

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Lembaga Keuangan Mikro

Menurut Zarmawis Ismail dkk (2014) Lembaga Keuangan Mikro dapat didefinisikan sebagai lembaga penyedia layanan keuangan bagi usaha ekonomi masyarakat berpenghasilan rendah (miskin), yang tidak memiliki akses pada perbankan berskala besar.

Menurut Undang-Undang RI Nomor 1 tahun 2013 :

- a. Lembaga Keuangan Mikro (LKM) adalah lembaga keuangan yang khusus didirikan untuk memberikan jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat. Disalurkan melalui pinjaman atau pembiayaan dalam usaha mikro kepada anggota dan masyarakat, pengelolaan simpanan, maupun pemberian jasa konsultasi pengembangan usaha yang tidak semata-mata mencari keuntungan. LKM ini bertujuan untuk :
 - 1) meningkatkan akses pendanaan skala mikro bagi masyarakat,
 - 2) membantu peningkatan pemberdayaan ekonomi dan produktivitas masyarakat,
 - 3) membantu peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, terutama masyarakat miskin dan/atau berpenghasilan rendah.
- b. Sebelum menjalankan kegiatan usaha, LKM harus memiliki izin usaha dari Otoritas Jasa Keuangan. Dan untuk memperoleh izin usaha LKM harus memenuhi persyaratan paling sedikit mengenai ; antara lain (1) susunan organisasi dan pengurus, (2) permodalan, (3) kepemilikan, (4) kelayakan rencana kerja.
- c. OJK juga bertanggungjawab di dalam pembinaan, pengaturan, dan pengawasan LKM sebagai berikut :
 - 1) Pembinaan, pengaturan, dan pengawasan LKM dilakukan oleh OJK.
 - 2) Dalam melakukan pembinaan LKM, OJK berkoordinasi dengan kementerian yang menyelenggarakan urusan koperasi dan Kementerian Dalam Negeri.

- 3) Pembinaan dan pengawasan LKM didelegasikan kepada pemerintah daerah/kota atau pihak lain yang ditunjuk.

Perkembangan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) terjadi seiring dengan perkembangan UKM serta masih banyaknya hambatan UKM dalam mengakses sumber-sumber pembiayaan dari lembaga-lembaga keuangan formal. Selain itu LKM juga tidak terlepas dari karakteristik LKM yang memberikan kemudahan kepada pelaku UKM dalam mengakses sumber-sumber pembiayaan (Wijono 2005). Menurut Wijono (2005), pada dasarnya potensi pengembangan LKM masih cukup luas karena :

- a. Usaha mikro dan kecil belum seluruhnya dapat dilayani atau dijangkau oleh LKM yang ada.
- b. LKM berada di tengah masyarakat.
- c. Ada potensi menabung oleh masyarakat karena rendahnya penyerapan investasi di daerah, terutama di pedesaan.
- d. Dukungan dari lembaga dalam negeri dan internasional yang cukup kuat.

Lembaga Keuangan Mikro Agribisnis (LKMA) adalah suatu unit usaha yang dimiliki oleh Gapoktan yang memiliki fungsi melayani pembiayaan usaha bagi para petani dan pelaku usaha mikro. Lembaga Keuangan Mikro (LKM) merupakan lembaga yang memiliki potensi yang dapat memacu pertumbuhan ekonomi yang sangat besar khususnya ekonomi di pedesaan. Menurut Ashari (2006) terdapat lima alasan yang mendukung pernyataan tersebut. Alasan tersebut yaitu 1) LKM berada di pedesaan yang dekat dengan petani/pelaku ekonomi sehingga petani/pelaku ekonomi tersebut dapat mengakses LKM dengan mudah, 2) petani/pelaku ekonomi di desa lebih menyukai proses yang singkat dan tidak melalui banyak prosedur, 3) karakteristik usahatani pada umumnya tidak membutuhkan *platfond* peminjaman yang tinggi, sehingga sesuai dengan kemampuan LKM, 4) dekatnya lokasi LKM dan petani memungkinkan pengelola LKM memahami betul karakteristik usahatani sehingga dapat mengucurkan dana secara tepat baik dari segi waktu maupun jumlah, 5) terdapat keterkaitan socio

kultural serta adanya hubungan personal-emosional yang dapat mengurangi sifat *moral hazard* dalam pengembalian kredit.

