

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

¹Septia Rosalinda*, ²Agus Wachjutomo

^{1,2}Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

*Corresponding Author

septiarosalinda@std.unissula.ac.id

ABSTRAK

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 Lembaga S 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

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

PENDAHULUAN

Di saat kita 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 sumber daya manusia adalah model utama. Memiliki orang-orang dan integritas tinggi, mereka dapat membantu membangun perusahaan yang maju dan sukses. Mengingat kebutuhan akan talenta berkualitas, bidang ekonomi dan bisnis diharapkan dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk saling 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 ke dunia 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.

METODE PENELITIAN

Pendekatan metodologis yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sugiyono (2005:21) mengatakan bahwa metode deskriptif adalah metode yang dipakai untuk menggambarkan atau menganalisis hasil penelititan namun tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Data yang diperoleh dengan cara menyebar kuesioner dengan tipe pertanyaan terbuka dan tertutup yang hasilnya di jabarkan menggunakan kata-kata atau kalimat sehingga dapat menjadi sebuah kesimpulan dari analisis data tersebut. Terdapat beberapa kriteria yang peneliti tetapakna terhadap calon responden

1. Meruapakan anggota aktif dari KSU Artha Amanah minimal 1 tahun
2. Sering melakukan transaksi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responsiveness (daya tanggap)

Tabel 1.1 *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 konsumen	0	0	15	23	18

Sumber 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 penilaian 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 1.2 *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 ber transaksi
--	--

Pada pertanyaan 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 bermnfaat.

Empaty (perhatian)

Tabel *Empaty* 2.1 (perhatian)

Pertanyaan		STS	TS	CS	S	SS
Empaty (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 indikator kepuasan konsumen

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 seuju (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 *Empaty* 2.2 (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 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 respoden 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.

Kualitas pelayanan

Tabel 3.1 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 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 3.2 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 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 responden berjumlah 38 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 28,3% menjawab cukup baik.

PEMBAHASAN

Responsivisness (daya tanggap)

Motivasi atau keinginan karyawan untuk mendukung dan memberikan pelayanan yang dibutuhkan konsumen. Membuat konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas memberikan kesan negatif bahwa seharusnya tidak terjadi. Jika kesalahan ini tidak segera diatasi, akan menjadi pengalaman yang berkesan dan menyenangkan dalam suatu organisasi harus menyadari pentingnya daya tanggap atas pelayanan yang diberikan. Seperti halnya Ksu Artha Amanah yang memiliki daya tanggap yang baik dalam melayani pelanggan dilihat dari hasil keusioner yang diberikan bahwa mayoritas 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. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:198) bahwa “berkenaan dengan

kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat” .

Suatu kebijakan yang di berikan oleh KSU Artha Amanah dalam membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsive) dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan. Menurut Rahmayanty (2018:174) bahwa “keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat tanggap”. Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyediaan layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat yang mempengaruhi perilaku orang yang mendapat pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai untuk

Empathy (perhatian)

Meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan. Empati juga diberikan oleh Ksu Artha Amanah kepada seluruh anggotanya hal ini di tunjukan dari hasil kuesioner yang ada bahwa banyak dari responden memberikan penilaian yang positif terhadap empathy perusahaan tersebut. Dilihat dari hasil yang ada menunjukkan penilaian responded yang cukup baik dengan memebrikan point tertinggi yaitu “S” di artikan “setuju” dengan jumlah point terbanyak dari 3 pertanyaan.

Empati adalah bentuk perhatian perusahaan pada konsumen melalui sikap karyawan untuk memahami kebutuhan konsumen , peduli akan masalah konsumen dan bertindak demi kepentingan konsumen (Tjiptono, 2007) Sikap karyawan KSU Artha Amanah inilah yang menciptakan perilaku positif konsumen. Perilaku positif konsumen tersebut dapat ditunjukkan dalam bentuk pembelian berulang terhadap produk atau jasa yang dirasakan. Dengan kata lain, semakin tinggi kepuasan konsumen, semakin kuat loyalitas konsumen . (Familiar & Maftukhah, 2015). Hubungan empati dengan kepuasan pelanggan adalah apabila pelanggan telah merasa puas dengan empati yang diberikan perusahaan maka pelanggan pun akan loyal dengan jasa atau produk. perhatian secara individual yang diberikan oleh KSU Artha Amanah kepada pelanggan seperti kemudahan dalam menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan kebutuhan pelanggannya.

