

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang berkembang semakin cepat beriringan dengan ilmu pengetahuan dan perkembangan peradaban manusia. Era globalisasi tampak begitu nyata dengan kemudahan akses digital diberbagai penjuru dunia. Perubahan ini direspon dengan cepat dan mendapat tanggapan oleh pelaku usaha seperti perusahaan atau organisasi, individual maupun lembaga keuangan, untuk menjawab kebutuhan tersebut maka banyak organisasi atau perusahaan berinovasi membuat aplikasi *mobile* dengan harapan bahwa adanya aplikasi *mobile* dapat memudahkan dan memberikan pelayanan yang cepat, efektif dan efisien. Aplikasi *mobile* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah atau pelanggan melakukan transaksi penbiayaan, transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*.

Layanan *mobile* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh pelanggan atau pengguna. Dari fenomena yang berkembang diindustri teknologi informasi yang semakin dikenal dan banyak digunakan oleh masyarakat maka, *Credit Union Pancur Kasih (CUPK)*, tidak mau ketinggalan kereta dalam memberikan pelayanan yang bernuansa *mobile* atau non *direct service* maka CUPK membuat dan merancang aplikasi *CUPK Mobile*. Aplikasi *CUPK Mobile* yang digagas oleh TIK tersebut merupakan sebuah aplikasi berbasis *android* yang menjadi salah satu terobosan inovatif dari CU Pancur Kasih untuk menjawab kebutuhan anggota akan kemudahan bertransaksi. *CUPK Mobile* merupakan solusi dari gaya hidup *mobile*.

Aplikasi *CUPK Mobile* memudahkan bertransaksi kapan dan dimanapun dapat dilakukan oleh anggota seperti bayar angsuran pinjaman, transfer pangari, transfer antar bank melalui pihak ketiga (*biller*), serta pembayaran tagihan seperti PDAM, rekening listrik Prabayar, token listrik, deposit dompet digital, *Shopee pay*, *Gopay* dan lain sebagainya yang berkaitan dengan transaksi *mobile*. *CUPK Mobile* dirancang dan dikelola oleh internal TIK CU Pancur Kasih. TIK adalah bagian

dari divisi yang ada di CUPK khusus membidangi teknologi informasi dan komunikasi. Aplikasi CUPK *Mobile launching* pertama tahun 2016, dan dikembangkan lagi sehingga ada perubahan fitur serta logo pada aplikasi CUPK *Mobile* pada tahun 2018, sejak di *launching* penggunaannya masih sangat kurang apabila dibandingkan dengan jumlah anggota yang terdaftar sebagai nasabah CUPK yang sangat besar.

Menurut Kim *et.al*, (2009), kepercayaan dari nasabah merupakan hal yang paling mendasar dan terpenting yang harus didapatkan oleh sebuah bank untuk meraih kepuasan nasabahnya. Sedangkan menurut Mcknight *et.al*,(2022), kepercayaan membantu nasabah untuk dapat mengatasi persepsi ketidak pastian dan risiko yang dapat terjadi dengan jaringan berbasis internet. Menurut Asri Cahya, Efriyanto, Mateko (2014), kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI *Mobile* (BRImo).

Walaupun cupk sudah memiliki aplikasi layanan berbentuk *mobile*, tidak serta merta direspon dengan baik oleh anggota CUPK. Seolah-olah aplikasi tersebut tidak meyakinkan dan masih ada keraguan dan ke tidak percayaan anggota cupk untuk menggunakan. Hal ini berbanding terbalik dengan jumlah anggota cupk yang begitu banyak dengan jumlah 182.478 orang anggota data per 31 Desember 2021. Sedangkan jumlah pengunduh aplikasi CUPK *Mobile* dikisaran 2042 orang dengan presentase 1,12% dari total anggota CUPK. Jika dilihat dari data ini peluang pasar pengguna CUPK *Mobile* masih sangat besar dengan presentase pasar 98,88%.

Penomena ini menjadi masalah besar bagi CUPK karena bertolak belakang antara jumlah anggota dan jumlah pengunduh CUPK *Mobile* sangat rendah, timbul pertanyaan yang harus diketahui penyebabnya sebagai berikut:

1. Adakah kesadaran anggota dengan kebermanfaatan CUPK *Mobile*?
2. Apakah anggota CUPK sudah mengetahui kemudahan bertransaksi menggunakan CUPK *Mobile*?
3. Apakah anggota CUPK masih ragu-ragu menggunakan CUPK *Mobile*?

Data ini didukung oleh data pada tabel dibawah ini, dimana data keanggotaan dan pengguna CUPK *Mobile* sebagai berikut:

Tabel 1.1.  
Data Anggota dan Pengguna CUPK *Mobile*

Tahun	Anggota CUPK		Pengguna CUPK <i>Mobile</i>		Presentase Pengguna cupk mobile dari jumlah anggota
	Jumlah	Pertumbuhan	Jumlah	Pertumbuhan	
2018	154.206	6,90 %	662	0 %	0,43 %
2019	163.057	2,87 %	779	15 %	0,48 %
2020	172.686	6,10 %	558	-40 %	0,32 %
2021	182.478	7,71 %	2042	73 %	1,12 %

Sumber: Data CUPK diolah (2022)

Dari data tabel diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan anggota untuk menggunakan CUPK *Mobile* sangat rendah, permasalahan ini kemungkinan ketidaktahuan anggota tentang penggunaan, manfaat serta kepuasan dan kepercayaan anggota menggunakan CUPK *Mobile*. Berangkat dari permasalahan inilah maka penulis ingin meneliti lebih jauh lagi apakah ada pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan terhadap kepuasan dan kepercayaan menggunakan CUPK *Mobile*. Jumlah anggota yang mengunduh aplikasi CUPK *Mobile* mencapai 2042, hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan CUPK *Mobile* tidak memenuhi harapan lembaga CUPK dimana penggunanya hanya 1,21% dari jumlah anggota CUPK, data tersebut dapat dilihat pada tabel 1.2 dibawah ini.

