

PELATIHAN *SERVQUAL* LEMBAGA PERKREDITAN DESA (LPD)

Oleh
I Gede Putu Kawiana
Universitas Hindu Indonesia Denpasar

ABSTRACT

*Increasing the intensity of competition requires that every organization always pay attention to the dynamics of customer needs, wants and preferences and try to fulfill them in a way that is more effective and efficient compared to its competitors. The results of research on organizations that implement *SERVQUAL* (Service Quality) dimensions are proven as organizations that have sustainable competitiveness. LPD as a financial service institution should strive to provide quality services to its customers, but empirical data shows that in 2015 and 2016, around 28% of LPDs in Bali are still performing poorly. Performance is influenced by various factors, one of which is service quality. Filling in the gap, the *SERVQUAL* training is very necessary for the LPD. The purpose of this training is to motivate LPDs to intensively implement the *SERVQUAL* (Reliability, Tangiable, Responsiveness, Assurance, Emphaty) dimensions so that they become the LPD's organizational culture. Achieving these objectives is done through training with lecture methods, question and answer and demonstration. The implementation of this training went well and smoothly, and was able to motivate the management and LPD employees to implement the *SERVQUAL* dimension.*

Keywords: *SERVQUAL* (Reliability, Tangiable, Responsiveness, Assurance, Emphaty,)

1. Pendahuluan

Keberadaan LPD di desa *pakraman* tidak lain merupakan strategi politik ekonomi *Arthasastra* dalam hal pendapatan *desa pakraman*, sebagai struktur masyarakat terbawah dalam organisasi pemerintahan tradisional. LPD sebagai bentuk penyesuaian diri untuk menjawab tantangan terhadap kondisi perekonomian yang kompleks (ekonomi global) sebagai akibat adanya transformasi budaya pertanian kepada budaya industri. LPD ini diharapkan menjadi fungsi manifestasi dari keberadaan *desa pakraman*.

LPD sebagai sebuah lembaga keuangan tidak terlepas dari lingkungan bisnis yang semakin kompleks. Kompleksitas lingkungan bisnis LPD dapat berupa tantangan baik yang datang dari dalam maupun dari luar LPD. Cendikiawan, (2004) mengidentifikasi tantangan LPD sebagai berikut: Pertama, tantangan yang datangnya dari dalam LPD berupa : kualitas sumber daya manusia terbatas, budaya melayani bukan diyalani, teknologi informasi dan inovasi belum optimal, penerapan fungsi-fungsi manajemen. Kedua, tantangan yang datangnya dari luar LPD berupa : persaingan antar lembaga keuangan, pemberitaan LPD yang tidak seimbang antara yang bermasalah dengan yang berhasil, penerapan *awig-awig*, pengawasan belum maksimal, dana pembinaan perlu transparan, rencana kerja kurang disosialisasikan, isu pajak sering dijadikan komoditi oleh pesaing-pesaing LPD, ijin operasional bank dan denda bagi pengurus.

Dalam kondisi persaingan LPD harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabahnya. Pelayanan berkualitas akan memberikan kepuasan kepada nasabah LPD. Reynold and Beatty (1999) berhasil membuktikan bahwa kepuasan nasabah akan mempengaruhi loyalitas dan niat ulang untuk melakukan pembelian/menikmati jasa yang telah diterima.

Dimensi kualitas layanan telah diusulkan oleh penulis *Le Blanc* dan *Nguyen* dalam Barnes (2003: 54) yang menyebutkan bahwa *image perusahaan, organisasi internal, dan tingkat kepuasan konsumen merupakan faktor penentu mutu/kualitas layanan*. Gronroos dalam Tjiptono dan Candra (2005 : 140) mengungkapkan tiga dimensi kualitas layanan meliputi : (a) Kualitas teknis suatu layanan (*the technical quality of the outcome*), yaitu hasil akhir yang diterima oleh konsumen. *The technical quality of the outcome* ini dirinci menjadi 3 tipe: *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, *Experience quality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengkonsumsi jasa, contohnya ketepatan waktu, kecepatan layanan dan kerapian hasil dan *Credence quality*, yaitu kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa. (b) Kualitas fungsional dari proses

layanan (*the functional quality of the process it self*), yakni bagaimana suatu layanan diberikan. Hal ini berkaitan dengan interaksi antara konsumen dan *service providers*, yang meliputi berbagai elemen seperti sikap dan perilaku karyawan, hubungan antara karyawan dan konsumen, dan tampilan layanan yang diberikan. (c) Citra perusahaan (*the corporate image*), yakni bagaimana konsumen melihat citra perusahaan. Citra perusahaan bisa dibangun dengan mutu teknis dan fungsional suatu layanan, yang pada akhirnya akan mempengaruhi persepsi mutu layanan. Komponen kualitas layanan yang paling banyak didiskusikan dalam literatur pemasaran jasa adalah preposisi yang diajukan oleh Parasuraman et al (1988), mereka mengajukan lima dimensi kualitas layanan yaitu:

- a) *Reliability*, kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya.
- b) *Tangible*, tampilan dari fasilitas fisik, peralatan, karyawan dan materi komunikasi.
- c) *Responsiveness*, keinginan untuk membantu konsumen dan menyajikan layanan yang cepat.
- d) *Assurance*, pengetahuan dan kesantunan karyawan dan kemampuan mereka untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen kepada perusahaan.
- e) *Emphaty*, perhatian tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada konsumen.

Dari pengertian di atas dapat diketahui bahwa ada dua unsur utama dalam kualitas layanan/jasa yaitu: layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima (*perceived service*). Apabila layanan yang diterima atau yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika layanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas layanan yang ideal. Sebaliknya jika layanan/jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas layanan/jasa akan dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan.

Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyediaan jasa dalam memenuhi harapan pemakaiannya secara konsisten.

Untuk itu kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas layanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa sebuah penyedia jasa dan bukan sebaliknya, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas layanan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu layanan/jasa.

Terciptanya kepuasan pelanggan melalui kualitas layanan ini akan memberikan beberapa manfaat di antaranya: terjalin hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan, yang mengarah pada tingkat ketahanan yang lebih tinggi (*customer retention*), dan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan yang mengarah pada pembelian berulang, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*), dan proporsi pembelanjaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan laba perusahaan.

2. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dalam beberapa kegiatan yaitu tahap survey dengan datang ke lokasi pengabdian, menyusun materi yang akan diberikan, penyusunan jadwal pemberian materi dan pembagian tugas tim pengabdian masyarakat.

Tahap sosialisasi dilaksanakan dengan datang kepada Ketua LPD Tumbak Bayuh, serta Ketua BKS (Badan Kerja Sama) LPD Kecamatan Mengwi menyampaikan maksud dan tujuan pengabdian ini. Pada tahap ini dilakukan juga jalinan kerja sama dan menentukan jadwal kegiatan pengabdian. Tim Pelaksana kegiatan pengabdian ini adalah sejumlah dosen Program Studi Manajemen FE Unhi. Peserta pengabdian adalah 3 orang pengurus dan 18 orang karyawan LPD Desa Pakraman Tumbak Bayuh. Usia peserta pelatihan antara 27 sampai 54 tahun.

Pelaksanaan pengabdian adalah Hari Sabtu dan Minggu tanggal 23 dan 24 Pebruari 2019. Tim pengabdian memberikan materi tentang Etika Kerja dan Tanggun Jawab Sosial LPD, Pelayanan Prima LPD dalam dimensi *SERQUALT*, Kepemimpinan dan Komunikasi serta Manajemen Perubahan dan Stres Kerja.

3. Hasil dan Pembahasan

Selama dua hari kegiatan pelatihan ini ada beberapa hal yang patut dibahas, pertama berkaitan dengan semangat dan motivasi peserta pelatihan. Untuk membangkitkan semangat dalam melaksanakan pelayanan di LPD, narasumber memberikan berbagai hasil penelitian dan bukti empiris bahwa organisasi yang melaksanakan pelayanan prima akan menjadi organisasi yang kompetitif dan berefek terhadap kesejahteraan pengurus dan karyawannya. Tampaknya materi ini menggugah semangat peserta dimana kesejahteraan berasal dari kerja keras pengurus dan karyawan, apalagi diberikan pemahaman tentang ajaran *karma phala*, di mana hasil akan diperoleh sebesar kerja yang telah dilakukan.

Kedua yang perlu dibahas adalah antusias peserta untuk mengikuti pelatihan. Setelah diberikan motivasi oleh para narasumber para peserta terlihat antusias menyimak dan berdiskusi dengan narasumber II dan III. Antusias ini disebabkan bahwa karyawan LPD merasa memiliki tanggung jawab untuk memajukan LPD demi kepentingan desa dan kesejahteraan mereka masing-masing. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh narasumber dengan peserta pelatihan, bahwa kegiatan ini diharapkan terus berlanjut minimal setiap tiga bulan sekali.