2.1.2. Jasa

Jasa merupakan kegiatan ekonomi yang memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu serta tempat tertentu, dan merupakan hasil dari tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut (Lovelock 2005). Sedangkan Rangkuti (2003) mengartikan jasa sebagai pemberian kinerja atau tindakan yang tak kasat mata dari satu pihak ke pihak lain. Pada umumnya, jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut.

a. Karakteristik Jasa

Barang dan jasa memiliki perbedaan yang jelas, apabila ditinjau dari karakteristiknya. Menurut Kotler (2002) ada 4 (empat) karakteristik pokok jasa yang membedakan dengan barang, yaitu:

1) Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa memiliki sifat *intangible*, artinya tidak dapat dilihat, diraba, diraba, didengar, ataupun dicium sebelum dibeli. Seseorang tidak dapat menilai hasil dari jasa sebelum membeli jasa tersebut terlebih dahulu. Dalam hal ini pelanggan akan melihat dari tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, simbol dan harganya untuk mencari bukti dari mutu jasa yang diinginkan tersebut. Tugas penyedia jasa adalah memberikan bukti-bukti fisik untuk mewujudkan sesuatu yang abstrak.

2) Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

Umumnya jasa dijual terlebih dahulu, lalu diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Penyedia jasa juga merupakan bagian dari jasa tersebut. Dan baik penyedia maupun pelanggan akan mempengaruhi hasil dari jasa tersebut.

3) Bervariasi (*Variability*)

Jasa bersifat sangat bervariasi, karena merupakan *nonstandardized output* yang berarti terdiri dari banyak variasi bentuk, mutu dan jasa, tergantung kepada siapa, kapan dan di mana jasa tersebut dihasilkan. Komponen manusia terlibat jauh lebih besar pada industri jasa yang bersifat *people-based* dari pada jasa yang bersifat *equipment-based*, yang berarti hasil dari operasi jasa yang bersifat *people-based*

cenderung kurang terstandardisasi dan seragam dibandingkan jasa bersifat *equipment-based*. Pembeli jasa sering kali meminta pendapat dari orang lain, sebelum memutuskan untuk memilih penyedia jasa.

4) Mudah Lenyap (*Perishability*)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Jika permintaan jasa bersifat konstan, sehingga bila tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja. Umumnya permintaan jasa bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman.

b. Kualitas Jasa

Menurut Supranto (2001) kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. Dimensi Kualitas Jasa menurut Zeithaml et.al *dalam* Umar (2003) dapat dibagi ke dalam lima dimensi kualitas jasa, yaitu :

1) Reabilitas (*Reliability*)

Reliabilitas yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan akan sangat berpengaruh, jadi penyedia harus memberikan sesuai yang dijanjikan. Pelayanan tersebut diantaranya seperti memberikan informasi secara tepat, membantu untuk menyelesaikan masalah, dan memberikan pelayanan secara handal.

2) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Responsiveness adalah kesediaan karyawan atau penyedia jasa untuk membantu konsumen. Selain itu juga kesigapan karyawan dalam membantu memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Respon tersebut meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan.

3) Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dimensi ini adalah gabungan dari sub dimensi :

- a. *Competence*, keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan.
- b. *Courtesy*, meliputi keramahan, perhatian dan sikap karyawan.
- c. *Credibility*, meliputi hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan seperti reputasi, prestasi dan sebagainya.

4) Empati (*Emphaty*)

Perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, seperti kemudahan dalam menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Dimensi *emphaty* ini merupakan gabungan dari sub dimensi:

- a. *Access*, meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan.
- b. *Communication*, kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan.
- c. *Understanding the customer*, meliputi usaha perusahaan untuk memahami dan mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan.

5) Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik atau *tangibles* merupakan bukti fisik dari jasa, meliputi fasilitas fisik, perkakas, dan peralatan yang digunakan untuk menghasilkan jasa. Secara jelasnya meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan. Setiap pelanggan yang menginginkan pelayanan dapat merasakan pentingnya bukti fisik yang

ditunjukkan oleh penyedia jasa, sehingga pelayanan yang diberikan memberikan kepuasan.

2.1.3. Kepuasan Anggota/Pelanggan

Kepuasan pelanggan menjadi faktor terpenting yang harus diperhatikan saat ini. Jika pelanggan tidak puas, dia akan menghentikan bisnisnya dengan perusahaan atau dalam hal ini LKMA. Semua upaya yang dilakukan LKMA untuk mencapai mutu dan memberikan pelayanan yang unggul tidak ada artinya sama sekali jika LKMA tersebut tidak berusaha untuk memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Kepuasan pelanggan ini terjadi apabila sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, biasanya pelanggan merasa puas. Richard (2001).

