

PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI SIMPAN PINJAM KARYA MURNI MEDAN

Nawary Saragih

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan
email: nawarysaragihunika@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of quality on the satisfaction of members of the Karya Murni Savings and Loans Cooperative Medan. The type of research used is descriptive and quantitative. The research sample was 96 respondents with the maximum sampling error sampling method from the population carried out randomly. The required data was collected through a questionnaire. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results showed that the trend of the number of cooperative members, the remaining operating results and the total assets of the cooperative decreased, this happened because of the dissatisfaction of the members in terms of the loan interest rates offered were higher than other savings and loan cooperatives, the length of time span between the application and loan disbursement (checking files, guarantees, checking guarantees) while the need for funds is urgent, there are many administrative costs (fee to become a member, notary deed fees, fees if members borrow, loan administration fees and the impact of the Covid-19 pandemic that makes members' businesses stand still and unable to do so). paying dues obligations and loan installments this makes members leave the cooperative.

Based on the F-test, with a significant level of $0.000 < 0.05$ and an F-count of $277.693 > F$ -table which is 2.58, meaning that service quality simultaneously has a positive and significant effect on member satisfaction. The results of the t-test, that the tangibles variable, has a positive effect on the satisfaction of the members of the cooperative, but it is not significant on the satisfaction of the members of the cooperative. While empathy has a negative effect on the satisfaction of the members of the cooperative, but it is significant on the satisfaction of the members of the cooperative. Seeing the weakness of the t-test of the tangible and empathy variables, it is suggested that the management of the cooperative needs to review it by providing a uniqueness that is different from other competitors so that members can enjoy the results that are felt to exceed expectations, so that members will be very satisfied and remain loyal to the services offered. by members of the Karya Murni Savings and Loans Cooperative Medan

Keywords: *Service quality (tangible, empathy reliability, responsiveness, assurance), Cooperative member satisfaction*

PENDAHULUAN

Dalam strategi pemasaran diarahkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, maka untuk itu diperlukan peningkatan kualitas jasa. Menurut Parasuraman, et.al dalam penelitian Asa Tinarbuko Anugrah (2011) bahwa kualitas jasa terdiri dari lima dimensi yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*), jaminan (*assurance*) diharapkan dapat diterapkan sebagai upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen itu sendiri terjadi jika harapan konsumen dapat dipenuhi penyedia jasa. Menurut (Kotler, 200:298) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan diharapkan.

Menurut Asa Tinarbuko Anugrah (2011) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas jasa terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, empati dan jaminan

berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 58,7% dan 41,3 % disebabkan oleh factor lain.

Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan juga merupakan salah satu koperasi yang bergerak dibidang perkreditan (Simpan Pinjam) juga menggunakan strategi pemasaran dalam operasionalnya juga dituntut adanya kualitas jasa (bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*), jaminan (*assurance*) untuk kepuasan anggotanya.

Perkembangan Koperasi Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan dalam tiga tahun pada tabel berikut:

Tabel 1: Data perkembangan Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan

Uraian	2018	2019	2020
Sisa Hasil Usaha	2.622.160.438	2.622.160.438	916.313.292
Jumlah anggota	7.337	7.241	6.914
Jumlah Kekayaan Asset	72.239.180.107	70.161.720.491	65.380.743.638

Sumber: CU Karya Murni Medan

Hasil penelitian bahwa trend dari kondisi Sisa Hasil Usaha, Jumlah anggota dan Jumlah Kekayaan Asset Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan mengalami penurunan terjadi sebagai dampak dari ketidakpuasan anggota koperasi dalam hal:

- Suku bunga kredit yang ditawarkan lebih tinggi dari koperasi simpan pinjam lainnya
- Lamanya rentang waktu antara permohonan dengan pencairan pinjaman (ceking berkas, jenis jaminan, ceking jaminan, sementara kebutuhan dana mendesak),
- Banyaknya biaya-biaya administrasi (biaya masuk menjadi anggota, biaya akte Notaris jika anggota meminjam, biaya administrasi pinjaman).
- Dampak dari pandemik Covid-19 usaha anggota macet dan tidak sanggup membayar kewajiban iuran dan cicilan pinjaman hal ini membuat anggota banyak keluar dari Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan

Identifikasi Masalah

Berdasarkan trend dan munculnya keluhan sebagai wujud dari ketidakpuasan anggota koperasi maka identifikasi masalah: "Apakah kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap anggota Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan ?

Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka rumuskan masalah dalam penelitian ini :

- Apakah kualitas jasa (*tangibles, empathy reliability, responsiveness, assurance*) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan ?".
- Apakah kualitas jasa (*tangibles, empathy reliability, responsiveness, assurance*) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan ?".

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah, maka rumuskan masalah dalam penelitian ini :

- Kualitas jasa (*tangibles, empathy reliability, responsiveness, assurance*) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan ?".

- b. Kualitas jasa (*tangibles, empathy reliability, responsiveness, assurance*) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan?"

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler (2002:6) adalah sebagai proses sosial manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, lewat pencapaian dan pertukaran timbal balik produk/jasa dan nilai dengan orang lain. Artinya pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang/ jasa yang dapat memuaskan kebutuhan, keinginan konsumen pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Pemasaran jasa

Menurut Zehaml dan Bitner (dalam Lupiyoadi, 2006:6) pemasaran jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) konsumen.

Menurut Groomroos (dalam Dimiyati, 2008:22) "Pemasaran jasa tidak hanya membutuhkan pemasaran eksternal tetapi juga pemasaran internal dan pemasaran interaktif".

- Pemasaran eksternal menggambarkan pekerjaan normal yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyiapkan, memberi harga, mendistribusikan, dan mempromosikan jasa itu kepada konsumen.
- Pemasaran internal menjelaskan pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan untuk melatih dan memotivasi pegawainya untuk melayani pelanggan dengan baik.
- Pemasaran interaktif menggambarkan keahlian pegawai dalam melayani klien"

Pengertian jasa

Menurut Kotler & Keller (2012:214) pengertian jasa adalah setiap aktifitas, manfaat atau *performance* yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang bersifat intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun dimana dalam produksinya dapat terikat maupun tidak dengan produk fisik.

- Jasa merupakan suatu kinerja atau penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan atau konsumen lebih dapat berperan serta aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.
- Kondisi cepat atau lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat bergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja yang ditawarkan oleh pihak produsen.
- Jasa merupakan suatu tindakan atau aktivitas yang ditawarkan kepada pihak lain dan tidak berwujud tetapi dapat dinikmati manfaatnya.

Sistem Pemasaran Jasa

Menurut Yazid (2001:18), jika pemasaran jasa dipandang sebagai suatu sistem, maka akan terdiri dari sistem bisnis jasa dan elemen-elemen yang memberi kontribusi kepada pandangan konsumen terhadap organisasi secara keseluruhan. Adapun elemen-elemen dimaksud tersebut mencakup; upaya-upaya komunikasi dari bagian periklanan dan/atau penjualan, telepon dan surat dari personel, nota dari bagian akuntansi, *display* random kepada personel dan fasilitas jasa, pemberitaan dan editorial di media massa, dan bahkan riset pasar.

Kualitas Jasa

Menurut Zeithmal, Berry, dan Parasuraman (dalam Lupiyoadi, 2006:181) kualitas jasa adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi, peningkatan laba perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan. Sedangkan Menurut Zeithmal dalam Tjiptono (2007:22) Model *service quality* meliputi analisis terhadap lima gap yang berpengaruh terhadap kualitas jasa antara lain:

- a. Gap 1: kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen terhadap harapan pelanggan (knowledge gap).
- b. Gap 2: perbedaan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa (standards gap).
- c. Gap 3: perbedaan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (delivery gap)
- d. Gap 4: perbedaan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal (communication gap)
- e. Gap 5: kesenjangan antara jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan service gap).

Harapan Konsumen untuk Jasa menurut (Sularso 2001:35) bahwa kepuasan konsumen selalu didasarkan pada upaya peniadaan atau paling sedikit upaya penyempitan gap antara keadaan yang diinginkan (harapan) dengan yang dihadapi (Sularso 2001:35).