Pada sesi ketika pelatihan ini diisi dengan memainkan peran (model) dimana peserta pelatihan berperan sebagai nasabah dan karyawan yang melayani dengan berbagai skenario yang telah dibuat oleh tim pengabdian (narasumber). Contoh skenario yang diperankan adalah bagaimana menghadapi karakter nasabah yang berbeda beda, bagaimana menghadapi komplain dari nasabah serta memberikan pendampingan kepada nasabah yang memerlukan kredit usaha.

Kegiatan pengabdian ini mampu meningkatkan motivasi dan semangat pengurus serta karyawan dalam bekerja karena sudah tertanam di benak mereka bahwa melakukan pelayanan yang baik akan menguntungkan LPD sebagai penyedia jasa layanan kredit dan juga akan meningkatkan kesejahteraan mereka secara bersamaan.

Harapan peserta adalah adanya pelatihan berkelanjutan dari tim pada waktu waktu mendatang. Peserta juga mengharapkan untuk materi periode selanjutnya agar mereka dilibatkan mendiskusikan persoalan yang secara umum dihadapi LPD.

4. **Penutup**

Simpulan

Simpulan yang dapat ditarik setelah pelaksanaan pengabdian ini adalah : program pelatihan ini berjalan baik dan lancar serta mampu meningkatkan semangat dan motivasi pengurus serta karyawan LPD dalam menerapkan *SERVQUAL*. Menjadi pribadi yang kuat menghadapi berbagai kesulitan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Pelatihan ini mampu mengubah pandangan bahwa memberikan pelayanan kepada nasabah sama artinya memberikan pelayanan kepada Tuhan.

Saran

Setelah pelatihan ini diharapkan kepada pengurus LPD Desa Pakraman Tumbak Bayuh menyusun standar pelayanan yang baku, sebagai pedoman pelayanan jasa LPD serta yang tidak kalah pentingnya adalah menyebarluaskan materi pelatihan ini pada LPD diseluruh wilayah kerja BKS LPD Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung.

Ucapan Terima Kasih

Kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan lancar berkat partisipasi berbagai pihak. Saya dalam kesempatan ini sebagai penulis serta ketua tim pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Jero Bendesa Desa Pakraman Tumbak Bayuh, Ketua LPD Desa Pakraman Tumbak

Bayuh, Ketua BKS LPD Kecamatan Mengwi serta seluruh peserta pelatihan yang tidak saya sebutkan satu persatu.

Daftar Pustaka

- Barnes, James. G, 2003, *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)* penerbit Andi Yogyakarta.
- Cendikiawan I Nyoman, 2004, *LPD (Lembaga Perkreditan Desa) Tantangan dan Harapan Sekarang dan Masa Depan*, Makalah Seminar dengan tema : Era Globalisasi sebuah Tantangan bagi LPD.
- Kotler, Philip, Dipac C.jain dan Suvit Maesince, 2002, *marketing Moves ; A New Approach to Profit, Growth and Renewal*, Harvard Business School Press, Boston.
- Parasuraman, 1988, *A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, Journal of Retailing, Vol 64 No 1 Spring, pp 12 – 40.
- Reynolds, Kristy E, and Sharon E Beatty, 1999, *Customer Benefits and Company Consequences of Customer-Salesperson Relationships in Retailing*, Journal of Retailing, Volume 75 (1), pp 11 – 32.
- Supranto J, 2002, *Metode Riset Aplikasinya Dalam Pemasaran*, PT Rineka Cipta, Bandung
- Tjiptono, Fandi 2004, *Manajemen JasaService* ,penerbit Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi dan Gregorius Chandra, 2005, *Service Quaity Satisfaction*, penerbit Andi Yogyakarta.
- Zeithaml, Valerie A, 2002, *Service Quality Delivery Through Web Sites*, Journal of The Academy of Marketing Science, Vol 2 No 1 pp 11-25.
- 2002, Perda Provinsi Bali no 8, tentang Lembaga Perkreditan Desa
- 2012, Perda Provinsi Bali no 4, tentang Perubahan kedua Perda no 8 tahun 2002 tentang Lembaga Perkreditan Desa.