



**PERAN MANAJEMEN PENGETAHUAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS
PELAYANAN PEMBERIAN KREDIT PADA KSP ARTHA ANUGRAH DUKUH
MENCEK SUKORAMBI JEMBER**

SKRIPSI

Oleh:

Duwi Lestariyanti

080810201122

**JURUSAN MANAJEMEN
KONSENTRASI MANAJEMEN SUMBERDAYA MANUSIA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2015



**PERAN MANAJEMEN PENGETAHUAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS
PELAYANAN PEMBERIAN KREDIT PADA KSP ARTHA ANUGRAH DUKUH
MENCEK SUKORAMBI JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh:

Duwi Lestariyanti

080810201122

**JURUSAN MANAJEMEN
KONSENTRASI MANAJEMEN SUMBERDAYA MANUSIA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2015

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER-FAKULTAS EKONOMI**

SURAT PERNYATAAN

Nama : Duwi Lestariyanti
NIM : 080810201122
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Sumberdaya Manusia
Judul Skripsi : Peran Manajemen Pengetahuan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pemberian Kredit Pada KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 13 Maret 2015

Yang menyatakan

Duwi Lestariyanti
NIM 080810201122

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Peran Manajemen Pengetahuan Dalam Meningkatkan
Kualitas Pelayanan Pemberian Kredit Pada KSP Artha
Anugrah Dukuh Mencek Jember

Nama Mahasiswa : Duwi Lestariyanti

Nim : 080810201122

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

Tanggal Persetujuan : 28 Desember 2013

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Purnamie Titisari, SE, M.Si
NIP. 197501062000032001

Drs. Sunardi, MM
NIP. 19530403 198503 1 001

Mengetahui,
Ketua Program Studi S1-Manajemen

Dr. Ika Barokah S, SE, M.M
NIP. 197805252003122002

PENGESAHAN

Peran Manajemen Pengetahuan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan
Pemberian Kredit Pada KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Jember

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : **Duwi Lestariyanti**
NIM : **080810201122**
Jurusan : **Manajemen**
Konsentrasi : **Manajemen Sumber Daya Manusia**

telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

03 Maret 2015

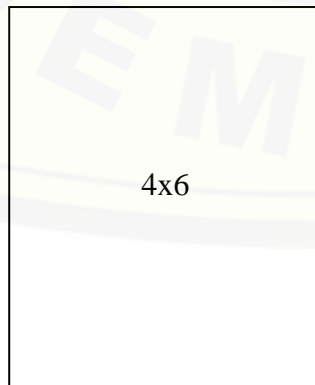
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan
guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : Drs.Muhammad Syaharudin M.M. :.....
NIP : 19550919 198503 1 003

Sekretaris: Wiji Utami S.E., M.M. :.....
NIP : 19740120 200012 2 001

Anggota : Dr.Sri Wahyu Lelly H S.,S.E, Msi. :.....
NIP : 19740502 200012 2 001



Mengetahui;
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Dr. Mohammad Fattur Rozi, SE, M. Si
NIP. 196306141990021001



PERSEMBAHAN

Dengan ridho Allah SWT, Syukur Alhamdulillah Rabil ‘alamin akhirnya satu kewajiban telah aku selesaikan dan semua ini tulus kupersembahkan sebagai bentuk tanggung jawab, pengabdian, ungkapan terima kasihku, hormat dan kasih sayangku kepada:

1. Kedua orangtuaku, Ibunda Siti Muniroh dan Ayahanda Samsuri yang senantiasa melingkupiku dengan kasih sayang, perhatian dan doa yang tiada hentinya. Terima kasih atas semua pengorbanan, buturan keringat, dan air mata harapan;
2. Untuk Kakak ku Elwin yang selalu menemaniku dan mendoakan yang terbaik;
3. Untuk Adryan Estuady terimakasih selalu setia mendampingiku dan memberikan cinta dalam hari-hariku;
4. Untuk keluarga kecilku Timhore terimakasih telah menjadikan hari-hariku penuh warna;
5. Keluargaku HMI Komesariat Ekonomi Cabang Jember terimakasih atas pengalamannya
6. Guru-guru dari Taman Kanak-Kanak hingga Perguruan Tinggi, terima kasih yang tiada terhingga atas semua ilmu yang diberikan kepada saya;
7. Almamater Tercinta, Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

MOTTO

”Tugas Kita Bukanlah Untuk Berhasil.
Tugas Kita Adalah Mencoba, Karena Didalam Mencoba Itulah Kita
Menemukan dan Belajar Membangun Kesempatan Untuk Berhasil”

1

¹ Mario Teguh

RINGKASAN

”Peran Manajemen Pengetahuan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pemberian Kredit Pada KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Jember”; Duwi Lestariyanti, 080810201122; 2015: 54 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Agar dapat mencapai visi dan misinya, suatu organisasi harus mengelola pengetahuan yang dimilikinya dengan baik agar dapat bersaing dengan organisasi yang lain. Salah satu cara tersebut adalah dengan menerapkan manajemen pengetahuan. Tidak terkecuali bagi KSP Artha Anugrah. Untuk menghadapi persaingan dan tuntutan yang semakin tinggi, organisasi ini memerlukan penerapan *manajemen pengetahuan* agar selalu dapat menjawab setiap tuntutan pelanggan dan dapat meningkatkan kualitas pelayanan pemberian kredit pada nasabahnya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan metode analisis data domain dan taksonomi dengan uji keabsahan data melalui cara triangulasi dengan sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas KSP Artha Anugrah masih belum menerapkan manajemen pengetahuan secara penuh, namun ada beberapa yang menerapkan manajemen pengetahuan. Pengalaman setiap karyawan KSP Artha Anugrah dalam dunia kerja selanjutnya akan diberikan kepada karyawan lain yang belum mengetahui tentang pengalaman tersebut, jadi di sini terjadi transformasi pengetahuan yang merupakan bagian dari penerapan manajemen pengetahuan dalam meningkatkan kualitas pemberian kredit di KSP ini. Peran manajemen pengetahuan pada dasarnya terdiri dari empat perangkat yaitu Perangkat Manusia, Perangkat Teknis, Perangkat Organisasi, dan Perangkat Informasi. Manajemen pengetahuan yang ada di KSP Artha Anugrah berkaitan dengan pelayanan pemberian kredit. Organisasi ini membutuhkan informasi-informasi diantaranya adalah keinginan anggota dan posisi keuangan dalam target keinginan anggota. Selain itu perlu mengetahui tentang sikap dan perilaku anggota yang meminjam di KSP ini dengan menggunakan 5 C yakni, *character, capacity, capital, condition, dan collateral*.

Kata Kunci: Manajemen Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Pemberian Kredit

SUMMARY

"The Role of Knowledge Management in Improving Service Quality Lending In KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Jember"; Duwi Lestariyanti, 080810201122; 2015: 54 pages; Department of Management Faculty of Economics, University of Jember.

In order to achieve the vision and mission, an organization must manage its knowledge well in order to compete with other organizations. One such way is to implement knowledge management. No exception for KSP Artha Anugrah. To face competition and the increasingly high demand, this organization requires the application of knowledge management in order to always be able to answer any customer demands and can improve the quality of service credit on customers. This study used a descriptive study with data collection methods of observation, interviews, documentation, and literature. This study uses data analysis domains and taxonomic validity of test data through triangulation with the source.

The results showed that the activity of KSP Artha Anugrah still not fully implementing knowledge management, but there are some that implement knowledge management. Experience every employee KSP Artha Anugrah in the world of work will then be given to other employees who do not know about that experience, so here's a transformation of knowledge which is part of the implementation of knowledge management in improving the quality of credit in this KSP. The role of knowledge management basically consists of four devices, namely Human Software, Technical Software, Software Organization and Information Device. Knowledge management in Anugrah Artha KSP related to lending services. This organization requires information including the desire of members and financial position in the target member wishes. In addition, it is necessary to know about the attitude and behavior of members who borrow in this KSP using 5 C ie, character, capacity, capital, condition, and collateral.

Keywords: Knowledge Management, Service Quality, Lending

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran Manajemen Pengetahuan dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kredit Pada KSP Arta Anugrah Dukuh Mencek Jember. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada nama-nama berikut ini.

1. Bapak Dr. Moehammad Fathorrazi, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Bapak Dr. Handriyono, S.E., M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Ibu Dr. Purnamie Titisari, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Drs. Sunardi M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen yang telah bersedia membagi ilmu pengetahuan dan memotivasi diri ini untuk menggali ilmu lebih dalam lagi.
5. Keluargaku tercinta Ibundaku Siti Muniroh, bapakku Samsuri, Kakak Elwin setyawan dan adekku Silviana Febryanti yang senantiasa memberikan do'a, dukungan, dan semangat tiada batas.
6. Keluarga kecilku TimHore terimakasih telah menjadikan hari-hariku penuh warna dan menunda kelulusanku cukup lama 😊
7. Kekasihku Adryan Estuady terimakasih atas kasih sayang, semangat dan segala pengertiannya dalam hari-hariku
8. Keluarga HMI Komesariat Ekonomi Cabang Jember

9. Teman-teman Manajemen Angkatan 2008 khususnya konsentrasi Manajemen Sumberdaya Manusia yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat pada penyelesaian Skripsi ini.

Jember, 10 Maret 2015

Penulis



DAFTAR ISI

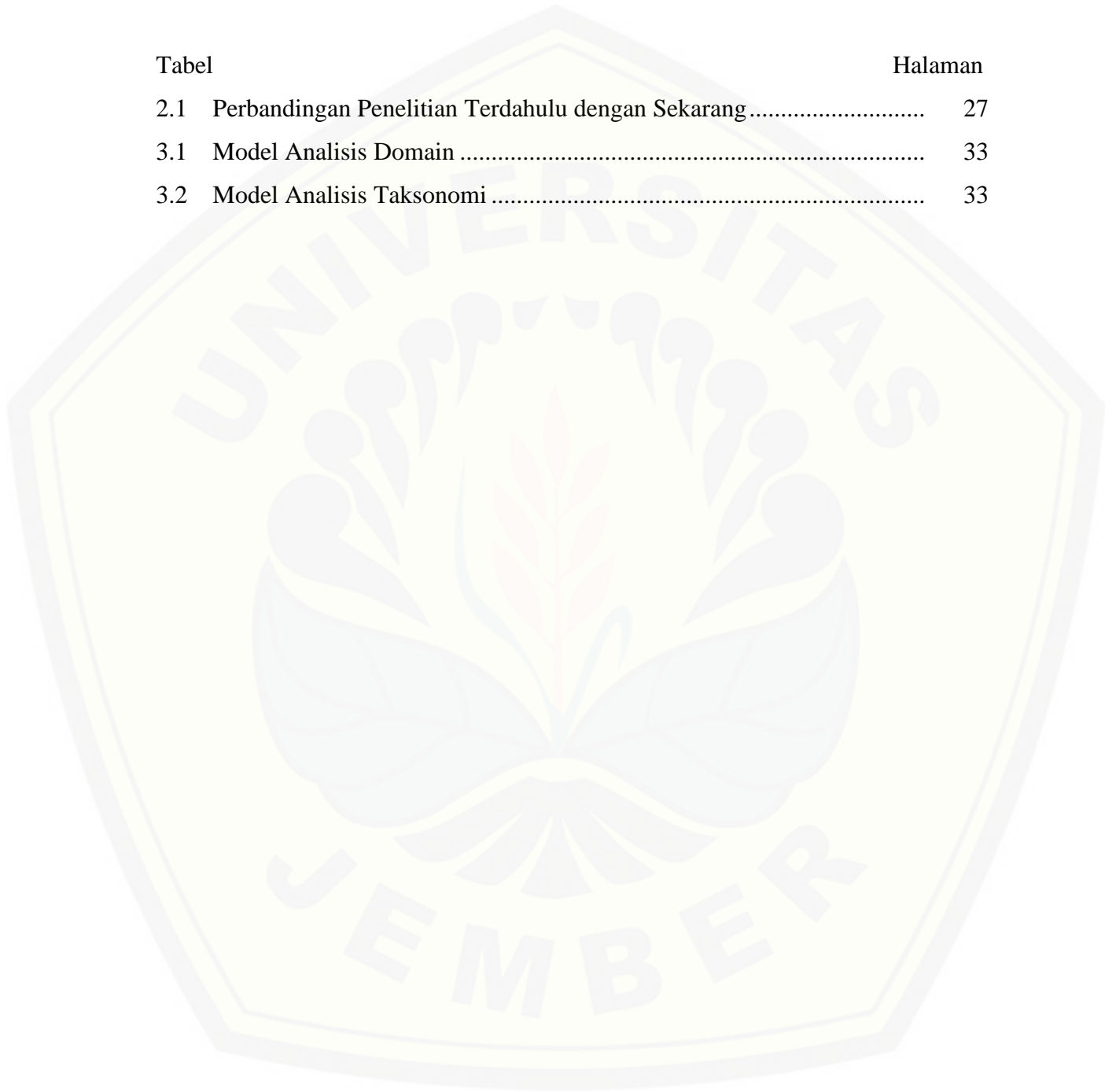
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pengetahuan	6
2.2 Manajemen Pengetahuan	9
2.3 Kepuasan	13
2.4 Kepuasan Pelanggan	13
2.5 Kualitas Pelayanan	15
2.6 Kredit.....	19
2.6.1. Definisi Kredit.....	19

2.6.2. Jenis-Jenis Kredit	21
2.7 Koperasi Simpan Pinjam.....	24
2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu	26
BAB 3. METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Lokasi Penelitian	28
3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	28
3.4 Uji Keabsahan Data..	29
3.5 Penentuan Informan	30
3.6 Metode Analisis Data	32
3.7 Interpretasi Data	34
3.8 Tahapan Penarikan Kesimpulan	34
BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian.....	35
4.2 Deskripsi Karyawan KSP Artha Anugrah	35
4.3 Aktivitas Pelayanan Kredit Pada KSP Artha Anugrah	36
4.4 Pembahasan.....	39
4.4.1 Analisis Domain.....	39
4.4.2 Analisis Taksonomi.....	44
4.5 Interpretasi.....	54
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

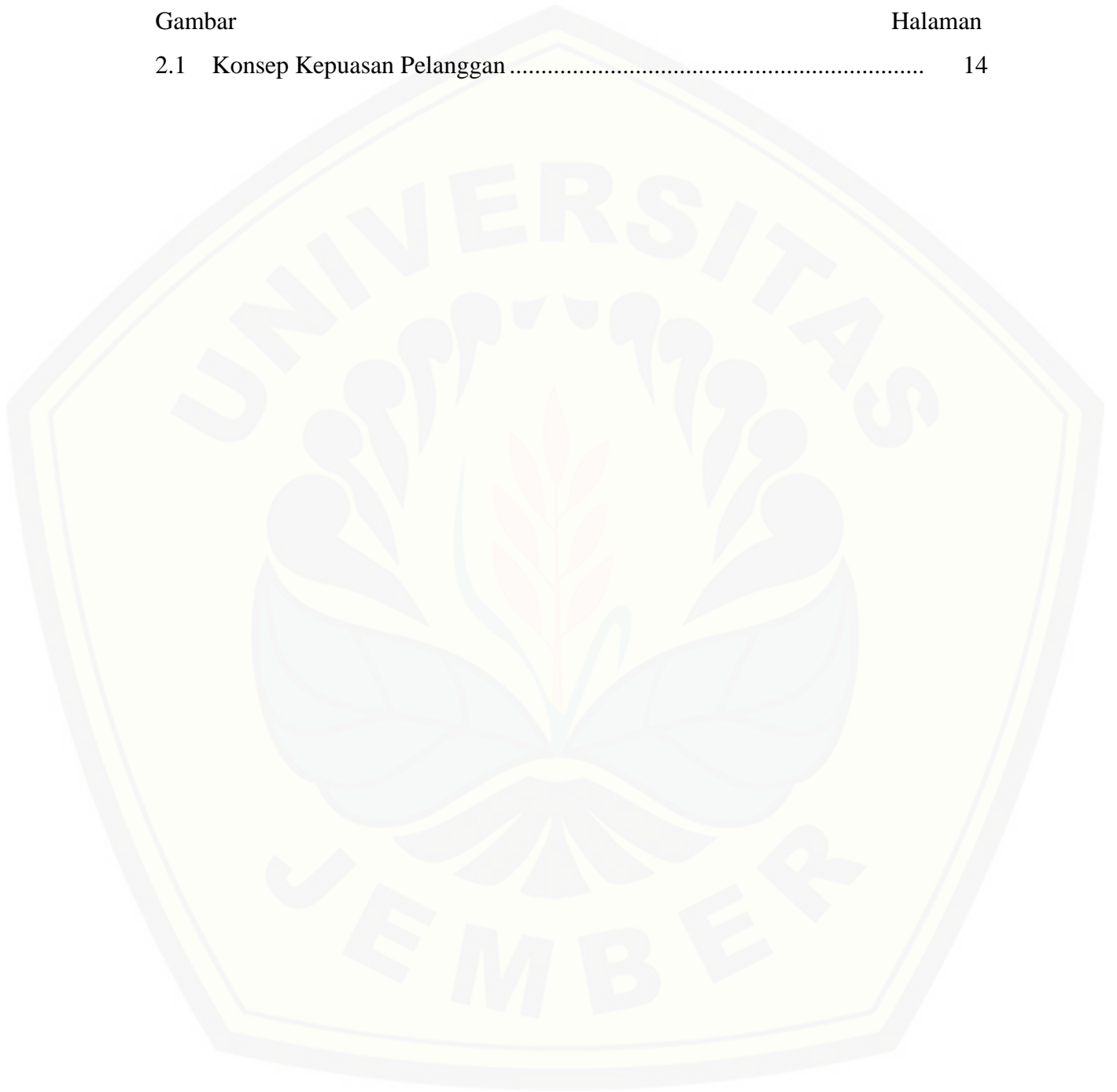
DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang	27
3.1 Model Analisis Domain	33
3.2 Model Analisis Taksonomi	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	14



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dewasa ini menunjukkan pada makin cepatnya perubahan dalam segala bidang kehidupan, akibat dari efek globalisasi serta perkembangan teknologi informasi yang sangat akseleratif. Kondisi ini jelas telah mengakibatkan perlunya cara-cara baru dalam menyikapi semua yang terjadi agar dapat tetap survive. Penekanan akan makin pentingnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu respon dalam menyikapi perubahan tersebut, dan ini tentu saja memerlukan upaya-upaya untuk meningkatkan dan mengembangkan SDM.

