

# **Kepuasan Anggota di Era Digital atas Pelayanan Koperasi di Kota Madya Depok**

*Member Satisfaction in the Digital Era of Cooperative Services in Depok City*

**Gairah Sinulingga**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia  
Jl. Komjen Pol. M. Jasin (Akses UI) No. 89, Kelapa Dua Cimanggis, Depok 16951  
Telp. 021 – 87716339, 87716556, Fax. 021 – 87721016

*Email: gairah.sinulingga@stiemi.ac.id*

## **Abstrak**

Era Digital merupakan era dimana semua kegiatan menjadi efisien dan efektif dengan memanfaatkan aplikasi hasil pengembangan teknologi pada perekonomian. Koperasi sebagai salah satu lembaga ekonomi juga dapat memanfaatkan aplikasi bisnis untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang berdampak terhadap peningkatan kepuasan anggotanya.

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan informasi berupa penjelasan yang lebih mendalam tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan Anggota Koperasi. Dan memperoleh hasil olahan data tentang seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan Anggota Koperasi di Kota Madya Depok. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini data yang diperoleh baik yang bersifat kuantitatif maupun yang bersifat kualitatif yang diteliti dengan menggunakan metode deskriptif verifikatif, yakni dengan cara wawancara dan memberikan kuesioner kepada 87 responden, anggota dengan metode probability sampling. Sebagai sarana untuk memperoleh data yang akurat. Data diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS seri 22.00.

Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Tingkat Kepuasan dengan jumlah presentasi 22,1% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 77,9%. Analisa korelasi memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,470 dapat disimpulkan bahwa antara Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan anggota memiliki hubungan. Persamaan regresi diperoleh hasil  $Y = 2.206 + 0,453X$ , disimpulkan bahwa jika tidak ada Kualitas Pelayanan, maka Tingkat Kepuasan Anggota tetap ada sebesar 2.206.

Hipotesis dibuktikan atas koefisien regresi variabel bebas dengan uji  $t$ , diperoleh hasil bahwa koefisien variabel  $X$  terhadap kepuasan transaksi signifikan. Hal tersebut dapat diketahui bahwa nilai  $t$  hitung sebesar  $4.905 > t$  tabel 1,988, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

***Kata kunci: Era Digital, Koperasi, Pelayanan, Kepuasan Anggota***

## ***Member Satisfaction in the Digital Era of Cooperative Services in Depok City***

### ***Abstract***

*The Digital Era is an era where all activities are efficient and effective by utilizing the application of the results of technological development in the economy. Cooperative as an economic institution can also take advantage of business applications to improve the quality of services that have an impact on increasing the satisfaction of its members.*

*This study aims to produce information of a more in-depth explanation of the influence of service quality on the level of satisfaction of Cooperative Members. And obtain processed data on how much influence the quality of service to the level of satisfaction of the Cooperative Members in the City of Depok.*

*The research methods used in this study were data obtained both quantitative and qualitative in nature that were examined using descriptive verification methods, namely by interviewing and giving questionnaires to 87 respondents, members using probability sampling method. As a means to obtain accurate data. Data is processed using the SPSS 22.00 series application.*

*The results of the research show that the quality of service has an influence on the level of satisfaction with the number of presentations 22.1% and the rest is influenced by other factors at 77.9% Correlation analysis obtained a value of  $r$  of 0.470 can be concluded that between Service Quality and Member Satisfaction Level has a relationship. Regression equation results obtained  $Y = 2,206 + 0,453X$ , concluded that if there is no Quality of Service, then the Level of Member Satisfaction remains at 2,206.*

*The hypothesis is proved by the independent variable regression coefficient with the  $t$  test, the results show that the coefficient of variable  $X$  on transaction satisfaction is significant. It can be seen that the  $t$  count is  $4.905 > t$  table 1.988, then  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted.*

***Keywords: Digital Era, Cooperatives, Service, Member Satisfaction***

## 1. PENDAHULUAN

### Tantangan Era Digital

Koperasi memiliki tantangan untuk bersaing di era digital. Para pelaku Koperasi baik anggota dan pengurus harus mampu mengubah *paradigma yang selama ini ada di dalam sistem tata kelola serta operasional Koperasi secara menyeluruh.*

Koperasi harus segera berbenah melakukan reformasi total dan menerapkan sistem digital dalam operasionalnya agar mampu mengikuti dan melewati era revolusi industri 4.0. dengan baik. Koperasi harus mampu beradaptasi dan bertransformasi secara dinamis.