Tabel 1.2.  
Pengguna CUPK *Mobile* Aktif dan Pasif

Tahun	Pengguna aktif		Pengguna pasif		Gender		Total pengguna CUPK <i>Mobile</i>
	Jumlah	%	Jumlah	%	L	P	
2018	659	99,50%	3	0,50%	383	279	662
2019	777	99,70%	2	0,30%	450	329	779
2020	550	98,60%	8	1,40%	279	279	558
2021	163	8,00%	1879	92,00%	862	1180	2042

Sumber: Data CUPK diolah (2022)

Melihat data yang ada pada tabel 1.2, bahwa adanya masalah yang harus pecahkan melalui penelitian yang komperhensif agar permasalahan tersebut

dapat diambil tindakan sehingga penggunaan *CUPK Mobile* sesuai yang diharapkan oleh Lembaga *Credit Union* Pancur Kasih agar pelayanan kepada anggota lebih maksimal serta efektif dan efisien dan penggunaannya semakin bertambah. Menurut Delone & McLean (2003), kualitas adalah masing-masing dimensi kualitas yang akan memiliki bobot yang berbeda tergantung pada tingkat analisisnya sehingga menimbulkan kepercayaan penggunaan produk.

Melihat komposisi market yang ada saat ini masih mempunyai peluang yang sangat besar untuk pengguna *CUPK Mobile* kedepan. *Credit Union* Pancur Kasih harus mengambil langkah dalam meningkatkan pemasaran dan pengetahuan tentang manfaat, kemudahan-kemudahan pada fitur yang ada serta aplikasi *CUPK Mobile* kepada anggota, sehingga anggota mau menggunakannya. Kendala besar yang dihadapi oleh *Credit Union* Pancur Kasih dalam meluncurkan aplikasi *CUPK Mobile* salah satunya jaringan internet.

Adapun sebaran anggota *Credit Union* Pancur Kasih sebagian besar tinggal diwilayah atau daerah yang tidak terjangkau jaringan internet. Sinyal internet sangat penting dalam menunjang pemanfaatan aplikasi *mobile*, tanpa jaringan internet maka sebuah aplikasi yang berkaitan dengan internet akan mengalami kendala besar dan ada kemungkinan tidak dimanfaatkan dengan baik oleh anggota. Selain jaringan internet pengguna juga harus familiar dan mampu menggunakan perangkat seperti *smartphone*. Penelitian ini didukung oleh sumber-sumber penelitian terdahulu.

Guspul & Ahmad (2014), menyatakan bahwa pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah, hasilnya mengatakan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dalam situasi saat ini kemajuan dan perkembangan teknologi informasi sangat penting telah mempengaruhi organisasi, industri perbankan seperti halnya *mobile banking* salah satu merupakan wujud dari kemajuan teknologi tersebut. Menurut Jogiyanto, (2019) seseorang akan menggunakan teknologi apabila suatu teknologi tersebut dapat memberikan manfaat kepada mereka. Informasi sangat bermanfaat dalam menunjang mobilitas yang terkait, Menurut Luarn & Lin (2005), informasi ini benar-benar dapat membantu perusahaan *mobile banking* untuk menarik

pelanggan, dan juga dapat membantu mereka menemukan mengapa pelanggan saat ini dan non-pengguna menghindari menggunakan sistem *mobile banking* yang ada. Menurut Suoranta & Mattila (2004), namun demikian pasar layanan *mobile banking* masih dalam masa pertumbuhan, meninggalkan banyak ruang untuk pengembangan.

Menurut Jogiyanto (2019), menyatakan bahwa persepsi kemudahan yaitu ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi yakin mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya. Persepsi kemudahan adalah suatu pemikiran terhadap barang atau benda yang dalam penggunaannya tanpa memerlukan waktu dan kondisi yang sulit untuk melakukannya. Menurut Wahyuningtyas & Idiasuti (2015), Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Persepsi kemudahan ini akan berdampak pada personalitas atau perilaku yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem maka, semakin tinggi pula persepsi pemanfaatan teknologi informasi.