Mutu dan pelayanan adalah sarana untuk mencapai kepuasan dan ikatan. Tujuan keseluruhan bisnis bukanlah untuk menghasilkan produk atau jasa yang bermutu, atau memberikan pelayanan yang prima. Tujuan utamanya adalah menghasilkan pelanggan yang puas dan setia yang akan terus menjalin bisnis. Oleh karena itu, memberikan mutu yang tinggi dan pelayanan yang prima adalah suatu keharusan apabila ingin mencapai tujuan utama. Dengan mengukur kepuasan pelangganlah akan mengetahui cara mengukur mutu dan aktivitas pelayanan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan dan membantu mengembangkan program untuk meningkatkan ikatan pelanggan (Richard, 2001).

Mutu ini sedikit lebih sulit didefinisikan jika dibandingkan dengan kepuasan pelanggan, hal ini dikarenakan banyaknya definisi yang dikemukakan oleh para ahli. Untuk tujuan ini, mutu didasarkan pada persepsi pelanggan, seperti yang disampaikan Richard (2001), mutu adalah apapun yang oleh pelanggan dianggap sebagai mutu. Sasaran pengukuran adalah menemukan apa yang dianggap sebagai mutu oleh pelanggan atau dalam hal ini adalah anggota LKMA dan bagaimana mereka mendefinisikan kepuasan.

Pelayanan yang buruk dan mutu yang buruk akan memberikan dampak kerugian terhadap perusahaan, diantaranya adalah :

- a. Kerugian pendapatan dari pelanggan
- b. Kerugian kesempatan memperoleh pendapatan

c. Biaya pergantian pelanggan

Manfaat pengukuran mutu dan kepuasan pelanggan diantaranya adalah :

- a. Pengukuran menyebabkan orang memiliki rasa berhasil dan berprestasi, yang kemudian diterjemahkannya menjadi pelayanan yang prima kepada pelanggan.
- b. Pengukuran bisa dijadikan dasar menentukan standar kinerja dan standar prestasi yang harus dicapai, yang akan mengarahkan mereka menuju mutu yang semakin baik dan kepuasan pelanggan yang meningkat.
- c. Pengukuran memberikan umpan balik segera kepada pelaksana, terutama bila pelanggan sendiri yang mengukur kinerja pelaksana atau perusahaan yang memberi pelayanan.
- d. Pengukuran memberi tahu apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki mutu dan kepuasan pelanggan serta bagaimana harus melakukannya. Informasi ini juga bisa datang dari pelanggan langsung.
- e. Pengukuran memotivasi orang untuk melakukan dan mencapai tingkat produktivitas yang lebih tinggi.

Menurut Richard (2001), setidaknya ada tujuh alasan mengapa harus melakukan pengukuran, diantaranya adalah :

a. Untuk mempelajari persepsi pelanggan

Pelanggan atau dalam hal ini adalah anggota, memiliki sifat individual, dan setiap orang akan memandang sesuatu secara berbeda dari orang lain, meskipun dalam situasi yang sama.

Pengukuran kepuasan pelanggan tidak hanya untuk menentukan bagaimana menikmati produk atau jasa yang mereka beli dan pelayanan yang mereka terima. Tetapi juga harus mengidentifikasi apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan dari LKMA. LKMA juga harus mencari tahu apa spesifikasi produk/manufaktur atau isi program yang mereka harapkan dari keseluruhan proses penjualan dan pelayanan yang akan LKMA berikan. Persyaratan yang amat vital untuk keberhasilan program pengukuran adalah mempelajari kebutuhan pelanggan saat ini dan masa mendatang.

b. Untuk menutup kesenjangan

Ada beberapa kesenjangan yang lebih penting yang telah diidentifikasi melalui penelitian, diantaranya adalah :

- 1) Kesenjangan antara pandangan perusahaan terhadap keinginan pelanggan dengan keinginan pelanggan yang sesungguhnya.
 - 2) Kesenjangan antara pandangan perusahaan terhadap barang/jasa yang telah dibeli pelanggan dan pandangan pelanggan terhadap barang/jasa yang telah diterimanya.
 - 3) Kesenjangan antara pandangan perusahaan dengan pandangan terhadap mutu pelayanan yang diberikan.
 - 4) Kesenjangan antara harapan pelanggan terhadap mutu pelayanan dengan kinerja pelayanan yang sesungguhnya.
 - 5) Kesenjangan antara janji pemasaran dengan pelayanan yang sesungguhnya.
- c. Untuk memeriksa apakah peningkatan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan sesuai harapan atau tidak.

Penetapan standar kinerja, menginformasikan kepada staf serta pelanggan dan kemudian mengukur kinerja sesungguhnya dengan standar tersebut. Dengan menetapkan tujuan bisnis berdasarkan persyaratan dan harapan pelanggan, dan kemudian mengukur kinerja dengan tujuan tersebut, maka akan memiliki kesempatan yang sangat baik untuk meningkatkan mutu maupun pelayanan.