Sehubungan dengan hal ini, maka peran ilmu pengetahuan menjadi makin menonjol, karena hanya dengan pengetahuanlah semua perubahan yang terjadi dapat disikapi dengan tepat. Ini berarti pendidikan memainkan peran penting dalam mempersiapkan SDM yang berkualitas dan kompetitif. Ketatnya kompetisi secara global khususnya dalam bidang ekonomi telah menjadikan organisasi usaha memikirkan kembali strategi pengelolaan usahanya, dan SDM yang berkualitas dengan penguasaan pengetahuannya menjadi pilihan penting yang harus dilakukan dalam konteks tersebut.

Pengetahuan telah menjadi sesuatu yang sangat menentukan, oleh karena itu perolehan dan pemanfaatannya perlu dikelola dengan baik dalam konteks peningkatan kinerja organisasi. Langkah ini dipandang sebagai sesuatu yang sangat strategis dalam menghadapi persaingan yang mengglobal, sehingga pengabaianannya akan merupakan suatu bencana bagi dunia bisnis, oleh karena itu diperlukan cara yang dapat mengintegrasikan pengetahuan itu dalam kerangka pengembangan SDM dalam organisasi. Dari sinilah istilah manajemen pengetahuan berkembang sebagai suatu bagian penting dan strategis dalam pengelolaan SDM pada Perusahaan atau organisasi tertentu.

Pengetahuan memang merupakan milik individu, namun dapat dimanfaatkan oleh organisasi dengan tetap memberikan otonomi pengembangannya pada individu tersebut. Dalam hubungan ini belajar dan pembelajaran menjadi kata kunci dalam peningkatan kapasitas pengetahuan, oleh karenanya menjadikan individu sebagai pembelajar merupakan kondisi yang diperlukan sebagai bagian dari upaya meningkatkan kinerja organisasi melalui pengintegrasian dengan proses organisasi. Untuk itu organisasi perlu melakukan pengembangan dirinya menjadi organisasi pembelajar, sebab hanya dalam kondisi yang demikian individu atau pegawai dapat benar-benar menjadi manusia pembelajar.

Agar dapat mencapai visi dan misinya, suatu organisasi harus mengelola pengetahuan yang dimilikinya dengan baik agar dapat bersaing dengan organisasi yang lain. Salah satu cara tersebut adalah dengan menerapkan manajemen pengetahuan atau KM. Tidak terkecuali bagi Koperasi Simpan Pinjam Artha Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember (KSP Artha Anugrah) yang terletak di Jalan Ahmad Yani GG VI/ Nomor 11 Dukuh Mencek Sukorambi Jember. Untuk menghadapi persaingan dan tuntutan yang semakin tinggi, organisasi ini memerlukan penerapan *manajemen pengetahuan* agar selalu dapat menjawab setiap tuntutan pelanggan dan dapat meningkatkan kualitas pelayanan pemberian kredit pada nasabahnya karena organisasi ini kegiatan utamanya bergerak dalam bidang simpan pinjam atau pemberian kredit pada anggotanya.

Pentingnya *learning organization* telah lama menjadi konsern para ahli organisasi, terutama semenjak terbitnya buku karya Senge pada tahun 1990, disamping itu organisasi-organisasi baik organisasi bisnis maupun non bisnis juga telah mencoba mengembangkan konsep tersebut dalam upaya menjadikan organisasi mereka kompetitif, dan dalam konteks itulah manajemen pengetahuan menjadi amat penting, karena dengan pengelolaan yang tepat dapat menjadi suatu kekuatan kompetitif yang tangguh yang diperlukan sekali dalam perkembangan global dewasa ini (dikutip dari www.infomanajemen.co.id diakses tanggal 5 Oktober 2013).

Manajemen pengetahuan merupakan sebuah sistem yang dibuat untuk menciptakan, mendokumentasikan, menggolongkan, dan menyebarkan pengetahuan dalam perusahaan. Bagi organisasi yang ingin menerapkan manajemen pengetahuan dalam organisasinya, maka perlu menyadari pertama, bahwa pengetahuan ada pada orang dan bukan pada sistem, meskipun sistem punya data dan informasi yang dapat membantu proses pengetahuan. Kedua, penciptaan pengetahuan merupakan proses sosial, tercipta melalui interaksi antara individu-individu dalam kehidupan sehari-hari mereka. Oleh karena kualitas SDM pada suatu organisasi sangat berpengaruh pada keberhasilan penerapan manajemen pengetahuan ini.

Pengelolaan manajemen pengetahuan ditujukan agar perusahaan menjadi kreatif, inovatif, serta efisien. Inovasi yang berkaitan dengan pelayanan di KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember adalah adanya unit pengaduan nasabah, misalnya pengaduan tentang pembayaran dan pengaduan pelayanan yang diberikan KSP Artha Anugrah. Hal ini dilakukan agar nasabah merasa puas dengan kualitas pelayanan. Dengan adanya pengaduan nasabah, maka dapat dijadikan sebagai bentuk kritik dan koreksi bagi KSP Artha Anugrah sendiri dan hal ini dapat dijadikan masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang ada pada nasabahnya. Bagi KSP Artha Anugrah nasabah merupakan ujung tombak keberhasilan pencapaian tujuan organisasi karena semakin banyak nasabah yang meminjam uang di KSP ini, maka semakin solid organisasi ini begitu juga sebaliknya.

Berbicara mengenai kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Ada 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan atau jasa menurut Parasuraman, et al (dalam Nasution, 2004:47) yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*) maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima

melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas jasa yang dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka terciptanya kualitas jasa yang baik haruslah sesuai dengan harapan pelanggan atau pengguna jasa. Dan juga diharapkan dapat tercipta suatu pelayanan jasa yang berkualitas dengan penyampaian yang sesuai harapan. Dengan memanfaatkan manajemen pengetahuan dalam organisasi, diharapkan dapat meningkatkan pelayanan pemberian kredit yang sesuai dengan harapan nasabah KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember. Karena dengan memanfaatkan manajemen pengetahuan ini, maka karyawan KSP Artha Anugrah dapat lebih mudah untuk mendeteksi dan mengetahui keinginan pelanggan. Lembaga perbankan, koperasi, dan lembaga keuangan non- bank merupakan salah satu ujung tombak perekonomian Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

KSP Arta Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember merupakan perusahaan simpan pinjam dana untuk anggota yang bergerak di bidang perkoperasian dan karyawan merupakan aset yang paling berharga dan merupakan salah satu ujung tombak pencapaian tujuan organisasi. Adanya sumberdaya manusia pada karyawan dapat mengoptimalkan pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana peran manajemen pengetahuan dalam meningkatkan kualitas pelayanan kredit pada KSP Arta Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember?”.

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui peran manajemen pengetahuan, maka bisa disimpulkan bahwa tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui peran manajemen pengetahuan dalam meningkatkan kualitas pelayanan kredit pada KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat berikut ini.

1. Bagi peneliti, merupakan pengalaman yang sangat berharga dan sebagai media penggalan potensi diri.
2. Bagi akademisi, diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan dan motivator untuk melakukan penelitian selanjutnya.
3. Bagi KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember, dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan rekomendasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan kredit bagi nasabahnya.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengetahuan

Pengetahuan adalah segala sesuatu yang ada dikepala kita. Kita dapat mengetahui sesuatu berdasarkan pengalaman yang kita miliki. Selain pengalaman, kita juga menjadi tahu karena kita diberitahu oleh orang lain. Pengetahuan juga didapatkan dari tradisi (Prasetyo, 2007:4). Pengetahuan merupakan hasil “Tahu“ dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui pancaindra manusia yakni: penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga (Notoatmodjo, 2003:121). Pengetahuan (*Knowledge*) adalah suatu proses dengan menggunakan pancaindra yang dilakukan seseorang terhadap objek tertentu dapat menghasilkan pengetahuan dan keterampilan (Hidayat, 2007;17).

Pengetahuan seseorang biasanya diperoleh dari pengalaman yang berasal dari berbagai macam sumber seperti, media poster, kerabat dekat, media massa, media elektronik, buku petunjuk, petugas kesehatan, dan sebagainya. Pengetahuan dapat membentuk keyakinan tertentu, sehingga seseorang berperilaku sesuai dengan keyakinannya tersebut (Istiari, 2000:54). Tingkat Pengetahuan di dalam Domain Kognitif Menurut Notoatmodjo (2003;52), pengetahuan yang mencakup dalam domain kognitif ada 6 tingkatan yaitu:

1. Tahu (*know*).

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Kata kerja untuk mengukur bahwa orang tahu tentang apa yang dipelajari antara lain menyebutkan, menguraikan, menyatakan, mendefinisikan, dan sebagainya.

2. Memahami (*comprehension*).

Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang obyek yang diketahui, dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar.

3. Aplikasi (*application*).

Aplikasi yaitu kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi real (sebenarnya). Misalnya bisa menggunakan prinsip-prinsip siklus pemecahan masalah kesehatan dari kasus yang diberikan.

4. Analisis (*analysis*).

Analisis adalah suatu kemampuan menjabarkan materi atau suatu obyek ke dalam komponen-komponen, tetapi masih di dalam struktur organisasi. Kata kerja untuk kemampuan ini yaitu dapat membedakan, mengelompokkan, menggambarkan, memisahkan, dan sebagainya.

5. Sintesis (*synthesis*).

Sintesis adalah suatu kemampuan untuk menyusun formulasi baru dari formulasi-formulasi yang ada.

6. Evaluasi (*evaluation*).

Evaluasi berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap materi atau obyek.

Dalam proses seseorang mengetahui akan dipengaruhi oleh beberapa hal atau faktor, menurut Sukmadinata (2003:34) faktor yang mempengaruhi digolongkan menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor terdiri dari dua hal, yaitu factor jasmani diantaranya adalah kesehatan indera seseorang dan factor rohani diantaranya adalah kesehatan psikis, intelektual, psikomotor, serta kondisi afektif dan kognitif individu. Sedangkan factor eksternal terdiri dari lima factor yang akan dijelaskan di bawah ini.

1. Pendidikan.

Tingkat pendidikan seseorang akan berpengaruh dalam memberi respon terhadap sesuatu yang datang dari luar. Orang yang berpendidikan tinggi akan memberi respon yang lebih rasional

terhadap informasi yang datang, akan berpikir sejauh mana keuntungan yang mungkin akan mereka peroleh dari gagasan tersebut.

2. Paparan media massa.

Melalui berbagai media, baik cetak maupun elektronik, berbagai informasi dapat diterima oleh masyarakat, sehingga seseorang yang lebih sering terpapar media massa (TV, radio, majalah, pamflet, dan lain-lain) akan memperoleh informasi lebih jika dibandingkan dengan orang yang tidak pernah terpapar informasi media. Hal ini berarti paparan media massa mempengaruhi tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang.

3. Ekonomi.

Dalam memenuhi kebutuhan pokok (primer) maupun kebutuhan sekunder, keluarga dengan status ekonomi yang baik akan mudah tercukupi dibanding keluarga dengan status ekonomi yang lebih rendah. Hal ini akan mempengaruhi pemenuhan kebutuhan akan informasi pengetahuan yang termasuk kebutuhan sekunder.

4. Hubungan sosial.

Manusia adalah makhluk sosial, sehingga dalam kehidupan saling berinteraksi antara satu dengan yang lain. Individu yang dapat berinteraksi secara kontinyu akan lebih besar terpapar informasi, sementara faktor hubungan sosial juga mempengaruhi kemampuan individu sebagai komunikan untuk menerima pesan menurut model komunikasi media.

5. Pengalaman.

Pengalaman seseorang tentang berbagai hal dapat diperoleh dari lingkungan kehidupan dalam proses perkembangannya, misalnya seseorang mengikuti kegiatan-kegiatan yang mendidik, seperti seminar dan berorganisasi, sehingga dapat memperluas pengalamannya, karena dari berbagai kegiatan-kegiatan tersebut, informasi tentang suatu hal dapat diperoleh.

2.2. Manajemen Pengetahuan

Konsep manajemen pengetahuan ini meliputi pengelolaan sumber daya manusia dan teknologi informasi dalam tujuannya untuk mencapai organisasi yang semakin baik sehingga mampu memenangkan persaingan bisnis. Perkembangan teknologi informasi memang memainkan peranan yang penting dalam konsep manajemen pengetahuan. Hampir semua aktivitas kehidupan manusia akan diwarnai oleh penguasaan teknologi informasi, sehingga jika berbicara mengenai manajemen pengetahuan tidak lepas dari pengelolaan.

Pada perkembangan ini menunjukkan makin cepatnya perubahan dalam segala bidang kehidupan, akibat dari efek globalisasi serta perkembangan teknologi informasi yang sangat akseleratif. Kondisi ini jelas telah mengakibatkan perlunya cara-cara baru dalam menyikapi semua yang terjadi agar dapat tetap *survive*. Penekanan akan makin pentingnya kualitas sumber daya manusia merupakan salah satu respon dalam menyikapi perubahan tersebut, dan ini tentu saja memerlukan upaya-upaya untuk meningkatkan dan mengembangkan sumber daya manusia. Sehubungan dengan itu peranan ilmu pengetahuan menjadi makin menonjol, karena hanya dengan pengetahuanlah semua perubahan yang terjadi dapat disikapi dengan tepat. Ini berarti pendidikan memainkan peran penting dalam mempersiapkan sumber daya manusia yang berkualitas dan kompetitif. Ketatnya kompetisi secara global khususnya dalam bidang ekonomi telah menjadikan organisasi usaha memikirkan kembali strategi pengelolaan usahanya, dan sumber daya manusia yang berkualitas dengan penguasaan pengetahuannya menjadi pilihan penting yang harus dilakukan dalam konteks tersebut (dilansir dari <http://dampakglobalisasi.ac.id> tanggal 7 juni 2013).

Secara umum, manajemen pengetahuan merupakan pendekatan yang dilakukan untuk mengelola pengetahuan yang dimiliki oleh individu ataupun organisasi. Pengelolaan yang dimaksud adalah identifikasi, pencarian, penyimpanan, kolaborasi, proses, dan sebagainya yang memiliki tujuan tertentu seperti penciptaan sesuatu hal yang baru. Manajemen Pengetahuan atau *Knowledge Management* dimaksudkan untuk mewakili pendekatan terencana dan sistematis untuk menjamin penggunaan penuh dasar pengetahuan organisasi,

ditambah keahlian, kompetensi, pemikiran, inovasi, dan ide individual potensial untuk menciptakan organisasi yang lebih efisien dan efektif.

