

ANALISIS LAYANAN JASA KOPERASI TERHADAP TINGKAT KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI (Studi Kasus Koperasi Bina Usaha di Desa Gampong Raya Dagang)

, Zahara¹, Siska Silvia²

¹Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Umuslim

²Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Umuslim

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh bentuk layanan yang diterapkan Koperasi Bina Usaha Gampong Raya dalam mensejahterakan anggotanya. Analisis Layanan Jasa Koperasi terhadap Tingkat Kepuasan Anggota Koperasi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah anggota koperasi Bina Usaha Gampong Raya sebanyak 20 Anggota. Teknik analisis uji asumsi klasik, uji regresi berganda, pengujian hipotesis. Hasil penelitian pengujian diperoleh $t_{hitung} = 3,138$ ($P = 0,001$) pengujian signifikan artinya terdapat pengaruh positif layanan jasa koperasi dan tingkat kepuasan anggota koperasi terhadap tingkat kepuasan anggota koperasi. Dari persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai nilai konstanta regresi sebesar 6,062, menunjukkan bahwa pada layanan jasa koperasi dan tingkat kepuasan anggota koperasi dengan tingkat kepuasan anggota koperasi $X = 0$, maka layanan jasa koperasi dan sekolah berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan anggota koperasi di Koperasi Bina Usaha Gampong Raya Dagang sebesar 6,062. Sedangkan X_1 (layanan jasa koperasi) koefisien regresinya sebesar 0,112, mempunyai pengaruh positif terhadap Y (tingkat kepuasan anggota koperasi).

Kata Kunci: Jasa Pelayanan dan Kepuasan Anggota

I. PENDAHULUAN

Sejarah koperasi pada awalnya dimulai pada abad ke-20. Pada umumnya sejarah koperasi dimulai dari hasil usaha kecil yang spontan dan dilakukan oleh rakyat kecil. Kemampuan ekonomi yang rendah mendorong para usaha kecil untuk terlepas dari penderitaan. Secara spontan mereka ingin merubah hidupnya. Globalisasi membawa dampak yang besar bagi perkembangan dunia bisnis. Pasar

menjadi luas dan peluang bisnis ada dimana-mana. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang lebih baik daripada para pesaingnya. Memang tidak mudah menjadi yang terbaik, selain harus menyediakan kualitas terbaik juga ada faktor pola perilaku yang tidak mudah ditebak, apalagi di Indonesia yang terdiri dari banyak pulau, sehingga memiliki ragam pola perilaku yang berbeda pula.

Menyadari kenyataan yang akan dihadapi dalam era globalisasi ini, dunia bisnis seyogyanya membangun sistem kualitas modern agar mampu mempertahankan pelanggan yang telah ada dan menarik konsumen menjadi pelanggan dari perusahaan bisnis jasa tersebut. Perusahaan perlu membangun sistem manajemen kualitas jasa, mengidentifikasi kesenjangan yang mungkin terjadi, serta pengaruhnya bagi kepuasan konsumen. Melalui pemahaman ini diharapkan perusahaan jasa akan mengeliminasi tuntutan konsumen dan mengoptimalkan kepuasan pelanggannya (Lupiyoadi & Hamdani, 2014: 216).

Faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan anggota adalah kualitas pelayanan dan nilai anggota (Supranto, 2006: 45). Perusahaan yang berhasil bertahan dalam perdagangan adalah perusahaan yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen dan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya. Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang bermutu kepada pelanggannya. Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sekarang sudah menjadi hal yang penting bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan pelanggan selalu mencari nilai

yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk atau jasa yang ada.

Memenuhi harapan anggota dan pengguna jasa koperasi, koperasi memberikan pelayanan yang berorientasikan kualitas yaitu selalu memperhatikan kepuasan anggota maupun pelayanan yang berorientasikan kuantitas yaitu pada inovasi produk-produknya. Secara umum kepuasan anggota tergantung pada mutu dan kualitas jasa yang diterima. Menurut Parasuraman (Tjiptono, 2000: 121) kualitas jasa adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan. Dalam dimensi kualitas jasa terdiri dari *tangible* (berwujud), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (kepercayaan), *empathy* (empati). Kualitas itu sendiri sering diartikan sebagai ukuran dimana produk atau pelayanan mampu memenuhi keinginan pelanggan.