- d. Karena peningkatan kinerja membawa peningkatan laba.
- e. Untuk mempelajari bagaimana anda melakukannya dan apa yang harus dilakukan kemudian.
- f. Untuk menerapkan proses perbaikan berkesinambungan.

2.1.4. Teknik Mengukur Tingkat Kepuasan

Ada beberapa teknik untuk mengukur tingkat kepuasan diantaranya adalah :

a. Importance Performance Analysis (IPA)

Mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa. IPA menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi.

Tabel 1. Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan

Kuadran I (Pertahankan Kinerja)	Kuadran II (Tingkatkan Kinerja)	Kuadran III (Prioritas Rendah)	Kuadran IV (Cenderung Berlebihan)
Penunjang kepuasan konsumen	-Sangat penting untuk konsumen -Belum memuaskan	Kepuasan rendah	Tidak terlalu penting

b. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

CSI merupakan metode yang menggunakan indeks untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut-atribut tertentu yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan tersebut. Tingkat kepuasan responden dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pelanggan.

2.1.5. Keberlanjutan

Pengelolaan dana LKM melalui kelembagaan petani masih terdapat kelemahan. Dalam penelitian Akbar (2011), yang menemukan kelemahan dalam pengelolaan dana terhadap Gapoktan penerima dana PUAP di Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Kelemahan tersebut terutama terkait dengan pengelolaan dana PUAP yang kurang profesional, tidak adanya sanksi tegas terhadap penyelewengan dana PUAP, dan rendahnya kinerja unit usaha simpan pinjam yang dikelola Gapoktan. Langkah solusi yang harus dilakukan adalah dengan meningkatkan profesionalisme anggota Gapoktan, pemberian sanksi bagi pengurus Gapoktan yang menyelewengkan dana PUAP, dan meningkatkan kerja unit usaha simpan pinjam untuk meningkatkan kesejahteraan anggota Gapoktan.

Penelitian LKM di India ditunjukkan oleh Kaur (2014), yang mengkaji lembaga keuangan mikro dianggap sebagai alat yang efektif untuk mencapai tujuan akses pada lembaga keuangan. Untuk mencapai tujuan ini LKM diharuskan berkelanjutan dengan tetap mencapai jangkauan masyarakat miskin. Setelah krisis keuangan mikro Andhra Pradesh tahun 2010, keberlanjutan dan jangkauan LKM di India diragukan dan dipertanyakan. Krisis keuangan mikro telah menunjukkan operasional keberlanjutan LKM India sangat buruk, namun LKM di India tampaknya tetap menjadi pemain terbaik di Asia Selatan.

Penelitian Setyarini *et al.* (2008) memaparkan bahwa kebanyakan LKM yang ada di masyarakat adalah LKM proyek maupun LKM atau LSM yang

menghadapi persoalan terhadap keberlanjutan usahanya. Ketidakmampuan untuk menjaga keberlanjutan tersebut dikarenakan berbagai macam faktor utama seperti kebergantungan terhadap pemerintah maupun donor, hanya merupakan proyek yang didesain untuk sementara waktu, ketiadaan sistem mikro yang memadai, serta ketidakmampuan beradaptasi dengan situasi pasar keuangan mikro yang sudah ada. Untuk menghindari ketidakberlanjutan lembaga keuangan mikro, maka sangat dibutuhkan adanya penguatan dari sisi manajemen untuk meningkatkan kinerja serta evaluasi kinerja secara periodik. Hasil evaluasi tersebut diharapkan dapat memberikan informasi yang bisa membantu LKM untuk mencapai tujuannya. Selain itu, LKM juga memiliki peranan strategis di lingkungan masyarakat terutama bagi masyarakat menengah ke bawah yang bekerja di sektor pertanian.

Untuk mengukur kinerja keberlanjutan LKM, Bhinadi (2008) menawarkan dua pendekatan, yaitu indikator keuangan (*financial*) dan jangkauan (*outreach*). Indikator keuangan mencakup kualitas portofolio, *leverage*, *capital adequacy ratio*, produktivitas, efisiensi, profitabilitas, dan kelayakan keuangan (*financial viability*). Indikator jangkauan mencakup capaian klien dan staf, pinjaman dan tabungan/deposito. Sedangkan Indikator kinerja LKM diukur dari enam area, yaitu: (1) kualitas portofolio (*portfolio quality*), (2) produktivitas dan efisiensi (*productivity and efficiency*), (3) kelayakan keuangan (*financial viability*), (4) profitabilitas (*profitability*), (5) *leverage* dan kecukupan modal (*leverage and capital adequacy*), dan (6) skala, jangkauan, dan pertumbuhan (*scale, outreach and growth*). Keenam indikator tersebut dipilih karena bermanfaat baik bagi pengelola LKM maupun pihak eksternal.

