

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENJADI NASABAH PADA KJKS BMT TARUNA SEJAHTERA CABANG BRINGIN KABUPATEN SEMARANG

Siti Rochmah *)

Fidyah Yuli Ernawati *)

Abstract

The purpose of this study is to find out the Service, Competitive Advantage partially or simultaneously to the Customer Decision to be a Customer at the KJKS BMT Taruna Sejahtera, Bringin Branch, Semarang Regency. The method used in this study is Multiple Regression Analysis. This research was conducted at the KJKS BMT Taruna Sejahtera, Bringin Branch, Semarang Regency.

The results showed that Service Quality had a significant positive effect on Customer Decisions to Customers in the KJKS BMT Taruna Sejahtera Branch Semarang Regency, Competitive Advantage had a significant positive effect on Customer Decision to Become a Customer at KJKS BMT Taruna Sejahtera Bringin Branch Semarang Regency.

Keywords: *Customer Decision to be Customer, Service Quality, Competitive Advantage*

Pendahuluan

Perkembangan jaman di era sekarang, dimana perkembangan di dunia koperasi di Indonesia semakin banyak yang mengedepankan bukan hanya mencari keuntungan, namun juga untuk mensejahterahkan masyarakat, tak heran di wilayah Indonesia terutama Jawa Tengah tepatnya di Kabupaten Semarang, Ungaran banyak sekali koperasi yang berdiri di sekitar pemukiman warga apalagi di daerah dekat pasar, jalan raya, maupun tempat yang

**) Dosen Jurusan Manajemen STIE Semarang*

dekat dengan perputaran ekonomi di pabrik-pabrik, pertokoan, perkantoran dan lainnya. Adapun jenis koperasi ini konvensional ataupun syariah, Jadi masyarakat sekitar ungaran bisa memilih mau disimpan dimana uangnya di koperasi konvensional atau syariah.

Namun tak jarang koperasi dipandang sebelah mata dalam beroperasi, karena tidak adanya LPS (Lembaga Penjamin Simpanan), sehingga untuk membangun kepercayaan nasabah untuk percaya agar uang yang disimpan di koperasi ini aman perlu perjuangan dan tak lepas dari proses manajemen yang baik dari karyawan maupun sumber daya manusianya.

Koperasi dalam menjual produknya ke nasabah membagi pasar menjadi beberapa jenis sesuai dengan kriteria yang mereka inginkan, pembagian pasar ini akan memudahkan koperasi dalam menentukan atau menarik simpati nasabahnya. Ada banyak cara agar menarik simpati nasabah yang menabung di koperasi, yakni dengan syarat cepat tidak perlu mengantri seperti di bank-bank lain, yaitu marketing datang langsung ke rumah nasabahnya dengan berbagai rayuan, sehingga nasabah tersebut mau untuk menyimpan uangnya di koperasi tersebut.

Kebanyakan orang memilih menyimpan uang lebih aman di Bank ternama seperti: BRI, Mandiri, BNI, Bank Danamon dan lainnya. Namun itu bisa saja beralih menyimpan uang mereka yang dahulu di bank-bank besar bisa di pindah di Koperasi, karena kepercayaan dan kualitas pelayanan yang diberikan Koperasi tersebut bisa membuat nasabahnya tertarik dan senang bisa menyimpan uang di Koperasi tersebut.

Hal ini menyebabkan dimana kualitas pelayanan, keunggulan bersaing dalam kompetitor yang ada disitu bisa merebut pangsa pasar di era perkoperasian di jaman sekarang. Berbagai macam cara agar berdirinya koperasi di daerah-daerah ini bisa terus hidup, atau tidak bangkrut. Dengan cara penawaran kredit yang mudah bisa cair dengan jaminan BPKB, Sertifikat atau dengan persyaratan lainnya sesuai peraturan diperkoperasian itu sendiri.

Jadi selain koperasi bisa menyimpan dana masyarakat perlu juga di salurkan lewat kredit pula untuk masyarakat, Walaupun banyak rumor tentang tutupnya koperasi di suatu daerah, namun keberadaan koperasi tetap di cari oleh masyarakat ekonomi kecil yang membutuhkan dana untuk modal usahanya.

