faktor yang perlu dipertimbangkan. Menurut Tjiptono (2004:88), ada beberapa faktor dominan yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, diantaranya adalah:

1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan

Perusahaan jasa yang berusaha memberikan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggan mereka melakukan penelitian untuk mengidentifikasi layanan utama yang paling penting bagi pasar dan menentukan reputasi yang diberikan pasar kepada perusahaan dan pesaingnya. Perkiraan harus didasarkan pada faktor-faktor dapat fokus pada peningkatan kualitas dalam hal keunggulan sehingga Anda dapat melihat posisi reaksi perusahaan dari sudut pandang pelanggan dibandingkan dengan pesaing.

2. Mengelola harapan pelanggan

Bukan hal yang aneh bagi sebuah bisnis untuk menyalah gunakan pesan medianya kepada pelanggan yang tertarik. Ini mungkin tampak seperti bumerang, karena semakin banyak janji, semakin tinggi harapan pelanggan, sehingga meningkatkan risiko tidak dapat memenuhi harapan pelanggan.

3. Mengelola bukti (evidence) kualitas jasa

Manajemen bukti kualitas layanan bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan setelah pemberian layanan.

Karena layanan adalah aktivitas kinerja dan tidak dapat dianggap sebagai barang, pelanggan cenderung memperhatikan fakta-fakta keras yang terkait dengan layanan sebagai bukti kualitas. Dari perspektif bisnis jasa, bukti kualitas mencakup segala sesuatu yang dirasakan oleh pelanggan sebagai indikator jenis layanan yang akan diberikan (tunggu sebelum layanan) dan jenis layanan yang diberikan Layanan yang diterima (tunggu nanti)

4. Mendidik konsumen tentang jasa

Membantu pelanggan memahami merupakan upaya yang sangat aktif dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Pelanggan yang terdidik akan dapat mengambil keputusan yang lebih baik sehingga kepuasannya lebih tinggi. Upaya edukasi ini dapat berupa melakukan layanan sendiri, membantu pelanggan mengetahui kapan harus menggunakan layanan, bagaimana menggunakannya, dan menjelaskan kepada pelanggan mengapa kebijakan tersebut mengecewakan mereka.

5. Mengembangkan budaya kualitas jasa

Budaya kualitas layanan adalah sistem nilai organisasi yang menciptakan lingkungan yang kondusif untuk pelatihan dan peningkatan kualitas berkelanjutan. Budaya kualitas meliputi: filosofi, keyakinan, sikap, standar, nilai, tradisi, prosedur, dan harapan yang meningkatkan kualitas. Untuk menciptakan budaya mutu, diperlukan komitmen penuh dari setiap orang dalam organisasi.

6. Menciptakan *automating quality*

Adanya otomasi dapat mengimbangi perubahan kualitas pelayanan yang disebabkan oleh kurangnya sumber daya manusia. Tetapi sebelum memutuskan untuk mengotomatisasi, perusahaan harus melakukan penelitian ekstensif untuk menentukan bagian mana yang memerlukan campur tangan manusia dan memerlukan

otomatisasi.

7. Menindak lanjuti jasa

Pemantauan layanan dapat membantu mengidentifikasi area layanan yang perlu ditingkatkan. Perusahaan harus secara proaktif menghubungi beberapa atau semua pelanggan mereka untuk mengetahui seberapa puas mereka dan bagaimana perasaan mereka tentang layanan yang diberikan. Perusahaan dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mengkomunikasikan kebutuhan dan keluhannya.

8. Mengembangkan sistem informasi kualitas jasa

Sistem informasi kualitas layanan adalah sistem yang secara sistematis menggunakan berbagai pendekatan untuk mengumpulkan data dan menyebarkan informasi tentang kualitas layanan untuk membantu pengambilan keputusan. Informasi yang dibutuhkan mencakup semua aspek, yaitu saat ini dan masa lalu, kuantitatif dan kualitatif, data internal dan eksternal serta informasi tentang perusahaan dan pelanggannya.

Pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa banyak faktor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, diantaranya perlu adanya penelitian untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar lebih baik, manajemen yang lebih baik memenuhi harapan pelanggan dengan membuat janji-janji yang relevan dengan bisnis. kemungkinan. , well-resourced, adanya customer service sehingga konsumen dapat dengan mudah memberikan kritik dan

saran yang membangun kepada bisnis, dan mengembangkan informasi yang diperoleh untuk evaluasi guna meningkatkan kualitas pelayanan.