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 Dwiyanto (2008, h. 140). Agar pelayanan dapat memuaskan pelanggan, petugas harus memenuhi empat syarat pokok pelayanan menurut Moenir (1995, h. 1997) adalah tingkah laku yang sopan, cara menyampaikan, waktu menyampaikan, keramahtamahan. 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 di tetapkan. Tujuan dari kualitas pelayanan adalah untuk mendapatkan kepuasan dari konsumen, menumbuhkan jumlah konsumen yang loyal dan memudahkan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dan dapat berkembang. Pelanggan apabila

dirinya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pelanggan atau pengguna jasa tersebut akan menceritakan kepuasan layanan tersebut kepada calon pelanggan lain. Akan tetapi apabila pelanggan tersebut tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pelanggan tersebut juga akan menceritakan pengalaman mengecewakan. Apabila mengecewakan pelanggan itu akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan (Gilbert dkk., 2004).

Upaya perbaikan sistem kualitas pelayanan, yang dapat dilakukan oleh KSU Artha Amanah akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis. Menurut hasil riset Wharton Business School, upaya perbaikan ini akan menjadikan konsumen makin loyal kepada perusahaan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006) Karena semakin banyak pesaing maka sebuah perusahaan harus lebih unggul dari para pesaingnya. Semakin ketatnya persaingan berdampak pada peningkatan tuntutan konsumen dalam hal pelayanan. Manusia pada dasarnya menginginkan pemuas kebutuhan

Strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan atau jasa

Meningkatkan Kualitas pelayanan tidak semudah membalikkan telapak tangan. Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan. Menurut Tjiptono (2004: 88), ada beberapa faktor kunci yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

1. Mengidentifikasi kunci penentu kualitas layanan Perusahaan jasa yang berusaha memberikan kualitas layanan terbaik kepada pelanggannya, melakukan survei untuk mengidentifikasi layanan utama pasar dan pasar pesaingnya Anda perlu mengevaluasi peringkat Anda. Hal ini didasarkan pada faktor-faktor penentu ini. The dikenal sebagai posisi responsif perusahaan di mata pelanggannya dibandingkan dengan pesaingnya, yang fokus pada peningkatan kualitas
2. Tidak jarang perusahaan yang mengelola ekspektasi pelanggan melebihi pesan komunikasi kepada pelanggan yang tergodanya. Ini seperti bumerang. Ini karena semakin banyak janji yang Anda miliki, semakin tinggi harapan pelanggan Anda dan semakin besar kemungkinan Anda gagal memenuhinya
3. Penanganan Sertifikasi Mutu Pelayanan Penanganan Sertifikasi Mutu Pelayanan dimaksudkan untuk meningkatkan kesadaran pelanggan selama dan setelah pelayanan diberikan. Oleh karena itu, karena layanan adalah layanan dan tidak dapat diakui sebagai komoditas, pelanggan cenderung melihat fakta spesifik terkait layanan sebagai bukti kualitas. Dari sudut pandang organisasi layanan, bukti kualitas merupakan indikator dari jenis layanan yang diberikan (harapan pra-layanan) dan jenis layanan yang diberikan (setelah harapan).
4. Mendidik konsumen tentang layanan Membantu pelanggan memahami adalah bisnis yang sangat positif terkait dengan penyediaan kualitas layanan. pelanggan terdidik dapat lebih puas dengan karena mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik. Upaya edukasi ini merupakan bentuk swalayan dengan membantu

pelanggan menggunakan layanan, membantu mereka menggunakan layanan, dan menjelaskan kepada pelanggan mengapa hal itu mendasari kebijakan