Koperasi harus kreatif dan inovatif dalam menjalankan strategi bisnis. teknologi bisa dijadikan sebagai alat koperasi dalam menerapkan strategi efisiensi usaha dan dapat meningkatkan daya saing.

Harus sudah bisa mengembangkan aplikasi-aplikasi, termasuk aplikasi pelayanan anggota dan bisnis, untuk meningkatkan kinerja usaha. Saat ini, Rapat Anggota Tahunan (RAT) sudah bisa dilakukan secara *online*. Artinya, dengan anggota koperasi yang mencapai ratusan ribu orang, berapa anggaran yang bisa dihemat dan bisa dialokasikan untuk pengembangan usaha.

Dengan begitu, Koperasi akan mampu menjawab tantangan zaman dan mampu bersaing dengan sektor usaha lain termasuk para *startup digital*. Program *rebranding* dan menampilkan citra baru bagi Koperasi akan membuahkan hasil, khususnya di kalangan generasi milenial.

Menurut Soetrisno (2001) dalam Harsoyo (2006) koperasi adalah salah satu lembaga yang dapat mendukung perkembangan pertanian sekaligus perekonomian Indonesia. Pengertian koperasi dapat didekati dari tiga aspek, yaitu (1) dari sudut normatif, koperasi dimaknai sebagai semangat yang memberikan petunjuk-petunjuk keputusan secara kooperatif, (2) dari sudut legalitas, koperasi merupakan badan usaha yang memiliki status badan hukum, (3) dari sudut positifis, koperasi dimaknai sebagai interpretasi dari pemikiran normatif ke dalam kriteria-kriteria positifis.

Koperasi saat ini sudah banyak yang berkembang menjadi besar dan masuk ke sektor-sektor usaha modern. Kita terus membangun citra baru koperasi yang selama ini masih dianggap jadul. Saatnya membangun generasi baru,

### Koperasi Zaman Now

Menurut Undang-Undang RI Nomor 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian pasal 1, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Jadi, koperasi bukanlah perkumpulan modal usaha yang mencari keuntungan semata, melainkan dibentuk untuk memenuhi kebutuhan anggota dengan memberikan harga semurah mungkin dan pelayanan sebaik mungkin demi mencapai kesejahteraan anggota.

Pada dasarnya berbagai koperasi telah saat ini sudah bertransformasi menjadi koperasi digital sejak beberapa tahun terakhir. Sebut saja, Digicoop dengan *tagline "Ownership for Everyone"*, hadir sebagai salah satu koperasi digital dengan menyediakan ponsel yang dirancang sedemikian rupa sebagai *platform* yang akan berfungsi mendukung mobilitas para anggotanya.

Koperasi Simpan Pinjam (KSP) dan Pembiayaan Syariah Pracico yang merupakan entitas bisnis terafiliasi dengan [Multi Inti Sarana Group \(MIS Group\)](#) juga hadir sebagai "Koperasi Masa Kini" dengan keanggotaan yang diimplementasikan salah satunya dalam bentuk aplikasi bernama *Pricaco Provillage* yang dirancang *user friendly* dan mengintegrasikan berbagai informasi produk, merchant, notifikasi, data profil keanggotaan, serta informasi lainnya.

Aplikasi lainya terdapat *platform* simpan pinjam dengan *Branding* Sobatku (Simpanan *Online* Sahabatku) yang kini menjadi salah satu aplikasi populer merupakan

besutan kerja sama KSP Sahabat Mitra Sejati dengan salah satu mitra bank, menjadi salah satu pelopor koperasi yang telah menggunakan *financial technology (fintech)*.

KSP Koperasi Nusantara (kopnus) juga hadir dengan aplikasi Kopnus Digi yang mengusung *tagline "Live more, easy life"* yang memungkinkan para anggotanya dapat mengakses layanan keuangan baik itu pembukaan rekening, simpanan harian, simpanan berjangka, setoran, penarikan, transfer, dan transaksi lainnya secara *online* kapan pun dan dimanapun, hanya melalui perangkat *mobile* tanpa mendatangi kantor koperasi.