5.3.4 Konsep Pelayanan Customer Service

Pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan agar adapt menciptakan kepuasan kepada konsumen dengan standar yang telah ditetapkan. Konsep pelayanan terdiri dari yaitu: Pertama Kemampuan (*Ability*) tertentu yang meliputi kemampuan kerja yang ditekuni yang dibutuhkan untuk menunjang program sebagai customer service. Kedua Sikap (*Attitude*) atau Perilaku tertentu yang harus ditonjolkan ketika berhadapan dengan pelanggan. Ketiga Penampilan (*Appearance*) fisik atau non fisik yang merefleksikan kredibilitas kepada pelanggan. Keempat Perhatian (*Attention*) atau Kepedulian penuh terhadap pelanggan, yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, namun memahami sarana dan kritiknya. Kelima Tindakan (*Action*) atau Kegiatan nyata yang dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Keenam Tanggung jawab (*Accountability*) atau Sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai bentuk kepedulian, untuk meminimalkan ketidakpuasan pelanggan.

5.3.5 Standar Operasional Prosedur (SOP) Customer Service

Dalam melakukan kegiatannya, customer service dituntut untuk melaksanakan dan memahami prosedur yang sudah ditetapkan oleh bank. Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan rangkaian kerja yang sudah disempurnakan secara cermat, melalui research berulang-ulang, baik berupa data-data yang berhubungan dengan pekerjaan tersebut, maupun melakukan perbandingan dengan perusahaan atau bank lain. Tujuan dari pembuatan standar operasional prosedur ialah supaya customer service dapat bekerja secara efektif dan efisien, karena telah dimudahkan dengannya. Dalam melayani sangat diperlukan berbagai sikap customer service yang mampu menarik minat nasabah dalam berhubungan dengan customer service.

Beberapa SOP yang harus diteladani oleh seorang customer service atau teller adalah sebagai berikut:

- a. Berikan kesempatan nasabah bicara untuk mengemukakan keinginannya. Dalam hal ini tugas customer service harus dapat menyimak dan berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.
- b. Dengarkan baik-baik.

Selama nasabah mengemukakan pendapatnya dengar dan simak baik-baik tanpa membuat gerakan yang dapat menyinggung nasabah, terutama gerakan tubuh yang dianggap kurang sopan .

- c. Jangan menyela pembicaraan sebelum nasabah selesai bicara.

Sebelum nasabah selesai bicara petugas customer service dilarang memotong atau menyela pembicaraan. Usahakan nasabah sudah benar-benar selesai bicara baru petugas customer service menanggapinya.

- d. Ajukan pertanyaan setelah nasabah bicara.

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

- e. Jangan marah dan mudah tersinggung.

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

- f. Jangan mendebat nasabah.

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

- g. Jaga sikap sopan, ramah, dan selalu berlaku tenang.

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

h. Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya.

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

Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu. Nasabah yang datang ke bank pada prinsipnya ingin dibantu.

5.3.6 Kualitas pelayanan dalam prespektif islam

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

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخَذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَعَلَّمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِ حَمِيدٍ

Artinya : “Hai 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 mengambiihnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. (Departemen Agama RI, 2004:45)

Pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (service) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Service berarti mengerti, memahami, dan merasakan . Islam

menganjurkan setiap pelaku bisnis untuk bersikap profesional yakni dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyia-nyiakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya, buruknya perilaku bisnis para



pengusaha menentukan sukses-gagalnya bisnis yang dijalankan. Al

Qur'an Surat Luqman ayat 17-19:

يَا بُنَيَّ أَقِمِ الصَّلَاةَ وَأْمُرْ بِالْمَعْرُوفِ وَانْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأَصْبِرْ عَلَىٰ مَا أَصَابَكَ إِنَّ ذَٰلِكَ مِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ (17)

Artinya : “ Wahai anakku, laksanakanlah shalat dan perintahkanlah mengerjakan yang ma'ruf dan cegahlah dari kemunkaran dan bersabarlah terhadap apa yang menimpamu. Sesungguhnya yang demikian itu termasuk hal-hal diutamakan.”

لَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ (18)

Artinya : “Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri.”

وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَأَصْوَاتُ الْحَمِيرِ (19)

Artinya : “Dan sederhana lah kamu dalam berjalan dan lunakkanlah suaramu. Sesungguhnya seburuk-buruk suara ialah suara keledai.”

BAB VI

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

6.1 Kesimpulan

1. Reability (keandalan)

Keandalan yang dimiliki oleh KSU Artha Amanah mampu memberikan pelayanan sesuai dengan permintaan pelanggan yang artinya KSU Artha Amanah memiliki aktualisasi kerja yang bagus dalam memahami lingkup dan uraian kerja.