Dimensi Kualitas Jasa

Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2007:273), terdapat lima dimensi kualitas jasa, antara lain:

- a. Bukti fisik (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. Empati (*empathy*), merupakan kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
- c. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- d. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- e. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

Metode yang Digunakan untuk Mengukur Kualitas Jasa

Menurut Nasution (2004:119) yang paling sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur kualitas jasa adalah yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithmal, dan Berry yang terdiri dari lima dimensi kualitas jasa, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Pengukuran dapat dilakukan dengan Skala Likert maupun semantik deferensial, dimana responden tinggal memilih atas pertanyaan mengenai mutu jasa dari 4 pengukuran berikut:

- a. Skor kualitas jasa = skor kinerja - skor harapan
- b. Skor kualitas jasa = skor derajat x (skor kinerja - skor harapan)
- c. Skor kualitas jasa = skor kinerja
- d. Skor kualitas jasa = skor derajat kepentingan x skor kinerja

Strategi Meningkatkan Kualitas Jasa

Banyak pakar yang menyatakan bahwa hukum pertama kualitas adalah “melakukan segala sesuatu benar sejak awal”, bila hal itu tercapai, maka akan terwujud

kepuasan pelanggan. Meskipun demikian, dalam suatu perusahaan yang telah menyampaikan jasanya dengan baik, tetap saja akan ada pelanggan yang tidak puas atau kecewa (Nasution 2004:117). Penyebabnya ada dua jenis, yaitu:

- a. Faktor internal yang relatif dapat dikendalikan perusahaan.
- b. Faktor eksternal yang tidak dapat dikendalikan perusahaan.

Oleh karena itu perusahaan harus melakukan pemulihan pelayanan (*service recovery*) untuk meningkatkan kualitas jasa. *Service recovery* berkaitan dengan kepuasan pelanggan, dan secara umum dapat diwujudkan dengan tiga cara pokok.

- 1) Pertama, memperlakukan para pelanggan yang tidak puas dengan sedemikian rupa, sehingga bisa mempertahankan loyalitas mereka.
- 2) Kedua, penyedia jasa memberikan jaminan yang luas dan tidak terbatas pada ganti rugi yang dijanjikan saja.
- 3) Ketiga, penyedia jasa memenuhi atau melebihi harapan para pelanggan yang mengeluh dengan cara menangani keluhan mereka.

Kepuasan

Menurut Kotler dan Keller (2009:177) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau (hasil) yang diharapkan. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2004:349) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang di pilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Menurut Tjiptono (2004:25) bahwa konsep kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Berikut ini ada beberapa alasan tentang pentingnya kepuasan pelanggan/ anggota bagi perusahaan/ organisasi antara lain menurut teori Kottler dalam jurnal Suwardi (2009:36), menyatakan kunci alasan untuk mempertahankan kepuasan konsumen antara lain:

- a. *Re-purchase*: membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa.
- b. Menciptakan *Word-of-Mouth* : Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain
- c. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama : menggunakan jasa dari perusahaan yang sama.
- d. Kualitas yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan.
- e. Pelayanan yang baik dan memberikan kepuasan bagi konsumen.

Definisi kepuasan pelanggan adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang di rasakan dengan harapan berikut:

- a. Apabila hasil yang di rasakan di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa atau kurang puas bahkan tidak puas,
- b. Apabila hasil yang di rasakan sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan puas
- c. Apabila hasil yang di rasakan melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

- Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat:
- Hubungan antara perusahaan dan pelanggan jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan
 - Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan,
 - Reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan, dan laba yang di peroleh menjadi meningkat.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh anggota Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan pada tahun 2020. Sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan kesalahan (error) maksimum dengan rumus (Supranto J, 2009:113):

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \cdot \sigma}{\varepsilon} \right)^2 = \left(\frac{1,96 \times 0,5}{0,1} \right)^2 = 96 \text{ orang} \dots\dots\dots 1$$

maka jumlah sampel yang dibutuhkan (n) = 96,04 dibulatkan menjadi 96 orang. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak (*random*).

