

**KUALITAS PELAYANAN  
PADA KOPERASI SERBA USAHA(KSU) APIKRI YOGYAKARTA**

**TUGAS AKHIR**

DiajukanKepadaFakultasEkonomiUniversitasNegeri Yogyakarta

untukMemenuhiSebagianPersyaratangunaMemperoleh

GelarProfesiAhliMadyaPemasaran



Disusun Oleh

Nida UI Farida

12810134041

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN DIPLOMA III  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2015**

## **PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR**

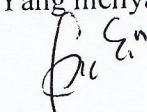
Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nida Ul Farida  
NIM : 12810134041  
Program Studi : Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Tugas Akhir : Kualitas Pelayanan pada Koperasi Serba Usaha ( KSU)  
APIKRI Yogyakarta

Menyatakan bahwa karya ilmiah ini merupakan hasil kerja sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak berisi materi yang dipublikasikan atau dipergunakan sebagai persyaratan penyelesaian studi di perguruan tinggi oleh orang lain kecuali pada bagian–bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan-karya ilmiah yang telah lazim. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, Juni 2015

Yang menyatakan,



Nida Ul Farida

**KUALITAS PELAYANAN**  
**PADA KOPERASI SERBA USAHA (KSU) APIKRI YOGYAKARTA**

**TUGAS AKHIR**

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal : 11...Juni 2015

Untuk dipertahankan di depan Tim Pengudi Tugas Akhir Program  
Studi Pemasaran DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta



Disahkan oleh

Ketua Pengelola

Universitas Negeri Yogyakarta

Kampus Wates

Drs. Bambang Saptono, M. Si  
NIP. 19610723 198803 1 001

**TUGAS AKHIR**  
**KUALITAS PELAYANAN**  
**PADA KOPERASI SERBA USAHA (KSU) APIKRI YOGYAKARTA**

Disusun oleh :

Nida Ul Farida

12810134041

Telah dipertahankan di depan Tim Pengaji Tugas Akhir  
Program Studi Pemasaran D III  
Fakultas Ekonomi – Universitas Negeri Yogyakarta

Pada tanggal 11 Juni 2015 dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Guna memperoleh gelar Ahli Madya

Susunan Tim Pengaji

Nama Lengkap

Ketua merangkap anggota Penny Rahmawati, M. Si

Sekretaris merangkap anggota Drs. Nurhadi, M. M

Tanda Tangan



Yogyakarta, 16 Juni 2015

Universitas Negeri Yogyakarta

Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,

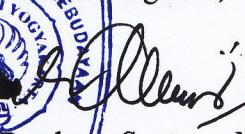


Dr. Sugiharsono

NIP. 19550328 198303 1 002

Kampus Wates

Ketua Pengelola,



Drs. Bambang Saptono, M. Si

NIP. 19610723 198803 1 001

## MOTTO

- *Kejarlah mimpimu setinggi yang kau mau dan kau mampu, berusahalah selagi kau masih bisa mengusahakan. Jangan berputus asa atas kesempatan yang telah kau dapatkan karena Dia-lah yang akan lebih mengetahui apa yang kau perjuangkan ketika banyak orang tak menyadari apa yang coba kau pertahankan.*
- *Barang siapa berjalan menuntut ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke surga. (H.R. Muslim)*
- *Doa adalah nyanyian hati yang selalu dapat membuka jalan terbaang ke Singgasana Tuhan meskipun terhimpit di dalam tangisan seribu jiwa. (Kahlil Gibran)*
- *Kau harus yakin pada diri sendiri, ketika orang lain tidak yakin pada dirimu sendiri. Itulah yang menjadikanmu seorang pemenang. (Venus Williams)*

## **PERSEMPAHAN**

- *Untuk Ayah dan Ibu tercinta yang senantiasa memberikan kasih sayang, dukungan dan mendoakan penulis untuk mencapai cita – cita dan kesuksesan.*
- *Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang terbaik dalam penulisan Tugas Akhir ini.*
- *Almamater Universitas Negeri Yogyakarta sebagai tempat belajar dan menuntut ilmu dan berbagai wawasan selama dibangku kuliah.*

## **ABSTRAK**

# **KUALITAS PELAYANAN PADA KOPERASI SERBA USAHA (KSU) APIKRI YOGYAKARTA**

Oleh :

NIDA UL FARIDA

12810134041

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diukur kualitas *responsiveness* (daya tanggap/kesigapan), *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *empathy* (perhatian) dan *tangibles* (kemampuan fisik) yang diberikan oleh KSU APIKRI.

Data yang diperoleh secara langsung dari staf pemasaran dan karyawan di Koperasi Serba Usaha (KSU) APIKRI Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan dengan pengumpulan data, yaitu: wawancara, dokumentasi dan observasi. Teknik pembahasan yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Serba Usaha (KSU) APIKRI Yogyakarta adalah sebagai berikut: 1) *Rensponsiveness* (daya tanggap/kesigapan) tidak berjalan secara konsisten, 2) *Reliability* (keandalan) terkadang kurang sesuai dengan harapan pelanggan, 3) *Assurance* (jaminan) belum memuaskan, 4) *Emphathy* (perhatian) belum ada kemajuan dan 5) *Tangibles* (kemampuan fisik) masih terdapat kekurangan. Secara umum, kualitas pelayanan yang terdapat pada KSU APIKRI Yogyakarta sudah terlaksana dengan baik. Pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik, ramah dan sopan. Akan tetapi, masih ada faktor yang belum berjalan secara maksimal, misalnya keberadaan karyawan yang melayani pelanggan kurang informatif dan tidak tanggap, seringnya kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian produk, kurangnya inovasi dan tempat parkir yang sempit.

Kata kunci: kualitas pelayanan, KSU

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur atas kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir yang berjudul “Kualitas Pelayanan pada Koperasi Serba Usaha ( KSU) APIKRI Yogyakarta”. Penyusunan TA ini untuk memenuhi syarat penyelesaian studi DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A. Md) program studi Pemasaran DII Universitas Negeri Yogyakarta.

Penulis menyelesaikan tugas akhir ini berjalan dengan lancar atas bantuan, pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu,pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab., M.Pd. M.A.,selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si.,selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Bambang Saptono, M.Pd., selaku Ketua Pengelola Universitas Negeri Yogyakarta. Kampus Wates, yang telah memberikan berbagai fasilitas dan sarana untuk kepentingan studi.
4. Farlianto, M.B.A., selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
5. Drs. Nurhadi, M.M.,selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu dan pemikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan Tugas Akhir.

6. Penny Rahmawati, M. Si., selaku dosen penguji Tugas Akhir yang membantu dalam menyempurnakan penyusunan Tugas Akhir.
7. Amir Syamsuri, MM., selaku Kepala dan Widodo, SE selaku staf pemasaran yang telah memberikan izin penelitian Tugas Akhir di Koperasi Serba Usaha (KSU) Yogyakarta.
8. Orang tua dan adik serta keluarga besarku yang selalu memberikan doa dan motivasi.
9. Irna Ribuna dan Tika Nur Arifah yang selalu memberikan doa, mendukung dan membantu penulis.
10. Keluarga besar Manajemen Pemasaran D III Universitas Negeri Yogyakarta angkatan 2011 sampai dengan 2013.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi sempurnanya tugas akhir ini.