Borbora dan Sarma (2008) menganalisis keberlanjutan LKM di India. Hasilnya menunjukkan bahwa meskipun LKM yang bersangkutan mengalami peningkatan jangkauan nasabah sejak awal, LKM belum bisa menjadi mandiri. Meskipun LKM sudah beroperasi secara mandiri, untuk mencapai kemandirian, aspek keuangan merupakan masalah penting yang dijadikan pertimbangan. LKM beroperasi secara mandiri namun tetap tergantung pada subsidi, yang tercermin dalam SDI (*Subsidy Dependency Index*). Hal ini dapat ditangani dengan menurunkan biaya operasi atau dengan meningkatkan pendapatan

suku bunga. Hal lain yang dapat menjadi kemungkinan untuk membuat LKM berkelanjutan adalah pengenalan pendanaan ekuitas dan peraturan yang diperlukan.

Keberlanjutan LKM berkaitan dengan jangkauan (*outreach*) pembiayaan perdesaan yang mempengaruhi tingkat penggunaan kredit yang dapat dijangkau oleh anggota tersebut. Hal ini berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hossain (1988), dengan mengambil kasus pada peserta skim kredit Grameen Bank di Bangladesh. Kajian Hossein menyatakan bahwa pada dasarnya rumah tangga miskin memiliki kemampuan yang tinggi untuk menggunakan kredit apabila mereka diberikan akses kepada sumber kredit. Selanjutnya dari sisi jangkauan dan keberlanjutan, Christen *et al.* (1994) lebih lengkap memperinci faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut antara lain jumlah total nasabah, jumlah nasabah perempuan, dan jumlah pinjaman yang dibuat atau biasa dilaporkan secara berkala.

Keberlanjutan Lembaga keuangan perdesaan, yang mengukur integrasi pada tiga aspek dilakukan oleh Syukur (2002) yang menyatakan bahwa kinerja keberlanjutan skim kredit tidak hanya dilihat pada aspek finansial, tapi juga aspek lembaga dan aspek peserta/nasabah. Hasil penelitian melalui viabilitas finansial menunjukkan bahwa, keberlanjutan skim Kredit Usaha Mikro (KUM) masih sangat rentan. Implikasi dari kondisi tersebut adalah bahwa KUM harus dapat meningkatkan kinerja viabilitas finansialnya, berkaitan dengan volume penyaluran kredit sebesar 80 persen dari tahun sebelumnya. Berkaitan dengan viabilitas peserta, dengan cara meningkatkan efisiensi pelayanan kepada pesertanya. Sedangkan pada viabilitas kelembagaan mekanisme pengajuan dan penyaluran skim Kredit KUM memiliki karakteristik yang tertuang khusus dalam bentuk mekanisme *screening*, *incentive*, dan *enforcement* yang dapat menjamin diperolehnya peserta kredit yang prospektif. Hal ini dapat mendorong peserta kredit untuk berdisiplin dan memiliki komitmen yang tinggi dalam menggunakan kredit, menabung dan mengembalikan kredit secara teratur.

Keberlanjutan LKMA adalah LKMA mampu memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengabaikan kemampuan generasi mendatang dalam memenuhi

kebutuhan mereka. Menurut Syukur (2002), bahwa keberlanjutan lembaga berkaitan dengan tiga hal, yaitu:

a. Viabilitas Finansial

Suatu kondisi di mana suatu skim kredit dapat menutupi seluruh biaya operasional dari pendapatan yang diperoleh (bunga) yang dibayar oleh peminjam (peserta).

b. Viabilitas Kelembagaan

Lembaga keuangan tersebut haruslah memiliki prosedur atau mekanisme *delivery system* yang telah melembaga. Hal ini dapat menjamin berlangsungnya keberhasilan manajemen dan administrasi, dan tidak bergantung pada figur personal tertentu dalam mengelola lembaga keuangan tersebut. Pendekatan masalah utama, yaitu *screening, incentive dan enforcement*.

c. Perspektif Anggota

Persepsi petani yang dianalisis dibagi dalam tiga instrumen kelompok, yaitu 1) persepsi anggota petani terhadap penyaluran dana PUAP, 2) persepsi anggota petani terhadap pemanfaatan dana PUAP, dan 3) persepsi anggota petani terhadap pengembalian dana PUAP. Skor penilaian menggunakan skala *Likert* 1-5 (1= sangat tidak penting, 2= tidak penting, 3= cukup penting, 4= penting, 5= sangat penting).