Dalam konteks organisasi, ahli yang mengemukakan definisi mengenai *Knowledge Management*. Menurut Sembel dan Santoso, (2002:195) “*Knowledge Management* merupakan suatu proses terformat dan terarah dalam mencerna informasi yang telah dimiliki suatu perusahaan dan mencari apa yang dibutuhkan oleh masing-masing individu didalam perusahaan tersebut untuk kemudian memfasilitasinya agar mudah diakses dan selalau tersedia bilamana dibutuhkan”. Sedangkan Tiwana, (2000:5) mengemukakan bahwa “ *Knowledge Management* merupakan pengelolaan pengetahuan secara terorganisasi untuk membuat nilai bisnis dan membangkitkan keuntungan yang bersaing”. Secara umum *Knowledge Management* atau manajemen pengetahuan dapat diartikan sebagai satu kesatuan manifestasi orang, proses dan *tool* (teknologi) untuk mendukung proses pembuatan, pembauran, penyebaran dan penerapan pengetahuan itu sendiri. Laudon and Laudon (2002:372-3) menyatakan bahwa *Knowledge Management* berfungsi untuk meningkatkan kemampuan organisasi untuk belajar dari lingkungannya dan menggabungkan pengetahuan ke dalam proses bisnis.

Secara umum proses ini dapat dikategorikan dalam dua bentuk yaitu *knowledge management* atau manajemen pengetahuan yang mencakup semua lini dalam perusahaan dan *knowledge management* yang dilakukan dalam satu departemen, bisnis unit atau fungsi bisnis tertentu. Dan pada tahap awal *knowledge management* atau manajemen pengetahuan bisa dimulai dari lingkungan yang kecil seperti departemen, fungsi ataupun unit bisnis, sehingga proses pembudayaan *knowledge management* akan lebih mudah dikontrol dan dievaluasi. Proses *knowledge management* atau manajemen pengetahuan dapat diklasifikasikan dalam beberapa tipe berikut ini.

1. Mengumpulkan dan menggunakan ulang pengetahuan terstruktur. Pengetahuan sering tersimpan dalam beberapa bagian dari output yang dihasilkan organisasi atau perusahaan, seperti disain produk, proposal dan laporan proyek, prosedur-prosedur yang sudah dimplementasikan dan terdokumentasikan dan kode-kode software yang mana semuanya dapat

dipergunakan ulang untuk mengurangi waktu dan sumber yang diperlukan untuk membuatnya kembali.

2. Mengumpulkan dan berbagi pelajaran yang sudah dipelajari (*lessons learned*) dari praktek-praktek.

Tipe proyek ini mengumpulkan pengetahuan berasal dari pengalaman yang harus diinterpretasikan dan diadopsi oleh user dalam konteks yang baru. Proyek ini biasanya melibatkan *sharing* pengetahuan atau pelajaran melalui database seperti lotus notes.

3. Mengidentifikasi sumber dan jaringan kepakaran.

Proyek ini bermaksud untuk menjadikan kepakaran lebih mudah terlihat dan mudah diakses bagi setiap karyawan. Dalam hal ini adalah untuk membuat fasilitas koneksi antara orang yang mengetahui pengetahuan dan orang yang membutuhkan pengetahuan.

4. Membuat struktur dan memetakan pengetahuan yang diperlukan untuk meningkatkan performansi.

Proyek ini memberikan pengaruh seperti pada proses pengembangan produk baru atau disain ulang proses bisnis dengan menjadikan lebih *explisit* atau terbuka dari pengetahuan yang diperlukan pada tahap-tahap tertentu.

5. Mengukur dan mengelola nilai ekonomis dari pengetahuan.

Perusahaan yang mempunyai aset intelektual yang terstruktur, seperti hak paten, *copyright*, *software licenses* dan database pelanggan. Dengan mengetahui semua aset-aset ini memungkinkan perusahaan untuk membuat revenue dan biaya untuk perusahaan.

6. Menyusun dan menyebarkan pengetahuan dari sumber-sumber *external*.

Perubahan lingkungan bisnis yang cepat dan tidak menentu telah meningkatkan kepentingan dan kesungguhan pada *business intelligence system*. Dalam proyek ini perusahaan/organisasi berusaha mengumpulkan semua laporan dari luar yang berhubungan dengan bisnis. Dalam proyek ini diperlukan editor dan analisis untuk menyusun dan memberikan konteks terhadap informasi-informasi yang diperoleh tersebut.

Penciptaan pengetahuan melibatkan lima langkah utama Krogh, Ichiyo serta Nonaka (2003:111) mengemukakan bahwa penciptaan pengetahuan organisasional terdiri dari lima langkah utama berikut ini:

1. berbagi pengetahuan terbatinkan;
2. menciptakan konsep;
3. membenarkan konsep;
4. membangun prototype;
5. melakukan penyebaran pengetahuan di berbagai fungsi dan tingkat di organisasi.

Menurut Mangkunegara, (2008:25) disebutkan bahwa; “Implementasi *knowledge management* atau manajemen pengetahuan akan memberikan pengaruh positif terhadap proses bisnis perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung, beberapa manfaat *knowledge management* atau manajemen pengetahuan bagi perusahaan antara lain:

1. Penghematan waktu dan biaya.

Dengan adanya sumber pengetahuan yang terstruktur dengan baik, maka perusahaan akan mudah untuk menggunakan pengetahuan tersebut untuk konteks yang lainnya, sehingga perusahaan akan dapat menghemat waktu dan biaya.

2. Peningkatan aset pengetahuan.

Sumber pengetahuan akan memberikan kemudahan kepada setiap karyawan untuk memanfaatkannya, sehingga proses pemanfaatan pengetahuan di lingkungan perusahaan akan meningkat, yang akhirnya proses kreatifitas dan inovasi akan terdorong lebih luas dan setiap karyawan dapat meningkatkan kompetensinya.

3. Kemampuan beradaptasi.

Perusahaan akan dapat dengan mudah beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang terjadi.

4. Peningkatan produktifitas.

Pengetahuan yang sudah ada dapat digunakan ulang untuk proses atau produk yang akan dikembangkan, sehingga produktifitas dari perusahaan akan meningkat.

2.3. Kepuasan

Pengertian secara umum mengenai kepuasan atau ketidakpuasan merupakan hasil dari adanya perbedaan – perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Menurut Kotler , kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan.

Sedangkan kepuasan menurut Kotler dan Amstrong (2001:9) sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan konsumen. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka konsumennya merasa puas.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2000:75) definisi kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen.

2.4. Kepuasan Pelanggan

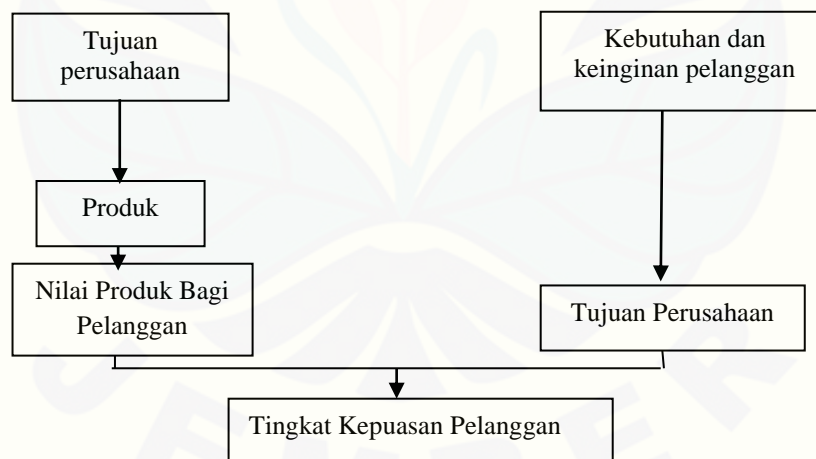
Fokus dari kualitas adalah kepuasan pelanggan. Secara sederhana kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Band dalam Nasution, 2005:49 menyatakan definisi kepuasan pelanggan sebagai berikut :

“Satisfaction is the state in which customer needs, want and expectation, through the transaction cycle, are not or exceeded, resulting in repurchase and continuing loyalty. In other words, if customer satisfaction could be expressed as a ratio, it would look like this; customer satisfaction : perceived quality, needs, wants and expectation.”

Dari definisi Band dalam Nasution, (2005:49) merumuskan kepuasan pelanggan sebagai perbandingan antara kualitas dari barang atau jasa yang dirasakan dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan pelanggan. Lebih lanjut, Band mengemukakan apabila telah tercapai kepuasan pelanggan, maka akan timbul pembelian ulang dan kesetiaan.

Day dalam Nasution, (2005:104) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Menurut Kotler (Nasution, 2005:104) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Ada kesamaan dari beberapa definisi kepuasan pelanggan yang dikemukakan Band, Day, dan Nasution, yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan). Secara konseptual, kepuasan pelanggan dapat digambarkan pada gambar 2.1.



Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan

Sumber : Fandy, 1995:28 dalam Nasution, 2004:104

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan adalah sebagai berikut.

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika pelanggan mencoba melakukan transaksi dengan pemasok

produk. Jika pada saat itu keinginannya besar, maka harapan pelanggan akan tinggi, begitu pula sebaliknya.

2. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaingnya.
3. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan.
4. Komunikasi melalui iklan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan.

Teori kepuasan pelanggan akan digunakan dalam penelitian ini karena fokus dari kualitas pelayanan adalah kepuasan pelanggan. Dan salah satu indikator penting untuk menentukan baik tidaknya sebuah pelanggan adalah puas tidaknya pelanggan dari pelayanan yang diterimanya.

2.5. Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas menurut Goetsch dan Davis (dalam Tjiptono dkk, 2003:4) yaitu merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut Uselac (dalam Tjiptono, 2003:3) menyatakan bahwa kualitas bukan hanya mencakup produk dan jasa tetapi juga meliputi proses, lingkungan dan manusia. Untuk memberikan suatu kualitas yang baik hendaknya berfokus pada pelanggan. Kualitas harus mulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan pada sudut atau persepsi pelanggan.

Meskipun tidak ada definisi mengenai kualitas yang diterima secara universal, dari definisi-definisi yang ada terdapat beberapa kesamaan yaitu sebagai berikut.

- a. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- b. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
- c. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).

Jadi kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik (Supranto, 2006:228). Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk/kinerja yang merupakan bagian utama strategi pemerintah dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan sebagai strategi untuk terus tumbuh dan berkembang. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. Kualitas jasa juga berpusat pada pemenuhan kebutuhan pelanggan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut pendapat Wyckoff (Nasution, 2005:59) bahwa kualitas Jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa keberadaan kualitas sangatlah penting karena terdiri dari berbagai aspek yang diharapkan mampu memenuhi harapan dan keinginan pelanggan. Selain itu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat penting untuk diperhatikan karena customer sektor publik secara langsung atau tidak langsung telah mengeluarkan uangnya untuk layanan yang diterima atau dibutuhkan, sehingga wajar apabila masyarakat menuntut adanya kepuasan pelayanan publik. Sehubungan dengan hal tersebut, kualitas pelayanan menurut Barata (2004:36) diartikan sebagai berikut. “Berbicara mengenai kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya”.

Ada 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yang diungkapkan menurut Parasuraman, *et al.* (Nasution, 2005:47) yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*) maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka

kualitas jasa yang dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Berdasarkan penjelasan ini, bahwa terciptanya kualitas jasa yang baik haruslah sesuai dengan harapan pelanggan atau pengguna jasa. Dan juga diharapkan dapat tercipta suatu pelayanan jasa yang berkualitas dengan penyampaian yang sesuai harapan. Dalam penyelenggaraan pelayanan yang menyangkut kepentingan umum dilaksanakan oleh organisasi negara dan bentuk pelayanannya lazim disebut dengan pelayanan publik. Karena pelayanan merupakan hak dari masyarakat untuk memenuhi kebutuhan melalui aparatur negara sebagai abdi negara dan abdi masyarakat maka seharusnya aparatur negara lebih meningkatkan pelayanannya tidak hanya terhadap tersedianya barang dan jasa tetapi juga menyangkut kualitas pelayanannya. Pelayanan dikatakan berkualitas apabila sudah memenuhi harapan pelanggan atau semakin kecil kesenjangan antara aktual pelayanan dengan harapan pelayanan.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa masalah kualitas pelayanan adalah kesenjangan antara harapan masyarakat dengan kenyataan yang diterima atas barang atau jasa yang diberikan oleh aparatur negara. Parasuraman dkk (Tjiptono 2005:132-133) mengidentifikasi sepuluh dimensi karakteristik yang dapat digunakan untuk mengukur atau mengevaluasi kualitas pelayanan.

- a. *Realibilitas*, mencakup dua hal pokok yaitu konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya (*Dependability*).
- b. *Responsivitas*, yaitu kemauan oleh kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan oleh pelanggan.
- c. *Kompetensi*, artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki ketrampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan oleh pelanggan.
- d. *Akses*, meliputi kemudahan untuk ditemui dan dihubungi. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak terlalu lama, sarana komunikasi yang tersedia dan lain-lain.
- e. *Courtesy* (kesopanan), meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramahan yang dimiliki para *contact person*.

- f. *Komunikasi*, artinya mereka yang memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan suara pelanggan.
- g. *Kredibilitas*, sikap jujur dan dapat dipercaya, kredibilitas tercakup nama perusahaan, reputasi pelanggan, karakteristik pribadi *contact person* dan interaksi dengan *contact person*.
- h. *Security* (keamanan) yaitu rasa aman dari bahaya, resiko atau keraguan. Aspek ini meliputi keamanan fisik (*physical safety*), keamanan finansial (*financial safety*) dan kerahasiaan (*confidentiality*).
- i. *Understanding* atau *knowing the customer*, yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan
- j. *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa.

Dari sepuluh dimensi karakteristik di atas untuk menilai kualitas jasa Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (Tjiptono 2005:133-134) ternyata kemudian hanya membedakan menjadi lima dimensi karena sepuluh karakteristik diatas saling *overlapping* atau tumpang tindih. Kelima dimensi tersebut adalah sebagai berikut.

1. *Tangibles* (bukti langsung) yang berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan, serta penampilan karyawan.
2. *Reliability* (keandalan) yaitu berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
3. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance* (jaminan) yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf bebas dari bahaya atau resiko dan keragu-raguan.
5. *Empaty* (empati) yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

2.6. Kredit

2.6.1. Definisi Kredit

Kredit menurut Undang-undang Perbankan nomor 10 Tahun 1998 adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan nilainya dapat diukur dengan uang, misalnya bank membiayai kredit untuk pembelian rumah atau mobil. Kemudian adanya kesepakatan antara bank (kreditur) dengan nasabah penerima kredit (debitur), dengan perjanjian yang telah dibuatnya. Dalam perjanjian kredit tercakup hak dan kewajiban masing-masing pihak, termasuk jangka waktu dan bunga yang ditetapkan bersama. Adapun unsur-unsur kredit diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu keyakinan bagi si pembeli kredit bahwa kredit yang diberikan (baik berupa uang, barang atau jasa) benar-benar mauditerima kembali di masa yang akan datang sesuai dengan jangka waktu kredit.

2. Kesepakatan

Kesepakatan ini dituangkan dalam suatu perjanjian dimana masing-masing pihak akan menandatangani hak dan kewajibannya masing-masing. Kesepakatan ini dituangkan dalam akad nikah dan ditandatangani kedua belah pihak sebelum kredit dikururkan.

3. Jangka Waktu

Setiap kredit yang diberikan memiliki jangka waktu tertentu, jangka waktu ini mencakup masa pengembalian kredit yang telah disepakati. Jangka waktu tersebut bisa berbentuk jangka pendek (di bawah 1 tahun), jangka menengah (1 sampai 3 tahun), atau jangka panjang (di atas 3 tahun). Jangka waktu merupakan batas waktu pengembalian angsuran kredit yang sudah disepakati kedua belah pihak. Untuk kondisi tertentu jangka waktu itu dapat diperpanjang sesuai kebutuhan.

4. Resiko

Akibat adanya tenggang waktu, maka pengembalian kredit akan memungkinkan suatu resiko tidak tertagihnya atau macet pemberian suatu kredit. Semakin panjang suatu jangka waktu kredit atau macet pemberian suatu kredit. Semakin panjang suatu jangka waktu kredit.