Operasionalisasi Variabel

- Variabel independen (X) yaitu terdiri dari:
 - Tangible* adalah bukti konkret kemampuan koperasi untuk menampilkan yang terbaik bagi anggota. Dimensi ini memiliki 3 indikator: lokasi koperasi yang strategis, kebersihan dan kenyamanan ruang kantor, dan tersedianya fasilitas kantor yang lengkap.
 - Emphaty* adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada anggota, hal ini dilakukan untuk mengetahui keinginan anggota secara akurat dan spesifik. Dimensi ini memiliki 3 indikator: Perhatian yang diberikan karyawan merupakan kerapian dan kesopanan karyawan, biaya-biaya administrasi serta jumlah Dividen.
 - Reliability* adalah kemampuan koperasi untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan anggota. Dimensi ini memiliki 3 indikator: Sistem pelaksanaan transaksi, kecepatan dalam pelayanan, kejelasan informasi yang diberikan oleh karyawan.
 - Responsiveness* adalah tanggap memberikan pelayanan yang cepat atau responsive serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti. Dimensi ini memiliki 3 indikator yaitu: Kesigapan karyawan menerima keluhan, kemauan dan kemampuan karyawan dalam memberikan informasi, kesigapan karyawan dalam memberikan pelayanan.
 - Assurance* adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya anggota. Dimensi ini memiliki 3 indikator: Pengetahuan dan keterampilan serta kecakapan karyawan,

keyakinan anggota akan menabung pada koperasi, kepastian hukum dari koperasi.

- b. Variabel dependen (Y) yaitu terdiri dari: Kejelasan informasi, Jenis kredit yang ditawarkan, Keakuratan, pencatatan transaksi, Citra koperasi, Kecepatan penanganan keluhan, Biaya administrasi pinjaman, Denda tunggakan kredit dan Jumlah Dividen.

Metode Analisis

- a. **Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas tentang Kualitas Jasa** Berdasarkan uji indikator variabel kualitas jasa sudah valid, karena r hitung $>$ r tabel (0,30) dengan demikian dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti. Indikator variabel kualitas jasa sudah reliabel karena nilai α Cronbach $>$ 0,50 dengan demikian dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.
- b. **Uji Validitas tentang Kepuasan Anggota Koperasi** Berdasarkan uji indikator variabel kepuasan anggota sudah valid karena r hitung $>$ r tabel (0,30) dengan demikian dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti. Demikian juga bahwa setiap indikator variabel kepuasan anggota sudah reliabel karena nilai α Cronbach $>$ 0,50 dengan demikian dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.
- c. Teknik Analisis Data. Menggunakan analisis regresi berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS. Versi 22.0 dengan rumus (Supranto. J, 2009:239) sebagai berikut:

$$Y_i = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k + \varepsilon_i \dots \dots \dots 2$$

Hipotesis

Melakukan uji F dan uji t, untuk membuktikan apakah H_0 ditolak atau diterima dengan prosedur pengujian hipotesis dilakukan sebagai berikut:

Untuk Uji F (pengujian secara simultan).

Pengujian hipotesis dengan statistik uji F prosedur sebagai berikut:

- a. H_0 : $b_i = 0$, artinya kualitas jasa (bukti fisik, empati, kehandalan, daya tanggap, jaminan) secara simultan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan.
- b. H_1 : $b_i \neq 0$, artinya kualitas jasa (bukti fisik, empati, kehandalan, daya tanggap, jaminan) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan.

Untuk Uji t (pengujian secara parsial).

Pengujian hipotesis dengan statistik uji t prosedur sebagai berikut:

- a. H_0 : $b_i = 0$, artinya tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan.
- b. H_1 : $b_i \neq 0$, artinya tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Profile Responden

- a. Jenis kelamin terdiri dari pria sebanyak 63 orang (66%), wanita sebanyak 33 orang (33%).

- b. Usia terdiri dari yang berumur 17-24 tahun sebanyak 21 orang (22%), berumur 35-44 tahun sebanyak 24 orang (25%), berumur 45-54 tahun sebanyak 25 orang (26%), berumur di atas 55 tahun sebanyak 26 orang (27%)
- c. Pekerjaan terdiri dari Pelajar/ Mahasiswa sebanyak 6 orang (6%), TNI/POLRI sebanyak 11 orang (11%), Pegawai Swasta sebanyak 9 orang (30%), Pegawai Negeri Sipil sebanyak 12 orang (13%), Wiraswasta sebanyak 38 orang (40%),
- d. Lamanya menjadi anggota Koperasi terdiri dari 1 tahun masa kerja sebanyak 6 orang (7%), 2 tahun masa kerja sebanyak 19 orang (21%), 3 tahun masa kerja sebanyak 17 orang (19%), 4 tahun masa kerja sebanyak 20 orang (22%), di atas 5 tahun masa kerja sebanyak 28 orang (31%),

Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Mengenai Kualitas Jasa Koperasi

Berdasarkan jumlah dan persentase jawaban responden mengenai kualitas jasa bahwa tingkat penilaian kepuasan oleh anggota koperasi terhadap semua indikator yang ada pada dimensi kualitas jasa dominan puas dan cukup puas (berada pada kategori 3 dan kategori 4) yang berada di bawah kategori 5 (sangat puas), artinya masih banyak ruang ketidakpuasan anggota koperasi untuk diperbaiki oleh manajemen Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan

Jumlah dan Persentase Jawaban Responden mengenai Kepuasan Anggota Koperasi

Berdasarkan jumlah dan persentase jawaban responden mengenai Kepuasan Anggota Koperasi, bahwa tingkat penilaian terhadap Kepuasan oleh anggota Koperasi dominan puas dan cukup puas (berada pada kategori 3 dan kategori 4) masih berada di bawah kategori 5 (sangat puas), artinya masih banyak ruang ketidakpuasan anggota koperasi untuk diperbaiki oleh manajemen Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan

Analisis Statistik

Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda yang berguna untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa (berwujud, empati, kehandalan, ketanggapan dan jaminan) terhadap kepuasan anggota koperasi. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Program for Social Sciences*) versi 22.0.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.930	.782		3.745	.000
	X1	.320	.218	.148	1.464	.147
	X2	-.391	.173	-.205	-2.265	.026
	X3	.607	.262	.260	2.313	.023
	X4	.717	.181	.316	3.952	.000
	X5	1.130	.251	.472	4.503	.000

1. Model persamaan regresi linier berganda

Berdasarkan hasil penelitian atau pengolahan data, maka diperoleh persamaan sebagai berikut: $Y = 2,930 + 0,320x_1 - 0,391x_2 + 0,607x_3 + 0,717x_4 + 1,130x_5 + \epsilon$

Dari persamaan regresi linier berganda diatas disimpulkan bahwa kualitas jasa (berwujud, empati, kehandalan, ketanggapan dan jaminan) berpengaruh terhadap kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresinya yang bertanda positif dan negatif terhadap kepuasan anggota koperasi. Dengan kata lain, bertanda negatif menunjukkan masih ada kualitas jasa belum sesuai dengan yang diharapkan oleh anggota koperasi seperti biaya-biaya administrasi serta jumlah Dividen, maka untuk meningkatkan kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan perlu memperbaiki kualitas jasa untuk mengoptimalkan kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan.

2. Uji Parsial (Uji t)

- Nilai uji t_{hitung} untuk variabel berwujud sebesar $1,464 < 1,96$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,147 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya, berwujud secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi.
- Nilai uji t_{hitung} untuk variabel empati sebesar $-2,265 < 1,96$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,026 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya, empati secara parsial signifikan tetapi negatif terhadap kepuasan anggota Koperasi.
- Nilai uji t_{hitung} untuk variabel kehandalan sebesar $2,313 < 1,96$ dan tingkat signifikan sebesar $0,023 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya, kehandalan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi.
- Nilai uji t_{hitung} untuk variabel ketanggapan sebesar $3,952 < 1,96$ dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,005$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya, ketanggapan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi.
- Nilai uji t_{hitung} untuk variabel jaminan sebesar $4,503 > 1,96$ dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya artinya, jaminan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi.

Uji F (Pengujian Secara Simultan)

ANOVA^a

Model		F	Sig.
1	Regression	277.693	.000 ^b
	Residual		
	Total		

Hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa nilai F-hitung (277.693) $>$ F-tabel ($2,58$) atau dapat dilihat dari probabilitas sebesar $0,000$ dengan tingkat signifikan 5% , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.939	.936	.944

- Koefisien korelasi R sebesar $0,969$ artinya bahwa keeratan hubungan antara kualitas jasa dengan kepuasan anggota pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan sebesar $96,9\%$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas jasa memiliki hubungan yang sangat kuat.