Yogyakarta, 11 Juni 2015

Penyusun  
  
Nida Ul Farida

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>ABSTRAK</b>	.....	Vii
<b>KATA PENGATAAR</b>	.....	Vii
<b>DAFTAR ISI</b>	.....	i
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	.....	X
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	.....	Xii
A. Latar Belakang Masalah	.....	1
B. Identifikasi Masalah	.....	1
C. Batasan Masalah	.....	6
D. Rumusan Masalah	.....	6
E. Tujuan Penelitian	.....	7
F. Manfaat Penetitian	.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	.....	8
A. Kualitas Pelayanan	.....	10
B. Lima Dimensi untuk Mengevaluasi Kualitas Pelayanan	.....	10
C. Unsur – unsur Pelayanan	.....	11
D. Koperasi Serba Usaha	.....	13
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	.....	15
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	.....	17
B. Metode Pengumpulan Data	.....	17
C. Subjek dan Objek Penelitian	.....	18
D. Teknik Analisis Data	.....	19
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	20
A. Deskripsi Data	.....	20
1. Sejarah KSU APIKRI	.....	20
2. Lokasi	.....	21
3. Visi dan Misi	.....	22
4. Personalia	.....	22
5. Pemasaran	.....	23
6. Proses Pelayanan Pemesanan Barang	.....	25
7. Program – Program yang disediakan KSU APIKRI	.....	26
8. Forum Organisasi yang diikuti KSU APIKRI	.....	27
B. Pembahasan	.....	27
1. Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan di KSU APIKRI Yogyakarta	.....	27
2. Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di KSU APIKRI Yogyakarta	.....	28

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>37</b>
A. Kesimpulan .....	37
B. Saran .....	39
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>41</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>43</b>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- A. Logo
- B. Contoh Produk
- C. Data - Data

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Globalisasi membawa dampak yang besar bagi perkembangan bisnis. Dunia bisnis saat ini menuntut perusahaan untuk terus mengembangkan usahanya. Persaingan yang semakin ketat menyebabkan perusahaan saling berlomba-lomba menawarkan produk maupun jasa yang benar-benar diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Pada kenyataannya banyak sekali perusahaan yang menghasilkan produk maupun jasa yang hampir sama untuk mengungguli pesaingnya.

Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap perilaku pembelian,yaitu melalui kepuasan pelanggan. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan pada perusahaan, kualitas pelayanan penting dikelola perusahaan dengan baik.

Pelayanan adalah salah satu keunggulan kompetitif yang dapat diciptakan perusahaan, yaitu memfokuskan bisnisnya pada kepuasan pelanggan dimana pelanggan akan setia mengkonsumsi/menggunakan jasa perusahaan secara terus menerus. Kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan.

Kualitas pelayanan yang diberikan KSU APIKRI belum tentu sama dengan yang diharapkan oleh pelanggan, sehingga muncul kesenjangan antara kualitas pelayanan yang benar-benar diterima dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Kesadaran akan pentingnya pelanggan menyebabkan perlunya pengendalian operasional secara keseluruhan melalui penerapan *total quality service (TQS)* untuk mengetahui seberapa baik *service* yang diberikan kepada pelanggan.

APIKRI (KSU APIKRI) Yogyakarta dikenal sebagai salah satu lembaga yang bergerak dalam bidang *handicraft dan furniture* yang tergabung dalam organisasi perdagangan yang membantu negara berkembang di kawasan Asia Tenggara dan Asia selatan, yaitu IFAT (*International Federation for Alternatif Trade*). Kegiatan APIKRI adalah memasarkan hasil industri dan kerajinan masyarakat Yogyakarta dan Jateng dengan membangun jaringan pemasaran baik ke luar negeri maupun dalam negeri, sehingga KSU APIKRI menjadi lembaga ekonomi terpercaya dan terkemuka dalam pengembangan sumberdaya. KSU APIKRI bersama pemerintah berusaha mempertahankan pelanggan-pelanggan tersebut dalam jangka panjang. Hal ini sesuai dengan konsep pemasaran yang menyebutkan bahwa kunci untuk meraih tujuan organisasi adalah menentukan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberi keputusan secara efisien dan efektif daripada yang diberikan oleh pesaing.

Dengan demikian bagi KSU APIKRI perhatian utama yang harus dihadapi adalah kualitas pelayanan. Di mana kepuasan pelanggan sangat bergantung pada kualitas yang telah diterimanya. Sehingga tugas utama KSU

APIKRI adalah menciptakan kondisi pelayanan yang baik yang dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.

Terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen, yaitu : *Responsiveness, Reliability, Assurance, Empathy* dan *Tangibles*. *Responsiveness* (daya tanggap/kesigapan) adalah suatu respon/kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. *Reliability* (keandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang disajikan dengan akurat dan terpercaya. *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara cepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. *Empathy* (perhatian) adalah kemampuan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para konsumen. *Tangibles* (kemampuan fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik. Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit tetapi apabila ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifat yang sensitif.

Mengingat pentingnya aspek pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maka perusahaan harus memberikan pelayanan secara optimal kepada pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan

pelanggan serta memperhatikan fakta-fakta yang dapat mendukung terpenuhinya kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan unsur untuk mengoptimalkan pencapaian terget penjualan yang sangat penting.

Berdasarkan pengamatan yang penulis lakukan diKSU APIKRI Yogyakarta, penulis mendapatkan berbagai aspek yang perlu diperhatikan dan dievaluasi, yaitu kualitas pelayanan kepada pelanggan. Dilihat dari hasil observasi layanan yang diberikan, antara lain :

1. *Rensponsiveness* (daya tanggap/kesigapan) yang diberikan oleh KSU APIKRI tidak berjalan secara konsisten.

Penulis mengamati dari pelaksanaan pelayanan pelanggan yang telah berjalan terdapat kekurangan pada faktor pendukung, seperti keberadaan karyawan yang melayani pelanggan kurang informatif dan tidak tanggap. Apabila hal tersebut sering terjadi maka daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

2. *Reliability* (keandalan) yang diberikan oleh KSU APIKRI terkadang kurang sesuai dengan harapan pelanggan.

Masih ada sebagian perusahaan luar negeri yang menetapkan standar desain terhadap produk yang mereka pesan berupa ukuran dan kandungan bahan kimia yang boleh digunakan. Hal ini menuntut perusahaan untuk dapat mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu yang telah ditentukan. Apabila tidak sesuai dengan perjanjian maka pelanggan akan berpaling pada perusahaan lain.

3. *Assurance* (jaminan) yang diberikan oleh KSU APIKRI belum memuaskan.

Pada cuaca tertentu sering terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian produk. Pemesanan barang dan pengiriman dalam waktu yang lama sering terjadi kerusakan. Selain itu, terlihat pada kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan kurang maksimal. Masih perlu adanya pelatihan dan koordinasi antar bagian agar semua karyawan dapat terlibat langsung menangani konsumen.

4. *Empathy* (perhatian) yang diberikan oleh KSU APIKRI belum ada kemajuan.

Kemampuan dalam memberikan perhatian kepada para pelanggan sampai sekarang belum ada perubahan yang signifikan. Terlihat cara bicara dan daya tanggap karyawan pada saat melayani pelanggan. Perusahaan dituntut untuk melakukan inovasi terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat mengimbangi perkembangan dunia bisnis.

5. *Tangibles* (kemampuan fisik) yang diberikan oleh KSU APIKRI masih terdapat kekurangan.

Penulis melihat tempat parkir yang ada di APIKRI sangat sempit padahal sering mendapat banyak kunjungan dari dalam maupun luar kota, KSU APIKRI juga sering menjadi tempat pelatihan-pelatihan dan fasilitasi terhadap pengrajin oleh dinas-dinas pemerintahan. Kerapuhan ruangan terlihat masih berantakan, khususnya tata letak tempat duduk antar karyawan.

Berdasarkan aspek yang menyangkut pentingnya kualitas pelayanan di atas sebagai judul Tugas Akhir, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “**KUALITAS PELAYANAN PADA KOPERASI SERBA USAHA (KSU) APIKRI YOGYAKARTA**”.

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. *Rensponsiveness* (daya tanggap/kesigapan) yang diberikan oleh KSU APIKRI tidak berjalan secara konsisten.
2. *Reliability* (keandalan) yang diberikan oleh KSU APIKRI terkadang kurang sesuai dengan harapan pelanggan.
3. *Assurance* (jaminan) yang diberikan oleh KSU APIKRI belum memuaskan.
4. *Emphathy* (perhatian) yang diberikan oleh KSU APIKRI belum ada kemajuan.
5. *Tangibles* (kemampuan fisik) yang diberikan oleh KSU APIKRI masih terdapat kekurangan.

