

Pengaruh *Word Of Mouth* dan Kualitas Pelayanan Kredit Terhadap Profit Koperasi Serba Usaha Mitra Rakyat Kantor Cabang Betro Juanda

Erlinda Yulia Damayanti⁽¹⁾

Hery Pudjoprastyono⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN Veteran Jawa Timur, Surabaya
e-mail: erlinda.linsyong@gmail.com

Diterima: 3 April 2022	Direvisi: 21 April 2022	Disetujui: 25 Juli 2022
------------------------	-------------------------	-------------------------

ABSTRACT

The economy is an important thing for human survival, because basically the economy is the main spear of human activity. In carrying out economic activities, humans also need activities that support these economic activities, including services from financial institutions and financial institutions such as banking services and cooperatives. In this study, it uses explanative quantitative research where in this explanative quantitative research it produces accurate data from the right calculations. The data collection method in this study was carried out by distributing questionnaires to 94 customers of KSU Mitra Rakyat who became customers in 2016-2020. In this study to analyze the data, the author uses the PLS technique. Word of mouth can have a significant positive effect on increasing profits at KSU Mitra Rakyat. This proves that Word of Mouth affects the increase. Quality of Credit Services has a significant positive effect on increasing profits at KSU Mitra Rakyat. The better the quality of credit services used, the higher the profit at KSU Mitra Rakyat. From the results of the research that has been done, the company must maintain recommendations, physical evidence and empathy. Furthermore, it must be further improved, in order to achieve the desired profit of the company.

Keywords: *Word of Mouth; Credit Service Quality; Profit*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh WoM dan kualitas pelayanan kredit terhadap peningkatan profit KSU Mitra Rakyat Cabang Betro. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif eksplanatif dimana dalam penelitian kuantitatif eksplanatif ini menghasilkan data yang akurat dari adanya perhitungan yang tepat. Metode pengumpulan data dalam penelitian kali ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terhadap nasabah KSU Mitra Rakyat yang menjadi nasabah pada tahun 2016-2020 sebanyak 94 nasabah. Untuk menganalisis data, digunakan teknik PLS. *Word of Mouth* dapat memberikan pengaruh signifikan positif terhadap meningkatnya profit di KSU Mitra Rakyat. Kualitas pelayanan kredit mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap meningkatnya profit di KSU Mitra Rakyat. Semakin bagus kualitas pelayanan kredit yang digunakan, semakin tinggi profit di KSU Mitra Rakyat. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, perusahaan harus tetap mempertahankan rekomendasi, bukti fisik dan empati. Selanjutnya harus lebih ditingkatkan, agar mencapai profit yang diinginkan perusahaan tersebut.

Kata kunci: *Word of Mouth; Kualitas Pelayanan Kredit; Profit*

Pendahuluan

Perekonomian adalah suatu hal yang penting bagi keberlangsungan hidup manusia, karena pada dasarnya ekonomi merupakan tombak utama aktivitas manusia. Dalam melakukan aktivitas perekonomian, manusia juga membutuhkan kegiatan pendukung aktivitas perekonomian tersebut diantaranya adalah jasa dari lembaga keuangan dan badan-badan keuangan seperti jasa perbankan dan koperasi. Lembaga keuangan dan badan-badan keuangan seperti perbankan dan koperasi ini menjadi hal yang penting dan riskan dalam segala aktivitas perekonomian. Di dunia ini telah benar-benar percaya jika jasa dari lembaga keuangan seperti perbankan dan koperasi merupakan sebuah alternatif dan solusi yang tepat dari berbagai permasalahan ekonomi yang dihadapi oleh masyarakat. (Fitriyani, 2010:12-15).

Untuk mencapai tujuan tersebut maka diperlukan suatu keunggulan dalam memberikan layanan jasa yang berkualitas, nantinya keunggulan inilah yang dapat membedakan penyedia jasa yang satu dengan penyedia jasa yang lain. Apabila penyedia jasa mampu menciptakan keunggulan kualitas pelayanan dan strategi pemasaran yang bersaing, maka keuntungan yang diperoleh penyedia jasa tersebut akan mencapai titik maksimal. Sama halnya dengan KSU Mitra Rakyat Kantor Cabang Betro Juanda, apabila dalam memasarkan produk, menentukan harga, memilih media promosi, memilih SDM, melakukan proses atau prosedur kredit dan kualitas saat melakukan pelayanan kredit sudah tepat maka tujuan KSU Mitra Rakyat Kantor Cabang Betro Juanda dalam meningkatkan profitabilitasnya akan berhasil dan tercapai.