Kotler & Keller (2009), menyatakan bahwa kepuasan (*satisfaction*) adalah suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jurnal dengan judul; Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan *Mobile Banking* (M-Banking) Pada Bank BCA Cabang Banda Aceh. Menurut Sutjiawan & Japarianto (2014) menyatakan bahwa semakin baik kepuasan pelanggan pada hotel, semakin tinggi loyalitas pelanggan terhadap hotel yang disebabkan kepuasan yang dirasakan pelanggan. Menurut Cengiz, (2010), bahwa kepuasan pelanggan adalah sebuah konsep abstrak dimana kepuasan yang sebenarnya bervariasi dari individu terhadap produk, tergantung pada sejumlah harapan individu. Menurut Mahendra & Indriyani, (2018), kepercayaan pelanggan (*trust*) merupakan pondasi dari bisnis yang merupakan cara untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen (Laely, 2016). Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2012) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang

muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Bagi anggota, *CUPK Mobile* memberikan keuntungan transaksi keuangan yang nyaman. Pelanggan dapat melakukan transaksi keuangan kapan saja dan di mana saja, bahkan saat mereka bergerak. Namun, manfaat ini hanya berharga ketika pelanggan mulai mempercayai layanan *CUPK Mobile*. Secara khusus, layar yang sempit dan kecepatan proses pelayanan *CUPK Mobile* yang lambat membuat pengguna awal sulit untuk mempercayai layanan tersebut, maka diperlukan proses layanan yang cepat.

Salaswati, (2010), adanya pemisah secara fisik antara bank dengan nasabahnya, tidak adanya interaksi secara fisik antara bank dengan konsumennya, dan tidak adanya interaksi secara fisik antara konsumen dan karyawan bank sehingga kepercayaan dari konsumen adalah yang terpenting bagi bank. Menurut Isiarani, (2014), untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan nasabahnya, bank harus selalu berkomunikasi dengan nasabahnya, sehingga nasabah merasa aman dan percaya terhadap bank tersebut karena nasabah dapat dengan mudah memperoleh informasi yang mereka inginkan dari bank. Menurut Mahendra & Indriyani, (2018), kepercayaan yang tinggi oleh konsumen terhadap perusahaan akan dapat memberikan rasa puas konsumen dalam menggunakan produk atau jasa perusahaan, Widiyanto mengemukakan bahwa kepercayaan pelanggan (*trust*) merupakan dasar dari suatu bisnis merupakan suatu cara untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen (Laely, 2016).

Menurut Peter & Olson (2014), mendefinisikan bahwa keputusan penggunaan merupakan proses dimana seseorang menyatukan dan mengolah pengetahuan yang digunakan untuk mengevaluasi dari dua pilihan alternatif atau lebih untuk dipilih salah satunya. Sedangkan kepercayaan menurut Artha (2011), bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *e-commerce*. Kepercayaan salah satu faktor yang perlu diperhatikan oleh penyedia jasa agar tetap menjadi pilihan bagi pengguna inilah yang menjadi alasan penulis melakukan penelitian persepsi manfaat, persepsi kemudahan terhadap kepuasan dan kepercayaan dalam menggunakan *CUPK Mobile*. Ada beberapa faktor yang

mempengaruhi kepercayaan diantaranya; persepsi manfaat, persepsi kemudahan, terhadap kepuasan dan kepercayaan menggunakan CUPK *Mobile*.

Alasan penulis memilih Lembaga *Credit Union* Pancur Kasih untuk objek penelitian:

1. *Credit Union* Pancur Kasih salah satu *Credit Union* (CU) terbesar di Kalimantan Barat
2. CUPK memiliki aset 2,9 triliun Rupiah
3. Jumlah anggota 182.478 anggota
4. Memiliki kantor cabang sebanyak 50 kantor pelayanan dan 5 kantor kas
5. CUPK salah satu CU tertua di Kalimantan Barat
6. Memiliki layanan aplikasi CUPK *Mobile* dan ATM
7. CUPK tempat studi banding dalam dan luar negeri sebagai salah satu barometer CU terbaik di Indonesia.

## **1.2. Rumusan Masalah**

### **1.2.1. Pernyataan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang diatas, maka dapat diketahui bahwa pengguna aplikasi CUPK *Mobile* masih sangat rendah dengan jumlah pengunduh sebanyak 2042, jika dibandingkan dengan jumlah anggota cupk 182.478, dapat diketahui pengguna CUPK *Mobile* baru mencapai 1,21%. Dari data tersebut jumlah anggota yang tidak menggunakan CUPK *Mobile* masih sangat tinggi dengan presentase 98,88%. Data pada tabel 1.2. menunjukkan masih banyaknya pengguna pasif, ditahun 2021 pengguna pasif dengan presentase yang sangat tinggi 92,0% dari jumlah pengguna. Berangkat dari masalah inilah peneliti ingin meneliti lebih komperhensif agar dapat mengetahui penyebab dan sumber masalah sesuai harapan lembaga *Credit Union* Pancur Kasih dalam memberikan pelayanan yang berkualitas bagi anggota, dengan harapan bahwa anggota dapat memaksimalkan penggunaan CUPK *Mobile* untuk memberikan manfaat, kemudahan, kepuasan serta kepercayaan menggunakan CUPK *Mobile* untuk kemudahan bertransaksi bagi anggota *Credit Union* Pancur Kasih.