### **C. Batasan Masalah**

Mengingat begitu banyak permasalahan yang harus diatasi, agar penelitian ini dapat fokus membahas lebih tuntas dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan maka perlu adanya pembatasan masalah. Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, penelitian ini lebih memfokuskan pada

permasalahan kualitas pelayanan pada Koperasi Serba Usaha (KSU) APIKRI Yogyakarta. Hal ini berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas. Muncul masalah bagaimana pengaruh *responsiveness* (daya tanggap/kesigapan), *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *emphathy* (perhatian) dan *tangibles* (kemampuan fisik) yang diberikan oleh Koperasi Serba Usaha (KSU) APIKRI Yogyakarta. Berdasarkan masalah tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Kualitas Pelayanan pada Koperasi Serba Usaha (KSU) APIKRI Yogyakarta”.

#### **D. Rumusan Masalah**

Agar tidak menyimpang jauh dari sasaran yang dikehendaki dari penulisan ini dan memberikan gambaran yang jelas mengenai hal yang dibahas, maka rumusan masalah terdiri atas :

1. Bagaimana kualitas *responsiveness* (daya tanggap/kesigapan) yang diberikan oleh KSU APIKRI?
2. Bagaimana kualitas *reliability* (keandalan) yang diberikan oleh KSU APIKRI?
3. Bagaimana kualitas *assurance* (jaminan) yang diberikan oleh KSU APIKRI?
4. Bagaimana kualitas *emphathy* (perhatian) yang diberikan oleh KSU APIKRI?
5. Bagaimana kualitas *tangibles* (kemampuan fisik) yang diberikan oleh KSU APIKRI?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah :

1. Mengetahui kualitas*responsiveness* (daya tanggap/kesigapan) yang diberikan oleh KSU APIKRI.
2. Mengetahui kualitas*reliability*(keandalan) yang diberikan oleh KSU APIKRI.
3. Mengetahui kualitas*assurance*(jaminan) yang diberikan oleh KSU APIKRI.
4. Mengetahui kualitas*empathy* (perhatian) yang diberikan oleh KSU APIKRI.
5. Mengetahui kualitas*tangibles*(kemampuan fisik)yang diberikan oleh KSU APIKRI.

## F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan beberapa kontribusi yang terbagi pada beberapa manfaat :

### 1. Manfaat teoritis

Sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang telah didapat dengan memberi masukan terhadap masalah yang dihadapi oleh perusahaan serta dapat dijadikan dasar dan referensi penelitian lebih lanjut mengenai kualitas pelayanan bagi perusahaan barang maupun jasa.

### 2. Manfaat praktis

Manfaat praktis yang diberikan dari penelitian ini terdiri dari beberapa aspek, antara lain:

#### a. Bagi Mahasiswa

Menambah wawasan dan khasanah keilmuan terutama mengenai kualitas pelayanan pada Koperasi Serba Usaha (KSU) APIKRI Yogyakarta.

b. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi, diskusi maupun telaah kritis mengenai strategi peningkatan kualitas pelayanan pada Koperasi Serba Usaha (KSU) APIKRI Yogyakart.

c. Bagi Fakultas Ekonomi

Dapat dijadikan bahan referensi untuk menambah wawasan dalam rangka mendokumentasikan dan menginformasikan hasil penelitian di program studi Manajemen Pemasaran.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk memenuhi harapan pelayanan. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan oleh pelanggan, maka kualitasnya dipersepsikan buruk dengan demikian kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan pemilik jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Menurut *American Society for Quality Control*, “kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi kebutuhan kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten”.(Lupiyoadi, 2001:14)

Goetsch dan David dalam Maulidin mengatakan “kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi harapan”(2001:39). Juran dan Wijono dalam Maulidin menyatakan “kualitas merupakan perwujudan atau gambaran-gambaran hasil yang mempertemukan kebutuhan-kebutuhan dari pelanggan dalam memberikan kepuasan”(2001:39).

Dari definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas merupakan suatu hasil yang mempertemukan kebutuhan-kebutuhan dari pelanggan dalam memberikan kepuasan dan memenuhi harapan. Pelayanan yang baik dibutuhkan kesungguhan yang mengandung unsur kecepatan, keamanan,

keramahtamahan dan kenyamanan yang terintegrasi sehingga manfaatnya besar.

Kotler menyatakan “pelayanan adalah setiap kegiatan dan manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak ke pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak perlu berakibat pemilikan sesuatu”(1993:352).

Martin menyatakan “meluaskan basis pelanggan adalah vital, ini berarti perusahaan tidak harus menarik klien dan pelanggan baru, tetapi juga harus mempertahankan yang sudah ada. Pelayanan pelanggan yang bermutu ini terjadi”(1991:9).

Definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu tindakan seorang terhadap orang lain melalui penyajian produk sesuai dengan ukuran yang berlaku pada produk untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan orang yang dilayani.

## B. Dimensi untuk Mengevaluasi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, dkk (1998) untuk mengevaluasi kualitas pelayanan pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi adalah sebagai berikut:

### 1. *Tangibles/Bukti Langsung*

*Tangibles* merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Meliputi penampilan fasilitasi fisik seperti gedung dan ruangan, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan. Pentingnya dimensi *tangibles* ini akan menumbuhkan *image* penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas

fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau bahkan merusak *image* perusahaan.

## 2. *Reliability*/Keandalan

*Reliability* atau kaandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi, komponen atau unsur dimensi reliability ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

## 3. *Rensponsiveness*/Ketanggapan

*Rensponsiveness* atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk di dalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan dan keluhan konsumen. Jadi, komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

## 4. *Assurance*/Jaminan

*Assurance* atau jaminan merupakan pengetahuan dari perilaku *employee* untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam

melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi, komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi ketrampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

#### 5. *Empathy/Empati*

*Emphaty* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi, komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (*access*), yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

### C. Unsur–unsur Pelayanan

Dalam memasarkan produknya produsen selalu berusaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan para pelanggan lama maupun pelanggan baru.

Menurut Tjiptono “pelayanan yang baik akan dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain”(2004:58).

Produsen perlu menguasai unsur-unsur pelayanan sebagai berikut :

1. Kecepatan

Kecepatan adalah waktu yang digunakan dalam melayani konsumen atau pelanggan minimal sama dengan batas waktu standar pelayanan yang ditentukan oleh perusahaan.

2. Ketepatan

Ketepatan dalam melayani para konsumen diharapkan perusahaan dapat memberikan perasaan aman untuk menggunakan produk jasanya.

3. Keamanan

Keamanan dalam melayani para konsumen diharapkan perusahaan dapat memberikan perasaan aman untuk menggunakan produk jasanya.

4. Keramah Tamahan

Keramah tamahan sangat penting, apalagi bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Karyawan perusahaan dituntut untuk mempunyai sikap sopan dan ramah dalam dalam melayani pelanggan.

5. Kenyamanan

Rasa nyaman muncul apabila seseorang merasa diterima apa adanya. Dengan demikian perusahaan harus dapat memberikan rasa nyaman pada konsumen.

Dalam hal ini KSU APIKRI perlu menguasai dan memperhatikan kelima unsur di atas supaya dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin merekat erat. Sehingga kegiatan pemasarannya berjalan dengan baik dan sukses.

#### **D. Pengertian Koperasi Serba Usaha**

Koperasi merupakan badan usaha yang didirikan dan dikelola oleh sekelompok masyarakat untuk memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya di bidang ekonomi, sosial, dan budaya. Koperasi dibentuk demi meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggota dan masyarakat.

PSAK No.27 (Revisi 1998, Reformat 2007) tahun 2009 paragraf ke-1 menyatakan koperasi adalah badan usaha yang mengorganisir pemanfaatan dan pendayagunaan sumber daya ekonomi para anggotanya atas dasar prinsip-prinsip koperasi dan kaidah usaha ekonomi untuk meningkatkan taraf hidup anggota pada khususnya dan masyarakat daerah kerja pada umumnya. Dengan demikian, koperasi merupakan gerakan ekonomi rakyat dan soko guru perekonomian nasional.