Dari hasil pengamatan yang dilakukan, peneliti menemukan adanya kualitas pelayanan yang kurang efektif yang terjadi di KSU Mitra Rakyat Kantor Cabang Betro Juanda yakni dalam dimensi *responsiveness* dan *tangible* (Tjiptono, 2007) yang mana tidak efektifnya dimensi *responsiveness* ini terjadi karena kurangnya daya tanggap staff KSU Mitra Rakyat Kantor Cabang Betro Juanda dalam melayani nasabah seperti tidak adanya inisiatif dari staff (khususnya staff admin kredit yang berhubungan secara langsung oleh nasabah) untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah.

Selain itu adanya penyebaran *word of mouth* yang dilakukan oleh nasabah. Ketika nasabah telah memperoleh pengalaman peminjaman dana dan pelayanan di KSU Mitra Rakyat Kantor Cabang Betro Juanda tidak dijalankan dengan baik oleh nasabah yang disebabkan oleh beberapa faktor yakni adanya rasa malu dari nasabah untuk mengkomunikasikan informasi tersebut dan adanya sifat yang menurut beberapa orang adalah 'privasi' jika harus menyebarkan informasi atau pengalamannya tentang hutang maupun piutang. yang mana adanya kedua hal tersebut yakni kualitas pelayanan dan *word of mouth* dapat mempengaruhi Profit.

Menurut Baridwan, profit ialah beberapa kenaikan modal yang berasal dari semua transaksi atau suatu kejadian lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap perusahaan pada suatu periode (Baridwan, 2000). Maka dari itu, kondisi inilah yang menarik perhatian penelitian untuk melakukan penelitian guna memahami dan menganalisis lebih dalam mengenai Pengaruh *word of mouth* dan *kualitas pelayanan kredit* terhadap profit KSU Mitra Rakyat Kantor Cabang Betro Juanda.

Metode Penelitian

Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan penelitian Kuantitatif Eksplanatif dimana dalam penelitian kuantitatif eksplanatif ini menghasilkan data yang akurat dari adanya perhitungan yang tepat. Yang diketahui bahwa jumlah populasi nasabah yang ada di KSU Mitra Rakyat Kantor Cabang Betro Juanda pada tahun 2016-2020 sebesar 1.419 nasabah. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus slovin karena jumlah populasi sudah diketahui. Hasil dari perhitungan rumus slovin sejumlah 94 responden. Dengan teknik sampling berupa *non-probability sampling* memakai *purposive sampling*, yaitu peneliti memilih sampel purposive secara subyektif (Ferdinand, 2006). Pemilihan sampel bertujuan dilakukan karena mungkin saja peneliti telah memahami informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari satu kelompok sasaran tertentu.

Metode pengumpulan data dalam penelitian kali ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner tersebut, akan diperoleh dari bantuan staff administrasi yang memberikan nomor HP Nasabah untuk memudahkan penulis mengirim googleform sebagai media pengisian kuesioner. Untuk penilaian dari setiap jawaban yang diberikan oleh responden, peneliti menggunakan dengan analisis *partial least square* (PLS) yaitu skala *likert*.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Indikator validitas diukur dari nilai *factor loading* dari variabel ke indikatornya harus lebih besar dari 0,5 dan atau nilai *T-Statistic* lebih besar dari 1,96 (nilai Z pada $\alpha = 0,05$). *Factor loading* merupakan korelasi antara indikator dengan variabel, jika lebih besar dari 0,5 maka korelasi disebut valid dan jika nilai *T-Statistic* lebih besar dari 1,96 maka korelasinya disebut signifikan.

Berdasarkan pada tabel 1, indikator reflektif pada dimensi kehandalan (X2.1), daya tanggap (X2.2), jaminan (X2.3), empati (X2.4), dan bukti fisik (X2.5) dari variabel kualitas pelayanan (X1), serta indikator dari variabel *word of mouth* (X1) dan profit (Y) menunjukkan nilai *factor loading (original sample)* lebih besar dari 0,50 dan atau signifikan (nilai *T-Statistic* lebih dari nilai $Z \alpha = 0,05$ (5%) = 1,96), dengan demikian hasil estimasi seluruh indikator reflektif pada penelitian ini dikatakan memenuhi *convergent validity* atau validitas baik.