Koperasi-koperasi yang tutup tersebut atau kolep membuat resah terhadap masyarakat karena keberadaan koperasi yang masih aktif pasti ikut terasa. Yaitu banyak masyarakat yang mengambil uangnya di koperasi yang aktif, namun karena SDM yang dibangun kuat oleh Koperasi yang masih aktif tentu dampak ini pasti tidak membuat koperasi yang masih

aktif ini ikut tutup, namun akan terus berkembang dan tidak patah semangat agar membangun kepercayaan kembali kepada masyarakat disekitarnya.

Kajian Pustaka

Keputusan Nasabah

Teori pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk ditindaklanjuti atau digunakan sebagai suatu cara pemecahan masalah. Pengambilan keputusan sebagai suatu keberlanjutan dari cara pemecahan masalah memiliki dua fungsi. Pertama, sebagai awal permulaan dari semua aktivitas manusia yang sadar dan terarah, baik secara individual maupun secara kelompok, baik secara instisional maupun secara organisasional. Kedua, sebagai sesuatu yang bersifat *futuristik*, artinya menyangkut masa depan, masa yang akan datang, di mana efeknya atau pengaruhnya berlangsung cukup lama (Hasan, 2002).

Keputusan adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Sedang keputusan nasabah adalah hal sesuatu yang diputuskan nasabah untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa, proses pengambilan keputusan untuk menggunakan jasa yang dilakukan nasabah:

1. Timbulnya kebutuhan (keputusan untuk menggunakan jasa yang dipicu dari kebutuhan seseorang individu atau organisasi)
2. Pencarian informasi (begitu kebutuhan sudah disadari, para nasabah akan termotivasi untuk memberikan informasi dari teman ke kerabat karena merasa nyaman dengan jasa di perusahaan tersebut)
3. Mengevaluasi sejumlah alternative (ketika itu nasabah akan dihadapkan beberapa alternative dan perlu membandingkan dari penawaran-penawaran jasa tersebut)
4. Keputusan pembelian (setelah para nasabah membandingkan, mengevaluasi berbagai pilihan mereka akan memilih opsi yang mereka sukai)

Pengambilan keputusan nasabah yang mempercayai agar uang yang mereka simpan aman di BMT Taruna Sejahtera ini dapat berdampak positif terhadap perusahaan. Dimana perusahaan itu dapat berkembang pesat sesuai yang diharapkan, kunci dari semua itu adalah kepercayaan. Seorang pemimpin harus mempunyai loyalitas dan integritas yang tinggi.

Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan atau customer service ini dapat dibedakan ke dalam 2 kriteria yaitu:

- 1) Jenis kualitas pelayanan yang baik dan 2) Jenis kualitas pelayanan yang buruk. Dalam hal

proses perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal untuk menunjang prosesnya. Misal survei atau observasi kepada nasabah, termasuk didalamnya berupa masukan, pendapat maupun feedback tentang pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan.

Pelayanan nasabah adalah suatu perilaku yang ditunjukkan oleh karyawan/karyawati sesuai dengan yang diinginkan oleh nasabah dalam rangka memuaskan keinginannya. Dapat diidentifikasi bahwa pelayanan nasabah adalah: adanya suatu proses, adanya unsur membujuk, adanya calon nasabah, adanya jasa, dan adanya transaksi.

Brata (2003), mengeluarkan definisi yang tidak sama atau berbeda didalam karyanya yang mempunyai judul dasar-dasar pelayanan prima, beliau menyatakan bahwa “Suatu pelayanan akan terbentuk dikarenakan adanya sebuah proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan pada pihak yang dilayani. Dan selain itu juga brata menambahkan bahwa suatu pelayanan bisa terjadi diantara seseorang dengan seseorang yang lain, seseorang dan juga dengan kelompok, atau juga kelompok dengan seseorang seperti halnya orang-orang yang berada didalam sebuah organisasi. Yang juga memberikan pelayanan pada orang-orang yang ada disekitarnya yang juga membutuhkan sebuah informasi organisasi itu sendiri.