Peningkatan anggota ataupun tingkat perputaran keuangan koperasi berasal dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada anggota. Peran karyawan koperasi dalam pelaksanaan yang baik, tutur kata yang sopan, keandalan pelayanan dan ketanggapan terhadap keluhan anggota menjadi daya tarik masyarakat menjadi anggota. Kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah anggota, memang bukan hanya

berasal dari kinerja pelayanan saja, melainkan dari beban keuangan yang ditetapkan oleh koperasi. Namun hal ini dapat diselesaikan bila penanganan dan pelayanan karyawan yang diberikan kepada anggota lebih baik.

Koperasi menjelma menjadi penggerak ekonomi rakyat kecil yang tangguh. Koperasi Bina Usaha yang beralamat di Gampong Raya Dagang Kec. Peusangan Kab. Bireuen merupakan perusahaan jasa yang bergerak dibidang lembaga keuangan, yaitu melayani anggota dan nasabah dalam melakukan transaksi simpan pinjam. Koperasi Bina Usaha menerima pelayanan dalam bentuk simpan pinjam dan lain sebagainya yang berhubungan dengan kegiatan perkoperasian. Sebagai salah satu koperasi independen bertaraf koperasi resmi. Keberhasilan Koperasi Bina Usaha dalam memuaskan kebutuhan anggota didasari pada komitmen untuk terus belajar dan maju. Diimbangi dengan penggunaan fasilitas kantor yang memadai dan modern sesuai dengan perkembangan teknologi di Lembaga Keuangan.

Dari hasil survey yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa pada setiap tahunnya terjadi penurunan jumlah anggota. Diduga penurunan tersebut karena kepuasan anggota yang cenderung turun. Sedangkan penurunan kepuasan

anggota dapat disebabkan oleh faktor kualitas pelayanannya yang kurang memuaskan. Untuk mengetahui tingkat kepuasan anggota Koperasi Bina Usaha, maka peneliti melakukan wawancara orang anggota.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwasannya untuk membentuk kepuasan anggota koperasi maka pihak koperasi harus mengambil langkah-langkah yang diperlukan, sehingga para anggota akan merasa puas dengan layanan dan dukungan yang diberikan pihak koperasi. Maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul "**Analisis layanan Jasa Koperasi Terhadap Tingkat Kepuasan Anggota Koperasi (Studi Kasus Koeprasi Bina Usaha di Desa Gampong Raya Dagang)**".

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Koperasi

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 koperasi melandaskan kegiatan

berdasarkan prinsip gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan.

Prinsip-prinsip koperasi merupakan landasan pokok koperasi dalam menjalankan usahanya sebagai badan usaha dan gerakan ekonomi rakyat untuk membangun koperasi yang efektif dan tahan lama. Prinsip koperasi terbaru yang dikembangkan *International Cooperative Alliance* (Federasi koperasi non-pemerintah internasional) adalah :

- Keanggotaan yang bersifat terbuka dan sukarela
- Pengelolaan yang demokratis,
- Partisipasi anggota dalam ekonomi,
- Kebebasan dan otonomi,
- Pengembangan pendidikan, pelatihan, dan informasi

Di Indonesia sendiri telah dibuat UU no. 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian. Prinsip koperasi menurut UU no. 25 tahun 1992 adalah :

- Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka
- Pengelolaan dilakukan secara demokrasi
- Pembagian SHU dilakukan secara adil sesuai dengan jasa usaha masing-masing anggota
- Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal
- Kemandirian