Koperasi serba usaha merupakan koperasi yang menjalankan berbagai jenis usaha demi memenuhi kebutuhan anggota dan masyarakat. Rudianto dalam bukunya Manajemen Koperasi (2010: 118) menyatakan bahwa “Koperasi Serba Usaha (KSU) adalah koperasi yang memiliki lebih dari satu bidang usaha”.

Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 pasal 44 ayat 2, prinsip koperasi serba usaha sama dengan prinsip koperasi yang tercantum dalam Undang - Undang Nomor 25 Tahun 1992 pasal 5 ayat 1, yaitu:

1. Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka.
2. Pengelolaan dilakukan secara demokratis.
3. Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota.
4. Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal.
5. Kemandirian.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian adalah cara yang bekerja untuk memenuhi objek yang menjadi sasaran ilmu yang bersangkutan. Peran metode sangat penting dalam sebuah penelitian karena baik buruknya suatu penelitian tergantung bagaimana penerapan metode yang akan dipakai.

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### 1. Lokasi penelitian

Pelaksanaan penelitian pada KSU APIKRI Yogyakarta jalan Imogiri Barat Km. 4,5 No. 163A Bantul, Yogyakarta.

##### 2. Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian pada tanggal 15-22 Mei 2015.

#### **B. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### 1. Wawancara

Wawancara merupakan metode survei dalam teknik pengambilan data dengan cara menanyakan secara langsung kepada perusahaan maupun pihak yang berkaitan dari wewenang menggunakan pernyataan lisan untuk dapat memperoleh

data yang dibutuhkan dalam penelitian. Wawancara ini dapat dilakukan dengan pimpinan perusahaan atau karyawan yang diberi wewenang untuk menjawabnya.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan melihat sumber-sumber tertulis yang terdapat di dalam perusahaan. Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data mengenai sejarah perkembangan perusahaan serta data lain yang berkaitan dengan pembahasan penelitian.

## 3. Observasi (Pengamatan)

Observasi merupakan metode pengumpulan data dan informasi dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematik sehingga sesuai dengan tujuan penelitian

## C. Subjek dan Objek Penelitian

### 1. Subjek Penelitian

Sumber yang akan memberikan informasi mengenai data yang dibutuhkan dalam penelitian. Subjek penelitian ini, yaitu staf pemasaran dan karyawan yang memberikan informasi mengenai “Kualitas Pelayanan pada KSU APIKRI Yogyakarta”.

### 2. Objek Penelitian

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis melakukan penelitian dengan mengambil objek pada KSU APIKRI Yogyakarta jalan Imogiri Barat Km. 4,5 No. 163A Bantul, Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan KSU APIKRI Yogyakarta.

#### **D. Teknik Analisis Data**

Penelitian menggunakan teknik metode analisis data dengan cara memaparkan data yang ada berdasarkan fakta-fakta bersifat analisis deskriptif kualitatif untuk menggambarkan data yang ada serta mengevaluasi untuk dianalisis berdasarkan teori kemudian ditarik kesimpulan. Data yang telah diperoleh dalam penelitian analisis dengan cara meminta dan mengumpulkan data secara jelas, dan bertanya secara langsung kepada staf pemasaran dan karyawan yang memberikan informasi mengenai “Kualitas Pelayanan pada KSU APIKRI Yogyakarta”.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Sejarah KSU APIKRI Yogyakarta**

KSU APIKRI merupakan salah satu lembaga swadaya masyarakat atau *Non Government Organization* (NGO) yang mempelopori gerakan *fair trade* melalui penguatan Perajin Mikro Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta. Tahun 1987 KSU APIKRI didirikan oleh 25 perajin kecil dan aktivis NGO sebagai pendampingnya. Awalnya, APIKRI merupakan singkatan dari Asosiasi Pemasaran Industri Kerajinan Rakyat Indonesia. Tahun 1989 nama APIKRI berubah menjadi Asosiasi Pengembangan Industri Kerajinan Rakyat Indonesia. Perubahan nama ini disebabkan oleh permasalahan Usaha Mikro Kecil tidak hanya pemasaran dan problem lainnya, seperti produk, mental kewirausahaan, permodalan dan lain – lain.

Tahun 1990 APIKRI berubah kembali menjadi Yayasan Pengembangan Industri Kerajinan Rakyat Indonesia yang kemudian dikenal dengan nama Yayasan APIKRI. Kegiatan fasilitas marketing untuk Usaha Mikro Kecil dilakukan oleh APIKRI *Inc Showroonyang* pertama diberi nama YPB APIKRI (Tempat Pemasaran Bersama). Perubahan nama ini menunjukan peningkatan dan kemajuan APIKRI yang signifikan. Tahun 2002, Yayasan APIKRI memfasilitasi berdirinya KSU APIKRI sebagai pengganti dari nama

APIKRI In, yang memiliki fungsi yang sama dan sudah didaftarkan ke Kementerian Koperasi dan UKM dengan nomor registrasi: 247/BH/MENEG.I/XI/2002. Tahun 2008, Yayasan APIKRI menetapkan KSU APIKRI sebagai satu – satunya legal formal yang dipakai APIKRI melalui Rapat Pembina Luar Biasa dan Rapat Pembina Khusus tanggal 30 Agustus 2008.

## 2. Lokasi

Salah satu faktor penting yang ikut menentukan keberhasilan operasi perusahaan adalah memilih lokasi perusahaan. Jika dalam mendirikan suatu perusahaan terjadi kesalahan pada pemilihan lokasi maka akan mengakibatkan terjadinya kendala–kendala, misalnya kendala terhadap proses produksi, keterlambatan dalam pengadaan bahan baku atau pemasaran hasil produksi.

KSU APIKRI memilih lokasi perusahaan yang terletak di Jalan Imogiri Barat Km. 4,5 No. 163 A Bantul, Yogyakarta, kode pos 55187, Indonesia. Pemilihan lokasi perusahaan didasarkan atas pertimbangan beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kegiatan perusahaan. Faktor–faktor tersebut adalah:

a. Dari Segi Pemasaran

Lokasi perusahaan mudah dijangkau oleh konsumen.

b. Dari Segi Transportasi

Lokasi tersebut berada di pinggir jalan besar sehingga memudahkan transportasi bahan baku dan hasil produksi.

c. Dari Segi Tenaga Kerja

Tersedianya tenaga kerja yang berasal dari masyarakat di sekitar lokasi perusahaan sehingga dapat memperoleh tenaga kerja dengan mudah.

3. Visi dan Misi

Visi :

Menjadi lembaga yang menyuarakan gerakan fair trade untuk penguatan masyarakat perajin mikro kecil di Indonesia.

Misi :

Untuk menunjang keberhasilan gerakan *fair tradetersebut* maka KSU APIKRI Yogyakarta menetapkan visi sebagai berikut :

- a. Meningkatkan kemampuan bisnis bagi para perajin mikro kecil.
- b. Memfasilitasi akses pemasaran bagi para perajin mikro kecil.
- c. Memperkuat bagi para perajin mikro kecil sebagai pelaku usaha dalam dinamika nasional.
- d. Mendorong terwujudnya perdagangan yang adil sebagai instrumen untuk mencapai demokrasi dalam kehidupan ekonomi.

4. Personalia

Manajemen personalia merupakan bagian dari manajemen perusahaan yang mengatur masalah penggunaan sumber daya manusia secara efektif dan efisien. Sumber daya manusia merupakan faktor penting dalam kelangsungan proses produksi suatu perusahaan.

a. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan faktor yang tidak dapat ditinggalkan atau diabaikan karena peranannya sangat penting dalam usaha pencapaian tujuan perusahaan.