### 1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Menurut permasalahan dari latar belakang penelitian yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah persepsi manfaat CUPK *Mobile* berpengaruh terhadap kepuasan anggota CUPK?
2. Apakah persepsi kemudahan CUPK *Mobile* berpengaruh terhadap kepuasan anggota CUPK?
3. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap kepercayaan anggota CUPK menggunakan CUPK *Mobile*?
4. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap kepercayaan anggota cupk menggunakan CUPK *Mobile*?
5. Apakah Kepuasan anggota CUPK berpengaruh terhadap kepercayaan anggota menggunakan CUPK *Mobile*?
6. Apakah persepsi manfaat berpengaruh secara tidak langsung terhadap kepercayaa anggota melalui kepuasan?
7. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh secara tidak langsung terhadap kepercayaa anggota melalui kepuasan?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, perumusan masalah, dan pertanyaan penelitian yang telah dikemukakan, maka dapat disampaikan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi manfaat CUPK *Mobile* terhadap kepuasan anggota CUPK.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan CUPK *Mobile* terhadap kepuasan anggota CUPK.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi manfaat CUPK *Mobile* terhadap kepercayaan anggota CUPK.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan CUPK *Mobile* terhadap kepercayaan anggota CUPK.

5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan CUPK *Mobile* terhadap kepercayaan anggota CUPK.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi manfaat secara tidak langsung terhadap variabel kepercayaan melalui variabel kepuasan.
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan secara tidak langsung terhadap kepercayaan melalui variabel kepuasan.

#### **1.4. Kontribusi Penelitian**

##### **1.4.1. Kontribusi Teoritis**

Hasil temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memperbaiki teori yang sudah ada dan menemukan terori-teori baru, serta berkontribusi bagi pihak-pihak yang memerlukan data-data serupa untuk penelitian selanjutnya. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pengayaan dan pengembangan ilmu dibidang manajemen pemasaran, terkait dengan variable persepsi manfaat, persepsi kemudahan terhadap kepuasan dan kepercayaan anggota menggunakan CUPK *Mobile*. Dan berkontribusi bagi lembaga *Credit Union* Pancur Kasih, sebagai saran dan masukan untuk dipertimbangkan dalam mengambil langkah selanjutnya.

##### **1.4.2. Kontribusi Praktis**

- a. Berkontribusi bagi penulis dalam memperkaya ilmu dan penerapannya dimasyarakat.
- b. Berkontibusi bagi peneliti-peneliti yang akan melakukan penelitian serupa, sehingga dapat ditemukan hal-hal baru dengan tambahan variabel baru untuk memperkaya ilmu dibidang pemasaran.
- c. Berkontribusi sebagai referensi bagi Lembaga *Credit Union* Pancur Kasih dalam mengambil tindakan selanjutnya agar pelayanan kepada anggota CUPK semakin baik.

## 1.5. Gambaran Kontekstual Penelitian

### 1.5.1. Profil *Credit Union* Pancur Kasih (CUPK).

Koperasi Simpan Pinjam (KSP) *Credit Union* Pancur Kasih adalah *Credit Union* (CU) yang berbadan hukum nomor:735/BH/X, tanggal 26 Desember 1996. Sejarah berdirinya KSP CUPK tahun 1985, beberapa orang dari Yayasan Karya Sosial Pancur Kasih (YKSPK) mengikuti kursus dasar CU yang diselenggarakan atas kerjasama Pengembangan Sosial Ekonomi (PSE) Keuskupan Agung Pontianak dengan Badan Koordinasi Koperasi Kredit Indonesia (BK3I). CU Pancur Kasih (12 Mei 1985) berdirilah CU Laboratorium Khatulistiwa Bakti, yang sebagian besar pengurus YKSPK menjadi anggotanya. Koperasi Simpan Pinjam (KSP) *Credit Union* Pancur Kasih berkantor pusat di Jalan 28 Oktober Nomor 87, Rt.005, Rw.022, Kelurahan Siantan Hulu, Kecamatan Pontianak Utara, Kota Pontianak 78241 Kalimantan Barat. KSP *Credit Union* Pancur Kasih memiliki 55 (lima puluh lima) Kantor Tempat Pelayanan (TP), yang tersebar di 2 (dua) kota dan 11 (sebelas) Kabupaten kota di Kalimantan Barat. Inilah daftar kantor Tempat Pelayanan KSP *Credit Union* Pancur Kasih dapat dilihat dalam tabel 1.3:

Tabel.1.3.  
Daftar Kantor CUPK

No.	KOTA/KABUPATEN	NAMA TP	ALAMAT
1	Kota Pontianak	Siantan	Jl. 28 Oktober No.87, Kota Pontianak
		Sungai Jawi	Jl. KHW.Hasyim No.195-196, Kota Pontianak
		Kota Baru	Jl. Prof.M.Yamin No.05, Kec. Pontianak Selatan
		Jeruju	Jl. Kom Yos Sudarso, Kota Pontianak
2	Kubu Raya	Sungai Durian	Jl. Sukarno Hatta, Km 14, Kubu Raya
		Sungai Raya Dalam	Jl. Sungai Raya Dalam, Kubu Raya
		Sungai Ambawang	Jl. Tras Kalimantan, Sungai Ambawang
		Batu Ampar	Jl.H.Buhang Atim, Kubu Raya
3	Mempawah	Sunagi Pinyuh	Jl. Raya Pontianak, Sungai Pinyuh, Kab. Mempawah
		Toho	Jl. Raya Toho, Desa Pak Laheng, Kab. Mempawah