Di lain sisi, *start-up* berbasis koperasi atau *start-up coop* juga mulai hadir di tengah-tengah milenial. *Start-up coop* ini disebut-sebut sebagai cara baru milenial berkoperasi. Danaprospera merupakan contoh bagaimana sebuah sistem platform *crowdfunding* berbasis koperasi atau *fintech* pertama di Indonesia dengan izin koperasi pinjam meminjam. Sifat kepemilikannya merupakan mitra bersama berbasis gotong royong dan saling berkolaborasi.

Salah satu upaya Danaprospera dalam mengembangkan usahanya yaitu menjalin kerjasama dengan Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Surabaya memperkenalkan fitur Rekening Komunitas – sebuah layanan dimana para anggota koperasi dapat berinvestasi ke sektor riil UMKM hanya dengan membuka tabungan bermodal minimal 100 ribu.

Prinsip kolaborasi milenial ini diproyeksikan akan terus memunculkan wajah-wajah baru koperasi di *zaman now* tanpa mengabaikan spirit gotong royong dan kebersamaan. Bukan tidak mungkin, ke depan wajah koperasi tidak lagi hanya sebatas simpan pinjam atau multiguna, melainkan muncul koperasi dalam berbagai bentuk dan jenis.

## F Sinergitas

Mereposisi wajah baru koperasi dalam konteks saat ini patut diacungi jempol. Koperasi tidak lagi terkungkung pada stigma yang melekat selama ini: tertinggal, berjalan lamban, timbul tenggelam, mati suri. Koperasi perlahan hadir dengan wajah baru. Kini saatnya kita tidak terlalu berorientasi pada kuantitas koperasi, melainkan kualitas.

Kualitas ini yang diharapkan bisa menjadi fokus untuk memperkuat berbagai sisi, baik dipelayanan maupun kelembagaan, pengembangan bisnis, serta mendorong kesejahteraan para anggotanya. Teknologi digital yang telah ada terus dikembangkan dan dibangun untuk memperluas jaringan bisnis dan konektivitas koperasi, serta pengelolaan organisasi yang efektif dan efisien.

Dengan teknologi yang melahirkan transparansi dan akuntabilitas diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan melalui kolaborasi dengan mitra strategis. Bonus *demografi* dan keberadaan milenial perlu segera disikapi dengan penciptaan dan pelibatan dalam kerangka strategi SDM berkualitas.

Pilihannya, memilenialkan koperasi atau mengkoperasikan milenial. Oleh karena itu, optimalisasi media sosial sebagai *platform* milenial masa kini dioptimalkan sebagai interaksi dua arah dalam upaya menggaet milenial. Memiliki media sosial atau pun *online platform* lainnya tidaklah cukup, diperlukan pembaruan dan kreativitas berkelanjutan. Interaksi dua arah, meramu konten dan peningkatan kualitas pelayanan yang menarik perlu menjadi perhatian pelaku Koperasi. Termasuk tidak ketinggalan melakukan pemberdayaan komunitas *online* dan netizen untuk meningkatkan Citra Koperasi.

## 2. KAJIAN TEORITIS

### Pengertian Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan anggota. Ada dua faktor yang mempengaruhi kalitas pelayanan, yaitu persepsi anggota atas layanan nyata yang mereka terima (*perceived service*) dan layanan

yang sesungguhnya yang diharapkan atau diinginkan (*expected service*).

Kepuasan anggota dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, dalam hal ini kualitas pelayanan terdiri dari wujud fisik, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan. Pemberian pelayanan secara *excellent* atau *superior* selalu difokuskan pada harapan anggota. Apabila jasa yang diterima oleh anggota sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersiapkan baik atau memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan anggota, maka kualitas pelayanan dipersiapkan sebagai kualitas yang ideal (*excellence service*).

Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima oleh anggota lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersiapkan buruk atau tidak memuaskan.

Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *SERVQUAL* (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990). *SERVQUAL* adalah metode empirik yang dapat digunakan oleh Koperasi untuk meningkatkan kualitas jasa (pelayanan) mereka. *SERVQUAL* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi anggota atas layanan yang mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang diharapkan atau diinginkan (*expected service*).

Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedang jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan dikatakan memuaskan.

### **Kualitas Pelayanan**

Kelima dimensi pokok kualitas pelayanan yang telah disajikan Parasuraman Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990) yaitu sebagai berikut :

#### **Wujud Fisik (*Tangible*)**

Berwujud diartikan sebagai tampilan fisik. Dimensi ini biasanya digunakan Koperasi untuk menaikkan *image* di mata anggota yang dapat digambarkan dengan kebersihan ruangan,

kerapihan berpakaian, dan penataan tempat. Dalam suatu perusahaan jasa. Khususnya pada Koperasi, faktor kondisi fisik pada umumnya akan memberikan gambaran bagaimana Koperasi tersebut dapat berpotensi untuk menunjukkan fungsinya sebagai tempat pelayanan perkoperasian. Pada umumnya seseorang akan memandang suatu potensi Koperasi tersebut awalnya dari kondisi fisik. Dengan kondisi yang bersih, rapi, dan teratur orang akan menduga bahwa Koperasi tersebut akan melaksanakan fungsinya dengan baik.

#### **Keandalan (*Reliability*)**

Kehandalan adalah kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan dengan akurat dan handal. Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan menyediakan pelayanan dengan sikap simpatik, ketepatan waktu pelayanan, profesional dalam melayani anggota, dan sistem pencatatan yang akurat.

Hubungan kehandalan (*reliability*) dengan kepuasan anggota adalah: kehandalan (*reliability*) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Semakin baik persepsi anggota terhadap kehandalan (*reliability*) maka kepuasan anggota akan semakin tinggi. Dan jika persepsi anggota terhadap kehandalan (*reliability*) buruk, maka kepuasan anggota akan semakin rendah.

#### **Ketanggapan (*Responsiveness*)**

Ketanggapan adalah kesediaan untuk membantu anggota dan memberikan dengan segera dan tepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan dalam menghadapi permintaan, pernyataan, keluhan serta kesulitan anggota. Koperasi merupakan lokasi yang secara umum merupakan tempat seseorang untuk bertransaksi. Oleh sebab itu penyedia jasa pelayanan Koperasi harus mampu menanggapi setiap keluhan anggota. Dengan demikian daya tanggap yang tinggi dari pihak pengelola Koperasi akan memberikan rasa kepercayaan pada anggota bahwa mereka akan selalu tertolong.

Hubungan daya tanggap (*responsiveness*) dengan kepuasan anggota adalah: daya tanggap (*responsiveness*) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Semakin baik persepsi anggota terhadap daya

tanggap (*responsiveness*) maka kepuasan anggota akan semakin tinggi. Dan jika persepsi anggota terhadap daya tanggap (*responsiveness*) buruk, maka kepuasan anggota akan semakin rendah.

### **Jaminan (*Assurance*)**

Jaminan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, dan bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Berkaitan dengan kemampuan karyawan untuk menanamkan kepercayaan kepada anggota, sikap sopan dan kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan anggota.

Setiap anggota pada dasarnya ingin diperlakukan secara baik oleh pihak pengelola Koperasi. Adanya jaminan bahwa anggota yang datang akan dilayani secara baik oleh pihak pengelola Koperasi, akan memberikan rasa aman kepada anggota, sehingga kemantapan pribadi anggota akan bertambah. Dengan demikian, kepercayaan mereka terhadap Koperasi akan bertambah.

Hubungan jaminan (*assurance*) dengan kepuasan anggota adalah: jaminan (*assurance*) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Semakin baik persepsi anggota akan semakin tinggi. Dan jika persepsi anggota terhadap jaminan (*assurance*) buruk maka kepuasan anggota akan semakin rendah.

### **Empati (*Empathy*)**

Empati adalah perhatian secara individu yang diberikan oleh penyedia jasa sehingga anggota merasa penting, dihargai dan dimengerti oleh pelaku koperasi. Inti dari dimensi ini adalah bagaimana Koperasi meyakinkan anggotanya bahwa mereka itu adalah unik dan istimewa dan dapat digambarkan dengan perhatian secara personal kebutuhan spesifik dan terhadap keluhan terhadap anggota dimana pada umumnya anggota ingin diperlakukan dan diperhatikan secara khusus oleh pihak pengelola Koperasi. Hal ini akan menambah kepercayaan mereka terhadap Koperasi.