- Pendidikan perkoperasian
- Kerjasama antar koperasi

Koperasi Indonesia lahir dengan nilai-nilai dan prinsipnya sendiri yang sangat ideal, yang tidak memfokuskan pada individu dan keuntungan yang maksimal, melainkan pada kebersamaan dan untuk kesejahteraan anggota. Hal ini wajar, karena koperasi merupakan perkumpulan orang (anggota), sehingga anggotalah sebagai pemilik sekaligus pengguna koperasi. Koperasi merupakan harapan yang dapat meningkatkan harkat dan kesejahteraan masyarakat melalui kegiatan ekonomi yang bersumber dari dan dimanfaatkan oleh kalangan pelaku dari masyarakat sendiri (Downey dan Steven, 2009:84). Keberhasilan koperasi dalam mencapai tujuannya tergantung dari aktivitas para anggotanya, apakah mereka mampu melaksanakan kerjasama, memiliki kegairahan kerja dan menaati segala ketentuan dan garis kebijakan yang telah ditetapkan rapat anggota. Dengan demikian usaha untuk meningkatkan taraf hidup mereka tergantung dari aktivitas mereka sendiri.

Dengan demikian tidak ada keraguan yang mungkin muncul timbul dalam upaya mengajak warga untuk mulai berusaha lewat perkumpulan koperasi. Terlihat dari peranan koperasi sebagai badan usaha dalam rangka membangun

ekonomi rakyat berdasarkan asas kekeluargaan, yaitu :

1. Koperasi sebagai lembaga ekonomi dimaksudkan koperasi berupaya memenuhi kepentingan kelompok masyarakat yang menjadi anggotanya.
2. Koperasi sebagai sarana pendidikan dimaksudkan sebagai upaya turut mengubah sistem nilai yang ada dalam masyarakat kepada suatu kebersamaan.
3. Koperasi sebagai sarana pendemokrasian masyarakat dimaksudkan sebagai upaya yang ingin dicapai melalui masalah-masalah yang akan dihadapi koperasi dalam kehidupan masyarakat.
4. Koperasi sebagai wahana pengimbang dimaksudkan sebagai suatu pengimbang terhadap badan usaha non koperasi seperti BUMN maupun BUMS.

Koperasi tumbuh dan berkembang secara dinamis melalui doktrin dan prinsip dasar yang lekat dengan pertumbuhan itu sendiri. Koperasi berkembang ke segala arah di seluruh dunia dan bergabung dalam suatu sistem koperasi. Sebagai suatu unit usaha, maka koperasi berkembang di seluruh masyarakat yang menyerap kebutuhan ekonomi sehari-hari. Koperasi

melaksanakan perlindungan terhadap anggota dan memberi pengarahan agar status ekonominya meningkat (Subyakto dan Cahyono, 1983:49). Menurut Kusnadi (2005:207), Kewirausahaan adalah suatu sikap mental *positif* dalam berusaha secara kooperatif, dengan mengambil prakarsa inovatif serta keberanian mengambil resiko dan berpegang teguh pada prinsip identitas koperasi dalam mewujudkan kepentingan kebutuhan nyata serta peningkatan kesejahteraan bersama. Besarnya berbagai keperluan dan bermacam-macam cara untuk memperoleh keperluan hidup pula maka lahirlah jenis-jenis koperasi. ada beberapa jenis-jenis koperasi, yaitu :

1. Koperasi Konsumsi adalah koperasi yang beranggotakan para konsumen dengan menjalankan kegiatan jual-beli yaitu menjual barang konsumsi.
2. Koperasi Kredit (Koperasi Simpan Pinjam) Koperasi Kredit adalah koperasi yang bergerak dalam lapangan usaha pembentukan modal melalui tabungan-tabungan para anggota secara teratur dan terus menerus untuk kemudian dipinjamkan kepada para anggota dengan cara mudah, murah, cepat dan tepat untuk tujuan produktif dan kesejahteraan.
3. Koperasi Produksi Koperasi Produksi adalah koperasi yang

beranggotakan para pengusaha kecil dan menengah (UKM) dengan menjalankan kegiatan pengadaan bahan baku dan penolong untuk anggotanya.

4. Koperasi Jasa Koperasi jasa adalah koperasi yang bergerak di bidang penyediaan jasa tertentu bagi para anggotanya.
5. Koperasi Serba Usaha/Koperasi Unit Desa (KUD) Koperasi Serba Usaha adalah koperasi yang beranggotakan orang-orang yang bertempat tinggal atau menjalankan usahanya di wilayah unit desa (Anoraga dan Ninik 2007:19).