Faktor – faktor yang menjadi evaluasi untuk keberlanjutan LKMA dalam perspektif anggota menurut Ratih (2015), yaitu penilaian terhadap indikator penyaluran dana PUAP kepada nasabah/anggota LKMA dengan menggunakan 5 parameter, yaitu 1) keterlibatan anggota LKMA dalam pembuatan RUB, 2) ketersediaan dana PUAP, 3) kemudahan persyaratan penerima PUAP, 4) sosialisasi program PUAP, dan 5) seleksi calon penerima PUAP. Penilaian terhadap pengembangan dana PUAP untuk nasabah LKMA menggunakan tiga parameter yaitu 1) sebagai unit simpan pinjam, 2) pemahaman terhadap kesesuaian dana yang diterima dengan kebutuhan usaha tani, dan 3) Pemahaman akan jaminan/agunan untuk pinjaman dana PUAP. Penilaian terhadap pengembalian dana PUAP yaitu 1) ketepatan pengembalian dana PUAP, 2) perguliran dana PUAP pada kelompok lain, dan 3) peningkatan unit usaha.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah yang dilakukan oleh oleh Putri Kusumaningtyas dan Heny Kuswanti Daryanto (2012) tentang analisis kinerja keuangan dan kepuasan nasabah terhadap pelayanan Lembaga Keuangan Mikro Agribisnis (LKMA) Rukun Tani di Kabupaten Bogor. Kinerja keuangan dianalisis menggunakan analisis rasio (likuiditas, solvabilitas, dan rentabilitas) serta menggunakan analisis kepentingan dan kinerja (IPA) dan indeks kepuasan pelanggan (CSI). Kinerja keuangan dari LKMA Rukun Tani menunjukkan kondisi yang “sangat baik”. Ditunjukkan oleh rasio yang berada di atas standar minimum. Dan untuk kepuasan pelanggan, menunjukkan bahwa responden menyatakan “puas” dengan kinerja LKMA Rukun Tani.

Penelitian yang lainnya dilakukan oleh Ratih (2015) yang berjudul Analisis Keberlanjutan dan Pola Pengembangan *Co-Operative Entrepreneurship* Lembaga Keuangan Mikro Agribisnis (LKMA) Kabupaten Lamongan. Metode yang digunakan adalah analisis pertumbuhan LKMA dan analisis keberlanjutan menggunakan tiga pendekatan yaitu lembaga, finansial dan nasabah. Penumbuhan LKMA pada Gapoktan Sejahtera dikategorikan “baik” pada tahapan persiapan, namun “kurang baik” pada tahapan pelaksanaan. LKMA Gapoktan Sejahtera sudah memiliki keberlanjutan kelembagaan melalui manajemen organisasi dan skema pembiayaan selama satu musim tanam, keberlanjutan finansial didasarkan pada tingkat bunga/unit pinjaman lebih besar dari beban pembiayaan dan keberlanjutan nasabah melalui persepsi kepuasan nasabah mengenai penyaluran, pemanfaatan dan pengembalian dana PUAP.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Akbar (2011) yang berjudul Strategi Keberlanjutan Program Pengembangan Usaha Agribisnis Perdesaan (PUAP) kasus Kabupaten Karawang. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Importance Performance Analysis* (IPA), untuk menjelaskan faktor-faktor dalam program PUAP yang berpengaruh terhadap keberlanjutan program pengembangan usaha agribisnis perdesaan (PUAP). Keberlanjutan dianalisis dari berbagai aspek diantaranya : aspek organisasi, aspek penyaluran dana PUAP, aspek pemanfaatan dana program PUAP, aspek pengembalian dana PUAP, dan aspek usaha tani. Dan

analisis pendapatan petani, untuk mengetahui sejauh mana pengaruh dampak program PUAP terhadap pendapatan usahatani padi di Kecamatan Rengasdengklok. Serta untuk merumuskan strategi digunakan Analisis SWOT (*Strengths – Weaknesses – Opportunities – Threats*) dengan terlebih dahulu dilakukan identifikasi faktor-faktor eksternal dan internal.

Penelitian terdahulu lainnya adalah menurut Anisa (2017) tentang analisis keberlanjutan Lembaga Keuangan Mikro Agribisnis (LKMA) Jaya Saiyo Kelurahan Bandar Buat Kecamatan Lubuk Kilangan Kota Padang. Alat analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, untuk menganalisis keberlanjutan LKMA Jaya Saiyo Kota Padang dengan pendekatan kelembagaan, keuangan dan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa LKMA Jaya Saiyo dari sisi kelembagaan dapat dikatakan *viable* baik organisasi maupun aturan yang berlaku. Dari sisi keuangan selama lima tahun 2012 - 2016 diperoleh hasil bahwa kondisi keuangan LKMA Jaya Saiyo tidak *viable*. Dari sisi nasabah LKMA Jaya Saiyo dapat dikatakan *viable* karena terjadi pemupukan modal usaha setiap tahun dan persepsi nasabah (anggota) terhadap penyaluran, pemanfaatan, dan pengembalian dana PUAP tergolong pada kategori puas.