Jumlah karyawan APIKRI adalah 33 orang:

- 1) Pengawas : 3 orang
- 2) Pengurus : 3 orang
- 3) *Packing* : 6 orang
- 4) Karyawan tetap : 21 orang

b. Kebijaksanaan bagi Karyawan

KSU APIKRI mempunyai jam kerja mulai pukul 08.30 WIB sampai dengan pukul 16.30 WIB, mempunyai hari kerja Senin hingga Jumat. APIKRI memiliki beberapa kebijakan SDM antara lain:

- 1) Tunjangan suami/istri
- 2) Tunjangan transportasi
- 3) Tunjangan asuransi kesehatan
- 4) Tunjangan asuransi hari tua
- 5) Bonus 1 tahun 1 kali apabila perusahaan bisa mencapai target  
(meraih keuntungan mencapai 4 miliar rupiah per tahun)

5. Pemasaran

Pada perusahaan manufaktur sektor penjualan terdapat bagian terpenting, yaitu keuangan perusahaan karena sektor ini merupakan pusat pendapatan dari segala aktivitas perusahaan melalui tiga strategi utama pendekatan pemasaran,

yaitu dengan cara membantu para perajin mikro kecil untuk menemukan dan menciptakan pasar sendiri, mempertemukan perajin mikro kecil dengan potensial dan memfasilitasi pemasaran ekspor, jika kedua strategi di atas tidak dapat dilakukan oleh perajin. Oleh karena itu, diperlukan manajemen yang benar-benar handal dan sumber daya manusia yang profesional.

Untuk meningkatkan efektivitas penjualan, pemberian pelayanan yang memuaskan bisa menjadi faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Sebagian besar tranding patner adalah chain stores bukan broker, agen atau distributor. Sampai dengan akhir 2006 KSU APIKRI telah menjalin kerjasama dengan 17 *tranding-partners* di 12 negara yang menjangkau menjangkau berbagai benua, diantaranya:

a. Eropa

GR ART – Atelier DE, Perancis. Email. [www.atelier-limoges.com](http://www.atelier-limoges.com)

Orka Marketing & Tranding, United Kingdom. Email.  
[info@orkaltd.com](mailto:info@orkaltd.com)

Co SHREYA EXPORTS, Turki. Email. [indrani\\_sarma@yahoo.com](mailto:indrani_sarma@yahoo.com)

b. Amerika Utara

Artex, Mexico. Email. [domenica@ultramar.com](mailto:domenica@ultramar.com), PLSM,  
[Guatemala.estelaplsm@yahoo.com](mailto:Guatemala.estelaplsm@yahoo.com)

c. Asia

THIENLONGARTEX, Vietnam. Email. [tlc@thienlongceramic.com](mailto:tlc@thienlongceramic.com)  
Ark Kraftex Pvt Ltd, India. Email. [arkkrafter@gmail.com](mailto:arkkrafter@gmail.com)  
ASN Tranding, Bangladesh. Email. [dbarman@dhaka.net](mailto:dbarman@dhaka.net)

d. Australia

Source Ceramics, Australia. Email. [enquiry@sourceceramics.com](mailto:enquiry@sourceceramics.com)

Produk-produk kerajinan yang difasilitasi pasarnya oleh KSU APIKRI bersifat fungsional dan memiliki nilai dekoratif etnik, terbuat dari bahan baku:

- 1) Kulit
- 2) Perak, kuningan, tembaga, alpaka, nugold
- 3) Batik, textile, serat alam
- 4) Kayu, bambu, rotan
- 5) Keramik
- 6) Tanduk dan
- 7) Kerang

6. Proses Pelayanan Pemesanan Barang

Tidak perlu mendirikan *outlet* atau toko sendiri untuk memasarkan produknya ke konsumen akhir. Dalam hal ini, untuk mempermudah pelanggan dalam pemesanan produk maka KSU APIKRI menggunakan email sebagai sistem informasi.

Ketika pelanggan yang tertarik dengan produk yang diinginkan, maka KSU APIKRI mengirimkan *sample* yang asli disertai data-data dari produk tersebut. Jika suadah tertarik dan ingin memesan produk, pelanggan langsung mengirim PO (*Purchasing Order*) ke KSU APIKRI. PO ini berisi tentang jumlah barang yang dipesan, waktu pengiriman barang dan agen pengiriman yang ditunjuk untuk melakukan pengiriman. Setelah diterima, PO dari pelanggan akan

diagenda oleh sekretaris, lalu dipelajari oleh bagian pemasaran dan selanjutnya disetujui direktur KSU APIKRI.

Sebelum barang-barang dikirim, terlebih dahulu mengecek kelengkapan dokumen-dokumen untuk syarat pengiriman. Setelah selesai, kemudian dilakukan pengiriman dengan menggunakan diantara dua sistem. Sistem pertama menggunakan *free on board* (FOB), yaitu KSU APIKRI hanya mengantar barang tersebut sampai di bandara atau pelabuhan saja. Kedua adalah pengiriman barang yang dipesan semuanya dilakukan dan dipertanggungjawabkan oleh APIKRI. Dalam memilih *agent* pengiriman, hal yang dipertimbangkan KSU APIKRI adalah *good service and good price*, yang artinya tidak hanya mempertimbangkan masalah harga tetapi juga mempertimbangkan pelayanannya.

KSU APIKRI menggunakan metode pembayaran di muka (*payment in advance*). Setelah terjadi kesepakatan harga dan produk yang akan dibeli, maka pelanggan akan melakukan pembayaran dimuka melalui *wire transfer* (transfer kabel) dengan kesepakatan sebesar 50% dari harga keseluruhan. Semua itu dilakukan oleh perusahaan karena jika terjadi ketidakpuasan dari pihak konsumen akan tetap menjadi tanggungjawab KSU APIKRI.

## 7. Program yang disediakan KSU APIKRI

Tidak hanya semata-mata mencari keuntungan saja tetapi KSU APIKRI juga menyediakan pelayanan berupa program-program yang berkualitas, diantaranya:

- a. Peningkatan keterampilan perajin
- b. Fasilitasi pasar

- c. Bantuan keuangan
  - d. Pengembangan SDM
  - e. Pelestarian lingkungan
  - f. *Advocacy* bagi SME's
  - g. Pemberdayaan bagi penduduk suku asli
8. Forum Organisasi yang diikuti KSU APIKRI

Banyak sekali hambatan yang dilalui dalam menjalin kerjasama baik di luar negeri maupun dalam negeri. Untuk memudahkan jalannya, maka KSU APIKRI ikut serta untuk terlibat dengan forum organisasi, seperti sebagai anggota *Forum Fair Trade Indonesia (FFT), Asia Fair Trade Forum (AFTF)*, dan *International Federation Alternative Trade (IFAT)*.

## **B. Pembahasan**

1. Kualitas Pelayanan diKSU APIKRI Yogyakarta

KSU APIKRI merupakan sebuah perusahaan *buyer agent* di bidang kerajinan tangan (*handycraft*). Produk-produk kerajinan tangan yang dieksport oleh KSU APIKRI diproduksi oleh para mitra kerjanya, yaitu para pengrajin kecil yang sampai saat ini berjumlah 300 pengrajin. Para mitra kerja inilah yang menjadi pemasok utama produk, sedangkan bagi KSU APIKRI sendiri berperan sebagai *buyer agent* yang bertanggungjawab memasarkan dan memasok produk kepada para pembeli dan pedagang besar yang berada di dalam maupun luar negeri.

Kualitas pelayanan KSU APIKRI berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian agar sesuai harapan. Apabila pelayanan yang diterima disesuaikan dengan yang diharapkan oleh konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang baik dan memuaskan. Jika pelayanan pelanggan yang diterima melampaui harapan konsumen akan menjadi berkualitas. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan oleh konsumen, maka kualitasnya dipersepsikan buruk. Dengan demikian, kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan pemilik jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Kualitas pelayanan oleh KSU APIKRI ditentukan dengan menggunakan kompetensi utama KSU APIKRI (penguatan masyarakat perajin mikro kecil), strategi umum (penguatan komunitas dengan pendekatan pemasaran sebagai motor penggerak) dan statement misi (melakukan pengembangan untuk menemukan pasar dan temukan pasar untuk melakukan pengembangan masyarakat).

