Jurnal Pemberdayaan Ekonomi (JPE)
ISSN 2828-9471, Vol 3, No 1, 2024, 11-18 https://doi.org/10.35912/JPE.v3i1.2723

Meningkatkan Kepuasan Nasabah melalui Kualitas Pelayanan pada Koperasi Cipta Usaha Mandiri (*Increasing Customer Satisfaction through Service Quality at the Mandiri Cipta Usaha Cooperative)*

Budi Prasetiyo[1], Toni Krisman Ndruru[2*]
Universitas Telkom, Jawa Barat[1], Universitas Nasional Pasim, Jawa Barat[2*]
budiprasetiyo@telkomuniiversity.ac.id[1], tonikrismanndruru98@gmail.com[2*]

Riwayat Artikel
Diterima pada 13 Desember 2023
Revisi 1 pada 18 Desember 2023
Revisi 2 pada 22 Desember 2023
Revisi 3 pada 13 Januari 2024
Disetujui pada 14 Januari 2024

Abstract
Purpose: The purpose of this research is to review customer satisfaction at the Cipta Usaha Mandiri Cooperative.
Methodology/approach: This research applies a qualitative case study method using service quality to measure customer satisfaction at the Cipta Usaha Mandiri Cooperative.
Results/findings: The results of the research and discussion show that one of the indicators of service quality is responsiveness, the importance of employees' willingness and ability to help customers and respond to their requests, so employees must serve customers quickly so that customers feel satisfied and if they are satisfied, customers will return for more information. use the services of the Cipta Usaha Mandiri Cooperative. One indicator of service quality is reliability which refers to discipline, the importance of time discipline in working to increase customer satisfaction because it can have a positive impact on customer satisfaction. If employees are disciplined on time when billing customers, the customer will certainly be ready to prepare funds to pay the bill, so that the customer will feel satisfied with the services at the Cipta Usaha Mandiri Cooperative.
Limitation: The limitations of this research were that the research time was 3 month and the number of respondents was 20, which was considered insufficient.
Contribution: Its contribution is to increase customer satisfaction and increase customer members.
Keywords: *Customer Satisfaction, Service Quality, Responsive, Discipline*
How to cite: Prasetiyo, B., Ndruru, T, K. (2024). Meningkatkan Kepuasan Nasabah melalui Kualitas Pelayanan pada Koperasi Cipta Usaha Mandiri. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi,* 3(1), 11-18.

1. Pendahuluan

Saat ini kepuasan nasabah menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak, baik pemerintah, pelaku bisnis, konsumen dan sebagainya. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan nasabah sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan nasabah merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena nasabah akan menyebarluaskan rasa puasnya kepada calon nasabah, sehingga akan menaikkan reputasi pemberi jasa (Wijaya, 2015). Kepuasan dapat disebut evaluasi emosional karena menunjukkan sejauh mana konsumen yakin bahwa memiliki dan/atau menggunakan jasa dapat menimbulkan emosi positif. Pelanggan yang puas terhadap suatu produk biasanya loyal terhadap produk tersebut (Rahmalia & Chan, 2019). Kepuasan dapat dikatakan suatu perilaku karena pelanggan akan menggunakan suatu sistem atau produk secara berulang-ulang jika mereka merasa puas terhadap sistem atau produk tersebut dan mendapatkan kepuasan darinya. Ketika kinerja tidak memenuhi harapan, konsumen merasa tidak puas. Jika memenuhi ekspektasi, konsumen senang. Jika melebihi ekspektasi maka konsumen sangat puas atau senang (Kotler & Keller, 2012, hal. 153).