Umumnya koperasi dikendalikan secara bersama oleh seluruh anggotanya, dimana setiap anggotanya memiliki hak suara yang sama dalam setiap keputusan yang di ambil oleh koperasi tersebut. Berikut adalah mekanisme pendirian koperasi terdiri dari berbagai tahap, yaitu:

1. Pengumpulan anggota, karena untuk menjalankan koperasi membutuhkan minimal 20 anggota. Tujuannya adalah agar koperasi dapat berjalan sehingga dapat menjalankan fungsi dan tugas koperasi tersebut.
2. Para anggota tersebut akan mengadakan rapat anggota, untuk melakukan pemilihan pengurus

koperasi (ketua, sekretaris, dan bendahara).

3. Setelah itu, koperasi tersebut harus merencanakan anggaran dasar dan anggaran rumah tangga koperasi tersebut. Lalu meminta perizinan dari negara. Barulah bisa menjalankan koperasi dengan baik dan benar.

2.2 Layanan Dan Kualitas Layanan

Aspek layanan telah berkembang luas pada tatanan koperasi seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju dan nuansa fungsi dan tugas pelayanan koperasi yang semakin komperatif. Groomroos (2002:27) dalam Ratminto & Atik (2009:2) mengatakan layanan adalah suatu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/ pelanggan. Pengertian lain dari pelayanan adalah Moenir (2001:16) yang menyatakan bahwa Pelayanan adalah suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain baik langsung maupun tidak langsung, atau pelayanan adalah merupakan jasa, dan jasa adalah komoditi,. Selain itu, konsep pelayanan juga menyangkut tentang

pelayanan koperasi. Pelayanan koperasi dalam arti luas adalah keseluruhan proses penyelenggaraan kepentingan anggota/masyarakat yang dilaksanakan untuk menciptakan efisiensi, efektifitas, kedilan sosial, dan kesejahteraan.

Sedangkan dalam arti sempit, pelayanan koperasi adalah pelayanan tata muka yang dilakukan oleh Koperasi kepada anggota koperasi ataupun masyarakat baik masyarakat kecil dan menengah berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

2.3 Kualitas layanan

Kualitas tidak dipisahkan dari produk dan jasa atau layanan. Tjiptono (2005:51) mengemukakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pengertian kualitas pelayanan dikemukakan oleh Lukman (2002:14) dalam bukunya Manajemen Kualitas Pelayanan, yakni Kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan sebagai pedoman dalam memberikan layanan. Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan yang didambakan tersebut prinsipnya tidak jauh dari prinsip-prinsip

pelayanan yang berkualitas. Yang mana telah diuraikan oleh Moenir dalam bukunya manajemen pelayanan umum (1997:41) bahwa :

1. Sebelum segala sesuatu dimulai, maka prosedur harus ditetapkan lebih awal.
2. Proses dan prosedur itu harus diketahui oleh semua pihak yang terlibat dan tidak boleh mengandung interpretasi ganda.
3. Kualitas muncul dari orang-orang yang bekerja dalam sistem artinya orang bekerja mengikuti suatu sistem, satu mata rantai yang akhirnya membuahkan hasil. Apabila sistem itu baik, maka kecil kemungkinan kesalahan akan terjadi.
4. Peninjauan kualitas oleh para eksekutif, perlu dilakukan secara periodik dalam arti perlu diadakan penyempurnaan dalam prosedur jika dipandang perlu jika memperhatikan selera pihak yang dilayani.
5. Kualitas pelayanan dapat dicapai hanya apabila para pemimpin organisasi secara perlahan dan konsisten pada peningkatan kualitas dan kemudian menyempurnakan secara berkala.
6. Kualitas berarti memenuhi kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen.
7. Kualitas menuntut kerjasama yang erat mewujudkan pelayanan yang berkualitas sebagai ujung tombak dari

output yang dihasilkan dari kerangka sistem pelayanan umum dan pelayanan berkualitas lebih ditentukan dan tergantung dari segenap segmen yang terkait dalam pelayanan itu sendiri.