5. Balas Jasa

Bagi bank, balas jasa merupakan keuntungan atau pendapatan atas pemberian suatu kredit. Dalam bank jenis konvensional balas jasa tidak kenal dengan nama bunga. Di samping balas jasa dalam bentuk bunga bank juga membebankan kepada nasabah biaya administrasi kredit yang juga merupakan keuntungan bank. Bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah balas jasanya ditentukan dengan bagi hasil.

Ada beberapa tujuan pemberian kredit, diantaranya adalah sebagai berikut.

a. Mencari keuntungan.

Tujuan utama pemberian kredit adalah untuk memperoleh keuntungan. Hasil keuntungan ini diperoleh dalam bentuk bunga yang diterima oleh bank sebagai balas jasa dan biaya administrasi kredit yang dibebankan kepada nasabah. Keuntungan ini penting untuk kelangsungan hidup bank, di samping itu keuntungan juga dapat membesarkan usaha bank.

b. Membantu usaha nasabah.

Tujuan selanjutnya adalah untuk membantu usaha nasabah yang memerlukan dana, baik dana untuk investasi maupun dana untuk modal kerja. Dengan dana tersebut, maka pihak debitur akan dapat mengembangkan dan memperluas usahanya. Dalam hal ini baik bank maupun nasabah sama-sama diuntungkan.

c. Membantu pemerintah.

Secara garis besar keuntungan bagi pemerintah dengan penyebarannya pemberian kredit oleh dunia perbankan adalah sebagai berikut.

1. Penerimaan pajak, dari keuntungan yang diperoleh nasabah dan bank.

2. Membuka kesempatan kerja, dalam hal ini untuk kredit pembangunan usaha baru atau perluasan usaha akan membutuhkan tenaga kerja baru, sehingga dapat menyedot tenaga kerja yang masih menganggur
3. Meningkatkan jumlah barang dan jasa. Sebagian kredit yang disalurkan akan dapat meningkatkan jumlah produksi barang dan jasa yang beredar di masyarakat, sehingga akhirnya masyarakat memiliki banyak pilihan.

2.6.2. Jenis-Jenis Kredit

Menurut Kurniawan, (2009:67), ada berbagai macam jenis kredit yang dilihat dari berbagai segi, berikut ini diuraikan jenis-jenis kredit yang dilihat dari berbagai segi tertentu.

1. Dilihat Dari Segi Kegunaan.

- a. Kredit Investasi, merupakan kredit jangka panjang yang biasanya digunakan untuk keperluan perluasan usaha atau membangun proyek pabrik baru atau untuk keperluan rehabilitasi. Contoh kredit investasi misalnya untuk membangun pabrik atau membeli mesin-mesin. Masa pemakaiannya untuk suatu periode yang relatif besar pula.
- b. Kredit modal kerja, merupakan kredit yang digunakan untuk keperluan meningkatkan produksi dalam operasionalnya. Sebagai contoh kredit modal kerja diberikan untuk membeli bahan baku, membayar gaji pegawai atau biaya-biaya lainnya yang berkaitan dengan proses produksi koperasi.

2. Dilihat Dari Segi Tujuan Kredit.

- a. Kredit produktif, merupakan kredit yang digunakan untuk peningkatan usaha produksi atau investasi. Kredit ini diberikan untuk menghasilkan barang dan jasa. Sebagai contohnya kredit untuk membangun pabrik yang nantinya akan menghasilkan barang dan kredit pertanian akan menghasilkan produk pertanian, kredit pertambangan menghasilkan bahan tambang atau kredit industri akan menghasilkan barang industri.
- b. Kredit konsumtif, merupakan kredit yang digunakan untuk dikonsumsi secara pribadi. Dalam kredit ini tidak ada penambahan barang dan jasa yang dihasilkan, karena memang untuk digunakan atau dipakai oleh

seseorang atau badan usaha. Sebagai contoh kredit untuk perumahan kredit mobil pribadi, kredit perabotan rumah tangga dan kredit konsumtif lainnya.

- c. Kredit perdagangan, merupakan kredit yang diberikan kepada pedagang dan digunakan untuk membiayai aktivitas perdagangannya seperti untuk membeli barang dagangan yang pembayarannya diharapkan ada hasil penjualan barang dagangan tersebut. Kredit ini sering diberikan kepada supplier atau agen-agen perdagangan yang akan membeli barang dalam jumlah besar.

3. Dilihat Dari Segi Jangka Waktu

- a. Kredit jangka pendek, merupakan kredit yang memiliki jangka waktu kurang dari satu tahun atau paling lama satu tahun dan biasanya digunakan untuk keperluan modal kerja.
- b. Kredit jangka menengah, merupakan jangka waktunya berkisar antara satu tahun sampai dengan tiga tahun dan biasanya kredit ini digunakan untuk melakukan investasi.
- c. Kredit jangka panjang, merupakan kredit yang masa pengembaliannya paling panjang. Kredit jangka panjang waktu pengembaliannya di atas tiga atau lima tahun.

4. Dilihat Dari Segi Jaminan

- a. Kredit dengan jaminan, merupakan kredit yang diberikan dengan suatu jaminan. Jaminan tersebut dapat berbentuk barang berwujud dan tak berwujud.
- b. Kredit tanpa jaminan, merupakan kredit yang diberikan tanpa jaminan barang atau orang tertentu. Kredit jenis ini diberikan dengan melihat prospek usaha, karakter serta loyalitas atau nama baik si calon debitur selama berhubungan dengan bank atau pihak lain.

5. Dilihat Dari Sektor Usaha

- a. Kredit pertanian, merupakan kredit yang dibiayai untuk sektor perkebunan atau pertanian. Sektor usaha pertanian dapat berupa jangka pendek atau jangka panjang.

- b. Kredit peternakan, merupakan kredit yang diberikan untuk sektor peternakan baik jangka pendek maupun jangka panjang. Untuk jangka pendek misalnya peternakan ayam dan jangka panjang ternak kambing dan sapi.
- c. Kredit industri, merupakan kredit yang diberikan untuk membiayai industri, baik industri kecil, industri menengah atau industri besar.
- d. Kredit pertambangan, merupakan kredit yang diberikan kepada usaha tambang, Jenis usaha tambang yang dibiayai biasanya dalam jangka panjang, seperti tambang emas, minyak atau timah.
- e. Kredit pendidikan, merupakan kredit yang diberikan untuk membangun sarana dan prasarana pendidikan atau dapat pula berupa kredit untuk para mahasiswa.
- f. Kredit profesi, merupakan kredit yang diberikan kepada para kalangan profesional seperti dosen, dokter atau pengacara.
- g. Kredit perumahan, yaitu untuk membiayai pembangunan atau pembelian perumahan dan biasanya berjangka waktu panjang.

Menurut Widodo, (2008:43) dalam pelaksanaan pemberian kredit dikenal adanya prinsip 5C's yang meliputi hal-hal berikut ini.

a. *Character*

Character pemberian kredit adalah atas dasar kepercayaan yaitu adanya keyakinan dari pihak Bank atau pemberian kredit bahwa peminjam memiliki moral, watak, ataupun sifat pribadi yang positif, kooperatif, dan juga penuh rasa tanggung jawab dalam kehidupan pribadi sebagai manusia, anggota masyarakat, ataupun dalam menjalankan kegiatan usahanya.

b. *Capacity*

Capacity yaitu suatu penilaian kepada calon debitur mengenai kemampuan melunasi kewajiban-kewajibannya dari kegiatan usaha yang dilakukannya atau kegiatan usaha yang akan dibiayai oleh kredit dari Bank.

c. *Capital*

Capital yaitu jumlah dana atau modal sendiri yang dimiliki oleh calon debitur.

d. *Collateral*

Collateral yaitu barang-barang jaminan yang diserahkan oleh peminjam atau debitur sebagai jaminan atas kredityang diterimanya.

e. *Condition of Economy*

Condition of economy yaitu situasi dan kondisi sosial, politik, ekonomi, budaya, dan lain-lain yang mempengaruhi keadaan perekonomian suatu negara pada suatu saat atau pada kurun waktu tertentu yang kemungkinannya akan dapat mempengaruhi kelancaran usaha dari koperasi yang memperoleh kredit.

2.7. Koperasi Simpan Pinjam

Pembentukan dan pengelolaan koperasi harus dilakukan secara demokratis agar tidak menyimpang dari tujuannya. Pada saat pembentukan koperasi harus dibentuk berdasarkan kesukarelaan dan kemauan dari para pendirinya. Kemudian pada saat pengelolaan tiap anggota koperasi harus berpartisipasi dalam mengembangkan dan mengawasi jalannya kegiatan koperasi. Pengertian koperasi menurut Widiyanti dan Sunindia, (2003:1) adalah sebagai berikut.

“Suatu perkumpulan yang beranggotakan orang-orang atau badan-badan yang memberikan kebebasan masuk dan keluar sebagai anggota dengan bekerjasama secara kekeluargaan dan untuk mempertinggi kesejahteraan para anggotanya”.

Berdasarkan pendapat di atas, dalam koperasi yang diutamakan bukanlah modal atau uang tetapi mereka berfikir untuk kesejahteraan bersama sehingga tercipta hubungan kekeluargaan yang erat. Sedangkan definisi koperasi menurut Undang-Undang Perkoperasian Nomor 25 Tahun 1992 Pasal 1 Ayat 1 adalah sebagai berikut.

“Badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melaksanakan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan”.

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa koperasi merupakan organisasi-organisasi ekonomi yang dimiliki oleh para anggotanya. Koperasi ditugaskan untuk menunjang kepentingan anggota dalam perannya

sebagai pelanggan atau nasabah dari perusahaan koperasi serta sebagai pekerja atau karyawan dari koperasinya.

Menurut Widiyanti dan Sunandhia, (2003:49) jenis koperasi dapat dibagi menjadi lima golongan berikut ini.

1. Koperasi Konsumsi

Koperasi jenis ini berusaha untuk menyediakan barang-barang yang dibutuhkan para anggotanya, baik barang-barang keperluan sehari-hari maupun barang-barang sekunder yang dapat meningkatkan kesejahteraan hidup anggotanya.

2. Koperasi Produksi

Koperasi yang bergerak dalam bidang kegiatan ekonomi pembuatan dan penjualan barang-barang, baik yang dilakukan oleh koperasi sebagai organisasi maupun orang-orang anggota koperasi.

3. Koperasi Jasa

Koperasi yang berusaha di bidang penyediaan jasa tertentu bagi para anggota maupun masyarakat umum.

4. Koperasi Serba Usaha

Koperasi jenis ini berusaha dalam beberapa macam kegiatan ekonomi yang sesuai dengan kepentingan para anggotanya.

5. Koperasi Kredit Atau Simpan Pinjam

Koperasi yang setiap anggotanya mempunyai kepentingan langsung dalam lapangan perkreditan. Oleh karena itu, anggota dari KSP tersebut juga merupakan karyawan yang secara langsung juga mempunyai kepentingan atau tanggung jawab pada masyarakat yang mempunyai pinjaman atau bisa disebut juga nasabah”.

Dalam penelitian ini yang lebih banyak dibahas adalah koperasi simpan pinjam karena lokasi penelitian ini adalah koperasi simpan pinjam Artha Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember. Menurut Widyanti dan Sunindhia, (2003:54) definisi koperasi simpan pinjam adalah sebagai berikut.

“Koperasi yang bergerak dalam lapangan usaha pembentukan modal melalui tabunagn-tabungan para anggota secara teratur dan terus menerus untuk kemudian dipinjamkan kepada para anggota dan masyarakat sekitar KSP tersebut dengan cara mudah, murah, cepat, dan tepat untuk tujuan produktif dan kesejahteraan”.

Berdasarkan definisi koperasi simpan pinjam di atas, dapat disimpulkan bahwa koperasi didirikan untuk member kesempatan kepada anggota-anggotanya dan masyarakat sekitar agar memperoleh pinjaman dengan mudah dan dengan ongkos atau bunga yang ringan, sehingga mereka tidak terbebani dengan tanggung jawab mereka sebagai nasabah. Menurut Widyanti dan Sunindhia, (2003:54) tujuan koperasi kredit atau koperasi simpan pinjam ada empat hal berikut ini.

- a. “Membantu keperluan kredit para anggota dan masyarakat yang sangat membutuhkan dengan syarat-syarat yang ringan.
- b. Mendidik kepada para anggota supaya giat menyimpan secara teratur sehingga membentuk modal sendiri.
- c. Mendidik anggota hidup berhemat dengan menyisahkan sebagian pendapat mereka.
- d. Menambah pengetahuan perkoperasian”.

2.8. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dengan topik yang sama dapat dijadikan sebagai dasar atau acuan agar penelitian yang kita lakukan sekarang dapat berjalan dengan baik. Salah satu hasil penelitian yang dijadikan acuan oleh peneliti adalah penelitian yang dilakukan oleh Yuliazmi (2005) yang berjudul “*Penerapan Knowledge Management Pada Perusahaan Reasuransi (Studi Kasus Pada PT. Reasuransi Nasional Indonesia)* dan penelitian Firdatul Khasanah (2011) dengan judul “*Peran Manajemen Pengetahuan Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Pemberian Kreedit di PT. BPR Nur Semesta Indah Kencong Jember*”. Untuk membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang dapat dilihat pada tabel 2.1.



Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang

Perbedaan	Yuliazmi (2005)	Khasanah (2011)	Yanti (2014)
Judul Penelitian	Penerapan Knowledge Management Pada Perusahaan Reasuransi (Studi Kasus Pada PT. Reasuransi Nasional Indonesia)	Peran Manajemen Pengetahuan Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Pemberian Kredit di PT. BPR Nur Semesta Indah Kencong Jember	Peran Manajemen Pengetahuan Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Pemberian Kredit di KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Jember
Lokasi	PT. Reasuransi Nasional Indonesia	PT. BPR Nur Semesta Indah Kencong Jember	KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Jember
Metode Analisis	Metode Deskriptif	Domain Taksonomi	Domain Taksonomi
Hasil Penelitian	<i>Knowledge Management</i> yang berbasis web dapat diterapkan dan dapat dukungan dari infrastruktur teknologi informasi. Budaya <i>sharing knowledge</i> dari pegawai dapat ditingkatkan untuk menyukseskan jalannya system <i>Knowledge Management</i> .	Manajemen pengetahuan yang semuanya berbasis teknologi dapat memberikan pelayanan yang cepat, tepat, serta efektif dan efisien kepada nasabah PT. BPR Nur Semesta Indah Kencong Jember sehingga nasabah puas dengan layanan kredit yang ada pada BPR ini.	Aktivitas KSP Artha Anugrah masih belum menerapkan manajemen pengetahuan secara penuh, namun ada beberapa yang menerapkan manajemen pengetahuan. Pengalaman setiap karyawan KSP Artha Anugrah dalam dunia kerja selanjutnya akan diberikan kepada karyawan lain yang belum mengetahui tentang pengalaman tersebut, jadi di sini terjadi transformasi pengetahuan yang merupakan bagian dari penerapan manajemen pengetahuan dalam meningkatkan kualitas pemberian kredit di KSP ini.

Sumber: Data Diolah Tahun 2013

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian yang menggambarkan atau mendeskripsikan keadaan suatu objek penelitian, model penelitian seperti ini dikenal sebagai penelitian deskriptif. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah suatu penelitian yang menggambarkan berupa kata-kata gambaran dan bukan angka-angka sehingga yang dikumpulkan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti (Moleong, 2000:6).

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh dan mempermudah dalam mencari data yang di perlukan untuk menjawab masalah yang ditentukan. Peneliti memilih KSP Artha Anugrah di Jalan Ahmad Yani GG VI/ Nomor 11 Dukuh Mencek Sukorambi Jember untuk dijadikan lokasi penelitian.

3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari macam, yakni data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumbernya secara langsung, sedangkan data sekunder adalah data yang sudah diolah sehingga peneliti tinggal menyalin data itu saja. Agar data ini dapat diperoleh, maka diperlukan teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan cara observasi dan wawancara, sedangkan teknik pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara dokumentasi dan studi pustaka. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini akan dijelaskan di bawah ini.

a. Observasi.

Metode ini dilakukan peneliti dengan cara mengadakan pengamatan langsung di KSP Artha Anugrah Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember

yang berada di Jalan Ahmad Yani Gang VI Nomor 11 Dukuh Mencek Sukorambi Jember.

b. Wawancara.

Metode ini dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada informan yang telah ditentukan untuk mencari keterangan tambahan yang berhubungan dengan masalah-masalah yang diteliti. Dalam melaksanakan wawancara, penulis terlebih dahulu membuat interview guide sebagai pedoman yang mempermudah wawancara dan pertanyaan-pertanyaan yang di ajukan tidak menyimpang dari topik yang di bicarakan.

c. Dokumentasi.