Menurut Kotler & Keller (2016) menyatakan faktor yang mempengaruhi kepuasan ada lima diantaranya kualitas produk atau jasa, khususnya pada industri jasa, pelanggan akan merasa puas jika hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk dan jasa yang mereka gunakan mempunyai mutu dan kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan pelanggan menerima pelayanan yang baik akan puas dengan prospeknya. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, para pengusaha terus berlomba-lomba untuk memenangkan pelanggan yang loyal terhadap bisnisnya. Emosional, konsumen merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan menghormatinya jika menggunakan produk dan jasa merek tertentu sehingga meningkatkan rasa kepuasannya. Harga Semakin tinggi harga, semakin tinggi pula harapan pelanggan. Pertumbuhan nasabah akhir-akhir ini pada koperasi cipta usaha mandiri menunjukkan lambatnya persaingan pertumbuhan dari koperasi sejenis serta bank-bank pemerintah dan swasta yang menawarkan bunga pinjaman rendah seperti KUR (Kredit Komersial Rakyat) 7% per tahun. Meskipun credit *unions* menawarkan suku bunga yang lebih tinggi dibandingkan bank.

Adapun masalah lain yang terjadi di lapangan seperti nasabah sering mengeluh dengan pelayanan pegawai yang melakukan tagihan kepada nasabah yang terlalu tegas, dan masalah lain yang ditemui yaitu keluhan nasabah yang merasa terlalu cepat terhadap jangka waktu yang diberikan dalam penagihan, serta bunga yang terlalu tinggi bagi nasabah sehingga memberatkan nasabah untuk melunasi pinjamannya. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah pada Koperasi Cipta Usaha Mandiri, penulis melakukan survey kepada 20 orang nasabah. Berdasarkan hasil survey kepada 20 orang nasabah Koperasi Cipta Usaha Mandiri, dengan beberapa indikator dari kepuasan nasabah diantaranya kualitas pelayanan dan kualitas jasa, diperoleh hasil survey ditemukan sebuah fenomena dari pernyataan yang diajukan terkait kepuasan nasabah yang dapat dijelaskan sebagai berikut: Karyawan menagih dengan ramah dan sopan kepada nasabah. Hasil survei terlihat baik sehingga didapatkan hasil 65% yang menilai dan memilih setuju sementara sebesar 35% memilih dan menilai tidak setuju. Karyawan disiplin waktu dalam menagih kepada nasabah. Hasil survei terlihat tidak baik sehingga didapatkan hasil 40% yang menilai dan memilih setuju sementara sebesar 60% memilih dan menilai tidak setuju. Karyawan cepat tanggap dalam menanggapi keinginan nasabah bila mengajukan pinjaman. Hasil survei terlihat tidak baik sehingga didapatkan hasil 30% yang menilai dan memilih setuju sementara sebesar 70% memilih dan menilai tidak setuju. Uang yang dipinjamkan sesuai dengan bunga. Hasil survei terlihat netral sehingga didapatkan hasil 50% yang menilai dan memilih setuju sementara sebesar 50% memilih dan menilai tidak setuju.

Hasil survey pendahuluan yang dilakukan peneliti diatas terlihat masih banyak nasabah yang menyatakan tidak setuju. Hal tersebut menandakan adanya fenomena pada kepuasan nasabah yang masih kurang optimal. Maka Koperasi Cipta Usaha Mandiri harus mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk membentuk kepuasan nasabah, sehingga para pegawai akan lebih baik dalam melayani nasabah dan nasabah pun akan merasa puas dengan layanan dan dukungan yang diberikan pihak Koperasi Cipta Usaha Mandiri. Berdasarkan variabel yang sudah dibahas pentingnya kepuasan nasabah terhadap pertumbuhan Koperasi Cipta Usaha Mandiri. Maka penulis tertarik untuk mengajukan sebuah penelitian, dengan judul: “Tinjauan Kepuasan Pelanggan Pada Koperasi Cipta Usaha Mandiri”.