Dalam kaitannya dengan pelayanan yang berkualitas, setiap anggota koperasi maupun masyarakat mampu bersikap sopan dalam mengurus pelayanan jasa yang koperasi berikan dan tertib dalam menerima pelayanan jasa tersebut. Sehingga yang memberikan pelayanan dapat bekerja dengan baik dan akhirnya menimbulkan kepuasan kepada anggota koperasi maupun masyarakat.

2.4 Dimensi Kualitas layanan

Ada beberapa pendapat mengenai dimensi kualitas layanan, antara lain pendapat dari Garvin dalam Boyd Walker and Larreche (2000:272) yang mengembangkan dimensi kualitas pelayanan, yakni :

1. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produkintinya misalnya kecepatan pelayanan, kemudahan dan kenyamanan selama pelayanan, dan lain-lain.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*feature*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya pelayanan khusus yang diberikan kepada pelanggan yang berbeda dengan tempat lainnya.
3. Keandalan (*reability*) yaitu kemungkinan yang kecil untuk mengalami kerusakan atau gagal untuk digunakan.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to spesification*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*) berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat terus digunakan. Dimensi ini berkaitan dengan sampai berapa lama suatu produk dapat berlaku untuk digunakan misalnya SIM atau KTP.
6. *Serviceability* meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Kualitas yang dipersepsikan (*precieved quality*) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut/ ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempresepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merk, iklan, dan reputasi organisasi.

Dari ketujuh dimensi pelayanan diatas bertujuan untuk menciptakan mutu pelayanan jasa yang baik. Mutu merupakan alasan atau faktor yang paling penting bagi pengguna jasa (masyarakat) untuk menggunakan suatu produk (pelayanan). Menurut Zeithaml (dalam buku Umar, 2003:32), menemukan bahwa ada lima penentu mutu jasa yang disebut *dnegan Service Quality (SERQUAL)* yang disajikan secara berturut berdasarkan tingkat kepentingannya, yaitu:

1. Keandalan (*realibility*)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Artinya adalah koperasi menunjukkan keandalan kemampuan koperasi tersebut 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 *realibility* ini merupakan kemampuan koperasi dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

2. Cepat Tanggap (*Responsiveness*)

Respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Artinya daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif

terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, maka pihak koperasi berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat.

3. Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan koperasi tersebut. Koperasi membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi keterampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas koperasi yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada koperasi seperti, reputasi koperasi, prestasi dan lain-lain.

4. Empati (*Empathy*)

Pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen serta perhatian yang diberikan oleh karyawan. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari

akses yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh koperasi. Komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

5. Kasat Mata (*Tangible*)

Penampilan fasilitas fisik seperti peralatan, karyawan, dan sarana komunikasi. Artinya *tangible* merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh pihak koperasi kepada konsumen. Pentingnya dimensi *tangible* ini akan menumbuhkan *image* koperasi tersebut. Koperasi yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau bahkan merusak reputasi dari koperasi tersebut. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas merupakan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang erat dengan perusahaan, sehingga dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka (Tjiptono, 2000:12).

2.5 Kepuasan Pelanggan

Pelanggan harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan

meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Cara yang dapat ditempuh suatu perusahaan untuk memelihara pelanggannya adalah dengan menyusun dan menjalankan strategi-strategi pemasaran yang kreatif, hal ini dilakukan agar pelanggan merasa puas dan tidak lari ke bank lain

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Lebih lanjut Kotler mengatakan bahwa banyak perusahaan memfokuskan kepada kepuasan pelanggan yang tinggi, hal ini disebabkan jika seorang nasabah hanya memiliki tingkat kepuasan yang sedang-sedang saja maka nasabah akan mudah berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik sedangkan pelanggan yang sangat puas terhadap suatu produk perusahaan cenderung lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan yang tinggi akan menciptakan kelekatan emosional terhadap suatu produk atau jasa tertentu bukan hanya kesukaan rasional yang hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi.