Hubungan kepedulian (*empathy*) dengan kepuasan anggota adalah: kepedulian

(*empathy*) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Semakin baik persepsi anggota terhadap kepedulian (*empathy*) maka kepuasan anggota akan semakin tinggi. Dan jika persepsi anggota terhadap kepedulian (*empathy*) buruk, maka kepuasan anggota akan semakin rendah.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan anggota. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada anggota untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan Koperasi. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan Koperasi untuk memahami dengan seksama harapan anggota serta kebutuhan mereka.

Dengan demikian, Koperasi dapat meningkatkan kepuasan anggota dengan mendengarkan dan mencatat masukan dan inputan dari Anggota sekaligus juga memaksimalkan pengalaman anggota yang menyenangkan terhadap kualitas pelayanan pengurus Koperasi. Pastinya juga tidak lupa untuk meminimumkan pengalaman anggota yang kurang menyenangkan (Tjiptono, 1996).

### **Pengertian Kepuasan**

Kepuasan anggota menurut Kotler (1997) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja di bawah harapan, anggota akan kecewa. Jika kinerja melebihi harapan maka anggota akan merasa sangat puas.

Saat ini kepuasan anggota menjadi fokus perhatian oleh hampir semua Koperasi, baik Koperasi di Lembaga Pemerintahan, dan di Perusahaan swasta, dan sebagainya. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan anggota sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan anggota merupakan hal yang penting bagi Koperasi, karena anggota akan menyebarkan rasa puasnya ke calon anggota, sehingga akan menaikkan reputasi Koperasi dimana anggota bernaung.

Kepuasan disebabkan karena adanya interaksi antara harapan dan kenyataan. Sebaliknya apa yang diterima anggota sebaik yang diharapkan

adalah faktor yang menentukan kepuasan. Jadi harapan-harapan anggota dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabat, serta janji dan informasi Lembaga Koperasi dan Koperasi pesaing lainnya. Anggota yang puas akan setia lebih lama tanpa memikirkan besarnya iuran dan jenis iuran anggota dan tingkat penerimaan Sisa Hasil Usaha(SHU) serta akan memberikan komentar yang baik tentang Koperasi.

Untuk menciptakan kepuasan anggota, suatu Koperasi harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh anggota yang lebih banyak dan memiliki kemampuan untuk mempertahankan anggotanya. Dengan demikian, kepuasan anggota tidak berarti memberikan kepada anggota apa yang diperkirakan pengurus Koperasi terkait hal apa saja yang disukai oleh anggota. Namun Koperasi harus memberikan apa yang sebenarnya Anggota inginkan, kapan diperlukan dan dengan cara apa mereka memperolehnya.

#### **Pengukuran Kepuasan Anggota**

Pengukuran terhadap kepuasan anggota telah menjadi sesuatu yang sangat penting bagi perkoperasian. Hal ini disebabkan karena kepuasan anggota dapat menjadi umpan balik dan masukan bagi pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan anggota. Buchari Alma (2002:232), mengemukakan cara-cara mengukur kepuasan anggota sebagai berikut :

- a. Sistem Keluhan dan Saran (*Complaint and Suggestion System*)  
Koperasi banyak berhubungan dengan anggotanya untuk menerima keluhan yang dialami oleh anggota. Koperasi perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para anggotanya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.  
  
Media yang bisa digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau), kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain.
- b. Survey Kepuasan Anggota  
Tingkat keluhan yang disampaikan oleh anggota tidak bisa disimpulkan secara umum untuk mengukur kepuasan anggota

pada umumnya. Untuk itu perlu dilakukan suatu survey dan hasilnya akan menjadi informasi yang sangat bermanfaat bagi kemajuan pelayanan Koperasi kepada Anggotanya.