5. Mengembangkan Budaya Kualitas Layanan Budaya kualitas layanan adalah sistem nilai perusahaan 22 yang menciptakan lingkungan yang membantu membentuk dan terus meningkatkan kualitas. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur, dan harapan yang meningkatkan kualitas. Membangun budaya mutu membutuhkan komitmen penuh dari seluruh anggota organisasi.
6. Menciptakan Kualitas Otomatis Kehadiran otomatisasi dapat mengatasi fluktuasi kualitas layanan yang disebabkan oleh kurangnya sumber daya manusia. Namun, sebelum memutuskan untuk menggunakan otomatisasi, perusahaan perlu melakukan penyelidikan menyeluruh untuk mengidentifikasi bagian-bagian yang memerlukan sentuhan manusia dan otomatisasi.
7. Pelacakan Layanan Pelacakan Layanan membantu mengisolasi aspek layanan yang perlu ditingkatkan. Perusahaan dapat memudahkan pelanggan untuk mengkomunikasikan kebutuhan dan keluhan mereka.
8. Pengembangan Sistem Informasi Kualitas Layanan Sistem Informasi Kualitas Layanan adalah sistem yang secara sistematis mengumpulkan data dan mendistribusikan informasi kualitas layanan untuk mendukung pengambilan
9. keputusan dengan menggunakan berbagai pendekatan Informasi yang kami butuhkan mencakup semua aspek data terkini dan historis, informasi kuantitatif dan kualitatif, internal dan eksternal tentang perusahaan dan pelanggan kami.

Dari uraian di atas, untuk meningkatkan kualitas layanan, ada banyak faktor yang perlu dipertimbangkan, seperti perlunya penelitian untuk meningkatkan kualitas layanan, termasuk dan membuat janji yang tepat kepada pelanggan. Anda dapat menyimpulkan bahwa Anda mengelola harapan Anda dengan baik. . Karena kemampuan perusahaan, dengan adanya sumber daya dan layanan purna jual, konsumen dapat dengan mudah memberikan kritik dan saran yang membangun kepada perusahaan dan mengembangkan informasi yang diterima untuk meningkatkan kualitas layanan. Dapat dievaluasi dan ditingkatkan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Berdasarkan hasil magang yang dilakukan sesuai dengan pendapat para ahli bahwa KSU Artha Amanah mampu memberikan yang ada sesuai dengan permintaan anggota karyawan dalam memberikan pelayanan yang maksimal, mudah dan lancar menjadi syarat penilaian. baik anggota maupun karyawan untuk mendemonstrasikan realitas perekrutan, pelatihan dan pengembangan karyawan dalam memahami ruang lingkup dan uraian tugas minat dan fokus masing-masing karyawan. Beberapa hasil menyarankan di mana dapat diubah menjadi menjadi untuk ditinjau oleh KSU Artha Amanah, terkait hasil analisis dan kemungkinan diskusi membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. 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.
2. 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.
3. Kualitas pelayanan
Kualitas pelayanan yang di berikan oleh KSU Artha Amanah kepada kosumen baik dan memuaskan karena sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

Saran

Rekomendasi Terhadap Perusahaan

1. Mengenai *empaty* pegawaai KSU Artha Amanah yang di anggap 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.
2. mengenai fasilitas yang dimiliki oleh KSU Artha Amanah yang di anggap belum tertata rapi, bersih dan wangi kondisi ini dapat membawa dampak yang kurang baik terhadap perusahaan oleh karena itu perusahaan harus mampu meningkatkan kembali dari segi ruangan yang ada agar konsumen tetap merasa nyaman saat melakukan transaksi kepada perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaniago, Arifinal (1980) Ekonomi dan Koperasi(Bandung : CV Rosda Bandung 1983) hlm. 29 Djazh, Dahlan Pengetahuan Koperasi hlm 16 (Jakarta: PN Balai Pustaka
- Hardiyansyah 2018. Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya. Gava Media,
- Nissi bintaro (1981) ampus, <https://greatdayhr.com/id/blog/kompe> nsasi-adalah/ Nunkener, Hans M Hukum Koperasi hlm .12 (Bandung: Alumni)
- Prasetio, Ari. (2012)."Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan." Management Analysis Journal 1.1
- Rika binar, pelatihan dan pengesmbangan sdm,<http://binakarir.com/pelatihandan-pengembangan-sdm/>

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

Sembiring, Inka Janita. (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

DAO, Sofianus.(2022) "pengaruh keandalan dan daya tanggap customer service terhadap kepuasan nasabah pada bank sumut kcp aksara medan."

Setianto, Ganang, and Sri Wartini. "Pengaruh Bukti Fisik Dan Empati Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen." *Management Analysis Journal* 6.4 (2017): 367-376.

Ibrahim, Malik, and Sitti Marijam Thawil. (2019): "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4.1 175-182.