Supranto (2006:56) menyatakan bahwa pelanggan harus dipuaskan, sebab

kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Cara yang dapat ditempuh suatu perusahaan untuk memelihara pelanggannya adalah dengan menyusun dan menjalankan strategi-strategi pemasaran yang kreatif, hal ini dilakukan agar pelanggan merasa puas dan tidak lari ke bank lain (Harris, 2002:33). Begitu juga dengan koperasi, koperasi harus menjalankan strategi-strategi yang menarik dan kreatif seperti memberikan pelayanan yang ramah, baik dan memuaskan sehingga peminjam atau kreditur merasa puas dan tidak lari ke koperasi-koperasi lainnya.

III. METODE PENELITIAN

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yakni penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Menurut Nazir (2001:12) bahwa penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-

pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dipergunakan untuk mengukur apa yang diukur. Adapun caranya adalah dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item pertanyaan dengan skor total individu. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program SPSS for Windows Versi 22.0. Dalam penelitian ini pengujian validitas hanya dilakukan terhadap 20 responden. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) > r_{tabel} sebesar 0,444
 $= 20 - 2 = 18; \alpha = 0,05$ maka 44 pertanyaan tersebut valid dan sebagainya...

a. Uji Validitas Kuesioner Variabel Layanan jasa koperasi

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel layanan jasa koperasi dengan 15 item pertanyaan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Variabel Layanan jasa koperasi (X₁)

Butir	Nilai Corrected Item Total Correlation / r _{hitung}	Sig.	r _{tabel}	Kriteria
-------	--	------	--------------------	----------

Butir	Nilai Corrected Item Total Correlation n / r _{hitung}	Sig.	r _{tabel}	Kriteria
1	0,557	0,00 0	0,44 4	Valid
2	0,551	0,00 0	0,44 4	Valid
3	0,421	0,00 0	0,44 4	Valid
4	0,566	0,00 0	0,44 4	Valid
5	0,521	0,00 0	0,44 4	Valid
6	0,414	0,00 0	0,44 4	Valid
7	0,589	0,00 0	0,44 4	Valid
8	0,510	0,00 0	0,44 4	Valid
9	0,594	0,00 0	0,44 4	Valid
10	0,688	0,00 0	0,44 4	Valid
11	0,678	0,00 0	0,44 4	Valid
12	0,725	0,00 0	0,44 4	Valid
13	0,566	0,00 0	0,44 4	Valid
14	0,566	0,00 0	0,44 4	Valid
15	0,521	0,00 0	0,44 4	Valid

Sumber: Hasil data SPSS

Berdasarkan Tabel 4.1, maka dapat dilihat bahwa semua pertanyaan untuk variabel layanan jasa koperasi memiliki status valid, karena nilai r_{hitung} (*Corrected Item-Total Correlation*) > r_{tabel} sebesar 0,444.

b. Uji Validitas Kuesioner Variabel Layanan jasa koperasi
 Tingkat Kepuasan Anggota Koperasi

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel tingkat kepuasan anggota koperasi dengan 5 item pertanyaan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Variabel
Tingkat Kepuasan Anggota Koperasi
(X₁)

Butir	Nilai Corrected Item Total Correlation n / r _{hitung}	Sig.	r _{tabel}	Kriteria
1	0,723	0,00 0	0,44 4	Valid
2	0,607	0,00 0	0,44 4	Valid
3	0,666	0,00 0	0,44 4	Valid
4	0,629	0,00 0	0,44 4	Valid
5	0,552	0,00 0	0,44 4	Valid

Sumber: Hasil data SPSS

Berdasarkan Tabel 4.2, maka dapat dilihat bahwa semua pertanyaan untuk variabel tingkat kepuasan anggota koperasi memiliki status valid, karena nilai r_{hitung} (*Corrected Item-Total Correlation*) > r_{tabel} sebesar 0,444. Penghitungan dilakukan dengan dibantu komputer program SPSS. Adapun reliabilitas untuk masing-masing variabel hasilnya disajikan pada tabel berikut ini