- c. Pembeli Bayangan (*Gosh Shopping*)  
Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan anggota adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai anggota atau calon anggota Koperasi pesaing, kemudian mereka melaporkan hasil temuan-temuannya mengenai informasi kekuatan dan kelemahan Koperasi pesaing tersebut berdasarkan pengalaman mereka dalam menjadi anggota Koperasi pesaing tersebut. Informasi tersebut bermanfaat sebagai masukan untuk peningkatan kualitas pelayanan yang akan berdampak juga kepada peningkatan kepuasan anggota.
- d. Analisis Anggota yang Beralih (*Lost Customer Analisis*)  
Koperasi sebaiknya menghubungi para anggota yang telah berhenti atau yang telah pindah ke Koperasi lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan selanjutnya.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota. Dalam penelitian dilakukan penyebaran sebanyak 87 kuesioner kepada para anggota Koperasi di Kotamadya Depok. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini data yang diperoleh baik yang bersifat kuantitatif maupun yang bersifat kualitatif yang diteliti dengan menggunakan metode deskriptif verifikatif, yakni dengan cara wawancara dan memberikan kuesioner kepada 87 responden, anggota dengan metode probability sampling. Sebagai sarana untuk memperoleh data yang akurat

Setelah melakukan penyebaran kuesioner selanjutnya akan dilakukan beberapa pengujian terhadap instrument penelitian. Dalam pengujian ini akan ditampilkan hasil uji yang terukur sehingga akan memudahkan dalam menginterpretasikan hasil penelitian, adapun alat yang digunakan untuk pengukuran adalah

perangkat lunak komputer statistik *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* Versi 22.0

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota koperasi. Data yang digunakan menggunakan dua variabel yaitu Kualitas Pelayanan (Var. X) dan Kepuasan Anggota (Var. Y) dengan deskripsi sebagai berikut:

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
kualitas pelayanan	87	24	40	2832	32.6	5.089
kepuasan_anggota	87	24	40	2818	32.4	4.916
Valid N (listwise)	87					

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 22.0

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui tentang data responden serta menjawab pertanyaan-pertanyaan umum yang terdapat dalam kuesioner.

Pada bagian ini akan di ungkapkan perolehan data mengenai latar belakang/identitas responden yang meliputi: Jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan dan lamanya menjadi karyawan. Karena dalam penelitian ini responden memiliki ciri-ciri atau identitas yang tidak sama, maka jawaban mereka atas pertanyaan atau pernyataan angket pun tidak seragam.

Tabel Jenis Kelamin			
No	Kategori Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Wanita	42	48.30%
2	Pria	45	51.70%
Jumlah		87	100%

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 22.0

Berdasarkan hasil *output* tabel Jenis Kelamin diperoleh data responden wanita sebesar 48,3% (42 responden) dan responden pria 51,7% (45 responden). Jumlah responden pria lebih banyak dibanding responden wanita.

Tabel Usia			
No	Kategori Usia	Jumlah	Persentase
1	18 – 28 Tahun	29	33.30%
2	29 – 39 Tahun	34	39.10%
3	40 – 49 Tahun	24	27.60%

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 22.0

Berdasarkan *output* Tabel Usia, diperoleh data responden usia 18-28 tahun sebesar 33,3% (29 responden), usia 29-39 tahun sebesar 39,1% (34 responden) dan usia 40-49 tahun sebesar 27,6% (24 reponden).

Tabel Lama Menjadi Anggota			
No	Kategori Lama Anggota	Jumlah	Persentase
1	1 – 5 Tahun	32	36.80%
2	6 – 10 Tahun	36	41.40%
3	11 – 20 Tahun	12	13.80%
4	>20 Tahun	7	8.00%
Jumlah		87	100%

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 22.0

Berdasarkan *output* Tabel Lama Menjadi Anggota diperoleh data responden yang menjadi anggota selama 1-5 tahun sebanyak 36,8% (32 reponden), 6-10 tahun sebanyak 41,4% (36 responden), 11-20 tahun sebanyak 13,8% (12 reponden), selama lebih dari 20 tahun sebanyak 8% (7 responden).

Tabel Pendidikan Anggota			
No	Jenjang Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SMA	52	59.80%
2	DIPLOMA	18	20.70%
3	S1	17	19.50%
Jumlah		87	100%

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 22.0

Berdasarkan hasil *output* Tabel Pendidikan Anggota diperoleh hasil data responden dengan pendidikan SMA sebesar 59,8% (52 responden), Diploma sebesar 20,7% (18 responden), dan S1 sebesar 19,5% (17 responden).