Tabel 1. Outer Loadings

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviat (STDEV)	Standard Error (STERR)	TStatistics (O/STERR)
X1.1.1 <- WORD OF MOUTH (X1)	0,949820	0,949216	0,009958	0,009958	95,387065
X1.1.2 <- WORD OF MOUTH (X1)	0,952064	0,950185	0,012580	0,012580	75,681051
X1.2.1 <- WORD OF MOUTH (X1)	0,934792	0,933992	0,014895	0,014895	62,756810
X2.1.1 <- Kehandalan (X2.1)	0,951049	0,950516	0,011250	0,011250	84,540457
X2.1.2 <- Kehandalan (X2.1)	0,948288	0,947270	0,013039	0,013039	72,724515
X2.2.1 <- Daya Tanggap (X2.2)	0,948292	0,947954	0,011466	0,011466	82,703759
X2.2.2 <- Daya Tanggap (X2.2)	0,948138	0,947586	0,012206	0,012206	77,675951
X2.3.1 <- Jaminan (X2.3)	0,950543	0,950521	0,012143	0,012143	78,278943
X2.3.2 <- Jaminan (X2.3)	0,951090	0,950781	0,012656	0,012656	75,146470
X2.4.1 <- Empati (X2.4)	1,000000	1,000000	0,000000		
X2.5.1 <- Bukti Fisik (X2.5)	1,000000	1,000000	0,000000		
Y1.1.1 <- PROFIT (Y)	0,881853	0,882202	0,027666	0,027666	31,874763
Y1.2.1 <- PROFIT (Y)	0,890740	0,892685	0,018607	0,018607	47,871339
Y1.3.1 <- PROFIT (Y)	0,898633	0,899885	0,019430	0,019430	46,248699

Sumber: Data Diolah, 2022

Pengukuran validitas indikator juga bisa dilihat dari tabel *cross loading*, apabila nilai loading faktor setiap indikator pada masing-masing variabel lebih besar daripada loading faktor tiap indikator pada variabel lainnya, maka loading faktor tersebut dikatakan valid, namun jika nilai loading faktor lebih kecil dari indikator dari variabel lainnya, maka dikatakan tidak valid.

Tabel 2 . Average Variance Extracted

	AVE
Bukti Fisik (X2.5)	1,000000
Daya Tanggap (X2.2)	0,899112
Empati (X2.4)	1,000000
Jaminan (X2.3)	0,904052
KUALITAS PELAYANAN (X2)	0,771727
Kehandalan (X2.1)	0,901872
PROFIT (Y)	0,792874
WORD OF MOUTH (X1)	0,894140
Responsiveness (X1.3)	0.802132
Tangibles (X1.1)	0.797867

Hasil pengujian AVE seperti yang ditunjukkan tabel 2, untuk konstruk kehandalan (X2.1), daya tanggap (X2.2), jaminan (X2.3), empati (X2.4), dan bukti fisik (X2.5), serta variabel kualitas

pelayanan (X1), *word of mouth* (X1), dan profit (Y) menunjukkan nilai *avarage variance extracted* (AVE) diatas *cut-off* 0,5, sehingga dapat dikatakan secara keseluruhan konstruk (dimensi) dan variabel dalam penelitian ini validitasnya baik.

Tabel 3. Composite Reliability

	Composite Reliability
Bukti Fisik (X2.5)	1,000000
Daya Tanggap (X2.2)	0,946876
Empati (X2.4)	1,000000
Jaminan (X2.3)	0,949609
KUALITAS PELAYANAN (X2)	0,964334
Kehandalan (X2.1)	0,948405
PROFIT (Y)	0,919893
WORD OF MOUTH (X1)	0,962031

Hasil pengujian *composite reliability* sesuai pada tabel 3, pada konstruk kehandalan (X2.1), daya tanggap (X2.2), jaminan (X2.3), empati (X2.4), dan bukti fisik (X2.5) serta variabel kualitas pelayanan (X1), *word of mouth* (X1), dan profit (Y) menunjukkan nilai *composite reliability* diatas *cut-off* 0,7, sehingga dapat dikatakan secara keseluruhan konstruk (dimensi) dan variabel dalam penelitian ini sudah reliabel.