1.1 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam kegiatan pencarian, pembelian, penggunaan, mengevaluasi, dan mengkonsumsi produk yang berfungsi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan (Priansa, 2017, hal. 62). Firmansyah (2018) menyatakan bahwa: “Perilaku konsumen adalah hal-hal yang mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan pembelian, sebelumnya konsumen harus memikirkan terlebih dahulu barang atau jasa yang ingin dibeli seperti harga, model, bentuk, kemasan, kualitas, fungsi dan kegunaan barang atau jasa tersebut, sehingga timbul aktivitas memikirkan dan mempertimbangkan sebelum membeli barang atau jasa, aktivitas tersebut dapat dikatakan sebagai perilaku konsumen.” Perilaku konsumen juga merupakan kegiatan – kegiatan yang melibatkan langsung konsumen untuk mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa, kegiatan tersebut berupa proses pengambilan keputusan (Sunyoto, 2018). Definisi diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen sebagai kegiatan yang melibatkan konsumen dalam aktivitas berpikir, memilih, menggunakan, dan mempertimbangkan kualitas barang atau jasa sebelum dibeli, bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

1.2 Kepuasan

1.2.1 Pengertian Kepuasan

Menurut Fandy Tjiptono & Chandra (2016, hal. 204) kata kepuasan *(Satisfaction)* berasal dari bahasa latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai "upaya pemenuhan sesuatu" atau "membuat sesuatu memadai".

Windasuri et al (2016, hal. 64) menambahkan kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.

Dari pengertian yang telah diuraikan di atas peneliti menyimpulkan kepuasan nasabah adalah sebagai upaya pemenuhan sesuatu perasaan senang seseorang terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.

1.2.2 Tipe-Tipe Kepuasan

Tjiptono & Diana (2015, hal. 53), terdapat kesamaan paling tidak enam konsep inti mengenai objek pengukuran kepuasan.

1. Kepuasan Pelanggan keseluruhan
   Mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk/jasa perusahaan bersangkutan dan menilai/membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk dan/atau jasa para pesaing.
2. Dimensi Kepuasan Pelanggan
   Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan, meminta pelanggan menilai produk/jasa perusahaan berdasarkan harga, kecepatan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf layanan pelanggan, meminta pelanggan menilai produk/jasa pesaing berdasarkan item spesifik yang sama, Meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.
3. Konfirmasi Ekspektasi
   Kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan konfirmasi atau diskonfirmasi antara ekspektasi pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.
4. Niat Beli Ulang
   Kepuasan Pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan membeli produk yang sama lagi atau akan menggunakan jasa perusahaan lagi.
5. Kesediaan Untuk Merekomendasi\
   Kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.
6. Ketidakpuasan Pelanggan
   Beberapa aspek yang sering ditelaah untuk mengetahui ketidakpuasan pelanggan, di antaranya: komplain, retur atau pengembalian produk, biaya garansi, *product recall* (penarikan kembali produk dari pasar), gethok tular negatif, dan *customer defections* (pelanggan yang beralih ke pesaing).

1.2.3 Indikator Kepuasan

Menurut kotler dan keller dalam Indrasari (2019, hal. 90) menyatakan terdapat lima faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan yaitu:

1. Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Dalam dunia persaingan bisnis, para pebisnis terus bersaing untuk mendapatkan konsumen yang loyal terhadap usaha mereka.
2. Kualitas produk atau jasa, konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk dan jasa yang mereka gunakan berkualitas.
3. Emosional, konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan jasa dengan merek tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, semakin mahal harga perawatan maka nasabah mempunyai harapan lebih besar

2. Metodologi

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi kasus kualitatif, dimana metode penelitian kualitatif merupakan penelitian makalah yang tidak dapat diperoleh melalui metode statistik atau komputer. Namun, peristiwa interaktif yang melibatkan perilaku manusia diinterpretasikan menggunakan perspektif dan analisis peneliti sendiri (Elvera & Astarina, 2021). "Strategi studi kasus adalah penelitian yang menerapkan pemecahan masalah berdasarkan permasalahan masa lalu untuk memahami suatu fenomena tertentu guna menghasilkan teori tambahan untuk pengujian empiris. Biasanya dilakukan wawancara mendalam yang mencakup analisis pemecahan masalah terhadap teori-teori yang ada." (Sekaran & Bougie, 2003). Dalam penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan informasi yang komplit. Informasi yang dihasilkan dari sebuah survey dan dari observasi berupa uraian-uraian yang mudah dipahami. Observasi dan survei dilakukan langsung kepada nasabah Koperasi Cipta Usaha Mandiri. Pada tanggal 05 Juni 2023. Tujuan dari survey ini adalah untuk mencari tahu bagaimana kepuasan nasabah pada Koperasi Cipta Usaha Mandiri.Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan alternatif solusi atas masalah pada kepuasan nasabah di Koperasi Cipta Usaha Mandiri.