#### Uji Data

Pengujian *validitas* terhadap instrument penelitian dilakukan dengan mengambil sampel 30 responden. Jumlah tersebut mewakili 87 responden yang digunakan dalam penelitian ini.



Hasil uji validitas dan reliabilitas yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Pernyataan	Hasil Uji			
	r-hitung Kualitas Pelayanan	r-hitung Kepuasan Anggota	r-tabel	Keterangan
1	0.67	0.596	0.178	Valid
2	0.701	0.726	.178	Valid
3	0.795	0.786	.178	Valid
4	0.768	0.800	.178	Valid
5	0.784	0.834	.178	Valid
6	0.826	0.831	.178	Valid
7	0.787	0.833	.178	Valid
8	0.782	0.400	.178	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 22.0

Hasil uji *validitas* variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan anggota, memperlihatkan nilai r hitung lebih besar dari rtabel. Maka kuesioner yang digunakan dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur

Uji *reliabilitas* dilakukan untuk memastikan instrument yang dipakai reliabel atau tidak, maksud dari reliabel adalah jika instrument tersebut diujikan berulang-ulang maka hasilnya akan sama. Uji reliabilitas akan dikatakan baik jika memiliki *Cronbach's Alpha* > rtabel. Hasil *output* uji *reliabilitas*:

No	Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	r-tabel df = 85 (n-2 = 87-2)	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X)	0.93	0.178	Reliabel
2	Kepuasan Anggota (Y)	0.916	0.178	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 22.0

Berdasarkan hasil *output* Tabel Hasil Uji *Reliabilitas* diperoleh hasil uji *reliabilitas* variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan anggota (Y) mempunyai nilai *r Alpha* lebih dari r-tabel, maka hal ini menunjukkan kedua variabel reliabel.

Analisa *Korelasi* bertujuan untuk mengetahui kadar kekuatan hubungan dari variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap kepuasan anggota. Hasil dapat dilihat:

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.470 <sup>a</sup>	0.221	0.211	0.545

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN  
b. Dependent Variable: KEPUASAN ANGGOTA

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 22.0

Berdasarkan hasil output Tabel Analisa Koefisien Korelasi, diperoleh nilai R sebesar 0,470, dengan menggunakan nilai koefisien korelasi, maka diartikan terjadi hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan anggota.

Sedangkan nilai *koefisien determinasi* atau R Square ( $R^2$ ), diperoleh nilai R Square sebesar 0,221. Untuk melihat seberapa besar persentase sumbangan pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan anggota adalah:

$$KD = r^2 \times 100\% \\ = 0,221 \times 100\% \\ = 22,1 \%$$

Jadi besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota adalah 22,1%. Sisanya  $100\% - 22,1\% = 77,9\%$  dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Analisa regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atau hubungan variabel bebas (kualitas pelayanan) dengan variabel terikat (kepuasan anggota) pada Koperasi Karyawan Usaha Kita. Persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Kepuasan Anggota

a = Konstanta

b = Mengukur besarnya pengaruh X terhadap Y jika X naik satu unit

X = Kualitas Pelayanan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.206	0.381		5.794	0
1 KUALITAS PELAYANAN	0.453	0.092	0.47	4.905	0

a. Dependent Variable: KEPUASAN ANGGOTA

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 22.0

Persamaan regresi linear sederhana antara X dan Y adalah  $Y = 2.206 + 0.453X$ , ini berarti apabila ada peningkatan faktor kualitas

pelayanan sebesar 1 poin maka kepuasan anggota akan mengalami peningkatan dari  $2.206 + 0.453(1)$  menjadi 2.659.