Penelitian lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini adalah analisis tingkat kepuasan anggota terhadap pelayanan pada Koperasi Gardu Tani di Desa Ketapang Kecamatan Susukan Kabupaten Semarang oleh Bunga, Bambang dan Tutik (2018). Alat analisis yang digunakan adalah IPA (*Important Performance Analysis*) dan CSI (*Customer Satisfaction Index*). Alat analisis IPA digunakan untuk mengidentifikasi tingkat kepentingan setiap atribut pelayanan serta prioritas perbaikan yang harus dilakukan. Hasil IPA menunjukkan atribut yang masih perlu ditingkatkan koperasi seperti kelengkapan fasilitas koperasi (Atribut Bukti Nyata), ketepatan waktu dalam mendapatkan uang hasil penjualan (Atribut Keandalan), keterampilan atau pengetahuan pengurus (Atribut Jaminan), sanksi untuk anggota yang tidak mematuhi peraturan koperasi (Atribut Daya Ketanggapan) dan bantuan sosial seperti biaya rumah sakit bila ada anggota yang sakit (Dimensi Perhatian). Sedangkan alat analisis CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Hasil analisis CSI keseluruhan mencapai 77,40 persen dalam rentang

skala 61 persen - 80 persen, yang artinya anggota merasa puas terhadap kinerja yang diberikan koperasi.

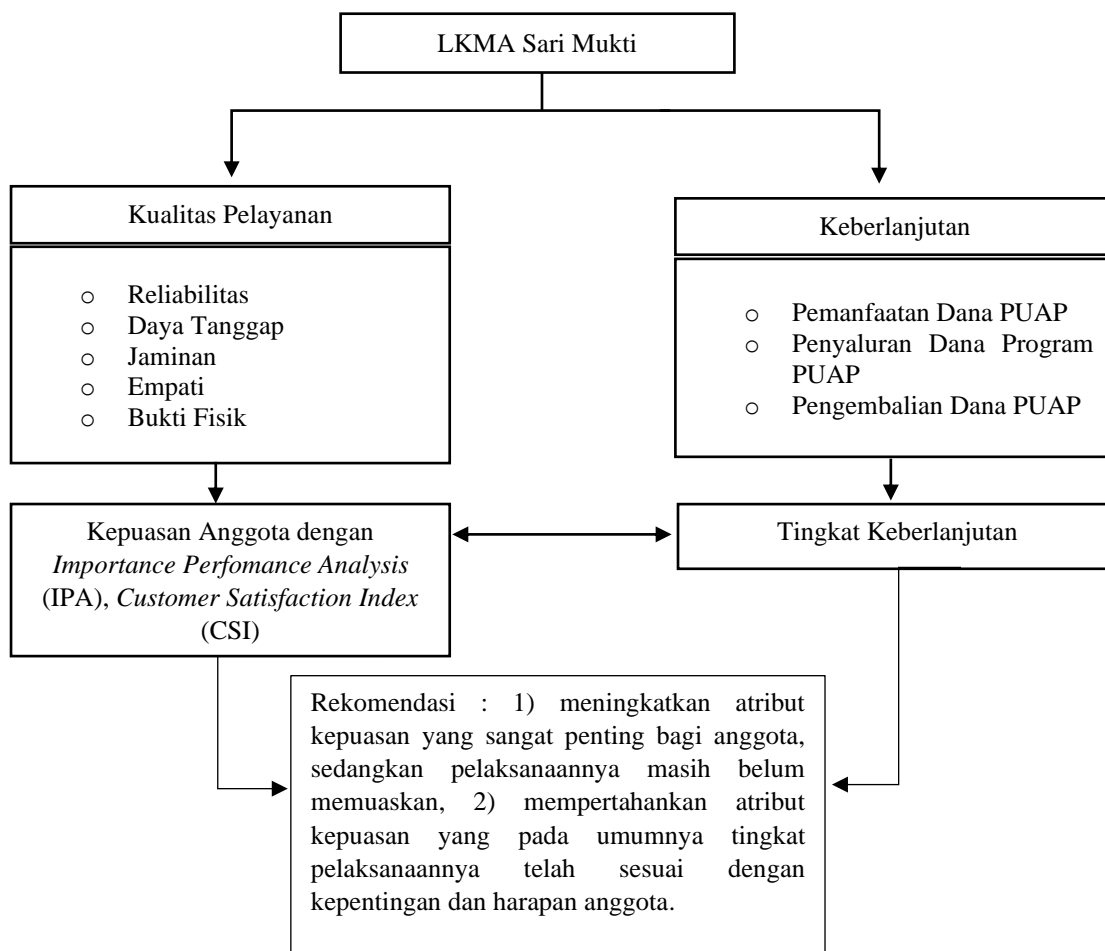
Berdasarkan penelitian terdahulu, maka dapat disimpulkan bahwa untuk menganalisis kinerja suatu organisasi/perusahaan menggunakan pendekatan analisis rasio keuangan yang terdiri dari rasio likuiditas, solvabilitas, rentabilitas, serta menggunakan tingkat kepuasan konsumen untuk mengetahui kualitas pelayanan suatu organisasi. Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, maka penelitian ini menggunakan IPA (*Important Performance Analysis*) untuk mengetahui kinerja keuangan LKMA Sari Mukti dan CSI (*Customer Satisfaction Indeks*) untuk mengetahui kepuasan konsumen pada pelayanan LKMA Sari Mukti. Dan berdasarkan penelitian terdahulu, untuk menganalisis keberlanjutan suatu organisasi menggunakan pendekatan lembaga, finansial, nasabah, dan organisasi. Juga dianalisis dari berbagai aspek diantaranya adalah penyaluran dana PUAP, aspek pemanfaatan dana program PUAP, aspek pengembalian dana PUAP, dan aspek usaha tani. Dan berdasarkan penelitian terdahulu, maka penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan persepsi nasabah (anggota) terhadap penyaluran, pemanfaatan, dan pengembalian dana PUAP untuk menganalisis tingkat keberlanjutan LKMA Sari Mukti. Lalu digunakan analisis *Rank Spearman* untuk mengetahui hubungan antara kepuasan dengan keberlanjutan anggota LKMA Sari Mukti.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kepuasan nasabah anggota LKMA sangat tergantung kepada ekspektasi dan persepsi nasabah/anggota terhadap unsur-unsur pelayanan atau kualitas jasa LKMA. Menurut Zeithaml di dalam Umar (2003), dimensi kualitas jasa dapat dibagi ke dalam lima dimensi, yaitu: 1) Reliabilitas (*Reliability*) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. 2) Daya tanggap (*Responsiveness*) yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. 3) Jaminan (*Assurance*) yaitu kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang

ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. 4) Empati (*Emphaty*) yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. 5) Bukti Fisik (*Tangibles*) yaitu meliputi penampilan fasilitas fisik pada wilayah organisasi/perusahaan.

Keberlanjutan LKMA, dengan menggunakan persepsi nasabah petani sebagai anggota LKMA. Analisis persepsi nasabah petani disesuaikan dengan tujuan program PUAP dan indikator keberhasilan pengelolaan dana PUAP oleh LKMA dalam kemampuannya menjangkau anggota kelompok tani yang benar-benar memerlukan bantuan penguatan modal untuk kegiatan usahatani. Persepsi petani yang dianalisis dibagi kedalam tiga instrumen kelompok yaitu mengenai penyaluran, pemanfaatan dan pengembalian dana PUAP (Pengembangan Usaha Agribisnis Perdesaan). Kualitas jasa/pelayanan LKMA diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah/anggota LKMA. Nasabah/anggota yang puas dengan pelayanan/jasa LKMA akan melakukan transaksi kepada LKMA, yang pada akhirnya akan meningkatkan keberhasilan nasabah/anggota LKMA dalam berusaha tani. Sehingga peneliti akan menganalisis bagaimana hubungan kepuasan nasabah/anggota LKMA terhadap keberlanjutan LKMA Sari Mukti 2019. Dimana hasil dari kepuasan nasabah/anggota sebagai X, dan keberlanjutan LKMA dari perspektif anggota sebagai Y. Menurut Jonathan (2006), korelasi digunakan untuk melihat kuat lemahnya hubungan antara dua variabel yang bersifat kuantitatif. Pada penelitian ini untuk melihat lemah kuatnya hubungan antara dua variabel adalah korelasi *Rank Spearman*.



Gambar 1. Bagan Alir Kerangka Pemikiran

Keterangan :

←→ Diduga ada hubungan dan diuji secara statistik

2.4. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017) yang dimaksud hipotesis penelitian merupakan langkah ketiga dalam penelitian, setelah peneliti mengemukakan landasan teori dan kerangka berpikir. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat.

Adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, untuk identifikasi masalah pertama dan kedua tidak dihipotesiskan karena menggunakan analisis deskriptif. Sedangkan untuk identifikasi masalah ketiga yaitu di duga ada hubungan antara kepuasan kinerja dengan keberlanjutan anggota.