2.2 Populasi

"Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya" (Sugiyono, 2019, hal. 80). Populasi yang diambil berjumlah 20 nasabah Koperasi Cipta Usaha Mandiri di Kota Cimahi.

2.3 Teknik Penarikan Sampel

"Sampel adalah bagian dari populasi. Sampel berisikan subjek atau anggota yang dipilih dari populasi". (Soedibjo, 2013, hal. 125). Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah metode *Sampling Sensus*. Menurut Sugiyono (2017, hal. 85) pengertian dari *sampling* jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sampel, hal ini dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil kurang dari 50, atau penelitian ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua populasi dijadikan sampel. Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya berjumlah 20 orang responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yang ada pada Koperasi Cipta Usaha Mandiri yaitu sebanyak 20 orang responden.

2.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian adalah dengan pengumpulan data primer dan data sekunder. Data primer untuk mendapatkan jawaban dari responden, menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah sehimpunan pertanyaan yang telah dirancang terlebih dahulu di mana responden diberi alternatif pilihan jawaban yang sesuai dengan pendapatnya (Soedibjo, 2013, hal. 114). Metode pengumpulan data yang kedua adalah data sekunder yaitu studi kepustakaan, di mana metode pengumpulan data yang dipelajari dari jurnal, dan sumber lainnya yang berhubungan dengan variabel yang diteliti.

Teknik pengolahan data dilakukan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Studi kepustakaan, yaitu pengumpulan data yang dilakukan mempelajari sumber bacaan untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan teori, konsep yang berhubungan dengan masalah serta variabel yang diteliti. Studi literatur tersebut didapat dari berbagai sumber bacaan secara *online* maupun *offline*.
2) Kuesioner disebarkan yang berisi daftar pertanyaan kepada responden yaitu nasabah Koperasi Cipta Usaha Mandiri. Dalam kuesioner ini dipaparkan beberapa pertanyaan yang mengukur indikator Kepuasan Nasabah yaitu salah satunya kualitas pelayanan. Responden memilih alternatif jawaban yang telah disediakan.

   Langkah-langkah penyusunan kuesioner adalah sebagai berikut:
   a. Menyusun daftar pertanyaan pada kuesioner.
   b. Merumuskan item-item pertanyaan dan alternatif jawabannya yang bersifat tertutup, artinya kuesioner telah diberikan pilihan jawaban.

3) Riset Lapangan Penulis dalam melakukan penelitian langsung ditempat atau objek penelitian yang dipilih yaitu Koperasi Cipta Usaha Mandiri. Lokasi kantor koperasi cipta usaha mandiri. Pada riset ini, data melalui observasi secara langsung terhadap masalah yang diangkat. Adapaun metode dalam riset lapangan ini adalah:
   a. Observasi secara langsung pada kegiatan pemasaran di Koperasi Cipta Usaha Mandiri.
   b. Studi dokumen yaitu Studi dokumen adalah merupakan teknik pengumpulan data dengan meneliti berbagai macam dokumen yang berguna untuk analisis.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Evaluasi Hasil Kegiatan

Selama melakukan kigiatan KKN-P, salah satu kegiatan yang saya lakukan pada Koperasi Cipta Usaha Mandiri, yaitu: mencari tahu kepuasan nasabah pada Koperasi Cipta Usaha Mandiri, dimana menganalisa kepuasan nasabah dengan cara terjun langsung kelapangan bersama karyawan, dengan kegiatan melayani nasabah yang ingin mengajukan pinjaman untuk modal usahanya dan melakukan penagihan cicilan bagi nasabah atau pelanggan, bersama karyawan Koperasi Cipta Usaha Mandiri. kepada nasabah yang akan melakukan pembayaran cicilan atas pinjamannya. Kemudian melakukan survey kepada nasabah untuk mengetahui kepuasan nasabah pada Koperasi Cipta Usaha Mandiri,
Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah pada Koperasi Cipta Usaha Mandiri, penulis melakukan survey kepada 20 orang nasabah. Berdasarkan hasil survey kepada 20 orang nasabah Koperasi Cipta Usaha Mandiri, dengan menggunakan indikator dari kepuasan nasabah yaitu kualitas pelayanan, dan kualitas jasa diperoleh hasil yang disajikan dalam tabel 1.1:

Tabel 1.1 Hasil Survey Tentang Kepuasan Nasabah

No	Fenomena	Setuju		Tidak Setuju	
		Orang	%	Orang	%
1	Karyawan menagih dengan ramah dan sopan kepada nasabah	13	65	7	35
2	Karyawan cepat tanggap dalam menanggapi keinginan nasabah bila mengajukan pinjaman	6	30	14	70
3	Karyawan disiplin waktu dalam menagih kepada nasabah	8	40	12	60
4	Uang yang dipinjamkan sesuai dengan bunga	10	50	10	50

Sumber: Data primer, 2023

Berdasarkan tabel 1.1 hasil survey di atas ditemukan sebuah fenomena dari pernyataan yang diajukan terkait kepuasan nasabah yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Karyawan menagih dengan ramah dan sopan kepada nasabah. Hasil survei terlihat baik sehingga didapatkan hasil 65% yang menilai dan memilih setuju sementara sebesar 35% memilih dan menilai tidak setuju.
2. Karyawan cepat tanggap dalam menanggapi keinginan nasabah bila mengajukan pinjaman. Hasil survei terlihat tidak baik sehingga didapatkan hasil 30% yang menilai dan memilih setuju sementara sebesar 70% memilih dan menilai tidak setuju
3. Karyawan disiplin waktu dalam menagih kepada nasabah. Hasil survei terlihat tidak baik sehingga didapatkan hasil 40% yang menilai dan memilih setuju sementara sebesar 60% memilih dan menilai tidak setuju.
4. Uang yang dipinjamkan sesuai dengan bunga. Hasil survei terlihat netral sehingga didapatkan hasil 50% yang menilai dan memilih setuju sementara sebesar 50% memilih dan menilai tidak setuju.

Hasil survey yang dilakukan peneliti diatas terlihat masih banyak nasabah yang menyatakan tidak setuju. Hal tersebut menandakan adanya masalah pada kepuasan nasabah yang masih kurang optimal. Maka Koperasi Cipta Usaha Mandiri harus mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk meningkatkan kepuasan nasabah, sehingga para pegawai akan lebih baik dalam melayani nasabah dan nasabah pun akan merasa puas dengan layanan dan dukungan yang diberikan pihak Koperasi Cipta Usaha Mandiri.

3.2 Permasalahan

Selama melakukan kegiatan KKN-P, pada Koperasi Cipta Usaha Mandiri, ada beberapa masalah yang saya temui, berdasarkan indikator dari kepuasan nasabah yaitu kualitas pelayanan dan kualitas jasa:

1. Karyawan tidak cepat tanggap dalam menanggapi keinginan nasabah bila mengajukan pinjaman.
2. Karyawan tidak disiplin waktu dalam menagih kepada nasabah.

3.3 Sebab Masalah

Dimana Badan pengawas lapangan pada Koperasi Cipta Usaha Mandiri kurang berperan aktif dalam melaksanakan tugasnya sebagai pengawas lapangan, untuk melakukan pengecekan terhadap karyawan di lapangan, dan melihat hasil kegiatan karyawan.

3.4 Akibat Masalah

Akibat dari masalah ini jika tidak cepat ditangani dari pihak Koperasi Cipta Usaha Mandiri, maka akan mengalami penurunan nasabah atau pelanggan, diakibatkan dari hasil kinerja para karyawan yang tidak bisa memuaskan nasabah dalam bentuk pelayanan. Dan jika para karyawan juga tidak displin dalam waktu bekerja, maka akibatnya hasil kerja para karyawan tidak berjalan dengan baik sesuai yang diinginkan Koperasi Cipta Usaha Mandiri.