Salah satu model kualitas jasa yang paling populer dan hingga ini masih dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithmal, dan Berry. SERVQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*). Dalam studi ini oleh Parasuraman yang melibatkan 800 pelanggan, di simpulkan ada 4 dimensi SERVQUAL sebagai berikut:

1. Berwujud (fasilitas gedung, gudang dan lainnya).
2. Keandalan (kemampuan memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya).
3. Daya tanggap (membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat).
4. Jaminan (mencakup kemampuan, pengetahuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya).

Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah, menurut (Bagja Sumantri, 2014).

$H_1 =$ Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah

Keunggulan Bersaing

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2003:311) “mendefinisikan keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi”.

Pada saat ini, pentingnya keunggulan bersaing sangat besar. Jadi keunggulan bersaing adalah tentang bagaimana suatu perusahaan benar-benar dapat menerapkan strategi generik tersebut kedalam prakteknya. Pada dasarnya keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang perusahaan mampu ciptakan untuk nasabahnya. Keunggulan bersaing mungkin mengambil bentuk harga yang lebih rendah dibandingkan harga pesaing untuk manfaat yang sesuai atau penyediaan manfaat unik yang lebih sekedar mengimbangi harga premi.

Daydan Wensley (1988) mengemukakan bahwa meningkatkan kemampuan yang tinggi dari sumber-sumber dimana menghasilkan biaya yang rendah serta meningkatkan nilai untuk pelanggan, hal ini merupakan pengendali posisi keunggulan. Sumber- sumber perusahaan menurut Barney (1991) terdapat 3 sumber utama yaitu:

1. Sumber modal fisik (teknologi, bangunan, perlengkapan, lokasi serta akses untuk mendapatkan material).
2. Sumber modal manusia (pelatihan, pengalaman, penilaian, kepandaian, hubungan, kerja individual).
3. Sumber modal organisasi (struktur, perencanaan formal dan informal, pengawasan dan sistem koordinasi, antara lain hubungan kelompok dengan perusahaan serta hubungan antara perusahaan dengan lingkungan).

H₂ = Keunggulan bersaing berpengaruh terhadap keputusan nasabah

Metode Penelitian

Jenis penelitian menggunakan *explanatory reserch*. Menggunakan data primer, yaitu kuesioner dan kepustakaan, sampel yang digunakan berjumlah 95 Responden nasabah KJKS BMT Taruna Sejahtera di Desa Bringin Kecamatan Bringin Kabupaten Semarang Jawa Tengah.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Keputusan Nasabah	Jadi pengambilan keputusan taktis yang tepat berarti bahwa keputusan yang dibuat mencapai tidak hanya tujuan terbatas	1. Kebutuhan 2. Pencarian Informasi 3. Mngevaluasi sejumlah alternatif 4. Keputusan	(Hansen dan Mowen, 2005)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
	tetapi juga berguna untuk jangka panjang		
Kualitas Pelayanan	Suatu pelayanan akan terbentuk dikarenakan adanya sebuah proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan pada pihak yang dilayani	a. Berwujud b. Keandalan c. Daya Tangkap d. Jaminan	(Brata, 2003:9)
Keunggulan Bersaing	keunggulan bersaing adalah jantung kinerja perusahaan didalam pasar yang bersaing, namun setelah beberapa dasawarsa adanya perluasan dan kemakmuran yang hebat mengakibatkan banyak perusahaan kehilangan pandangan mengenai keunggulan bersaing dalam upaya perjuangan untuk lebih berkembang dalam mengejar diversifikasi	a. Sumber Modal Fisik b. Sumber Modal Manusia c. Strategi Biaya Rendah d. Strategi Differensiasi Produk	- Michael E.Porter (2004:1) - Barney (1991)

Hasil dan Pembahasan

Dari hasil spss dapat diketahui bahwa semua variabel valid dan reliable. Pada uji asumsi klasik (uji multikolaritas, heterokedastisitas, dan normalitas) semua variabel memenuhi syarat, yaitu pada uji multikoleaneritas tidak terjadi multikoleaneritas, uji heterokedastiitas bahwa pada model penelitian tidak terjadi heterokedastisitas, dan uji normalitas yaitu berdistribusi normal sehingga persyarat normalitas terpenuhi.

Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1(Constant)	.249	.421		.590	.557					
KUALITAS PELAYANAN	.620	.074	.617	8.423	.000	.957	.660	.226	.134	7.435
KEUNGGULAN BERSAING	.361	.072	.365	4.978	.000	.939	.461	.134	.134	7.435

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1(Constant)	.249	.421		.590	.557					
KUALITAS PELAYANAN	.620	.074	.617	8.423	.000	.957	.660	.226	.134	7.435
KEUNGGULAN BERSAING	.361	.072	.365	4.978	.000	.939	.461	.134	.134	7.435

Sumber : Data primer yang diolah,2018

Persamaan:

$$\text{Keputusan Nasabah} = 0,620 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0,361 \text{ Keunggulan Bersaing} + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda di atas dapat diartikan dan diambil keputusan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 0.249 menyatakan bahwa jika variabel independen nilainya adalah 0 (nol), maka keputusan nasabah 0.249.
2. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) sebesar 0.620 menyatakan bahwa jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1% maka keputusan nasabah akan naik sebesar 0.620. Berarti dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah.
3. Koefisien regresi keunggulan bersaing (X2) sebesar 0.361 menyatakan bahwa jika variabel keunggulan bersaing mengalami kenaikan sebesar 1% maka keputusan nasabah akan naik sebesar 0.361. Berarti dapat disimpulkan bahwa variabel keunggulan bersaing berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Simpulan

Kualitas pelayanan dan keunggulan bersaing berpengaruh terhadap keputusan nasabah KJKS BMT Taruna Sejahtera Cabang Bringin Kabupaten Semarang. Hal ini ditunjukkan dari hasil koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) sebesar 0.620 menyatakan bahwa jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1% maka keputusan nasabah akan naik sebesar 0.620. Serta dari nilai koefisien regresi keunggulan bersaing (X2) sebesar 0.361 menyatakan bahwa jika variabel keunggulan bersaing mengalami kenaikan sebesar 1% maka keputusan nasabah akan naik sebesar 0.620.

Daftar Pustaka

- Arianto, Dwi Agung Nugroho (2013), “Pengaruh Kedisiplinan, Lingkungan Kerja, Dan Budaya Kerja terhadap Kinerja tenaga Pengajar”, Jurnal *Economia*. Vol.9, No.2
- Arikunto, Suharsimi, 2011. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Dito. Anoki Herdian. 2010. Pengaruh kompensasi terhadap kinerja karyawan dengan motivasi kerja sebagai variabel intervening. Universitas Diponegoro. Skripsi tidak dipublikasikan.
- Fahrian dkk. 2014. Pengaruh Kompensasi Karyawan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Survei pada Karyawan UD. Dinikoe Keramik Malang) *Jurnal Manajemen* ISSN 2302-0199 Pascasarjana Universitas Syiah Kuala pp 52-67.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS*. Edisi Kedua. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gibson, James L., et. All., 2011, *Organizations : Behavior, structure, Processes*, 10th edition New York, McGraw Hill
- Gomes. Faustino. Cardoso, *Manajemen Sumber Daya*, Andi offset. Yogyakarta, 2011.
- Hamlan Daly. 2015. Pengaruh Kompetensi, Disiplin Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai Badanpemberdayaan Perempuan Dan Keluarga Berencana Daerah Provinsi Sulawesi Tengah. *e-Jurnal Katalogis*, Volume 3 Nomor 1, Januari 2015 hlm 84-9
- Handoko, Hani. 2008. *Manajemen Personalialia*. BPFE Yogyakarta : Yogyakarta.
- Hasibuan, S.P. M.2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Henry Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, STIE YKPN Yogyakarta. I Putu Ari Saputra, I Wayan Bagia, I Wayan Suwendra. 2016. Pengaruh Kompetensi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen (Volume 4 Tahun 2016)*
- James A. F. Mathis. Alfonsus Jackson, 2012, *Manajemen Jilid I*, Edisi 8, Erlangga, Jakarta.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosda Karya.