Metode ini dilakukan dengan cara mencari data, arsip, atau bahan yang berkaitan dengan data yang diperlukan dalam penyelesaian masalah penelitian. Data, arsip, atau bahan ini diperoleh dari KSP Artha Anugrah selaku obyek penelitian, misalnya data tentang karyawan dan nasabah KSP Artha Anugrah, data tentang proses pemberian kredit, dan data tentang prosedur pemberian layanan kredit di KSP Artha Anugrah.

d. Studi Pustaka.

Metode ini digunakan dalam keseluruhan proses penelitian sejak awal hingga akhir dengan menggunakan literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian.

3.4.Uji Keabsahan Data

Dalam setiap penelitian memerlukan adanya standar untuk melihat drajat kepercayaannya dan keberadaannya dari hasil penelitiannya. Dalam penelitian kualitatif standar tersebut disebut dengan keabsahan data. Menurut Moleong (2006:324) menyatakan bahwa "untuk menetapkan keabsahan (*trustworthiness*) data diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sifat kriteria yang digunakan, yaitu drajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), ketergantungan (*dependability*), dan kepastian (*conformability*)".

Untuk teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi. Menurut Moleong (2006:330) menyatakan bahwa "triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu". Teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi dengan sumber. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Patton dikutip oleh Moleong, 2006:330).

3.5. Penentuan Informan

Moleong (2006:132) menjelaskan bahwa "Informan adalah orang dalam pada latar penelitian". Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi, seorang informan harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian. Kegunaan informan bagi peneliti ialah membantu agar secepatnya dan tetap seteliti mungkin dapat membenamkan diri dalam konteks setempat terutama bagi peneliti yang belum mengalami latihan etnografi, Lincoln dan Guba (dalam Moleong, 2006:132). Di samping itu pemanfaatan informan peneliti ialah agar dalam waktu yang relative singkat banyak informasi yang terjaring, jadi sebagai *sampling internal*, karena informan dimanfaatkan untuk berbicara, bertukar pikiran, atau membandingkan suatu kejadian yang ditemukan dari subyek lainnya, Bogdan dan Biklen (Moleong, 2006:132).

Dalam penelitian untuk menentukan informan dapat dilakukan dengan cara (1) melalui keterangan orang yang berwenang, baik secara informal (pemerintah) maupun secara formal (pemimpin masyarakat seperti tokoh masyarakat, pemimpin adat, dan lain-lain). Perlu dijajaki jangan sampai terjadi informan yang disodorkan tersebut berperan ganda; (2) melalui wawancara pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti. Dengan wawancara pendahuluan peneliti menilai berdasarkan persyaratan yang dikemukakan sebelumnya.

Informan yang ditentukan penulis dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yakni informan kunci dan informan pendukung yang akan dijelaskan di bawah ini.

1. Informan Kunci (*key informan*), yang terdiri dari.

a). Nama : Bapak Sutaji

Jabatan : Ketua KSP

Lama Jabatan : 12 Tahun

Topik Wawancara : 1. Membahas tentang gambaran umum KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Jember.

2. Membahas tentang kegiatan pokok di KSP Artha Anugrah dan tugas-tugasnya.

b). Nama : Bapak Sukadi

Jabatan : Kepala Pemberian Kredit

Lama Jabatan : 10 Tahun

Topik Wawancara : 1. Bagaimana pelayanan pada saat ini di KSP Artha Anugrah.

2. Bagaimana cara yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pemberian kredit di KSP Artha Anugrah.

2. Informan pendukung, yang terdiri dari.

a). Nama : Bapak Yanto

Jabatan : Koordinator Petugas Lapangan

Lama Jabatan : 7 Tahun

Topik Wawancara: 1. Bagaimana criteria yang digunakan KSP ini untuk menentukan nasabah yang layak diberikan kredit.

2. Bagaimana cara petugas lapangan dalam menarik tagihan kredit pada nasabah.

b). Nama : ibu Susi

Jabatan : Nasabah Tetap KSP Artha Anugrah

Lama Berlangganan : 5 Tahun

- Topik Wawancara : 1. Bagaimana proses pemberian kredit di KSP Artha Anugrah.
2. Apakah selama menjadi pelanggan, Susi puas dengan pelayanan yang diberikan KSP ini.

Alasan peneliti memilih beberapa informan ini adalah sebagai berikut.

1. Informan sangat mengenali dan menguasai masalah pemberian kredit di KSP Artha Anugrah Dukuh Sukorambi Mencek Jember.
2. Informan terlibat langsung dan aktif dalam kegiatan yang terkait dengan pelayanan pemberian kredit.
3. Informan mampu memberikan data yang akurat kepada peneliti tentang layanan kredit di KSP Artha Anugrah Dukuh Sukorambi Mencek Jember.

3.6. Metode Analisis Data

Pada tahap ini, seluruh data yang terkumpul di analisis kualitatif, maksudnya adalah segala gejala yang ada secara langsung diungkapkan secara mendalam dan terperinci dengan menggunakan deskriptif kualitatif secara sistematis. Berdasarkan tahap-tahap penelitian dalam pengumpulan data, maka analisis yang digunakan adalah analisis domain dan analisis taksonomi. Terlebih dahulu peneliti menentukan analisis domain sebagai langkah pertama dalam penelitian kualitatif. Selanjutnya baru dilakukan analisis taksonomi yang dilakukan dengan observasi lebih mendalam dan terus-menerus melalui pengamatan, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka sehingga data yang terkumpul menjadi banyak. Proses analisis data dalam penelitian ini dimulai dengan mengumpulkan data mentah yang berupa dokumen, komentar peneliti, dan catatan lapangan.

Data mentah yang terkumpul dianalisis berdasarkan teori-teori kemudian dideskripsikan dan akhirnya diinterpretasikan. Informasi mentah adalah pertanyaan-pertanyaan informasi dalam bentuk asli yang berasal dari wawancara serta data sekunder perusahaan. Data-data yang ada disusun berdasarkan topik

dari kriteria yang telah ditentukan. Berikut tabel analisis domain dan taksonomi yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.1. Model Analisis Domain Peran Manajemen Pengetahuan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kredit Pada KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember

Domain	Hubungan Semantik	Pertanyaan Struktural
(a)	(b)	(c)
Gambaran umum perusahaan	Manajemen pengetahuan yang meliputi <i>tacit knowledge</i> dan <i>explicit knowledge</i> yang ada di KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Jember	Bagaimana peran manajemen pengetahuan pada karyawan yang berkaitan dengan <i>tacit knowledge</i> dan <i>explicit knowledge</i> yang ada di KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember

Sumber: Olahan Penulis 2013

Tabel 3.2. Model Analisis Taksonomi Peran Manajemen Pengetahuan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kredit Pada KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi

Bidang	Kegiatan	Deskripsi
(a)	(b)	(c)
Peran manajemen pengetahuan dalam meningkatkan kualitas pelayanan kredit pada KSP Artha Anugrah Dukuh Sukorambi Mencek Jember	Implementasi peran manajemen pengetahuan b. Perangkat manusia c. Perangkat teknis d. Perangkat organisasi e. Perangkat informasi	Penguasaan karyawan tentang pengetahuan produk yang ada di KSP Artha Anugrah. Berkaitan dengan peralatan perkantoran yang sudah difasilitasi oleh KSP Artha Anugrah dalam bentuk fisik untuk meningkatkan kualitas layanan secara efektif Kebijakan pengambilan keputusan dalam pemberian layanan Berkaitan dengan teknologi yang ditetapkan berkaitan dengan komputerisasi guna memperlancar proses pelayanan

Sumber: Olahan Penulis 2013

3.7. Interpretasi Data

Interpretasi merupakan tahap di mana seorang peneliti memberikan pemahaman atas informasi atau data lapangan yang diperoleh. Interpretasi merupakan langkah dalam studi untuk lebih memahami tentang kasus tertentu berdasarkan teori-teori atau konsep-konsep yang ada dan dikaitkan dengan fenomena dan tujuan dari studi yang dilakukan. Dalam tahap ini peneliti memberikan pemahaman berdasarkan kerangka teori yang digunakan dan yang nantinya akan mengarah pada bagaimana kaitannya dengan teori-teori yang ada dan kemudian dianalisis dengan metode analisis domain dan taksonomi.

3.8. Tahap Penarikan Kesimpulan

Tahap penarikan kesimpulan adalah tahap akhir yang dilakukan dalam penelitian. Penarikan dilakukan berdasarkan pada data yang telah diperoleh dan analisis yang dilakukan, sehingga ditemukan jawaban dari permasalahan yang diangkat. Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dilakukan dengan metode induktif konseptualisasi, yaitu menarik kesimpulan dari hal-hal yang bersifat khusus ke hal-hal yang bersifat umum. Penarikan kesimpulan induktif ini berangkat dari fenomena-fenomena yang ada di lapangan (*field notes*) dan bertolak dari fenomena lapang tersebut, maka kita dapat menilai kebijakan yang umum. Dalam penarikan kesimpulan ini, peneliti menjelaskan secara ringkas tentang hasil penelitian yang dilakukan yang bertujuan agar maksud dan hasil penelitian bisa dipahami secara umum, yang terkait dengan layanan pemberian kredit.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Lokasi Penelitian

KSP Artha Anugrah berada di Jalan Ahmad Yani GG VI/ Nomor 11 Dukuh Mencek Sukorambi Jember. KSP ini merupakan cabang dari KSP Artha Niaga yang ada di Rogojampi Banyuwangi yang didirikan pada tahun 2000. Visi KSP Artha Anugrah adalah menjadi KSP yang dapat mensejahterakan dan memberikan pelayanan profesional pada anggota. Sedangkan misi KSP Artha Anugrah ada tiga hal berikut ini.

1. Dapat meningkatkan perekonomian anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.
2. Menjembatani antara pihak yang membutuhkan modal dan pihak yang kekurangan modal.
3. Mendorong anggota untuk aktif dalam kegiatan koperasi.

4.2. Deskripsi Karyawan KSP Artha Anugrah

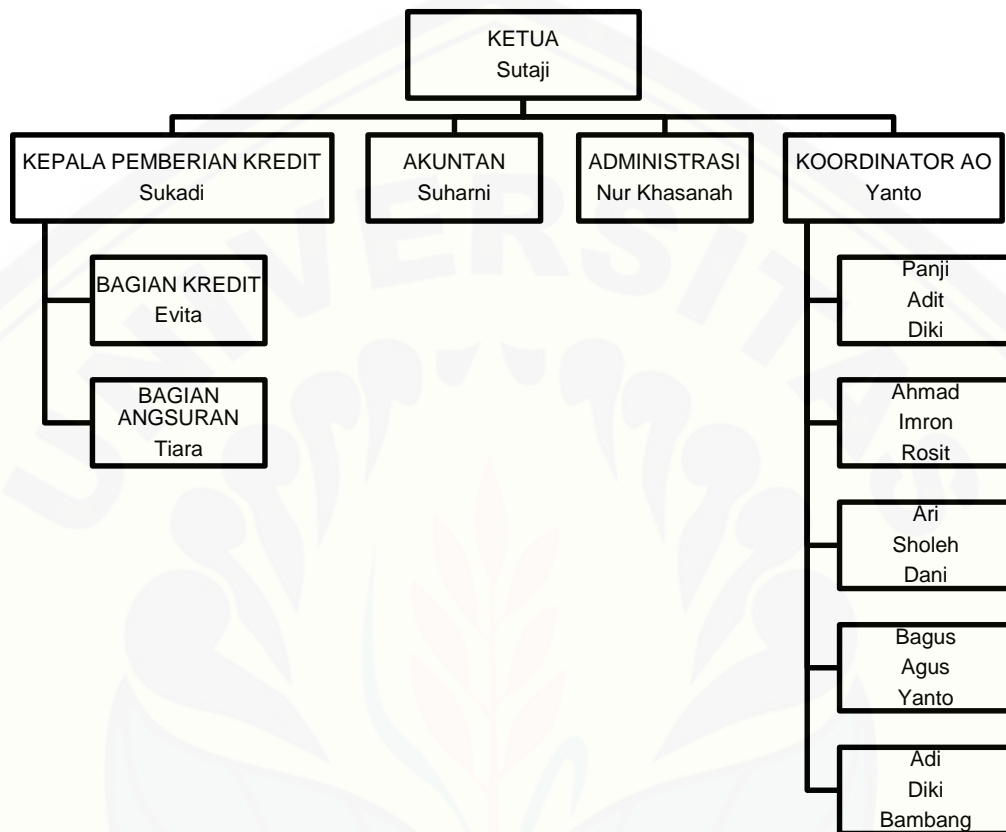
Di KSP Artha Anugrah terdapat 20 karyawan yang mempunyai tugas dan kewajiban sesuai dengan tupoksi yang ada dengan rincian berikut ini.

- a. Ketua : Sutaji.
- b. Kepala Pemberian Kredit : Sukadi.
- c. Koordinator AO : Yanto.
- d. Akuntan : Suharni.
- e. Karyawan Bagian Kredit : Evita.
- f. Karyawan Bagian Administrasi : Nur Khasanah.
- g. Karyawan Bagian Angsuran : Tiara.

Selain tujuh karyawan yang telah disebutkan di atas, masih terdapat lima belas karyawan lainnya yang bertugas di lapangan yang khusus menangani masalah kredit yang biasa disebut sebagai *Account Officer* (AO) yang terdiri dari Panji, Ahmad, Ari, Bagus, Adi, Adit, Imron, Soleh, Agus, Diki, Rosit, Ridho, Dani, yanto, dan Bambang. Untuk lebih jelasnya mengenai nama dan jabatan

karyawan KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Tabel 4.1. Nama Jabatan Di KSP Artha Anugrah



Sumber: KSP Artha Anugrah tahun 2013

4.3. Aktivitas Pelayanan Kredit Pada KSP Artha Anugrah

Ketua KSP Artha Anugrah adalah Sutaji yang telah bekerja selama 12 tahun di KSP ini. Salah satu yang berperan penting dalam bidang perkreditan adalah Yanto selaku *coordinator Account Officer (AO)* dan Sukadi selaku kepala pemberian kredit. Dua bagian ini memegang peran sentral dalam pemberian kredit di KSP Artha Anugrah.

Hal yang sangat penting diperhatikan KSP dalam penyaluran kredit adalah apakah unsure-unsur dalam pemberian kredit telah dipenuhi secara baik dan bagaimana proses penggunaan serta pemeliharaan kredit itu dilakukan para pihak secara berkesinambungan dari awal sampai pada saat pelunasan kredit. Hal ini

diperlukan untuk meminimalisasi resiko kredit yang dapat berpotensi menjadi kredit bermasalah. KSP Artha Anugrah memperoleh pendapatan dari hasil penyaluran kredit karena bidang utamanya bergerak dalam jasa simpan pinjam dan lebih banyak anggota yang meminjam daripada yang menyimpan. KSP Artha Anugrah menerima pendapatan dari bunga kredit atas pelayanan jasa yang dijualnya kepada anggota, pendapatan provisi, dan pendapatan administrasi. Semua post-post pendapatan ini kemudian dikelola lagi untuk kelancaran operasional KSP Artha Anugrah.

Penyaluran kredit ditetapkan menjadi prioritas utama KSP Artha Anugrah dalam mengembangkan kegiatan operasionalnya, sehingga pelayanan kredit mendapatkan perhatian khusus dari koperasi ini dan selalu berupaya agar anggota terus bertambah dengan harapan jumlah kredit juga meningkat. KSP Artha Anugrah memberikan kredit yang berkualitas melalui ketetapan penyampaian informasi, kemudahan, keluwesan, dan sikap professional setiap karyawan serta menjalin hubungan baik dengan anggota yang bertujuan agar anggota puas dengan pelayanan kredit yang diberikan KSP ini. Agar KSP Artha Anugrah ini dapat tetap eksis di tengah maraknya KSP dan BPR maupun lembaga keuangan lainnya, maka KSP ini selalu berupaya untuk mengoptimalkan pelayanan yang berkualitas kepada anggotanya sehingga penyaluran kredit dapat meningkat.

Kegiatan penyaluran kredit dapat berjalan lancar apabila ditunjang dengan kemudahan dalam pemberian kredit, misalnya proses cepat, bunga ringan, dan syaratnya mudah. Aktivitas pengajuan kredit anggota di KSP ini dilayani oleh *Account Officer* (AO) terlebih dahulu kemudian dianalisis oleh kepala bagian kredit berdasarkan keterangan hasil survey yang dilakukan oleh AO. Jadi dapat disimpulkan bahwa ujung tombak dari pemberian kredit yang berkualitas adalah pelayanan kredit awal yang diberikan AO.