Tabel 4. R -Square

	R Square
KUALITAS PELAYANAN (X2)	
PROFIT (Y)	0,854565
WORD OF MOUTH (X1)	

Tabel 4 menunjukkan nilai *R-square* untuk variabel profit (Y) sebesar 0,854565, artinya besarnya pengaruh variabilitas profit dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan *word of mouth* sebesar 85,45%, sedangkan sisanya sebesar 14,55% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Tabel 5. Path Coefficients

	Path Coefficients (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
WORD OF MOUTH (X1) -> PROFIT (Y)	0,192281	0,198300	0,058986	0,058986	3,259787
KUALITAS PELAYANAN (X2) -> PROFIT (Y)	0,765064	0,760614	0,056077	0,056077	13,643067

Pengujian Hipotesis :

Word of mouth (X1) berpengaruh positif terhadap profit (Y) dapat diterima, dengan *path coefficients* sebesar 0,192281, dan nilai *T-statistic* sebesar $3,259787 > 1,96$ (dari nilai tabel $Z\alpha = 0,5$), maka dapat dikatakan **signifikan (positif)**. Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif terhadap profit (Y) dapat diterima, dengan *path coefficients* sebesar 0,765064, dan nilai *T-statistic* sebesar $13,643067 > 1,96$ (dari nilai tabel $Z\alpha = 0,5$), maka dapat dikatakan **signifikan (positif)**. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa *variabel word of mouth* berpengaruh signifikan positif terhadap profit KSU Mitra Rakyat sehingga hipotesis mengenai pengaruh *word of mouth* terhadap Profit KSU Mitra Rakyat dapat diterima. Artinya semakin menarik *word of mouth* yang digunakan semakin tinggi tingkat profit KSU Mitra Rakyat tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Risa Fadhila (2013), yang membuktikan bahwa variabel *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap untuk mendapatkan profit dalam simpan pinjam modal usaha, dengan demikian semakin kompeten dan memiliki daya tarik tersendiri pada *Word of Mouth* yang ditunjuk untuk simpan pinjam koperasi, maka akan semakin mempengaruhi nasabah untuk melakukan transaksi simpan pinjam modal usaha.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan kredit berpengaruh signifikan positif terhadap profit di KSU Mitra Rakyat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Alan Sugandi (2013), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap meningkatnya profit, bahwa suatu *keramahan karyawan* merupakan suatu yang mempengaruhi nasabah untuk melakukan transaksi simpan modal usaha untuk meningkatkan profit.

Simpulan

Word of mouth dapat memberikan pengaruh signifikan positif terhadap meningkatnya profit di KSU Mitra Rakyat. Semakin menarik *word of mouth* yang digunakan, semakin tinggi tingkat profit

di KSU Mitra Rakyat. Kualitas Pelayanan Kredit mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap meningkatnya profit di KSU Mitra Rakyat. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan kredit dapat mempengaruhi meningkatnya profit. Semakin bagus Kualitas Pelayanan Kredit yang digunakan, semakin tinggi profit di KSU Mitra Rakyat.

Daftar Pustaka

- Abdillah., W dan Jogiyanto. 2009. *Partial Least Square (PLS) Alternatif SEM Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Adhimah, Wasilatul. 2020. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Di BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Arosbaya Perspektif Maqashid. Surabaya: UINSA.
- Anoraga, Panji dan Widiyanti N. 1997. *Dinamika Koperasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. 2001. *Pemasaran*, Edisi pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Creswell, Jhon W. 2016. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Geladi, P. and Kowalski, B.P. 1986. *Partial least-squares regression: A tutorial*. Analytica Chimica Acta.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. Jakarta: PT. Erlangga.
- Kusnadi dkk. 2005. *Pengantar Manajemen*. Malang: Universitas Brawijaya. Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Sernovitz, Andy. 2006. *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. America: Kaplan Publishing.
- Sugandi, Alan. 2013. *Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Profitabilitas Usaha Koperasi Produksi Susu Peternakan*. Bogor: Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian Bogor.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Supono, Bambang. 2005. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: BPFE. Tjiptono, 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Trisna Prambudi, Wahyu. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Digphotwork Jember. Jember: *Universitas Jember*.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset. Tjiptono, 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Wardhani, Sujianita. 2005. Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Profit Di Badan Kredit Kecamatan Andong Kabupaten Boyolali. Surakarta: *Universitas Sebelas Maret*.