3.5 Alternatif Pemecahan Masalah

Salah satu alternatif yang diambil oleh badan Koperasi Cipta Usaha Mandiri, dengan harus berperan aktif badan pengawasan lapangan, dengan tujuan melakukan aktivitas sebagai pengawas untuk mengecek hasil dari kegiatan para karyawan, dan adanya penambahan badan pengawas lapangan agar Koperasi Cipta Usaha Mandiri, bisa mencapai tujuan yang lebih baik dan yang diinginkan perusahaan. Dan Koperasi Cipta Usaha Mandiri, juga harus tetap mengingatkan para karyawan bahwa betapa pentingnya kedisiplinan waktu dalam bekerja.

3.6 Pemecahan Masalah

3.6.1. Kualitaas Pelayanan

Tjiptono (2014, hal. 59) menjelaskan bahwa "kualitas pelayanan yaitu pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian sesuai harapan pelanggan". Pada peneliti berikutnya, menurut Tjiptono (2014, hal. 282) penyederhanaan 10 dimensi kualitas pelayanan menjadi 5 (lima) dimensi utama yaitu kompetensi, kesopanan, keandalan dan keamanan dengan pasti. Pada saat yang sama, kemampuan mendekati, berkomunikasi, dan memahami pelanggan diintegrasikan dengan empati. Jadi ada lima dimensi utama, yang diurutkan berdasarkan kepentingan relatifnya sebagai berikut:

1) Bukti langsung (*tangibles*). Puas dengan daya tarik bangunan fisik, peralatan dan bahan perusahaan, serta penampilan karyawannya.
2) Daya tanggap (*Responsivines*). Puas dengan kemauan dan kemampuan karyawan dalam membantu pelanggan dan menanggapi permintaan mereka serta menginformasikan ketersediaan layanan dan memberikan layanan dengan cepat.
3) Keandalan (*Relibility*). Mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang benar pada kali pertama tanpa kesalahan dan untuk melakukan layanan dengan cara yang disepakati.
4) Empati (*Empathy*). Perusahaan memahami masalah pelanggan dan bertindak sesuai dengan kepentingan pelanggan, serta menjaga pelanggan secara pribadi dan memberikan layanan yang nyaman.
5) Jaminan (*Assurance*). Perilaku karyawan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, dan perusahaan dapat menciptakan rasa aman pada pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa karyawan selalu sopan dan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan atau masalah pelanggan.

3.6.2. Solusi Mengatasi Masalah

1. Karyawan tidak cepat tanggap dalam menanggapi keinginan nasabah bila mengajukan pinjaman.
   Menurut penelitian Japlani et al (2020) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan baik dan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan. Dan mengungkapkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan seperti bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan

empati akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan jumlah pelanggan di BMT FAJAR cabang Metro Pusat.

Berdasarkan hasil penelitian dan lima dimensi pelayanan di atas salah satunya terdapat daya tanggap (*Responsivines*), maka pentingnya dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, sehingga karyawan harus melayani dengan cepat kepada nasabah agar nasabah merasa puas dan jika puas maka nasabah akan kembali untuk menggunakan jasa di Koperasi Cipta Usaha Mandiri.

2. Karyawan tidak disiplin waktu dalam menagih kepada nasabah.

   Ansory & Indrasari (2018, hal. 36) "disiplin merupakan perasaan taat dan patuh terhadap pekerjaan yang menjadi tanggung jawab". Kedisiplinan waktu berkerja adalah aturan atau tata tertib yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi, disetujui oleh pemilik modal, atau disetujui melalui komunikasi, disetujui oleh serikat pekerja, diakui oleh komunitas buruh, dll., dan diinformasikan kepada anggota tim manajemen. Menurut penelitian Nabila & Mardianti (2021) mengungkapkan kedisiplinan kerja dapat berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Maksudnya semakin baik kedisiplinan kerja maka kepuasan pelanggan semakin tinggi, dan semakin sedikit kedisiplinan kerja maka kepuasan pelanggan semakin rendah. Dan Purwanto & Wahyuningsih (2013) mengungkapkan bahwa kedisiplinan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel di Kabupaten Semarang.