Prosedur pengajuan kredit kepada para calon anggota diawali dengan cara anggota datang langsung ke KSP Artha Anugrah dan dilayani oleh administrasi yang khusus melayani kredit. Setelah itu, bagian kredit menanyakan keperluan anggota atau calon anggota tersebut. Apabila anggota tersebut ingin melakukan kredit, maka bagian kredit memberitahukan kepada anggota tentang persyaratan

dan agunan yang harus dipenuhi anggota serta alamat dan nama lengkap pemohon kredit. Setelah itu, bagian administrasi menelpon AO yang berada di dekat rumah pemohon kredit untuk mensurvei layak atau tidaknya anggota ini diberikan kredit. Apabila tidak layak, maka kredit tidak diberikan dan jika anggota ini layak diberikan kredit, maka proses selanjutnya adalah bagian kredit menyerahkan formulir pengajuan kredit untuk diisi pemohon kredit dan memberitahukan tentang besarnya biaya administrasi. Apabila pemohon kredit sudah melengkapi semua formulir, persyaratan pengajuan kredit, dan dilakukan cek fisik terhadap agunan yang harus dipenuhi dan semuanya cocok, maka proses selanjutnya adalah karyawan administrasi menyerahkan semua berkas pengajuan kredit kepada kepala bagian kredit untuk diproses lebih lanjut.

Kepala bagian kredit kemudian menganalisis kelayakan pemohon dan dilihat kelengkapan persyaratan pengajuan kredit. Setelah dianalisis, kepala bagian kredit menyerahkan semua berkas dan hasil analisis kepada pemimpin KSP Artha Anugrah untuk mendapatkan keputusan disetujui atau tidaknya pengajuan kredit tersebut. Jika kredit disetujui, maka langsung dilakukan penandatanganan perjanjian kredit yang bermaterai. Sebelum perjanjian kredit ini ditandatangani pemohon kredit, karyawan bagian kredit menjelaskan besarnya bunga, biaya administrasi, jumlah angsuran tiap bulan, lama kredit, serta uang yang akan didapatkan pemohon kredit. Jika pemohon kredit sudah mengerti dan paham tentang perjanjian kredit ini, maka selanjutnya pemohon kredit diminta tanda tangan di atas kertas perjanjian kredit yang telah diberi materai.

Terdapat 2 jenis kredit di KSP Artha Anugrah, yakni kredit 6 bulan dan kredit 1 tahun. Kredit 6 bulan bunganya hanya 2% dan jika kredit 1 tahun bunganya 2,5%. Setiap bulannya nasabah membayar angsuran ditambah bunganya. Jika ada salah satu nasabah yang pada jatuh tempo pembayaran belum juga melakukan angsuran, maka akan diberikan surat peringatan, jika surat peringatan ini tidak dihiraukan maka AO akan datang langsung ke rumah nasabah dan menginformasikan bahwa kredit telah jatuh tempo pembayaran. Datangnya AO ke rumah nasabah ini juga untuk mengetahui apa penyebab keterlambatan pembayaran serta memberitahu masih ada toleransi pembayaran 10 hari dari

tanggal jatuh tempo. Jika lebih dari itu, maka nasabah akan dikenai denda 1% tiap harinya dari jumlah angsuran yang dibayarkan. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Yanto selaku coordinator AO di KSP ini.

“Apabila pada saat jatuh tempo nasabah belum melakukan angsuran, maka nasabah yang bersangkutan akan dikirim surat peringatan sebagai tanda bahwa kredit telah jatuh tempo. Jika tidak ada respon, maka AO yang memegang kredit nasabah ini akan datang ke rumah untuk memberikan teguran secara lisan serta mencari tahu penyebab keterlambatan angsuran. Di sini AO juga menginformasikan pada nasabah bahwa masih ada toleransi dari KSP 10 hari dari tanggal jatuh tempo dan jika lebih dari itu akan dikenakan denda 1% tiap harinya dari besarnya angsuran” (*Hasil wawancara, 7 Februari 2014*).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Yanto, dapat diketahui bahwa ada perpanjangan waktu selama 10 hari dari tanggal jatuh tempo pada nasabah yang terlambat membayar angsuran. Hal ini merupakan salah satu kebijakan kSP untuk mempermudah nasabah dalam pengajuan kredit, sehingga pihak KSP bisa mendapatkan profit dan nasabah merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh KSP Artha Anugrah dan nantinya akan ada keinginan untuk kredit di KSP ini lagi.

4.4. Pembahasan

4.4.1. Analisis Domain

Dalam penelitian ini, analisis domain memberikan focus pada aspek *tacit knowledge* dan *explicit knowledge*. *Tacit knowledge* merupakan sebuah pengetahuan yang ada di benak manusia, sehingga sulit untuk didokumentasikan. Sedangkan *explicit knowledge* merupakan sebuah pengetahuan yang berupa tulisan atau dokumentasi dari sebuah pengalaman. Menurut Sugiyono (2009:255) menyatakan bahwa analisis domain adalah analisis yang memperoleh gambaran yang umum dan menyeluruh dari objek/penelitian atau situasi sosial. Terlebih dahulu peneliti menentukan analisis domain sebagai langkah pertama dalam penelitian kualitatif.

Manajemen pengetahuan dipandang penting karena implementasinya memberi manfaat pada bidang operasi dan pelayanan, dapat meningkatkan

kompetensi personal, memelihara ketersediaan *knowledge* dan inovasi, serta pengembangan produk. Bagi perusahaan yang ingin menerapkan manajemen pengetahuan dalam perusahaannya perlu menyadari dua hal berikut ini.

1. Bahwa pengetahuan ada pada orang dan bukan pada system, meskipun system punya data dan informasi yang dapat membantu proses pengetahuan.
2. Penciptaan pengetahuan merupakan proses social yang tercipta melalui interaksi antara individu-individu dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Pengetahuan sebagai hasil refleksi dan pengalaman seseorang sehingga pengetahuan selalu dipunyai oleh individu atau kelompok. Pengalaman karyawan merupakan sebuah alat untuk dijadikan sebagai pengetahuan baru yang bisa dibagikan lewat diskusi atau cerita-cerita dan di KSP Artha Anugrah hal ini sudah diterapkan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Nur Kasanah selaku karyawan bagian administrasi berikut ini.

“Pertemuan secara berkala di KSP Artha Anugrah rutin dilakukan setiap bulan sekali ahir bulan biasanya, sehingga antar karyawan dan dengan pimpinan KSP dapat bertukar informasi dan pengalaman terkait dengan tugas yang mereka kerjakan. Pertemuan ini dilakukan seluruh manajemen yang ada di KSP pusat maupun KSP cabang yang ada di Jember maupun Banyuwangi, sehingga karyawan dapat memperoleh pengetahuan baru agar lebih bisa mengerjakan tugas dan kewajiban yang diberikan KSP kepadanya lebih baik lagi” (*Hasil wawancara, 7 Februari 2014*).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Nur Kasanah, dapat disimpulkan bahwa adanya pertemuan rutin yang dilakukan KSP Artha Anugrah dengan KSP – KSP lain yang masih dalam satu manajemen membuat karyawan lebih banyak mendapatkan ilmu dan pengalaman melalui pertemuan ini sehingga mereka dapat mengerjakan tugasnya sesuai dengan tupoksi yang ada dan diharapkan dapat lebih baik lagi karena adanya pengetahuan yang dia peroleh ini.

Tantangan yang dihadapi oleh perusahaan adalah mengkonversi *tacit knowledge* menuju *exolicit knowledge* atau sebaliknya. Terdapat 4 pola dasar penciptaan pengetahuan yang akan diuraikan di bawah ini.

1. Sosialisasi.

Menjelaskan saling berbagi antar *tacit knowledge*, umumnya tanpa melibatkan hal-hal formal, misalnya sharing atau transfer pengetahuan antar

karyawan. Menurut Nur Khasanah selaku karyawan bagian administrasi berikut ini.

“Adanya kerjasama KSP Artha Anugrah dengan Adira dalam kredit sepeda motor. Jadi jika ada anggota KSP yang ingin membeli sepeda motor bisa lewat KSP karena pihak kami telah bekerjasama dengan Adira dan bunga yang diberikan tentunya lebih rendah dibandingkan dengan kredit langsung di Adira karena besarnya bunga disesuaikan dengan yang ada di KSP Artha Anugrah” (*Hasil wawancara, 7 Februari 2014*).

2. Eksternalisasi.

Mengkonversi *tacit knowledge* menjadi *explicit knowledge* biasanya menggunakan metaphor-metafor yang dapat dipahami bersama, misalnya hasil pengamatan yang diubah dalam bentuk tertulis agar lebih mudah untuk dipahami dan didiskusikan bersama rekan-rekan kerja. Pola penerapan di KSP Artha Anugrah ini ditegaskan Sutaji selaku pemimpin KSP Artha Anugrah berikut ini.

“Adanya tugas IT dalam membuat SOP yang disetujui oleh seluruh anggota dalam RAT, maka tugas IT selanjutnya adalah menjelaskan ke pihak manajemen KSP Artha Anugrah tentang SOP tersebut. Misalnya jika ada anggota yang ingin mengecek tabungan, maka petugas IT *online* akan memasukkan nomor tabungan ke computer dan secara otomatis akan terlihat nama pemegang tabungan, alamat, dan saldo tabungan” (*Hasil wawancara, 7 Februari 2014*).

Berdasarkan pernyataan Sutaji, dapat dipahami bahwa eksternalisasi meliputi aktivitas seperti diskusi yang melibatkan semua anggota koperasi untuk menghasilkan sebuah dokumentasi (SOP) yang bisa digunakan semua karyawan di koperasi. Ketika karyawan membuat dokumen dan mengetahui bahwa orang lain akan membacanya, maka dengan sadar karyawan membuat catatan-catatannya ke dalam bentuk dokumen public. Jadi praktek yang diimplementasikan di KSP Artha Anugrah ini sudah cukup relevan dalam kerjanya.

3. Kombinasi.

Mengkombinasikan antara *explicit knowledge* yang dimiliki oleh individu lain dengan *explicit knowledge* yang dimiliki oleh diri sendiri. Hal ini sesuai

dengan apa yang dikemukakan Suharni selaku akuntan di KSP Artha Anugrah berikut ini.

“Ada kerjasama antar karyawan di KSP Artha Anugrah ini dengan KSP-KSP lain yang masih dalam satu manajemen untuk menciptakn pengetahuan baru, misalnya akuntan di KSP yang baru berdiri seperti saya dulu yang baru jadi akuntan di KSP sejak awal berdiri diajari bagaimana cara membuat neraca keuangan, laporan laba rugi, maupun laporan arus kas oleh akuntan KSP Artha Niaga yang masih dalam satu manajemen. Jadi saya lebih bisa memahami bagaimana tugas seorang akuntan itu, selain itu setiap bulan juga ketemu akuntan-akunbтан lain dari Banyuwangi dan Jember sehingga saya bisa mendapatkan pengetahuan baru dan bertanya pada akuntan yang lebih senior jika ada kesulitan. Kontak via handphone juga sering saya lakukan jika ada kesulitan dalam membuat laporan misalnya” (*Hasil wawancara, 7 Februari 2014*).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Suharni, dapat disimpulkan bahwa semua karyawan dapat memanfaatkan pengetahuan tersebut untuk dipelajari. Awalnya akuntan KSP Artha Anugrah yang relative baru belum memahami tentang neraca keuangan, laporan laba rugi, maupun laporan arus kas. Kemudian karena adanya training yang diberikan oleh akuntan senior dari KSP Artha Niaga pakusari yang lebih paham, maka hal ini merupakan pengetahuan baru yang didapat akuntan KSP Artha Anugrah. Adanya pertemuan rutin tiap bulan dengan KSP-KSP lain yang masih dalam satu manajemen juga dapat menambah pengetahuan Suharni sebagai akuntan baru. Pengetahuan antar dua atau lebih karyawan ini merupakan proses dua arah, karena hal ini cenderung mampu memperbaiki kompetensi baik diri pribadi karyawan maupun tim kerjanya. Kerjasama yang dilakukan di KSP Artha Anugrah dalam melakukan pekerjaannya sudah cukup relevan.

4. Internalisasi.

Merubah *explicit knowledge* menuju *tacit knowledge* dengan pengalaman tersebut, maka bisa meningkatkan pemahaman *tacit knowledge*. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan Sutaji selaku pemimpin KSP Artha Anugrah berikut ini.

“Setiap ada rencana yang akan dilakukan oleh karyawan biasanya terdapat kesalahan dan hal ini wajar terjadi apalagi saat awal

berdiri dulu. Dari kesalsahan yang dilakukan ini, maka para karyawan dapat belajar dari kesalahan yang ada dan dapat memperbaiki kesalahan yang ada untuk melakukan perencanaan selanjutnya yang lebih baik lagi. Dari kesalahan yang ada dapat diubah sesuai dengan situasi dan kondisi yang terjadi saat itu. Jadi perubahan itu biasanya terjadi secara *up to date*” (Hasil wawancara, 7 Februari 2014).

Dari hasil wawancara dengan Sutaji dapat kita tarik kesimpulan bahwa semua perubahan yang ada di KSP Artha Anugrah disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada atau lebih dikenal dengan istilah *up to date*, sehingga pengetahuan itu bisa digunakan kembali sesuai dengan perannya. Proses penggunaan kembali pengetahuan terdapat beberapa peranan yaitu: mempersiapkan kembali dengan meringkasnya terlebih dahulu, membersihkan dan berperan memfasilitasi untuk menyebarkan pengetahuan tersebut. Hal ini sudah cukup relevan digunakan KSP Artha Anugrah karena KSP ini sudah melakukan sesuai dengan aturan dan ketentuan yang ada dari Dinas Koperasi kabupaten Jember dan dari koperasi induk.

Manajemen pengetahuan merupakan suatu paradigma pengelolaan pengetahuan yang berasal dari pemikiran bahwa pengetahuan yang murni sebenarnya tertanam dalam benak dan pikiran manusia. Oleh karena itu, sebagian besar pengetahuan terletak dalam karyawan di perusahaan, sehingga hilangnya karyawan di suatu perusahaan baik karena mengundurkan diri, pension atau meninggal dunia akan membuat perusahaan tersebut kehilangan pengetahuan. Selain itu, manajemen pengetahuan bermanfaat sebagai proses transfer informasi dan ilmu bagi karyawan baru. Ketika seseorang diterima bekerja di suatu perusahaan tentunya telah dianggap memiliki pengetahuan yang berkaitan dengan posisi yang akan ditempati, namun untuk bisa beradaptasi di lingkungan yang baru dengan tanggung jawab dan tugas yang baru maka diperlukan pengetahuan yang memadai.

Manfaat manajemen pengetahuan sebagai media transfer pengetahuan dan pengalaman bagi karyawan baru tersebut, sehingga karyawan baru dapat segera beradaptasi dan bekerja sebaik mungkin. Melalui manajemen pengetahuan akan teridentifikasi pengetahuan-pengetahuan yang dimiliki sebuah perusahaan untuk

meningkatkan kinerjanya dan menghasilkan berbagai inovasi. Inovasi dalam suatu perusahaan dapat diperoleh melalui kreasi pengetahuan yang merupakan salah satu proses dari manajemen pengetahuan.

4.4.2. Analisis Taksonomi

Menurut Sugiyono (2009:261) analisis taksonomi adalah analisis terhadap keseluruhan data yang terkumpul berdasarkan domain yang telah ditetapkan. Hal ini dilakukan dengan observasi lebih mendalam dan terus-menerus melalui pengamatan, wawancara, dan dokumentasi sehingga data yang terkumpul menjadi banyak. Proses analisis data dalam penelitian ini dimulai dengan mengumpulkan data mentah yang berupa dokumen, komentar peneliti, dan catatan lapangan. Data mentah yang terkumpul dianalisis berdasarkan teori-teori kemudian dideskripsikan dan akhirnya diinterpretasikan. Informasi mentah adalah pertanyaan-pertanyaan informasi dalam bentuk asli yang berasal dari wawancara serta data sekunder perusahaan. Data-data yang ada disusun berdasarkan sistematik topik dari kriteria yang telah ditentukan.