No.	KOTA/KABUPATEN	NAMA TP	ALAMAT
		Sadaniang	Desa Amawang, Kec. Sadanian, Kab. Mempawah
4	Landak	Kayu Tanam	Desa Kayu Tanam, Kab. Landak
		Menjalin	Jl. Simpang Raba, Kec. Menjalin, Kab. Landak
		Karangan	Jl. Raya Karang-an-Sompak, Kec. Mempawah Hulu
		Darit	Jl. Pramuka, Desa Darit, Kab. Landak
		Sebadu	Desa Sebadu, Kec. Mandor, Kab. Landak
		Aur Sampuk	Jl. Raya Aur Sampuk, Desa Aur Sampuk, Kab. Landak
		Pahauman	Jl. Kubu, Desa Tumahe, Kec. Sengah Temila, Landak
		Sidas	Jl. Raya Sidas, Desa Sidas, Kab. Landak
		Meranti	Desa Meranti, Kec. Meranti, Kab. Landak
		Parek	Desa Parek, Kec. Air Besar, Kab. Landak
		Serimbu	Desa Sepangah, Kab. Landak
		Kuala Behe	Desa Kuala Behe, Kab. Landak
		Nahaya	Desa Amboyo Selatan, Kab. Landak
		Ngabang	Jl. Pemuda, Kec. Ngabang, Kab. Landak
Jelimpo	Jl. Raya Ngabang, Desa Jelimpo, Kab. Landak		
		Samih	Desa Agak, Kec. Sebangki, Kab. Landak
5	Ketapang	Balai Bekuak	Jl. Trans Kalimantan Desa Balai Bekuak, Kab. Ketapang
6	Kayong Utara	Teluk Batang	Jl. GM. Saunan, Kec. Teluk Batang, Kab. Kayong Utara
7	Sanggau	Tayan	Jl. Pembangunan Tayan Hilir, Kab. Sanggau
		Batang Tarang	Jl. Angkasa Puri, Dusun Melaban, Kec. Balai Kab. Sanggau
		Sosok	Jl. Raya Sosok, Kab. Sanggau
		Kembayan	Jl. Raya Kembayang, Kal. Sanggau
		Balai Karang-an	Jl. Lintas Sekayam, Kec. Balai Karang-an, Kab. Sanggau
		Balai Sebut	Jl. Merakai No.1, Kec. Balai Sebut, Kab. Sanggau
		Bonti	Jl. UDKP, Desa Bonti, Kab. Sanggau
		Bodok	Jl. Merdeka, Desa Pusat Damai, Kab. Sanggau
8	Sekadau	Sekadau	Jl. Merdeka Timur, Desa Mungguk, Kab. Sekadau
		Tapang Pulau	Desa Tapang Pulau, Kec. Belitang Hilir,

No.	KOTA/KABUPATEN	NAMA TP	ALAMAT
			Kab. Sekadau
9	Sintang	Sintang	Jl. Oevang Uray, Bening Kota, Kab. Sintang
10	Melawi	Nanga Pinoh	Jl. Provinsi Sintang-Pinoh, Kec. Sidomulyo, Kab. Melawi
11	Singkawang	Singkawang	Jl. Yohana Godang, Kel. Pasiran, Kota Sinkawang
12	Bengkayang	Capkala	Jl. Ps. Gunung, Desa Sungai Pangkalan, Kec. Sungai Raya
		Samalantan	Jl. Bengkayang-Singkawang, Kec. Samalantan, Kab. Bengkayang
		Bengkayang	Jl. Perwira No.7, Kel. Bumi Seballo, Kab. Bengkayang
		Tujuh Belas	Paket B, Kec. Tujuh Belas, Kab. Bengkayang
		Ledo	Jl. Raya Ledo, Desa Lesabela, Kab. Bengkayang
		Sanggau Ledo	Jl. Randam, Desa Lambang, Kec. Sanggau Ledo, Kab. Bengkayang
		Seluas	Jl. Dwikora, Desa Seluas Kab. Bengkayang
13	Sambas	Pemangkat	Jl. Sejahtera No.136, Kec. Pemangkat, Kab. Sambas
		Tebas	Jl. Raya Tebas, Kab. Sambas
		Subah	Jl. Pasar Subah, Kec. Subah, Kab. Sambas
		Sambas	Jl. Saing Rambli, Dusun Sunsung, Desa Saing Rambli, Kab. Sambas
		Sampurna	Dusun Karang Sari, Desa Sempurna, Kec. Subah Kab. Sambas
		Aruk	Jl. Border Desa Sebunga, Kec. Sajingan Besar, Kab. Sambas

Sumber : Data CUPK Diolah (2022)

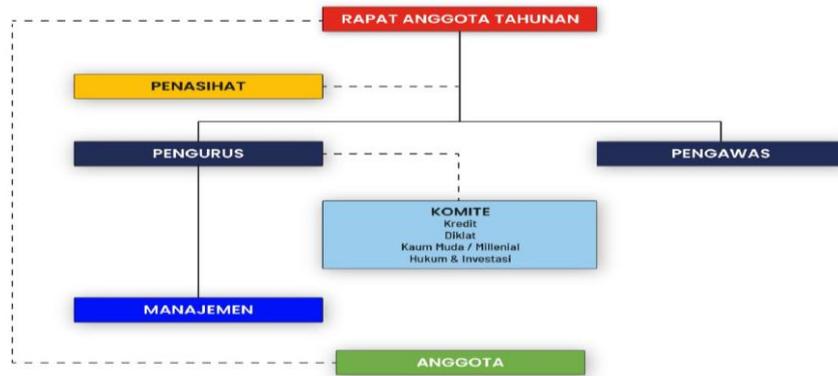
### 1.5.2. Struktur Organisasi CUPK

Menurut Hasibuan (2010), struktur organisasi adalah suatu gambar yang menggambarkan tipe organisasi, pendepartemenan organisasi kedudukan, dan jenis wewenang pejabat, bidang dan hubungan pekerjaan, garis perintah dan tanggung jawab, rentang kendali dan sistem pimpinan organisasi.