## 2. Upaya memenuhi harapan pelanggan KSU APIKRI Yogyakarta

Untuk mewujudkan kualitas pelayanan yang baik dalam upaya memenuhi harapan pelanggan, KSU APIKRI Yogyakarta harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan. Terdapat 5 dimensi untuk mengevaluasi kualitas pelayanan terhadap pelanggan, yaitu:

### a. *Rensponsivness/Ketanggapan*

*Rensponsiveness* atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat

dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk di dalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian produk, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan dan keluhan konsumen. Jadi, komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

*Rensponsiveness* (daya tanggap/kesigapan) yang diberikan oleh KSU APIKRI tidak berjalan secara konsisten. Penulis mengamati dari pelaksanaan pelayanan pelanggan yang telah berjalan terdapat kekurangan pada faktor pendukung, seperti keberadaan karyawan yang melayani pelanggan kurang informatif dan tidak tanggap. Apabila hal tersebut sering terjadi maka daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Perhatian dan kecepatan karyawan KSU APIKRI Yogyakarta dalam menanggapi permintaan, pertanyaan dan keluhan konsumen perlu diperbaiki secara cepat dan tepat. Kesigapan karyawan dalam menangani dan melayani keluhan pelanggan akan lebih baik apabila selalu dievaluasi dengan cara membahas di setiap *briefing* pagi.

Hal ini dilakukan agar semua karyawan diberbagai lini maupun lapisan diharapkan saling membantu untuk menangani permasalahan atau keluhan yang dihadapi oleh pelanggan karena salah satu unsur yang baik, yaitu kecepatan dalam

menanggapi permintaan, pertanyaan dan keluhan pelanggan. Terutama daya tanggap/kecepatan dalam menanggapi pelanggan juga dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas yang diberikan.

b. *Reliability*/Keandalan

*Reliability* atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi, komponen atau unsur dimensi reliability ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara cepat dan pembebanan biaya secara tepat.

*Reliability* (keandalan) yang diberikan oleh KSU APIKRI terkadang kurang sesuai dengan harapan pelanggan. Masih ada sebagian perusahaan luar negeri yang menetapkan standar desain terhadap produk yang mereka pesan berupa ukuran dan kandungan bahan kimia yang boleh digunakan. Hal ini menuntut perusahaan untuk dapat mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu yang telah ditentukan.

Upaya yang sebaiknya dilakukan adalah meningkatkan kemampuan KSU APIKRI Yogyakarta dalam menyampaikan produk yang ditawarkan kepada pelanggan dengan cara memberikan pelatihan dan menyediakan berbagai desain produk inovatif agar sesuai dengan kualitas pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan. Agar konsumen yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan KSU APIKRI Yogyakarta sehingga akan kembali untuk menjadi pelanggan.

c. *Assurance/Jaminan*

*Assurance* atau jaminan merupakan pengetahuan dari perilaku *employee* untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi, komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi ketrampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

*Assurance* (jaminan) yang diberikan oleh KSU APIKRI belum memuaskan. Pada cuaca tertentu sering terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian produk. Pemesanan barang dan pengiriman dalam waktu yang lama sering terjadi kerusakan. Selain itu, terlihat pada kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan kurang maksimal. Masih perlu adanya pelatihan dan koordinasi antar bagian agar semua karyawan dapat terlibat langsung menangani konsumen.

Selain menyediakan fasilitas-fasilitas yang memadai, dalam meningkatkan kualitas pelayanan berbagai upaya harus diperhatikan oleh KSU APIKRI Yogyakarta. Salah satunya dengan memberikan pelatihan tentang

bagaimana memberikan pelayanan yang baik. Hal ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan sekaligus meningkatkan kualitas sumber daya manusia di KSU APIKRI Yogyakarta. Pelatihan ini dilakukan dalam usaha untuk mewujudkan keinginan pelanggan agar dalam membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan dapat terwujud.

d. *Empathy/Perhatian*

*Empathy* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi, komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (*access*), yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kemampuan dalam memberikan perhatian kepada para pelanggan sampai sekarang belum ada perubahan yang signifikan. Terlihat cara bicara dan daya tanggap karyawan pada saat melayani pelanggan. Perusahaan dituntut untuk melakukan inovasi terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat mengimbangi perkembangan dunia bisnis.

Untuk memberikan kemudahan kepada konsumen dalam mewujudkan keinginan konsumen, sebaiknya KSU APIKRI fokus dalam hal meningkatkan efektivitas penjualan, pemberian pelayanan yang memuaskan bisa menjadi faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Maka KSU APIKRI Yogyakarta dapat

memberikan kemudahan berupa pelayanan menyediakan kumpulan desain produk mulai dari awal berdiri APIKRI sampai dengan sekarang yang sekiranya bisa dijadikan gambaran bagi konsumen sehingga konsumen merasa puas. Baik atau buruknya kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sebagian besar merupakan tanggungjawab bersama anggota KSU APIKRI Yogyakarta.

e. *Tangibles/Bukti Langsung*

*Tangibles* merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Meliputi penampilan fasilitasi fisik seperti gedung dan ruangan, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan. Pentingnya dimensi *tangibles* ini akan menumbuhkan *image* penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau bahkan merusak *image* perusahaan.

Dalam upaya memberikan bukti langsung kepada pelanggan, berbagai macam cara telah dilakukan KSU APIKRI Yogyakarta agar para konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Bahkan hasil bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan dapat melebihi daripada apa yang diharapkan oleh konsumen.

Kebersihan merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh pihak pengelola KSU APIKRI Yogyakarta. Berdasarkan pengamatan di lapangan, seluruh halaman maupun ruangan sangat bersih, rapi dan wangi. Setiap pagi sebelum melayani konsumen yang datang, petugas kebersihan membersihkan

semua halaman dan ruangan. Bahkan KSU APIKRI Yogyakarta mengadakan program pelestarian lingkungan.

Penampilan para karyawan juga merupakan satu hal yang sangat diperhatikan oleh pihak pengelola. Supaya usaha untuk menciptakan pelayanan yang sempurna dapat tercapai. Semua karyawan KSU APIKRI Yogyakarta dituntut untuk selalu rapi, bersih dan wangi dalam berpenampilan dengan menggunakan seragam yang telah ditentukan.

Upaya kepedulian dan pemberian perhatian kepada konsumen merupakan faktor penting dalam menciptakan kualitas pelayanan yang maksimal. Terdapat fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh KSU APIKRI Yogyakarta, seperti berikut:

1) *Mushola*

Mushola di KSU APIKRI Yogyakarta bertujuan untuk menyeimbangkan (*balance*) antara nilai estetika dengan iman dan taqwa kepada Tuhan YME bagi umat muslim. Sehingga dapat mempermudah para pelanggan dan karyawan dalam melaksanakan ibadah.

2) *Souvenir Counter*

KSU APIKRI Yogyakarta menyediakan *Souvenir Counter* yang menjual aneka *merchandise* kerajinan khas Yogyakarta. Barang – barang yang dijual di tempat ini sangat unik dan menarik sehingga dapat dibeli oleh pengunjung sebagai kenang–kenangan.

3) Perpustakaan

Perpustakaan tersebut bertujuan untuk pelanggan yang ingin membaca atau mencari bahan materi mengenai kerajinan–kerajinan

bidang *handicraft danfurniture* di Yogyakarta maupun Jateng. Adanya fasilitas ini dapat mempermudah pembaca yang ingin mengakses informasi mengenai bidang *handicraft danfurniture*.

#### 4) Toilet/Kamar Mandi

Toilet/kamar mandi merupakan salah satu fasilitas yang wajib dimiliki oleh semua lembaga. KSU APIKRI Yogyakarta memiliki toilet/kamar mandi yang tersebar diberbagai sudut. Lokasi-lokasi toilet/kamar mandi yang strategis bertujuan untuk memudahkan pelanggan dalam menjangkaunya. Selain lokasi yang strategi, KSU APIKRI Yogyakarta juga memperhatikan kebersihan, kerapian dan keharuman kamar mandi.