Manajemen pengetahuan pada KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Jember memiliki aktivitas yang dapat mendukung kegiatan dan komunikasi data yang dibutuhkan perusahaan. Peran manajemen pengetahuan memberikan efektivitas dan efisiensi pada kegiatan yang ada di KSp ini, terutama dalam peningkatan pelayanan kredit pada anggota. Peranan manajemen pengetahuan terutama dapat dilihat dalam kaitannya dengan penggunaan pengetahuan sebagai basis untuk melahirkan inovasi, meningkatkan responsivitas terhadap kebutuhan anggota dan *stakeholder*, meningkatkan produktivitas dan kompetensi karyawan yang telah di beri tanggung jawab. Sementara itu, tujuan manajemen pengetahuan dapat dipahami melalui aktivitas KSP Artha Anugrah yang selalu berupaya mengembangkan dan mempertahankan dinamika dan daya saing perusahaan yang bertumpu pada sumber daya manusia.

Manajemen pengetahuan diharapkan mampu membuat berbagai informasi (*shared information*) menjadi lebih baik lagi. Manajemen pengetahuan termasuk strategi dari tanggung jawab dan tindak lanjut kegiatan perusahaan, baik untuk

meningkatkan efektivitas organisasi maupun untuk meningkatkan peluang atau kesempatan yang ada. Tujuan dari manajemen pengetahuan adalah meningkatkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan proses aktivitas agar lebih efektif dan efisien. Peran manajemen pengetahuan pada KSP Artha Anugrah adalah sebagai berikut.

1. Perangkat Manusia.

Perangkat manusia yang ada di KSP Artha Anugrah dalam penguasaan dan pemahaman ilmu pengetahuan sudah menguasai karena produk di KSP Artha Anugrah sederhana, misalnya produk tabungan hanya ada satu jenis yakni tabungan bersama. Hal ini dilakukan karena perusahaan melihat pangsa pasarnya yang mayoritas menengah ke bawah. Selain itu, sebelumnya para karyawan ini juga *detraining* terlebih dahulu oleh karyawan yang lebih senior. Hal ini sesuai dengan pernyataan Sutaji selaku pemimpin KSP Artha Anugrah berikut ini.

“Semua karyawan di KSP Artha Anugrah ini sudah memahami semua produk yang ada di sini baik yang berupa tabungan maupun kredit karena sebelumnya karyawan ditraining oleh karyawan yang lebih senior dan produk yang ada di KSP sederhana dengan pangsa pasar yang jelas, yakni masyarakat menengah ke bawah” (*Hasil wawancara, 15 Februari 2014*).

Pengetahuan telah menjadi sesuatu yang sangat menentukan, oleh karena itu perolehan dan pemanfaatannya perlu dikelola dengan baik dalam konteks peningkatan kinerja organisasi. Langkah ini dipandang sebagai sesuatu yang sangat penting dalam menghadapi persaingan ketat dengan KSP-KSP lain yang banyak bermunculan saat ini, sehingga diperlukan cara yang dapat mengintegrasikan pengetahuan itu dalam pengembangan SDM di organisasi agar manajemen pengetahuan dapat berkembang sebagai suatu bagian penting dalam pengelolaan SDM pada perusahaan atau organisasi tersebut.

2. Perangkat Teknis.

Perangkat ini berkaitan dengan mesin yang sudah difasilitasi oleh pihak perusahaan untuk menambah produktivitas kerja karyawan. Sedarmayanti (2001) menyebutkan “produktivitas kerja menunjukkan bahwa individu merupakan perbandingan dari efektivitas keluaran (pencapaian unjuk kerja maksimal) dengan

efisiensi salah satu masukan (tenaga kerja) yang mencakup kuantitas dan kualitas dalam waktu tertentu”. Secara teoritis, produktivitas pekerja dapat dilakukan dengan dua pengukuran, yaitu produktivitas marjinal dan produktivitas rata-rata. Produktivitas marjinal menunjukkan besarnya perubahan output karena ada perubahan satu-satuan pekerja, produktivitas rata-rata menunjukkan jumlah output yang dihasilkan setiap satu-satuan pekerja (Alatas & Priyono, 2003:137).

Karyawan yang ada di KSP Artha Anugrah sudah menggunakan mesin yang ada mulai dari computer, printer, fotocopy, maupun mesin ketik. Jadi semua karyawan baik dalam kantor maupun luar kantor bisa memanfaatkan sarana yang ada sehingga proses produktivitas bisa berjalan dengan lancar. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan Sutaji selaku pemimpin KSP Artha Anugrah berikut ini.

“Semua karyawan KSP Artha Anugrah termasuk AO yang kerjanya di luar kantor biasanya dapat menggunakan semua mesin yang ada mulai dari computer, printer, fotocopy, maupun mesin ketik karena sebelumnya mereka *ditraining* semua bagaimana caranya menggunakan peralatan yang ada. Semua dituntut untuk bisa menggunakan peralatan yang ada karena kadang ada karyawan yang tidak masuk atau pas waktunya istirahat sehingga nasabah tidak sampai menunggu yang bisa membosankan mereka. Akibatnya pelayanan yang kita berikan tidak prima lagi” (*Hasil wawancara, 15 Februari 2014*).

3. Perangkat Organisasi

Perangkat organisasi merupakan terjadinya peningkatan kinerja dan produktivitas. Salah satu cara yang diambil pihak KSP Artha Anugrah untuk meningkatkan produktivitas dan kinerja karyawan adalah dengan cara memberikan insentif. Insentif merupakan penghargaan atau ganjaran yang diberikan untuk memotivasi para pekerja agar produksi kerjanya tinggi, sifatnya tidak tetap atau sewaktu-waktu (Nawawi, 2001:317). Menurut Anthony (2005:55) manusia dipengaruhi baik oleh insentif positif maupun insentif negatif. Insentif positif menggunakan harapan akan imbalan, sedangkan insentif negatif menggunakan rasa takut akan hukuman untuk memotivasi,

Insentif merupakan elemen penghasilan atau balas jasa yang diberikan secara tidak tetap atau bersifat variabel tergantung pada kondisi pencapaian prestasi kerja karyawan. Batasan pengertian tersebut mengandung maksud bahwa jenis kompensasi penghasilan ini mengaitkan secara langsung antara imbalan yang dipenuhi seorang pegawai dengan prestasi kerja yang berhasil dicapainya (Wungu dan Brotoharsojo, 2003:101). Insentif ini diberikan pemimpin KSP Artha Anugrah pada karyawan yang mempunyai kinerja bagus. Insentif ini biasanya berupa uang atau beras. Dengan adanya insentif ini, maka karyawan akan senantiasa berusaha untuk meningkatkan kinerjanya termasuk dalam pelayanan pemberian kredit kepada debitur. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan Sutaji selaku pemimpin KSP Artha Anugrah berikut ini.

“Ada insentif atau bonus biasanya bagi karyawan yang kinerjanya bagus yang berupa uang atau beras. Hal ini bertujuan agar karyawan lebih meningkatkan kinerja dan produktivitasnya karena kinerja baik mereka dihargai lebih termasuk kinerja dalam memberikan pelayanan kredit pada anggota sebab KSP ini unit usaha utamanya adalah simpan pinjam” (*Hasil wawancara, 15 Februari 2014*).

4. Perangkat Informasi.

Perangkat ini berkaitan dengan teknologi yang ditetapkan oleh pihak perusahaan, misalnya computer. Semua karyawan bagian luar maupun dalam kantor bisa mengoperasikan computer, namun dalam pengoperasian tertentu hanya karyawan tertentu saja yang bisa mengerjakannya akuntansi misalnya karena berkaitan dengan masalah keuangan yang sangat rentan keberadaannya. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan Sutaji selaku pemimpin KSP Artha Anugrah berikut ini.

“Semua karyawan baik dalam maupun luar kantor bisa mengoperasikan computer karena semua pernah *detraining* sebelumnya, namun tidak semua bisa mengoperasikan computer yang berkaitan dengan akuntansi karena ini berkaitan dengan keuangan perusahaan yang sangat rentan keberadaannya sehingga hanya akuntan saja yang bisa mengoperasikannya” (*Hasil wawancara, 15 Februari 2014*).

Perangkat informasi yang diimplementasikan oleh KSP Artha Anugrah diantaranya adalah data nasabah baik yang berkaitan dengan tabungan atau kredit

mereka yang bisa diakses oleh seluruh mitra KSP Artha Anugrah maupun nasabah sendiri secara *online* sebagai wujud transparansi kepada *stakeholder*. Kebijakan seperti ini merupakan salah satu dari peran manajemen pengetahuan yang dibentuk dengan tujuan agar lebih meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan bisnis simpan pinjam.

Pengetahuan karyawan termasuk bagian penting dari sumber daya manusia dalam sebuah perusahaan. Diasumsikan bahwa modal karyawan dalam sebuah perusahaan adalah unsure modal intelektual. Manajemen pengetahuan didefinisikan sebagai setiap proses atau praktek membuat, memperoleh, menangkap, berbagi, dan menggunakan pengetahuan di mana pun berada untuk meningkatkan pembelajaran dan kinerja perusahaan. Manajemen pengetahuan khusus perusahaan pada pengetahuan dan keahlian yang dihasilkan dari proses pembelajaran perusahaan berkaitan dengan aliran pengetahuan keuntungan ataupun membuat keuntungan. Pengetahuan mewakili cara-cara di mana pengetahuan ditransfer dari orang ke orang atau dari orang ke *database* pengetahuan. Manajemen pengetahuan dimaksudkan untuk menangkap keunggulan kolektif organisasi dan mendistribusikannya ke manapun dapat mencapai hasil terbesar.

Sebuah system manajemen pengetahuan bertujuan tidak hanya pada saling berbagi informasi, tetapi juga menghubungkan asumsi dan kepercayaan para karyawan. Keahlian pengetahuan yang tersembunyi yang tersimpan dalam pikiran orang selanjutnya dapat dijelaskan dan berbagi dengan orang lain yang nantinya menjadi pengetahuan baru yang dapat dipahami dan diterima seluruh karyawan perusahaan tersebut. KSP Artha Anugrah dari segi perangkat manusianya diwajibkan menguasai semua produk yang ada di perusahaan. Aktivitas yang dilakukan KSP Artha Anugrah adalah adanya transfer pengetahuan yang tidak hanya kepada beberapa orang tetapi dipelajari bersama di dalam perusahaan. Kegiatan ini biasanya terkait dengan objektif perusahaan dan ditujukan untuk mencapai suatu hasil tertentu seperti pengetahuan bersama, peningkatan kinerja, keunggulan kompetitif, atau tingkat inovasi perusahaan yang lebih beraneka ragam. Pentingnya pengetahuan dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia makin diperkuat dengan kecenderungan yang terus berkembang

tentang makin pentingnya posisi pengetahuan dalam konteks perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di perusahaan karena dengan adanya pengetahuan, ketrampilan serta etos kerja yang tinggi maka karyawan yang bergerak di KSP Artha Anugrah bisa meningkatkan kinerja dan produktivitasnya.

Keberadaan KSP Artha Anugrah sendiri sebagai suatu lembaga keuangan yang mempunyai fungsi memberikan pelayanan simpan pinjam dan membantu karyawan dalam meningkatkan SDM mereka, sehingga nantinya akan bisa memberikan manfaat yang besar baik dalam hal penghimpunan dana dari masyarakat maupun penyaluran dana kepada masyarakat. Pelayanan yang diberikan sangat penting untuk menarik nasabah agar tetap bertahan di KSP Artha Anugrah. Karyawan memberikan pelayanan kredit yang berkualitas melalui ketetapan penyampaian informasi, kemudahan, keluwesan dan sikap professional setiap karyawan serta menjalin hubungan baik dengan nasabah yang bertujuan untuk memuaskan pelayanan kepada mereka, sehingga kelangsungan organisasi tetap terjaga dan kredit semakin meningkat. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan Sukadi selaku kepala pemberian kredit berikut ini.

“Pelayanan kredit yang baik dan memuaskan anggota merupakan kunci utama KSP ini untuk bisa tetap eksis dan bertahan ditengah persaingan dengan lembaga keuangan lainnya. Oleh karena itu karyawan selalu kita tuntut untuk lebih meningkatkan kinerjanya dalam memberikan informasi kredit dan memudahkan anggota yang akan mengajukan kredit” (*Hasil wawancara, 15 Februari 2014*).

Peningkatan kualitas merupakan salah satu strategi bisnis yang ditekankan pada pemenuhan anggota. Di sisi lain, kinerja perusahaan dan kepuasan anggota merupakan satu kesatuan yang sulit untuk dipisahkan. Kinerja berpengaruh langsung terhadap kepuasan anggota. Oleh karena itu, suatu unit bisnis diharapkan dapat meningkatkan kinerjanya yang diawali dengan mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan yang diperoleh anggota. KSP Artha Anugrah merupakan salah satu organisai yang senantiasa melakukan perbaikan kinerjanya dengan cara meningkatkan kualitas pemberian layanan kepada anggota. Organissai yang bergerak di bidang jasa khususnya jasa keuangan, keunggulan bersaing sering diupayakan dalam bentuk pemberian layanan prima pada anggota.

Strategi yang cepat dan tepat dalam peningkatan kualitas pelayanan pada anggota merupakan factor penting yang mempengaruhi keunggulan bersaing bila direncanakan dan diimplementasikan dengan tepat. Untuk mengetahui layanan jasa yang diberikan KSP Artha Anugrah diukur dengan kualitas jasa dan produk yang dihasilkan KSP ini. Hal pokok yang mendasari kualitas pelayanan adalah indikatornya yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan tanpa memandang jenis layanan apa yang diberikan. Karyawan diupayakan bisa memberikan pelayanan yang bagus dengan cara memahami terlebih dulu bagaimana karakter-karakter nasabah. Di KSP Artha Anugrah ini, semua karyawan ketika awal masuk *detraining* dan diberi wawasan bagaimana karakter nasabah itu dan cara mengatasinya agar pelayanan yang diberikan senantiasa memuaskan anggota. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan Evita salah satu karyawan bagian kredit berikut ini.

“Setelah dinyatakan diterima kerja di sini saya dan para karyawan lain *detraining* dulu di Banyuwangi di KSP induk bersama karyawan-karyawan lain tentang bagaimana mengenali para nasabah termasuk karakter nasabah itu bagaimana saja dan bagaimana caranya mengatasi hal ini agar dapat memberikan pelayanan yang prima pada mereka. Kita selalu ditekankan bahwa kepuasan pemberian kredit pada nasabah adalah kunci pokok bagi kelangsungan KSP ini karena unit usaha KSP ini adalah simpan pinjam” (*Hasil wawancara, 15 Februari 2014*).

Manajemen pengetahuan yang ada di KSP Artha Anugrah berkaitan dengan pelayanan pemberian kredit. Sistem pendukung dalam pengambilan keputusan pelayanan pemberian kredit pada anggota KSP Artha Anugrah membutuhkan informasi-informasi, misalnya keinginan anggota dan posisi keuangan dalam target keuangan anggota. Selain itu perlu mengetahui tentang sikap dan perilaku debitur dengan menggunakan analisis 5 C yang akan diuraikan di bawah ini.

1. *Character*.

Merupakan data tentang kepribadian dari calon anggota yang akan meminjam, misalnya sifat-sifat pribadi, kebiasaan-kebiasaannya gaya hidup, keadaan keluarga, maupun hobinya. Kegunaan dari penilaian ini adalah untuk mengetahui sampai sejauh mana kemampuan calon debitur untuk memenuhi

kewajibannya sesuai dengan perjanjian yang ada. Pemberian kredit atas dasar kepercayaan, sedangkan yang mendasari suatu kepercayaan adalah adanya keyakinan dari pihak KSP bahwa calon debitur mempunyai watak, moral, dan sifat-sifat yang positif dan kooperatif. Di samping itu dia juga mempunyai tanggung jawab terhadap tugas dan kewajibannya. Karakter merupakan factor yang dominan karena walaupun calon debitur tersebut cukup mampu untuk menyelesaikan hutangnya, namun jika dia tidak mempunyai niat yang baik tentunya nanti akan membawa kesulitan bagi KSP di kemudian hari.

Dalam pemberian kredit di KSP Artha Anugrah mempunyai *character* sendiri dalam memilih nasabahnya karena dalam pemberian kredit jika tidak melihat *character* maka akan menjadi masalah ketika waktunya jatuh tempo pembayaran angsuran. Untuk mengetahui karakter calon kreditur ini dilakukan oleh AO dengan cara bertanya pada tetangga atau teman dekat calon kreditur apakah masih ada tanggungan kredit lain atau jenis usahanya apa. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Rozak salah satu karyawan AO di KSP Artha Anugrah berikut ini.