Dibawah ini dapat kita lihat struktur organisasi *Credit Union* Pancur Kasih sebagai berikut:

**STRUKTUR ORGANISASI KSP CU PANCUR KASIH**

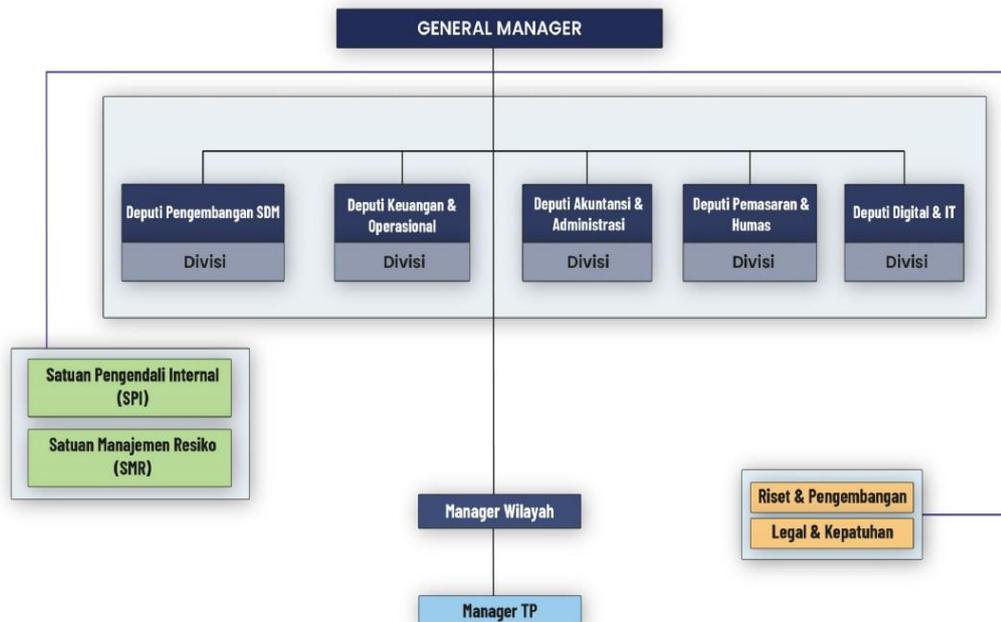
Badan Hukum No: 735/BH/X, 26 Desember 1996



Gambar 1.1. Struktur Organisasi KSP CU Pancur Kasih  
Sumber: SK Pengurus No.637/CUPK/PG/SK-SO/V/2022

**STRUKTUR MANAJEMEN KSP CU PANCUR KASIH**

Badan Hukum No: 735/BH/X, 26 Desember 1996



Gambar 1. 2 . Struktur Manajemen KSP CU Pancur Kasih  
Sumber : Data SK Pengurus KSP CUPK Diolah (2022)

### 1.5.3. Jenis Layanan CUPK

Layanan adalah mengenai jasa berfokus pada penawaran kepada pelanggan, sehingga jasa atau pelayanan merupakan segala sesuatu pada level abstrak dan bisa dioperasionalkan dan interpretasikan dengan cara yang berbeda. Pelayanan pada level empiris mencakup berbagai perbedaan penawaran, organisasi, dan pelanggan, (Edverdsson *et.al*, 2005). Produk-produk dan layanan yang ditawarkan *Credit Union* Pancur Kasih terdiri dari dua jenis produk Simpanan dan Pinjaman, dan produk layanan. Peraturan pengurus nomor 001 tahun (2022) tentang keanggotaan, produk, bantuan, solidaritas dan pewarta dan Produk Simpanan dan pinjaman serta solidaritas.

#### A. Layanan *Automated Teller Machine* (ATM).

ATM adalah layanan yang dihadirkan oleh CUPK untuk meningkatkan pelayanan transaksi secara mandiri, dengan melakukan penarikan simpanan secara tunai pada mesin yang telah disediakan. Untuk melakukan penarikan simpanan tentu anggota wajib terdaftar sebagai pengguna dan anggota mendapatkan kartu ATM yang selanjutnya disebut kartu ATM CUPK. Layanan ini didukung oleh fitur-fitur dan akomodasi seperti; 1). Kartu *Automated Teller Machine* (ATM) adalah Kartu Layanan digital yang disediakan Koperasi Simpan Pinjam CUPK untuk bertransaksi melalui mesin ATM atau perangkat lainnya yang ditentukan, 2). Kartu ATM CUPK diberikan kepada anggota yang memiliki rekening Pangari sebagai sumber dana, 3). Kartu ATM diberikan kepada anggota yang mengajukan permohonan pembuatan kartu ATM. 4). Kartu ATM dan PIN diterbitkan atau dikeluarkan oleh *Card Centre* di Kantor Pusat Koperasi Simpan Pinjam CUPK. Peraturan pengurus koperasi simpan pinjam cu pancur kasih nomor 001 tahun 2022. 5). *Personal Identification Number* (PIN) hanya diketahui oleh pemegang kartu ATM. 6). Kartu ATM dan PIN tidak dapat dipindah-tangankan kepada siapapun, 7). Pemegang kartu bertanggung jawab sepenuhnya atas penyalahgunaan kartu yang dilakukan oleh pihak lain, 8). Adapun bentuk gambar dari kartu ATM yang dimiliki CUPK dapat kita lihat pada gambar 1.3 sebagai berikut:



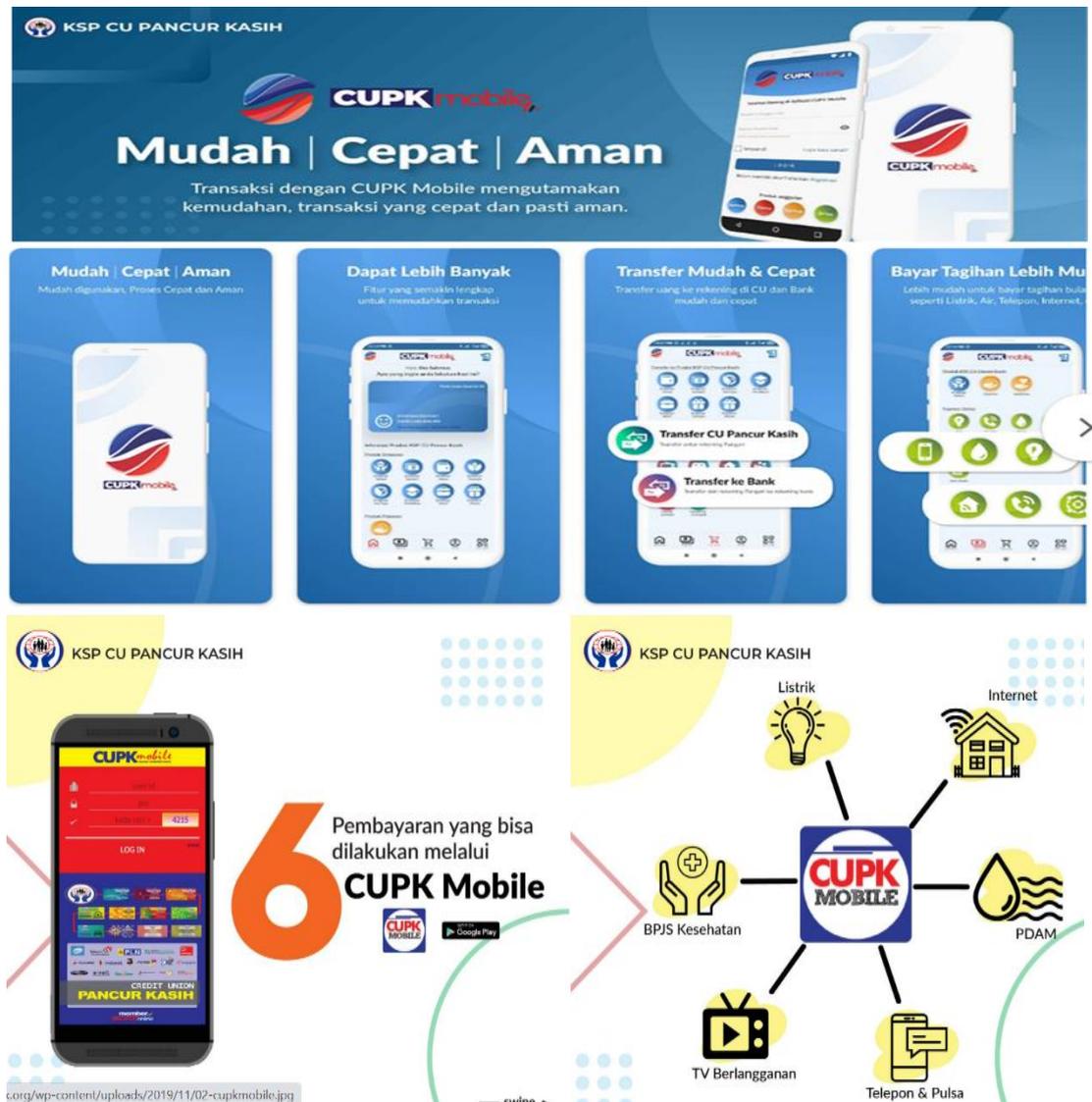
Gambar 1.3. Kartu ATM KSP CU Pancur Kasih  
Sumber : Data CUPK Diolah (2022)

#### B. Aplikasi CUPK *Mobile*.

*Mobile banking* adalah manifestasi dari fasilitas yang memungkinkan penggunaannya dapat melakukan transaksi perbankan melalui *smartphone*. Aplikasi layanan *mobile banking* terdapat beberapa fitur atau menu yang tersedia didalam aplikasi yang dapat digunakan oleh pengguna sesuai kebutuhan. *Mobile banking* memberikan kemudahan jika dibandingkan dengan aplikasi *Short Message Service* (SMS) banking karena pelanggan atau nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS banking. Untuk pemanfaatan *mobile banking* nasabah wajib mendaftarkan diri terlebih dahulu ke bank yang bersangkutan.