Tabel 4.3
Koefisien Reliabilitas Instrumen
Penelitian

No	Variabel	r _{alpha}	r _{kritis}	Kriteria
1	Variabel Layanan jasa koperasi	0,535	0,444	Reliabel
2	Tingkat kepuasan anggota koperasi	0,689	0,444	Reliabel

Sumber : Hasil olahan SPSS

Berdasarkan Tabel 4.3. uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Jadi hasil koefisien reliabilitas instrument layanan jasa koperasi adalah sebesar $r_{\text{alfa}} = 0,535$, instrument materi tingkat kepuasan anggota koperasi adalah sebesar $r_{\text{alfa}} = 0,689$, ternyata memiliki nilai “Alpha Cronbach” lebih besar dari 0,444, yang berarti kedua instrumen dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan.

4.1.1 Hasil Korelasi

Adapun hasil analisisnya yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Analisis Product Moment

	X	Y
Pearson Correlation	1	0,595**
Sig. (2-tailed)		0,006
N	20	20
Pearson Correlation	0,595**	1
Sig. (2-tailed)	0,006	
N	20	20

Berdasarkan tabel di atas, tabel output diketahui nilai Sig. (2-tailed) antara layanan jasa koperasi (X1) dengan tingkat kepuasan anggota koperasi (Y) adalah sebesar $0,006 < 0,05$, yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel layanan jasa koperasi dengan variabel prestasi siswa.

4.1.2 Hasil Pengujian Hipotesis

Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan besarnya pengaruh variabel layanan jasa koperasi dan tingkat kepuasan anggota koperasi terhadap tingkat kepuasan anggota koperasi di Koperasi Bina Usaha Gampong Raya Dagang. Dari hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

Tabel 4.5
Hasil Output Estimasi Regresi

Variabel	Koefisien Estimate	Beta	t	Sig.	Ke
Layanan jasa koperasi	6,062	1,659	3,274	0,787	Berpeng Signif
Tingkat kepuasan anggota koperasi	0,112	0,352	3,138	0,006	Berpeng Signif
F hitung	9,849				
Adjusted R2	0,354				

Dari persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Nilai konstanta regresi sebesar 6,062, menunjukkan bahwa pada layanan jasa koperasi dan tingkat kepuasan anggota koperasi dengan tingkat kepuasan anggota koperasi $X = 0$, maka layanan jasa koperasi dan sekolah berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan anggota koperasi di Koperasi Bina Usaha Gampong Raya Dagang sebesar 6,062.
- X1 (layanan jasa koperasi) koefisien regresinya sebesar 0,112, mempunyai pengaruh positif terhadap Y (tingkat

kepuasan anggota koperasi). Artinya apabila layanan jasa koperasi semakin baik dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan tingkat kepuasan anggota koperasi di Koperasi Bina Usaha Gampong Raya Dagang sebesar 0,112.

Dari hasil estimasi regresi terlihat bahwa tingkat kepuasan anggota koperasi mempunyai pengaruh tinggi dibandingkan layanan jasa koperasi terhadap tingkat kepuasan anggota koperasi di Koperasi Bina Usaha Gampong Raya Dagang.

2. Hasil Analisis Uji t

Selanjutnya untuk menyakinkan bahwa masing-masing variabel yaitu : layanan jasa koperasi dan tingkat kepuasan anggota koperasi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan anggota koperasi di Koperasi Bina Usaha Gampong Raya Dagang akan dilakukan pengujian secara parsial. Dari perhitungan komputer yang disajikan diperoleh nilai t_{hitung} sebagai berikut ini:

Tabel 4.6
Hasil Uji Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	1,659	6,062		
	X	0,352	0,112	0,314	3,274

Berdasarkan penjelasan Tabel di atas, diperoleh bahwa hasil pengujian diperoleh $t_{hitung} = 3,138$ ($P = 0,001$) pengujian

signifikan artinya terdapat pengaruh positif layanan jasa koperasi dan tingkat kepuasan anggota koperasi terhadap tingkat kepuasan anggota koperasi maka apa bila semakin baik layanan jasa koperasi dan sekolah maka akan semakin baik tingkat kepuasan anggota koperasi di Koperasi Bina Usaha Gampong Raya Dagang.