- b. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,939 artinya kualitas jasa mampu menjelaskan kepuasan anggota pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan sebesar 93,9 % dan 6,1 % lagi dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas jasa terhadap dengan kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan sebagai berikut:

1. Pengaruh bukti fisik (*tangible*) Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi

Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikan sebesar $0,147 > 0,05$. artinya variabel ini tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan anggota koperasi

- a. Nilai t -hitung $< t$ -tabel yakni $1,464 < 1,96a$ artinya bahwa variabel bukti fisik tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi. tetapi positif terhadap kepuasan anggota. Hal ini dapat dilihat dari bukti-bukti fisik jawaban dari Responden
- b. Berdasarkan tiga pernyataan responden, mengapa dimensi bukti tidak signifikan adalah dijawab berdasarkan persepsi anggota, bahwa kualitas jasa koperasi adalah urusan pengurus dan yang penting bagi anggota adalah bagaimana koperasi ini dikelola dengan baik. Sebab:
 - 1) Apabila hasil yang di rasakan di bawah harapan, maka anggota akan kecewa atau kurang puas bahkan tidak puas (berada pada kategori 1,2 dan 3)
 - 2) Apabila hasil yang di rasakan sesuai dengan harapan, maka anggota akan puas (4)
 - 3) Apabila hasil yang di rasakan melebihi harapan, anggota akan sangat puas. (5)

2. Pengaruh empati (*empathy*) Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi

Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikan sebesar $0,026 < 0,05$. artinya variabel ini berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan anggota koperasi.

Nilai t -hitung $< t$ -tabel yakni $-2,265 < 1,96$, maka variabel empati memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan anggota Koperasi. Hasil penelitian menunjukkan kualitas jasa yang ditawarkan Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan signifikan terhadap kepuasan anggota.

Berdasarkan pernyataan responden, mengapa dimensi empati negatif pengaruhnya tetapi tetap signifikan adalah dijawab berdasarkan apa yang dirasakan oleh anggota koperasi bahwa memang jumlah Dividen menurun dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Penelitian pendahuluan bahwa dalam kurun waktu 3 tahun (2018-2020) Sisa Hasil Usaha, Jumlah Kekayaan Asset dan jumlah anggota berkurang. Hal ini terjadi karena hasil yang di rasakan di bawah harapan, anggota kecewa atau kurang puas bahkan tidak puas (berada pada kategori 1,2 dan 3) dan sebagian anggota hasil yang di rasakan sesuai dengan harapan, maka anggota puas (berada pada kategori 4).

3. Pengaruh kehandalan (*reliability*) Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi

Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikan sebesar $0,023 < 0,05$. artinya variabel ini berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan anggota koperasi.

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni ($2,313 > 1,96$). Artinya variabel kehandalan memiliki pengaruh terhadap kepuasan anggota Koperasi. Penelitian menunjukkan bahwa kegiatan kehandalan yang dapat dilakukan oleh KSPKM memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi.

4. Pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi

Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. artinya variabel ini berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika dilihat dari perbandingannilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $3,952 > 1,96$. maka disimpulkan variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi.

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $3,952 > 1,96$. Artinya bahwa variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi. Penelitian menunjukkan bahwa kegiatan daya tanggap yang dapat dilakukan oleh Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi.

5. Pengaruh jaminan (*assurance*) Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi

Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. artinya variabel ini berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $4,503 > 1,96$. Artinya bahwa variabel ini jaminan memiliki pengaruh terhadap kepuasan anggota. Koperasi

Berdasarkan hasil penelitian bahwa trend jumlah anggota koperasi menurun dan Sisa Hasil Usaha serta Jumlah Kekayaan Asset Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan mengalami penurunan terjadi karena:

- a. Ketidakpuasan anggota adalah dalam hal suku bunga kredit yang ditawarkan lebih tinggi dari koperasi simpan pinjam lainnya (2,5 %),
- b. Lamanya rentang waktu antara permohonan dengan pencairan pinjaman (ceking berkas, jaminan, ceking jaminan, sementara kebutuhan dana mendesak),
- c. Banyaknya biaya-biaya administrasi (biaya menjadi anggota Rp 180.000, biaya akte Notaris jika anggota meminjam Rp 150.000, biaya administrasi pinjaman 3 %)
- d. Dampak dari pandemik Covid-19 usaha macet dan tidak sanggup membayar kewajiban iuran dan cicilan pinjaman hal ini membuat anggota koperasi keluar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Terjadinya penurunan jumlah anggota koperasi, penurunan Sisa Hasil Usaha serta penurunan Jumlah Kekayaan Asset Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan adalah karena:
 - a. Suku bunga kredit yang ditawarkan lebih tinggi dari koperasi lainnya
 - b. Lamanya rentang waktu antara permohonan dengan pencairan pinjaman (ceking berkas, jaminan, ceking jaminan, sementara kebutuhan dana mendesak),
 - c. Banyaknya biaya-biaya administrasi (biaya masuk anggota, biaya akte Notaris jika anggota meminjam, biaya administrasi pinjaman).
 - d. Dampak dari pandemik Covid-19 usaha anggota koperasi macet
2. Berdasarkan pengujian statistik dengan uji F, di mana tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, dimana F_{hitung} sebesar $277,693 > F_{tabel}$ yakni 2,58, artinya bahwa kualitas jasa secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Karya Murni Medan

3. Berdasarkan pengujian statistik dengan uji t, bahwa variabel *tangibles*, berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota Koperasi, akan tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi. Sedangkan *empathy* berpengaruh negatif terhadap kepuasan anggota Koperasi, akan tetapi signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi. Sedangkan variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi
4. Model persamaan dari penelitian: $Y = 2,930 + 0,320_{x_1} - 0,391_{x_2} + 0,607_{x_3} + 0,717_{x_4} + 1,130_{x_5} + \varepsilon$
5. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,912 artinya kualitas jasa mampu menjelaskan kepuasan anggota Koperasi sebesar 91,2 % dan 8,8 % lagi dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Saran

- a. Untuk menaikkan jumlah anggota koperasi, menaikkan sisa hasil usaha serta menaikkan penurunan jumlah kekayaan asset Koperasi, maka Manajemen Koperasi sebaiknya perlu meninjau kembali suku bunga kredit, rentang waktu antara permohonan dengan pencairan pinjaman, dan biaya-biaya administrasi lainnya.
- b. Pengurus koperasi perlu mengkaji ulang seluruh variabel kualitas jasa yang dilaksanakan oleh Koperasi, khususnya variabel yang masih lebih kecil pengaruhnya seperti *tangible* dan *empathy* dengan memberikan keunikan yang berbeda dari pesaing lainnya agar anggota tertarik tetap loyal atas jasa yang ditawarkan oleh Koperasi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Dimiyati, Mohammad. (2008). Pemasaran Jasa. Edisi Pertama. Jember: Universitas Jember.
- Ghozali, Iman. (2015). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. (2000). Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Milenium. Jakarta: PT Prenhallindo.
- _____ (2002). Manajemen Pemasaran, Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- _____ (2009). Dasar-dasar Pemasaran di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implikasi dan Pengendalian. Edisi Pertama, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran . Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, Hair dan Daniel, Mc. 2001. Pemasaran. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupioyadi, Rambat dan Hamdani, A. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek). Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, M. N., (2004). Manajemen Jasa Terpadu. Bogor: Ghalia Indah Nazir M. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sularso, Andi. (2001). Manajemen Jasa. Jember: Universitas Jember.

Sugiyono, (2012). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.

_____, (2008), Statistik Untuk Penelitian, Bandung, CV Alfabeta

Supranto, J. (2009). Stasistik:Teori dan Aplikasi, Jilid 2, Edisi Ketujuh, Jakarta: Erlangga

Swastha, Basu. (2001). Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Penerbit liberty.

Tjiptono, (2007). Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publishing.

_____, (2004). Strategi Pemasaran, Edisi kedua, Yogyakarta Andy.

_____, (2014). Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Yogyakarta Andy.

Yazid, (2001). Pemasaran Jasa. Bogor: Ghalia Indonesia

Jurnal

Asa Tinarbuko Anugrah , Analisis Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam MILAN di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi, Universitas Jember