   Berdasarkan penjelasan para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa salah satu indikator kualitas pelayanan adalah keandalan yang mengacu pada kedisiplinan, pentingnya kedisiplinan waktu dalam bekerja untuk meningkatkan kepuasan nasabah karena dapat memberikan dampak positif terhadap kepuasan nasabah. Jika karyawan disiplin tepat waktu saat menagih nasabah maka nasabah tentu akan siap untuk menyiapkan dana untuk membayar iuaran yang akan di tagih, sehingga nasabah akan merasa puas dengan jasa pada koperasi cipta usaha mandiri.

Gambar 1. Anggota Koperasi Cipta Usaha Mandiri
Sumber: Koperasi Cipta Usaha Mandiri (2020)

4. Kesimpulan

Pengabdian dan hasil pengamatan yang dilakukan, maka dapat menyimpulkan diantaranya:

1. Kualitas pelayanan sangat penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah Koperasi Cipta Usaha Mandiri, yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang cepat tanggap pada nasabah Koperasi Cipta Usaha Mandiri.
2. Kualitas pelayanan sangat penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah, yaitu dengan cara meningkatkan kedisiplinan karyawan pada Koperasi Cipta Usaha Mandiri.

Limitasi dan Studi lanjutan

Komitmen yang dilakukan sudah lama tidak menunjukkan hasil yang baik. Penerapannya hanya 3 bulan, sehingga mengasumsikan kelangsungan kepuasan nasabah pada koperasi cipta usaha mandiri, masih menghadapi beberapa kendala yaitu belum semua kegiatan penagihan dilakukan kepada banyak nasabah sehingga pihak penulis hanya mengumpulkan 20 responden untuk mengumpulkan informasi terkait kepuasan nasabah.

Ucapan terima kasih
Terimakasih penulis ucapkan kepada pihak yang sudah banyak membantu untuk menyelesaikan pengabdian ini, baik secara finansial maupun *non*-finansial.

References

A. F, A., & Indrasari. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Indonesia Pustaka.
Elvera, & Astarina, Y. (2021). *Metodology Penelitian*. Andi.
Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
Japlani, A., Fitriani, & Mudawamah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Cabang BMT Fajar Metro Pusat. *Jurnal Ilmiah Keuangan dan Perbankan*, *3*(1).
Kotler, P., & Keller, L. K. (2012). *Marketing Management, Edisi 14* (14 ed.). Prentice-Hall Publishead.
Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Managemen 15th Editon*. Pearson Education,Inc.
Nabila, A. H., & Mardianti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kedisiplinan Pegawai Terhadap Kepuasan Nasabah. *JURNAL AKTIVA : RISET AKUNTANSI DAN KEUANGAN*, *3*(2).
Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
Purwanto, A. B., & Wahyuningsih, S. (2013). Pengaruh Kedisiplinan Dan Ketanggapan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Hotel Di Kabupaten Semarang). *Jurnal Fokus Ekonomi*, *8*(2).
Rahmalia, P., & Chan, S. (2019). Pengaruh Service Quality Dan E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Yang Dimediasi Oleh Perceived Value Pada Pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, *10*(1).
Sekaran, U., & Bougie, R. (2003). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach (4th Edition)*. John Wiley and Sons.
Soedibjo, B. S. (2013). *Pengantar Metode Penelitian*. STIE-STMIK PASIM.
Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
Sunyoto, D. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan kasus) Edisi Ketiga*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality and satisfaction*. CV. Andi Offset.
Tjiptono, F., & Diana, A. (2015). *Pelanggan Puas ? Tak Cukup*. Andi.
Wijaya, A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Tbk. *Jurnal EMBA*, *3*(3).
Windasuri, Heria, Susanti, H., & BusinessGwrowht, T. (2016). *Excellent service : the secrets of building a service organization*. PT Gramedia Pustaka Utama.