Dari persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut : nilai konstanta regresi sebesar 6,062, menunjukkan bahwa pada layanan jasa koperasi dan tingkat kepuasan anggota koperasi dengan tingkat kepuasan anggota koperasi $X = 0$, maka layanan jasa koperasi dan sekolah berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan anggota koperasi di Koperasi Bina Usaha Gampong Raya Dagang sebesar 6,062. X_1 (layanan jasa koperasi) koefisien regresinya sebesar 0,112, mempunyai pengaruh positif terhadap Y (tingkat kepuasan anggota koperasi). Artinya apabila layanan jasa koperasi semakin baik dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan prestasi belajar siswa sebesar 0,112. Dari hasil pengujian regresi terlihat bahwa tingkat kepuasan anggota koperasi mempunyai pengaruh tinggi dibandingkan layanan jasa koperasi terhadap tingkat kepuasan anggota koperasi di Koperasi Bina Usaha Gampong Raya Dagang.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan adalah hasil pengujian diperoleh $t_{hitung} = 3,138$ ($P = 0,001$) pengujian signifikan artinya terdapat pengaruh positif layanan jasa koperasi terhadap tingkat kepuasan anggota koperasi maka apa bila semakin baik layanan jasa koperasi dan sekolah maka akan semakin baik tingkat kepuasan anggota koperasi di Koperasi Bina Usaha Gampong Raya Dagang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji & Widiyanti, Ninik. 2007. *Dinamika Koperasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baswir, Revrison. 2000. *Koperasi Indonesia*. Yogyakarta: BPFE-UGM.
- Boyd Walker dan Larrence. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Harris, G, 2002. *101 Cara Mempromosikan Bisnis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hendrorojogi. 1997. *Koperasi Azas-azas Teori dan Praktek*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Jakarta: Badan Penelitian Pengembangan Koperasi Departemen Koperasi
- Moenir, H.A.S. 2010. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Juliandi, Azuar dan Irfan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu-ilmu Bisnis*. Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu, Edisi Milenium. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kualitas Makanan yang disediakan Maskapai Penerbangan Domestik di Indonesia. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Volume 2 Nomor 1 Maret 2006.
- Kusnadi, Hendar. 1999. *Ekonomi Koperasi Untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi*. (Edisi III). Jakarta : Salemba Empat.
- Listyaningrum, Dori Novita. 2016. *Perkembangan Koperasi di Dunia dan di Indonesia*. *Jurnal Koperasi*. http://www.academia.edu/14385907/jurnal_koperasi. 31 Januari 2017.
- Masngudi. 1990. *Penelitian Tentang Sejarah Perkembangan Koperasi Di Indonesia*.
- Nazir, M. 1999. *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia. Ratminto dan Atik Septi Winarsih. 2000. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Manajemen Koperasi Indonesia*. 2000. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Simanjuntak, Pantas. 2012. *Tata Tulis Laporan*. Medan: USU Press.
- Rudianto. 2010. *Akuntansi Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. Santoso, Singih. 2003. *Statistik Deskriptif*

*Konsep dan Aplikasi dengan
Microsoft Excel dan SPSS.*
Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sartika, Tiktik. 2009. *Ekonomi Koperasi.*
Bogor: Ghalia Indonesia.

Sitio, Arifin dan Halomoan Tamba. 2001.
Koperasi Teori dan Praktek,
Jakarta: Erlangga.

Subyakto dan Cahyono, B.T. 1983.
Ekonomi Koperasi. Yogyakarta:
Liberty. Sudarsono, dkk.

Sumarsono, Sonny. 2003. *Manajemen
Koperasi Teori dan Praktek.* Graha
Ilmu Yogyakarta.

Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat
Kepuasan Pelanggan.* Cetakan
Ketiga. Jakarta: Rineka Cipta.

Tantrisna dan Prawitasari. 2006. *Analisa
Harapan dan Persepsi Penumpang
Terhadap*