#### 5) Tempat Parkir

Untuk melayani para pengunjung luar dan dalam negeri yang berkunjung menggunakan kendaraan, KSU APIKRI Yogyakarta menyediakan tempat parkir bus berada disebelah selatan berdekatan dengan *Souvenir Counter*. KSU APIKRI Yogyakarta. Sedangkan parkir kendaraan bermotor berada di sebelah timur berdekatan dengan perpustakaan.

Akan tetapi penulis melihat tempat parkir yang ada di APIKRI sangat sempit padahal sering mendapat banyak kunjungan dari dalam maupun luar kota, KSU APIKRI juga sering menjadi tempat pelatihan-pelatihan dan fasilitasi terhadap pengrajin oleh dinas-dinas pemerintahan, jadi perlu adanya penambahan luas lahan parkiran karena di sebelah

barat terdapat lahan kosong yang belum dimanfaatkan. Kerapihan ruangan terlihat masih berantakan, khususnya tata letak tempat duduk antar karyawan. Maka perlu diadakan penataan letak ruangan karyawan supaya lebih rapi dan nyaman.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan tentang kualitas pelayanan pada Koperasi Serba Usaha (KSU) APIKRI Yogyakarta dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. *Responsiveness* (daya tanggap/kesigapan) yang diberikan oleh KSU APIKRI tidak berjalan secara konsisten. Penulis mengamati dari pelaksanaan pelayanan pelanggan yang telah berjalan terdapat kekurangan pada faktor pendukung, seperti keberadaan karyawan yang melayani pelanggan kurang informatif dan tidak tanggap. Apabila hal tersebut sering terjadi maka daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.
2. *Reliability* (keandalan) yang diberikan oleh KSU APIKRI terkadang kurang sesuai dengan harapan pelanggan. Masih ada sebagian perusahaan luar negeri yang menetapkan standar desain terhadap produk yang mereka pesan berupa ukuran dan kandungan bahan kimia yang boleh digunakan. Hal ini menuntut perusahaan untuk dapat mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu yang telah ditentukan. Apabila tidak sesuai dengan perjanjian maka pelanggan akan berpaling pada perusahaan lain.

3. *Assurance* (jaminan) yang diberikan oleh KSU APIKRI belum memuaskan.Pada cuaca tertentu sering terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian produk. Pemesanan barang dan pengiriman dalam waktu yang lama sering terjadi kerusakan. Selain itu, terlihat pada kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan kurang maksimal. Masih perlu adanya pelatihan dan koordinasi antar bagian agar semua karyawan dapat terlibat langsung menangani konsumen.
4. *Empathy* (perhatian) yang diberikan oleh KSU APIKRI belum ada kemajuan. Kemampuan dalam memberikan perhatian kepada para pelanggan sampai sekarang belum ada perubahan yang signifikan. Terlihat cara bicara dan daya tanggap karyawan pada saat melayani pelanggan. Perusahaan dituntut untuk melakukan inovasi terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat mengimbangi perkembangan dunia bisnis.
5. *Tangibles* (kemampuan fisik) yang diberikan oleh KSU APIKRI masih terdapat kekurangan.Penulis melihat tempat parkir yang ada di APIKRI sangat sempit padahal sering mendapat banyak kunjungan dari dalam maupun luar kota, KSU APIKRI juga sering menjadi tempat pelatihan-pelatihan dan fasilitasi terhadap pengrajin oleh dinas-dinas pemerintahan. Kerapikan ruangan terlihat masih berantakan, khususnya tata letak tempat duduk antar karyawan.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari pembahasan di atas, saran yang dapat penulis sampaikan untuk meningkatkan kemajuan perusahaan, yaitu:

1. Koperasi Serba Usaha (KSU) APIKRI Yogyakarta hendaknya memperhatikan kecepatan karyawan KSU APIKRI Yogyakarta dalam menanggapi permintaan, pertanyaan dan keluhan konsumen perlu diperbaiki secara cepat dan tepat. Kesigapan karyawan dalam menangani dan melayani keluhan pelanggan akan lebih baik apabila selalu dievaluasi dengan cara membahas di setiap *briefing* pagi. Hal ini dilakukan agar semua karyawan diberbagai lini maupun lapisan diharapkan saling membantu untuk menangani permasalahan atau keluhan yang dihadapi oleh pelanggan karena salah satu unsur yang baik, yaitu kecepatan dalam menanggapi permintaan, pertanyaan dan keluhan pelanggan. Terutama daya tanggap/kecepatan dalam menanggapi pelanggan juga dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas yang diberikan.
2. Sebaiknya dilakukan peningkatan kemampuan KSU APIKRI Yogyakarta dalam menyampaikan produk yang ditawarkan kepada pelanggan dengan cara memberikan pelatihan dan menyediakan berbagai desain produk inovatif agar sesuai dengan kualitas pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan. Agar konsumen yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan KSU APIKRI Yogyakarta sehingga akan kembali untuk menjadi pelanggan.
3. KSU APIKRI perlu memberikan pelatihan tentang bagaimana memberikan pelayanan yang baik. Hal ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan

sekaligus meningkatkan kualitas sumber daya manusia di KSU APIKRI Yogyakarta. Pelatihan ini dilakukan dalam usaha untuk mewujudkan keinginan pelanggan agar dalam membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan dapat terwujud.

4. Untuk memberikan kemudahan kepada konsumen dalam mewujudkan keinginan konsumen, sebaiknya KSU APIKRI fokus dalam hal meningkatkan efektivitas penjualan, pemberian pelayanan yang memuaskan bisa menjadi faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Maka KSU APIKRI Yogyakarta dapat memberikan kemudahan berupa pelayanan menyediakan kumpulan desain produk mulai dari awal berdiri APIKRI sampai dengan sekarang yang sekiranya bisa dijadikan gambaran bagi konsumen sehingga konsumen merasa puas. Baik atau buruknya kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sebagian besar merupakan tanggungjawab bersama anggota KSU APIKRI Yogyakarta.
5. Perlu adanya penambahan luas lahan parkir karena di sebelah barat terdapat lahan kosong yang belum dimanfaatkan serta diadakan penataan letak ruangan karyawan supaya lebih rapi dan nyaman.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swasta dan T. Hani Handoko. (2000).*Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Baswir, Revisond. 2000. *Koperasi Indonesia*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Philip dan AB Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. (1993). *Marketing Management: An Asian Perspective*. Singapore: Prentice Hall.
- Kotler, P dan Keller, K, L. (2007). *Manajemen Pemasaran (Benjamin Molan, Pentj*. Ed 12, Jilid 1 & 2. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. (1990). (Basu Swasta Terjemahan). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implikasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Prentice Hall.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mauludin, Hanif. 2001. *Analisis Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Image*. Jakarta: Salemba Empat.
- MD, Sugimun. 1984. *Koperasi Indonesia*. Jakarta : Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Martin, A.S. 1991. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara.

Parasuraman, A., V. A. Zeitham dan L. L. Berry. 1998. *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, *Jurnal of Retailing*, Vol. 64, No. 1.

Tjiptono. 2004. *Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset.