2. Responsiveness (daya tanggap)

Responsiveness daya tanggap KSU Artha Amanah dianggap berhasil karena mampu memberikan penjelasan kepada masyarakat dengan penjelasan yang mendetail, penjelasan yang mengarahkan dan yang bersifat membujuk, sehingga jelas dimengerti oleh individu, ini menjadi suatu bentuk keberhasilan prestasi kerja.

3. Assurance (jaminan)

Jaminan atas pelayanan yang diberikan oleh pegawai sangat ditentukan oleh performance atau kinerja pelayanan tersebut seperti Ksu Artha Amanah yang sudah mampu memberikan pelayanan yang handal, mandiri dan profesional yang berdampak pada kepuasan pelayanan yang diterima.

4. Empaty (perhatian)

Perhatian yang diberikan oleh KSU Artha Amanah dalam suatu pelayanan adalah dengan memberikan perhatian, keseriusan, simpatik dan pengertian sesuai dengan tingkat pengertian serta pemahaman dari masing-masing

pihak tersebut sehingga dapat membantu permasalahan yang di hadapi oleh konsumennya.

5. Tangibility (bukti fisik)

Bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh KSU Artha Amanah. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

6. Kualitas produk

Kualitas produk yang diberikan oleh ksu artha amanah sudah memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik seperti ketahanan, kehandalan, ketepatan dan kemudahan dalam penggunaan produk tersebut sehingga dapat mencapai kepuasan pelanggan.

7. Merek

KSU Artha Amanah Memiliki merek yang positif dimata konsumen. Merek tersebut juga dapat membantu mengindikasikan value dari produk, sehingga akan membuat perusahaan mampu menghindar dari jebakan komoditas.

8. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan yang di berikan oleh KSU Artha Amanah kepada kosumen baik dan memuaskan karena sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

9. Faktor emosional

Faktor emosional yang dimiliki oleh konsumen juga memiliki peranan penting dalam menciptakan kepuasan. Konsumen Ksu Artha Amanah memiliki faktor emosional yang positif dimana konsumen merasa puas ketika melakukan transaksi pada perusahaan tersebut yang artinya Ksu Artha Amanah sudah dapat membangun kepercayaan pelanggan dan mendorong kepuasan pelanggan dengan baik

6.2 Saran

1. Rekomendasi terkait dengan hasil analisis

- a. Pada table *empaty* 5.4 mengenai pegawai KSU Artha Amanah yang dianggap kurang dalam memberikan sapaan kepada konsumen di buktikan dari hasil analisis bahwa pada hal ini memiliki point tidak setuju (TS) sebanyak 15 orang, Oleh karena itu perusahaan harus mampu untuk meningkatkan kualitas pegawai dan perhatian kepada konsumen khususnya dalam hal memberikan sapaan kepada konsumen.
- b. Selanjutnya pada table *tangibility* 5.5 mengenai kondisi ruang tunggu yang dimiliki oleh KSU Artha Amanah yang dianggap belum tertata rapi, bersih dan wangi haal ini di buktikan dari hasil analisis yang menunjukan bahwa pertanyaan ini memiliki point cukup setuju(CS) yang banyak yaitu 22 orang, konsisi ini daapat membawa dampak yang kuraang baik terhaadaap perusahaan oleh kaarena itu perusahaan haarus mampu meningkatkan kembali dari segi ruangan yang ada agar konsumen tetap merasa nyaaman saat melakukan transaksi kepada perusahaan. hal

ini juga akan mampu membantu perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Rekomendasi terhadap hal-hal yang perlu di perbaiki organisasi tempat magang terhadap peserta magang dan terhadap karyawan

▪ Rekomendasi terhadap hal-hal yang perlu di perbaiki organisasi tempat magang terhadap peserta magang :

1. Mendampingi peserta magang dan memberikan intruksi yang jelas dalam memberikan tugas kepada peserta magang.
2. Memberikan tugas sesuai jurusan peserta magang.

• Rekomendasi terhadap hal-hal yang perlu di perbaiki organisasi terhadap karyawan :

1. Diharapkan untuk karyawan agar kedepannya dapat masuk kerja dengan tepat waktu.
2. Selalu melakukan 5S, Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun terhadap semua nasabah.
3. Mengurangi main handphone saat sedang jam kerja.
4. Memanfaatkan sosial media untuk ajang promosi seperti *facebook,instagram,whatsapp,dll*

3. Rekomendasi tentang hal-hal yang perlu di perbaiki oleh program studi :
 1. Lebih memperhatikan peserta magang MB-KM agar lebih siap di tempatkan di tempat kerja sehingga mahasiswa magang dapat mendapatkan ilmu yang lebih bermanfaat.
 2. Mahasiswa diberikan pembekalan terhadap pengenalan tentang pekerjaan yang akan di hadapinya saat magang agar peserta magang lebih siap secara mental dan fisiknya.