Pengguna dapat memanfaatkan layanan *mobile banking* dengan cara mengakses atau membuka menu yang telah tersedia pada aplikasi yang terinstal di ponsel. Apabila nasabah menggunakan *mobile banking* melalui aplikasi yang terinstal di ponsel, nasabah harus mengunduh aplikasi agar terinstal didalam *smartphone*. Pada saat membuka aplikasi tersebut nasabah harus memasukkan *User-ID* dan *password* untuk *login*, kemudian dapat memilih fitur transaksi yang tersedia dan diminta memasukkan *one time password* (OTP) saat

menjalankan transaksi. Adapun CUPK *Mobile* memiliki fitur-fitur yang mudah dipahami dan dioperasikan fitur tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.4.berikut.



Gambar 1. 4. Fitur dan Skema Transaksi CUPK Mobile  
Sumber: Data dari CUPK Diolah (2022)

#### 1.5.4. Upaya-upaya yang dilakukan CUPK untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan dan loyalitas anggotanya.

Luarn & Lin (2003), pada layanan *online travelling* melalui *e-service* menyatakan bahwa kepercayaan, kepuasan konsumen, penilaian konsumen dan komitmen berpengaruh terhadap loyalitas. Sedangkan menurut Kotler (2003),

mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepercayaan anggota adalah kunci utama yang paling penting diperhatikan agar organisasi tetap bertumbuh. Adapun upaya yang dilakukan oleh CUPK agar anggotanya merasa puas dan loyal sebagai berikut:

a. Pendidikan Anggota

Pendidikan merupakan salah satu hal yang terpenting bagi semua orang, Pendidikan yang diterima dari pengajaran secara lisan maupun tulisan yang diterima pada bangku sekolah akan merubah pemahaman dan pandangan akan segala sesuatu yang ditemui dalam kehidupan manusia. Demikian halnya, CUPK juga menerapkan Pendidikan bagi seluruh anggotanya. Diharapkan dengan memberikan pemahaman bagi anggota, maka anggota dapat memahami dan mengetahui apa yang menjadi haknya dan apa yang menjadi kewajibannya serta anggota juga dapat menerima anggaran dasar dan anggaran rumah tangga CUPK. Anggota juga diberikan pemahaman dasar tentang pengelolaan keuangan yang biasa disebut Pendidikan Literasi Finansial (FL), pendidikan ini diberikan kepada semua anggota agar anggota dapat mengelola keuangan rumah tangganya dengan baik.

b. Produk Simpanan dan Pinjaman

Philip Kotler, (2009) produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas anggota, maka CUPK memberikan layanan dan produk yang bersaing dipasar dan dapat menjawab kebutuhan anggota, adapun jenis-jenis produk Simpanan: Saaleatn, Pangari, Sipintar, Tipara, Griya, Kendaraan, Wisata, Sisuka dan Sehat, sedangkan produk pinjaman adalah pinjaman Pendidikan, Kredit Menambah Simpanan, Serbaneka, Pinjaman Perumahan, Pinjaman Kendaraan, Pinjaman Usaha, Pinjaman Modal Kerja, Pinjaman Pertanian dan Peternakan, Perkebunan, Wisata, Kesehatan, dan Pinjaman dibawah simpanan.

c. Bantuan Solidaritas, Kesehatan dan Kematian

Sumber: Peraturan Pengurus nomor 001 Tahun 2022 tentang Keanggotaan, Produk, Bantuan, Solidaritas dan Pewarta. Bantuan merupakan wujud kepedulian dan penghargaan lembaga kepada anggota yang berpartisipasi aktif dalam mengembangkan Koperasi Simpan Pinjam CU Pancur Kasih. Adapun bantuan yang dimaksud adalah bantuan Berobat yang disebut “Solkes”, bantuan Kematian yang disebut “Panabas”, bantuan rawat inap dan bantuan ibu melahirkan yang disebut bantuan Simelda. Bantuan-bantuan tersebut dapat diberikan kepada anggota yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan dengan Surat Keputusan Pengurus CUPK.

d. Pendampingan usaha

Pendampingan adalah bentuk kepedulian CUPK terhadap kemajuan usaha anggota, pendampingan dilakukan bagi anggota yang mengajukan pinjaman dengan tujuan modal peternakan, pertanian, perkebunan dan usaha lainnya. Dengan adanya pendampingan ini diharapkan anggota pinjaman yang diberikan kepada anggota tepat sasaran dan guna, sehingga usaha yang ditopang melalui pemberian kredit dapat berhasil. Usaha yang berkembang dengan baik tentu akan memberikan dampak yang baik terhadap pertumbuhan ekonomi serta peningkatan kesejahteraan dan implikasinya juga berdampak pada kemampuan anggota mengembalikan atau mengangsur pinjamannya dengan harapan sesuai perjanjian pinjaman.

e. Pemberdayaan

Menurut Edi Suharto (2009), pemberdayaan merujuk pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam:

1. Memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan (*freedom*), dalam arti bukan saja bebas mengemukakan pendapat, melainkan bebas dari kelaparan, kebodohan, dan bebas dari kesakitan
2. Menemukan dan menggali sumber-sumber produktif yang memungkinkan anggota dapat meningkatkan pendapatan dan memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka butuhkan.