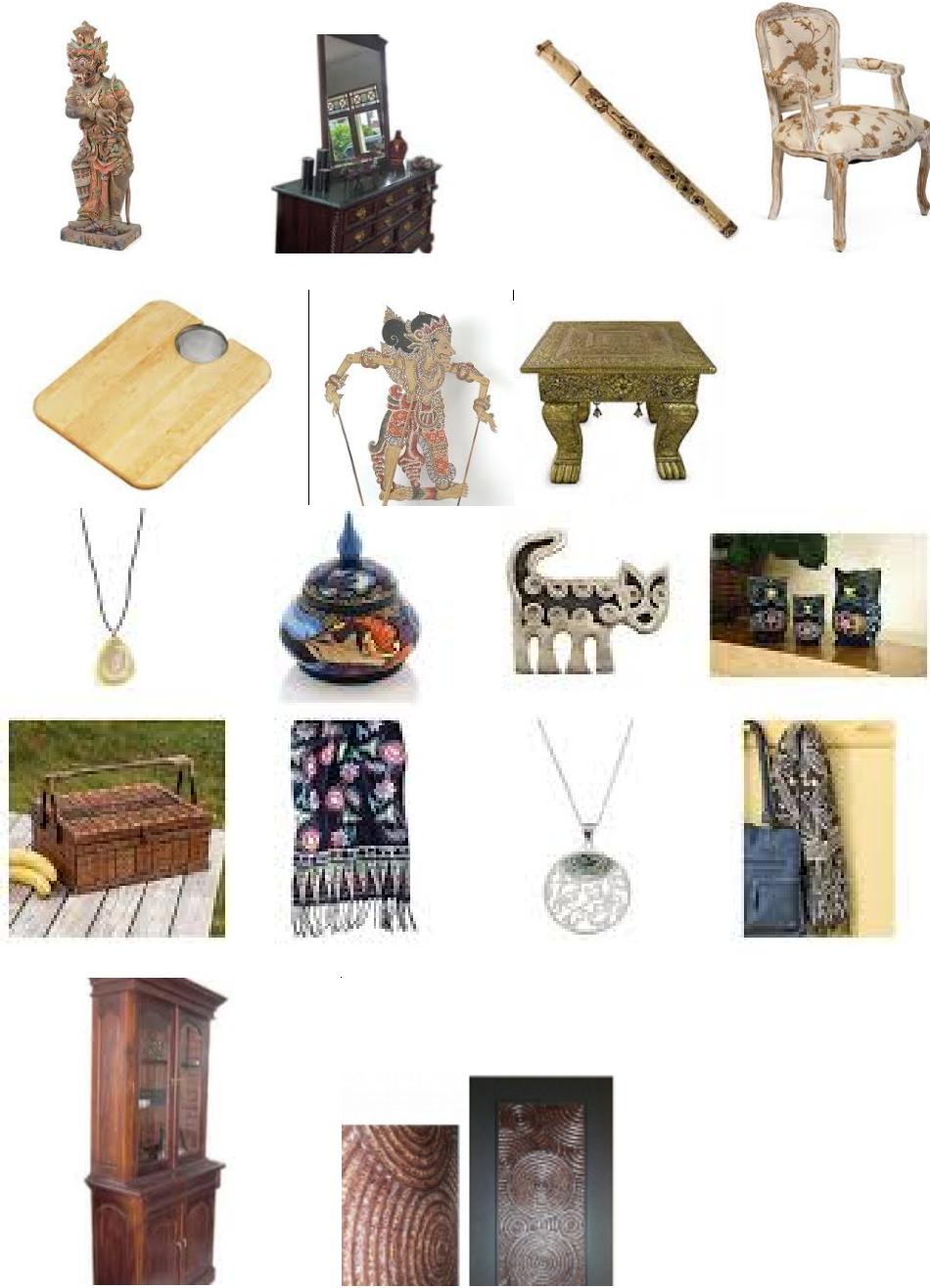
## LAMPIRAN

### A. Logo



### B. Contoh Produk





## B. Data - Data



**APIKRI**  
Fair Trade Organization



KOPERASI INDONESIA



WFTO's member : 07-115

Indonesian Co-op number : 247/BH/MENEG.I/XI/2002

Jl. Imogiri Barat Km. 4,5 No. 089 Yogyakarta 55187 Indonesia Telp./Fax.: +62-274-389990, 371932  
E-mail : info@apikri-craft.org Website : http://www.apikri-craft.org

## INVOICE

Ecoffins Attn : William Weinman Lion Farm Rawling Street, Milstead Sittingbourne, Kent ME9 0RT UK Tel : +44 (0) 1795 830688 Fax : +44 (0) 1795 830588	INVOICE Purchase Order Number Date of Invoice	: 007/AP-INV/II/15 : 008/14 : FEBRUARY 13, 2015
		FOB TANJUNGMAS PORT SEMARANG - INDONESIA

NUM	CODE		DESCRIPTION	QTY		USD FOB PRICE	
	APIKRI	BUYER		PCS	SETS	UNIT	TOTAL
<b>PO NO.08/14</b>							
			<b>RATTAN AND NATURAL HANDICRAFT</b>				
			<b>Mendong Round Ended Coffins</b>				
1	1803.0033 XL	MAR 80"	Xtra Large covered in mendong & rattan	2		236.85	473.70
2	1803.0033 L	MAR 76"	Large covered in mendong & rattan	10		209.60	2,096.00
3	1803.0033 (L-M)	MAR 74"	Large-Medium covered in mendong & rattan	9		207.85	1,868.85
4	1803.0033 M	MAR 71"	Medium covered in mendong & rattan	10		179.20	1,792.00
5	1803.0033 S	MAR 67"	Small covered in mendong & rattan	19		158.10	3,003.90
6	1803.0033MW	MAR W 71"	Medium covered in mendong & rattan (SPECIAL SIZE)	1		209.60	209.60
			<b>Mendong Traditional Shaped Coffins</b>				
7	1803.0038 M	MAT 71"	Medium covered in mendong & rattan	5		179.20	896.00
			<b>Banana Round</b>				
8	1803.0006 XL	BR 80"	Xtra Large covered in banana & rattan	1		220.10	220.10
9	1803.0006 L	BR 76"	Large covered in banana & rattan	3		194.75	584.25
10	1803.0006 L-M	BR 74"	Large-Medium covered in banana & rattan	1		191.10	191.10
11	1803.0006 M	BR 71"	Medium covered in banana & rattan	4		166.50	666.00
12	1803.0006 S	BR 67"	Small covered in banana & rattan	4		146.90	587.60
			<b>Banana Traditional</b>				
13	1803.0004 XL	BT 80"	Extra Large covered in banana & rattan	2		220.10	440.20
14	1803.0004 L	BT 76"	Large covered in banana & rattan	2		194.75	389.50
15	1803.0004 L-M	BT 74"	Large-Medium covered in banana & rattan	1		191.10	191.10
16	1803.0004 M	BT 71"	Medium covered in banana & rattan	3		166.50	499.50
17	1803.0004 S	BT 67"	Small covered in banana & rattan	3		146.90	440.70
			<b>Mendong Urns</b>				
18	1803.0040	PTU	Rattan and mendong Gucl - Um (A) Tulip	3		6.00	18.00
19	1803.0041	PIR	Rattan and mendong Square - Um (B) Iris	3		6.20	18.60
20	1803.0042	PAL	Rattan and mendong Round - Um (C) Allium	5		6.80	29.00
			<b>Banana Urns</b>				
21	1803.0019	BRP	Rattan and Banana Round - Um (A) Primrose	3		6.00	18.00
22	1803.0020	BRB	Rattan and Banana Square - Um (B) Buttercup	3		6.20	18.60
23	1803.0018	BRS	Rattan and Banana Gucl - Um (C) Sunflower	3		6.80	17.40
25	2008.0021	Tressles 22"	Folding tressles bamboo 21.5 Inches.	2		31.80	63.60
26	2008.0020	Tressles 30"	Folding tressles bamboo 30 Inches	2		28.90	57.80



**APIKRI**

Fair Trade Organization



KOPERASI INDONESIA



Indonesian Co-op number : 247/BH/MENEG.I/XI/2002



WFTO's member : 07-115

Jl. Imogiri Barat Km. 4,5 No. 089 Yogyakarta 55187 Indonesia Telp./Fax.: +62-274-389990, 371932  
E-mail : info@apikri-craft.org Website : http://www.apikri-craft.org

				TOTAL	100	4		14,791.10
--	--	--	--	-------	-----	---	--	-----------

Shipment date

: March, 18, 2014

Shipment way

: Ocean Freight FCL 20'

Term of payment

: 50% advance 50% balance

Sincerely yours,

Amir Panzuri  
Executive Director

YANTI SUKAMTA  
HEAD OF MARKETING DIVISION