BAB VII

REFLEKSI DIRI

7.1 Hal positif yang diterima saat kuliah dan sangat bermanfaat pada saat magang

Selama melaksanakan kegiatan magang di KSU Artha Amanah, saya merasakan ilmu yang saya terima selama perkuliahan sangat bermanfaat dan berguna, seperti pembelajaran saya yang berkaitan dengan administrasi dan operasional. Bebekal dengan kemampuan bekerja sama dalam tim yang saya dapatkan ketika saat melaksanakan kegiatan kelompokan membuat menjadi lebih mudah untuk bekerja sama dengan orang lain .

7.2 Manfaat magang terhadap pengembangan soft- skill, dengan mengikuti kegiatan magang ini saya dapat meningkatkan soft skill saya seperti :

Kegiatan magang di KSU Artha Amanah memberikan banyak pengembangan *soft skill* kepada saya.

- a. kedisiplinan dalam menjalankan pekerjaan sesuai dengan waktu yang telah di tentukan.
- b. kejujuran dalam melaksanakan pekerjaan.
- c. produktif dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan pekerjaan wirausaha.

Kekurangan soft skill :

- a. Responsiveness masih kurang tanggap dalam membantu teman.
- b. Kurang berani untuk menegur kesalahan orang lain.

- c. Dinamis belum berani mencoba cara-cara baru menyelesaikan pekerjaan

7.3 Manfaat magang dalam pengembangan kemampuan kognitif dan kekurangan kemampuan kognitif :

- a. Kekurangan kemampuan kognitif yang dimiliki yaitu kemampuan kognitif secara auditori atau pembelajaran dengan mendengarkan saja karena hanya dengan mendengarkan saja saya gampang lupa.

Pengembangan kemampuan yang dimiliki :

- a. Pengembangan kognitif secara visual , kemampuan belajar dengan melihat gambar atau teks dan lainnya dengan melihat gambar atau teks akan mempermudah saya dalam mempelajari sesuatu.
- b. Pengembangan kognitif secara kinestetik atau kemampuan melakukan sesuatu dengan praktik.

7.4 Selain itu ada kunci sukses dalam bekerja.

Dalam mencapai kesuksesan ada banyak faktor untuk meraih kesuksesan kerja, namun setidaknya ada beberapa dasar yang dapat dijadikan kunci kesuksesan bekerja menurut saya Berikut ini penjelasannya:

1) Bekerja Ikhlas

Bekerja adalah salah satu bentuk ibadah. Karena itu, lakukanlah untuk hal yang baik bagi diri kita, keluarga, lingkungan dan sesama serta mulailah dengan doa. Karena bekerja merupakan bentuk syukur kita atas nikmat energi,

potensi dan ilmu yang telah diberikan oleh Allah SWT dengan tujuan untuk tabungan kita di kehidupan yang kekal nantinya.

2) Bekerja Cerdas dan kerja keras

3) Bekerja Tuntas

Kerja tuntas adalah bekerja dengan mengutamakan proses. Menyelesaikan satu tugas atau pekerjaan harus melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, pelaporan dan pembelajaran.

4) Disiplin dan punya motivasi kerja.

Motivasi adalah salah satu hal yang penting dalam mencapai kesuksesan karena dengan adanya motivasi yang kuat di dalam diri maka akan semakin semangat dalam menjalankan pekerjaan agar dapat mencapai tujuannya dengan cepat

5) berani berpendapat dan berani salah.

Berani berpendapat adalah salah satu cara meningkatkan kualitas diri ketika kita mampu berpendapat di hadapan orang banyak maka secara tidak langsung kita sudah melatih mental kita untuk berbicara di hadapan orang lain dengan baik.

6) Bisa bekerja sama

Mampu bekerja sama dengan orang lain akan membantu kita dalam menyelesaikan pekerjaan dengan baik

7) Belajar dari kesalahan.

Kesalahan adalah guru terbaik dalam kehidupan melalui kesalahan kita dapat belajar untuk tidak mengulangi hal yang sama dengan konsekuensi yang sama.

8) Punya tujuan jelas.