“*Character* calon kreditur itu penting untuk diketahui sebagai acuan apakah dia layak atau tidak diberikan pinjaman. Biasanya karyawan AO seperti saya ini yang mencari tahu tentang karakter calon kreditur dengan cara bertanya pada tetangga atau teman dekatnya apakah dia masih punya tanggungan lain atau apakah barang yang diagunkan di koperasi ini benar miliknya sendiri atau bukan” (Hasil wawancara, 15 Februari 2014).

2. Capacity.

Hal ini berkaitan dengan penilaian karyawan KSP Artha Anugrah kepada calon debitur mengenai kemampuan bisa tidaknya calon debitur ini melunasi pinjaman dari koperasi. Pengukuran *capacity* dari calon debitur dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan, misalnya pengalaman mengelola usaha, sejarah usaha yang pernah dikelolanya (pernah mengalami masa sulit atau tidak dan bagaimana cara calon debitur ini keluar dari masalah).

Sebagian besar anggota KSP Artha Anugrah mata pencariannya adalah petani sehingga pinjaman digunakan untuk modal bertani dan hasilnya sebagian akan digunakan untuk membayar pinjaman ketika panen tiba. Hasil panen juga

belum tentu bisa dijaminakan 100% untuk membayar karena cuaca yang tidak menentu, adanya hama, atau gagal panen. Untuk mengatasi hal ini, pihak KSP Artha Anugrah memberikan perpanjangan pelunasan maksimal 10 hari dari tanggal jatuh tempo sehingga debitur bisa mencari pinjaman lain untuk membayar kreditnya. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan Tiara selaku karyawan bagian angsuran berikut ini.

“Rata-rata debitur KSP Artha Anugrah mata pencariannya petani sehingga untuk membayar angsuran tunggu hasil panen karena pinjamannya digunakan untuk modal bertani. Adanya cuaca yang tidak menentu atau banyak hama menyebabkan gagal panen dan otomatis mereka tidak bisa membayar angsuran sehingga ada kebijakan dari KSP Artha Anugrah untuk memperpanjang waktu angsuran maksimal 10 hari dari tanggal jatuh tempo” (*Hasil wawancara, 15 Februari 2014*).

3. *Capital.*

Hal ini berkaitan dengan status social ekonomi calon debitur, struktur modal yang dimiliki dan kelayakan bidang usahanya, dan budaya masyarakat debitur. Mayoritas debitur di KSP Artha Anugrah berasal dari golongan menengah ke bawah yang mata pencariannya sebagai petani. Oleh karena itu, untuk membayar hutang ke KSP Artha Anugrah debitur menjangakan hasil panennya. Melihat hal ini, KSP Artha Anugrah memiliki kebijakan dengan membuat jenis kredit khusus untuk petani, yakni kredit musiman yang berarti kredit dilunasi ketika musim panen tiba yang biasanya berkisar antara tiga sampai empat bulan.

Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan Sutaji selaku pemimpin KSP Artha Anugrah berikut ini.

“Sosial ekonomi anggota KSP Artha Anugrah ini menengah ke bawah yang bermata pencarian sebagai petani. Jadi mereka kredit untuk modal bertani dan hasil tani itu yang akan digunakan untuk membayar kredit. Dengan kondisi yang seperti ini, maka KSP Artha Anugrah membuat jenis kredit musiman, yakni kredit yang pelunasannya saat musim panen tiba yang berkisar antara tiga sampai empat bulan yang bertujuan untuk menghindari adanya kemacetan kredit” (*Hasil wawancara, 15 Februari 2014*).

4. *Condition.*

Berkaitan dengan perubahan struktur anggota keluarga (ada anggota keluarga calon debitur yang menikah lagi atau mungkin meninggal), masa-masa krisis keluarga (hajatan, pernikahan, khitanan, dan lain sebagainya), ketertiban dan ketetapan jadwal serta pemenuhan kinjungan berkala pada debitur perorangan. Beberapa krisis pada debitur khususnya krisis pada debitur yang struktur keluarganya dari petani. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan Yanto selaku coordinator AO berikut ini.

“Krisis debitur biasanya dialami oleh debitur yang pekerjaannya dari sector pertanian karena hasil panen yang dijagakan untuk membayar angsuran kadang terkena hama tikus, wereng, atau banjir sehingga mengalami gagal panen dan angsuran terancam tidak dibayar” (*Hasil wawancara, 15 Februari 2014*).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Yanto, maka KSP Artha Anugrah harus mengetahui perubahan kondisi yang dialami debiturnya. Biasanya anggota yang mata pencariannya petani mengajukan kredit untuk modal bertani, misalnya untuk membeli pupuk, membeli bibit, ongkos garap, dan pengelolaan tanah dengan traktor. Namun usaha tersebut kadang hasilnya tidak sesuai dengan apa yang diharapkan sehingga mengalami krisis perekonomian akibat serangan hama tikus, wereng, atau karena terkena banjir sebelum panen tiba. Akibat gagal panen ini, maka secara otomatis pembayaran angsuran dapat terkendala dan untuk mengatasi masalah ini sehingga tidak memberatkan anggota, KSP Artha Anugrah memiliki kebijakan memperpanjang angsuran 10 hari dari tanggal jatuh tempo.

5. *Collateral*.

Collateral merupakan jaminan yang bisa disita apabila di kemudian hari calon debitur benar-benar tidak bisa memenuhi kewajibannya membayar angsuran. *Collateral* diperhitungkan paling akhir, artinya bilamana masih ada suatu kesangsian dalam pertimbangan-pertimbangan yang lain, maka bisa menilai harta yang mungkin bisa dijadikan sebagai agunan atau jaminan kredit. Di KSP Artha Anugrah agunan kredit terbanyak adalah kendaraan bermotor karena mudah dan hampir semua orang memilikinya terutama sepeda motor. Selain itu, yang bisa diagunkan di KSP Artha Anugrah adalah sertifikat tanah. Jika selama tiga bulan berturut-turut debitur tidak bisa melaksanakan kewajibannya meskipun

telah diberi surat teguran dan ditegur secara langsung oleh AO, maka agunannya diserahkan ke pihak KSP Artha Anugrah. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Sutaji selaku pemimpin KSP Artha Anugrah berikut ini.

“Kebanyakan barang yang diagunkan untuk kredit di KSP Artha Anugrah ini adalah kendaraan bermotor, terutama kendaraan roda dua karena hampir semua orang punya serta mudah prosesnya. Selain itu sertifikat tanah juga bisa diagunkan. Jika dalam tiga bulan berturut-turut debitur tidak bisa memenuhi kewajibannya padahal surat teguran dan teguran langsung dari AO sudah dilaksanakan, maka agunan akan disita oleh pihak KSP Artha Anugrah “(*Hasil wawancara, 15 Februari 2014*).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Sutaji terlihat bahwa pihak KSP Artha Anugrah masih memberikan waktu bagi debitur selama tiga bulan jika tidak dapat membayar kreditnya. Setelah tiga bulan berturut-turut tidak dapat membayar kredit meskipun telah terima surat teguran dan teguran langsung dari AO, baru barang yang diagunkan disita.

4.5. Interpretasi

Setelah penjelasan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan di atas, maka langkah selanjutnya adalah menginterpretasikan hal tersebut dengan tujuan mengkaitkan kembali teori yang dijadikan landasan. Interpretasi merupakan tahap untuk memberikan pemahaman yang berkaitan dengan topic penelitian yaitu: *Peran Manajemen pengetahuan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pemberian Kredit Pada KSP Artha Anugrah Dukuh mencek Jember*”.

Manajemen pengetahuan pada KSP Artha Anugrah memiliki aktivitas yang dapat mendukung kegiatan dan komunikasi data yang dibutuhkan perusahaan. Peran manajemen pengetahuan memberikan efektivitas dan efisiensi pada perusahaan. Aktivitas KSP Artha Anugrah masih belum menerapkan manajemen pengetahuan secara penuh, namun ada beberapa yang menerapkan manajemen pengetahuan. Pengalaman setiap karyawan KSP Artha Anugrah dalam dunia kerja selanjutnya akan diberikan kepada karyawan lain yang belum mengetahui tentang pengalaman tersebut, jadi di sini terjadi transformasi pengetahuan yang merupakan bagian dari penerapan manajemen pengetahuan dalam meningkatkan kualitas pemberian kredit di KSP ini.

Mengacu dari hasil penelitian terdahulu tentang manajemen pengetahuan menunjukkan bahwa manajemen pengetahuan memegang peranan penting dalam kelangsungan hidup suatu organisasi. Kemampuan perusahaan untuk mengeksplorasi kekayaan pengetahuan yang eksis di setiap karyawan kemudian mengumpulkannya menjadi *knowledge-base* dan memanfaatkannya secara efektif akan dapat membantu mempercepat akselerasi perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk mengumpulkan, memanfaatkan, dan mendaya gunakan pengetahuan secara efektif dan efisien akan menjadi sumber utama bagi organisasi untuk dapat bertahan dari persaingan yang kian lama kian ketat.

Secara teoritis seperti yang diungkapkan pada tinjauan pustaka, bahwa peran manajemen pengetahuan itu terdiri dari empat perangkat yaitu:

1. Perangkat Manusia.

Semua karyawan yang ada di KSP Artha Anugrah harus menguasai semua produk yang ada di koperasi tersebut.

2. Perangkat Teknis.

Semua yang menjadi sarana prasarana di koperasi misalnya mesin bisa dioperasikan oleh karyawan sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing, sehingga semua aktivitas yang ada di KSP Artha Anugrah bisa berjalan secara efektif dan efisien.

3. Perangkat Organisasi.

Adanya insentif bagi karyawan yang berupa uang atau beras yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas dan kinerja mereka dalam melayani anggota.

4. Perangkat Informasi.

Dengan adanya teknologi dan informasi yang diimplementasikan sesuai dengan kebutuhannya diharapkan dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja karyawan. Misalnya data nasabah baik yang berkaitan dengan tabungan atau kredit mereka yang bisa diakses oleh seluruh mitra KSP Artha Anugrah maupun nasabah sendiri secara *online* sebagai wujud transparansi kepada *stakeholder*.

Selain itu, ada 4 pola dasar untuk penciptaan pengetahuan diantaranya adalah: sosialisasi, eksternalisasi, kombinasi, dan internalisasi. Hal ini mencerminkan bahwa manajemen pengetahuan memberikan manfaat besar bagi anggota dan karyawan. Keberadaan KSP Artha Anugrah sebagai lembaga keuangan yang mempunyai fungsi memberikan kesejahteraan anggotanya lewat system simpan pinjam. Karyawan memberikan pelayanan kredit yang berkualitas melalui ketetapan penyampaian informasi, kemudahan, keluwesan, dan sikap professional setiap karyawan serta menjalin hubungan baik dengan anggota yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kredit pada anggotanya.

KSP Artha Anugrah merupakan salah satu organisasi yang terus berupaya melakukan perbaikan kinerja dengan meningkatkan kualitas pemberian layanan pada anggotanya. Kualitas layanan ini dapat diukur melalui lima dimensi, yaitu *responsiveness, reliability, assurance, empathy, dan tangibles*. Hal ini didasarkan pada perbedaan antara harapan dan kenyataan yang diterima anggota dalam pelayanan pemberian kredit oleh karyawan KSP Artha Anugrah.

Manajemen pengetahuan yang ada di KSP Artha Anugrah berkaitan dengan pelayanan pemberian kredit. Organisasi ini membutuhkan informasi-informasi diantaranya adalah keinginan anggota dan posisi keuangan dalam target keinginan anggota. Selain itu perlu mengetahui tentang sikap dan perilaku anggota yang meminjam di KSP ini dengan menggunakan 5 C yakni, *character, capacity, capital, condition, dan collateral*. Adanya penerapan manajemen pengetahuan dalam suatu organisasi, maka akan teridentifikasi pengetahuan-pengetahuan yang dimiliki sebuah organisasi untuk meningkatkan kinerja para karyawan di KSP Artha Anugrah tersebut.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari uraian mulai bab satu sampai dengan bab empat tentang Peran Manajemen Pengetahuan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pemberian Kredit Pada KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Manajemen pengetahuan yang ada di KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember berkaitan dengan pelayanan pemberian kredit. Organisasi ini membutuhkan informasi-informasi diantaranya adalah keinginan anggota dan posisi keuangan dalam target keinginan anggota. Selain itu perlu mengetahui tentang sikap dan perilaku anggota yang meminjam di KSP ini dengan menggunakan 5 C yakni, *character*, *capacity*, *capital*, *condition*, dan *collateral*. Adanya penerapan manajemen pengetahuan dalam suatu organisasi, maka akan teridentifikasi pengetahuan-pengetahuan yang dimiliki sebuah organisasi untuk meningkatkan kinerja para karyawan di KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember tersebut.
2. Manajemen pengetahuan pada KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember memiliki aktivitas yang dapat mendukung kegiatan dan komunikasi data yang dibutuhkan perusahaan. Peran manajemen pengetahuan memberikan efektivitas dan efisiensi pada KSP ini. Aktivitas KSP Artha Anugrah masih belum menerapkan manajemen pengetahuan secara penuh, namun ada beberapa yang menerapkan manajemen pengetahuan. Pengalaman setiap karyawan KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember dalam dunia kerja selanjutnya akan diberikan kepada karyawan lain yang belum mengetahui tentang pengalaman tersebut, jadi di sini terjadi transformasi pengetahuan yang merupakan bagian dari penerapan manajemen pengetahuan dalam meningkatkan kualitas pemberian kredit di KSP ini.

3. KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember merupakan salah satu organisasi yang terus berupaya melakukan perbaikan kinerja dengan meningkatkan kualitas pemberian layanan pada anggotanya. Kualitas layanan ini dapat diukur melalui lima dimensi, yaitu *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *emphity*, dan *tangibles*. Hal ini didasarkan pada perbedaan antara harapan dan kenyataan yang diterima anggota dalam pelayanan pemberian kredit oleh karyawan KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember kepada nasabahnya.

5.2. Saran

Dari hasil kesimpulan di atas, saran yang dapat penulis berikan berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember harus lebih menerapkan teknologi informasi dalam rangka meningkatkan kualitas pemberian layanan pada para nasabahnya.
2. Pihak manajemen KSP Artha Anugrah Dukuh Mencek Sukorambi Jember harus berkreasi dan berinovasi dalam pemberian kredit kepada nasabahnya agar dapat bersaing dengan *competitor* yang lain dan nasabah tetap loyal.
3. Pendidikan dan latihan pada para karyawan serta penerapan *knowledge based management* harus lebih ditingkatkan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan pemberian kredit dan kepuasan pada nasabahnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal Ilmiah

- Barata, A. A. 2004. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Hidayat. 2007. *Dasar-Dasar Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Istiara. 2003. *Pendidikan dan Etika Profesi Akademik*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya
- Krogh dkk.2003. *Knowledge Management*. Yogyakarta: Gajah Mada University Pers
- Kurniawan. 2009. *Usaha Perbankan Dalam dunia Modern*. Jakarta: Bina Aksara
- Mangkunegara, Anwar P. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya
- Nasution, M. N. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Nawawi, Hadari. 1998. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Notoadmodjo. 2003. *Pengantar Etika Pendidikan*. Jakarta: Prenada Media Group
- Prasetyo. 2007. *Filsafat Ilmu Pengetahuan dan Etika Akademik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Sembel dan Santoso. 2002. *Pengantar Manajemen Pengetahuan*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung : Alfabeta
- Sukmadinata. 2003. *Pengantar Ilmu Pendidikan Dasar*. Yogyakarta: Andi Offset
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Rineka Cipta

- Tiwana. 2000. *Manajemen Pengetahuan Untuk Perusahaan Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, F dan Diana, A. 2003. *Total Quality Management Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Universitas Jember. 2013. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Jember*. Jember: UPT Penerbitan UNEJ
- Widiyanti, Ninik dan Y.W. Sunandia. 2003. *Koperasi dan Perekonomian Indonesia*. Jakarta: PT. Renika Cipta
- Laudon, Kenneth C., dan Laudon, Jane P. 2002. *Management Information System : Managing The Digital Firm* , Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management, 11 Edition*. Prentice Hall, Inc., New Jersey
- Zeithaml, Valarie A dan Bitner, Mary Jo. 2003. *Service Marketing, McGraw Hill Inc, Int'l Edition*. New York

Website

<http://dampakglobalisasi.ac.id>

www.infomanajemen.co.id

vivanews.com

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Perkoperasian Nomor 25 Tahun 1992

Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998