Selanjutnya dari Tabel Hasil Uji Signifikansi diperoleh hasil nilai  $t_{hitung} = 4.905$  sedangkan  $t_{tabel} = 1.988$ . Jadi,  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4.905 > 1.988$ ), ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berhubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

- i. Berdasarkan hasil regresi sederhana diperoleh  $R = 0,470$ , diartikan hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota adalah kuat dan positif.
- ii. Berdasarkan hasil uji R (analisa korelasi) diperoleh nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,470 > 0,178$ ), maka membuktikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan anggota.
- iii. Berdasarkan hasil uji t (analisa regresi) diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4.905 > 1.988$ ), artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.
- iv. Berdasarkan hasil uji signifikansi, diperoleh nilai persamaan regresi sederhana yaitu  $Y = 2.206 + 0.453X$ . Ini berarti apabila ada peningkatan kualitas pelayanan 1 poin maka kepuasan anggota akan mengalami peningkatan menjadi sebesar  $2.206 + 0.453(1) = 2.659$
- v. Dan berdasarkan analisa koefisien korelasi R diperoleh nilai R sebesar 0,470, artinya terjadi hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan anggota. Sedangkan nilai koefisien determinasi atau *R Square* ( $R^2$ ), diperoleh nilai R Square sebesar 0,221 (22,1%). Artinya besar pengaruh pelayanan terhadap kepuasan anggota adalah 22,1%. Sisanya  $100\% - 22,1\% = 77,9\%$  dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## 6. SARAN

- i. Berdasarkan hasil uji R (analisa korelasi) diperoleh nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$

( $0,470 > 0,178$ ), maka membuktikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan anggota. Pengurus Koperasi harus lebih memperhatikan kualitas pelayanan karena terbukti memiliki hubungan dengan tingkat kepuasan anggota.

- ii. Berdasarkan hasil uji t (analisa regresi) diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4.905 > 1.988$ ), artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Data ini menjelaskan perbaikan kualitas pelayanan akan berpengaruh positif terhadap peningkatan kepuasan anggota.
- iii. Berdasarkan hasil uji signifikansi, diperoleh nilai persamaan regresi sederhana yaitu  $Y = 2.206 + 0.453X$ . Ini berarti apabila ada peningkatan kualitas pelayanan 1 poin maka kepuasan anggota akan mengalami peningkatan menjadi sebesar  $2.206 + 0.453(1) = 2.659$ . Pengurus Koperasi harus segera melakukan perbaikan kualitas pelayanan karena setiap perbaikan kualitas pelayanan pasti menambah tingkat kepuasan anggota.
- iv. Nilai koefisien determinasi atau *R Square* ( $R^2$ ), diperoleh nilai R Square sebesar 0,221 (22,1%). Artinya besar pengaruh pelayanan terhadap kepuasan anggota adalah 22,1%. Sisanya  $100\% - 22,1\% = 77,9\%$  dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Tingkat Kepuasan anggota saat ini dapat juga menggunakan cara lain selain peningkatan kualitas pelayanan. Antara lain misalnya peningkatan kesejahteraan dan kepercayaan anggota maupun peningkatan Citra Koperasi.

## 7. Daftar Pustaka

- a. A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, Leonard. Berry, 1985, "A Conceptual Model of Service Quality and Implication for Future Research" (Journal of Marketing).

- b. Buchari Alma. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta. Sutisna. 2001.
- c. Fandy Tjiptono, 1996, *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta. Fandy Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- d. Harsoyo, 1990, *Ekonomi Koperasi*, Liberty, Yogyakarta Partadiredja Atje, 2000, *Manajemen Koperasi*, Penerbit Bharata, Jakarta.
- e. Kotler, Philip, (1997), *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid 2 Edisi Kedelapan, Penerbit Erlangga, Jakarta. Kotler, P., dan Keller, Kevin, L. (1997). *Marketing Management. Thirteenth Edition*. Erlangga. Jakarta.
- f. Kotler, Philip. (2000). *Marketing Managemen. The Millenium Edition*, 10th Edition. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- g. Kotler, Philip (2003), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 11 Jilid 1, Jakarta : PT Prenhallindo.
- h. Kotler dan Amstrong, (2004), *Prinsip-prinsip Marketing*, Edisi Ketujuh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- i. Kotler, Philip (2006), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium Jilid 1, Jakarta : PT Prenhallindo.
- j. Kotler, Philip (2007), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium Jilid 1, Jakarta : PT Prenhallindo
- k. <https://www.wartaekonomi.co.id/read/247869/menyambut-wajah-baru-koperasi-di-era-digital> Diunduh 11 Maret 2020 jam 20.00 WIB.
- l. Undang-Undang RI Nomor 25 tahun 1992 *tentang Perkoperasian*.