Memiliki tujuan dengan jelas hal yang penting dalam mencapai kesuksesan karena dengan adanya tujuan yang jelas akan memudahkan kita dalam melangkah dan mengambil keputusan



DAFTAR PUSTAKA

- Arova,2018,<https://arova.blog.institutpendidikan.ac.id/2018/06/24/pentingnya-tik-di-era-globalisasi/>
- Chaniago, Arifinal Ekonomi dan Koperasi(Bandung : CV Rosda Bandung 1983) hlm. 29
- Djzh, Dahlan Pengetahuan Koperasi hlm 16 (Jakarta: PN Balai Pustaka, 1980)
- Devada,<http://deveda.blogspot.com/2016/01/koperasi-simpan-pinjam.html?m=1>
- Fandy Tjiptono, 1996. Strategi Bisnis dan Manajemen. Yogyakarta : Penertbit ANDI Yogyakarta.
- Hans, Prinsip-prinsip Koperasi dan Undang-undang Koperasi, Direktorat Jenderal Koperasi, 198
- Hardiyansyah, Hardiyansyah. Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya. Gava Media, 2018.
- Hestanto,<https://www.hestanto.web.id/manfaat-teknologi-informasi-bagi-perusahaan/amp/>
- Nissi bintaro campus, <https://greatdayhr.com/id/blog/kompensasi-adalah/>
- Nunkener, Hans M Hukum Koperasi hlm .12 (Bandung: Alumni, 1981)
- Philip kotler gary armstrong, prinsip-prinsip pemasaran (edisi 12 jilid 1) erlangga.
- Prasetio, Ari. "Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan." Management Analysis Journal 1.1 (2012).
- Rani maulida, <https://www.online-pajak.com/tentang-pph21/pengertian-dan-jenis-kompensasi>.
- Ratih, kualitas pelayanan, 2020, <https://tambahpinter.com/kualitas-pelayanan/>

RAHAYU, SRI. PELAKSANAAN STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR (SOP) CUSTOMER SERVICE SEBAGAI PENDUKUNG KINERJA CUSTOMER SERVICE PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCP PEKANBARU NANGKA. Diss. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2019.

Rika binar, pelatihan dan pengesmbangan sdm,<http://binakarir.com/pelatihan-dan-pengembangan-sdm/>

R.T. Sutantya Rahardja Hadhikusuma, Hukum Koperasi Indonesia hal 59 60, 74, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada. 2000.

Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Ecodemica, 2(2).

Sembiring, Inka Janita. "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (Studi pada pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang)." Jurnal Administrasi Bisnis 15.1 (2014).

Sembiring, I. J. (2014). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (Studi pada pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang). Jurnal Administrasi Bisnis, 15(1).

Universitas islam indonesia,<https://dspace.uii.ac.id/bitstream/handle/123456789/910/05.2%20bab%202.pdf?sequence=8&isAllowed=y>

<https://www.qontak.com/blog/5-contoh-manajemen-customer-service-yang-buruk/>

<https://www.kompasiana.com/hudamacintosh/5e0955d9097f36051b750162/pentingnya-kualitas-pelayanan-jasa-terhadap-kepuasan-pelanggan#:~:text=Kualitas%20pelayanan%20yang%20lebih%20profesional,pelanggan%20dalam%20membeli%20suatu%20barang.>

[https://www.google.com/search?q=kantor+ksu+artha+amanah+pemalang&sxsrf=](https://www.google.com/search?q=kantor+ksu+artha+amanah+pemalang&sxsrf=AOaemvLy2NAk6sUOqr5uC4sNAye8vz-GLg:164243666589&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjlsM-wmbn1AhVoILcAHcXQCXMQ_AUoA3oECAIQBQ)

[AOaemvLy2NAk6sUOqr5uC4sNAye8vz-](https://www.google.com/search?q=kantor+ksu+artha+amanah+pemalang&sxsrf=AOaemvLy2NAk6sUOqr5uC4sNAye8vz-GLg:164243666589&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjlsM-wmbn1AhVoILcAHcXQCXMQ_AUoA3oECAIQBQ)

[GLg:164243666589&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjls](https://www.google.com/search?q=kantor+ksu+artha+amanah+pemalang&sxsrf=AOaemvLy2NAk6sUOqr5uC4sNAye8vz-GLg:164243666589&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjlsM-wmbn1AhVoILcAHcXQCXMQ_AUoA3oECAIQBQ)

[M-wmbn1AhVoILcAHcXQCXMQ_AUoA3oECAIQBQ](https://www.google.com/search?q=kantor+ksu+artha+amanah+pemalang&sxsrf=AOaemvLy2NAk6sUOqr5uC4sNAye8vz-GLg:164243666589&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjlsM-wmbn1AhVoILcAHcXQCXMQ_AUoA3oECAIQBQ)

