



Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Anggota Dalam Memanfaatkan Produk Koperasi: Studi Kasus Pada Koperasi Bahrul Ulum Subang

Aziz Muhammad¹

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Subang

azizmuhammad@unsub.ac.id

Sarah Mutmainah²

Magister Akuntansi Universitas Padjadjaran

sarahmutmainah@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisa dampak kualitas pelayanan terhadap minat anggota koperasi dalam memanfaatkan produk koperasi bahrul ulum. Responden penelitian ini adalah 140 anggota koperasi instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Data dari kuesioner yang sudah diisi kemudian diolah dengan teknik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif minat anggota untuk menggunakan jasa koperasi. Oleh karena itu diharapkan Koperasi Bahrul Ulum dapat terus mempertahankan kualitas layanan yang sangat baik kepada pelanggan dengan menawarkan inovasi produk yang diberikan. Berarti semakin tinggi kualitas pelayanan dan manfaat yang diberikan oleh Koperasi, maka partisipasi anggota juga akan semakin meningkat.

Kata Kunci : pelayanan, minat, koperasi

Abstract

The purpose of this study is to analyze the effect of service quality on the interest of cooperative members in utilizing Bahrul Ulum cooperative products. The respondents of this study were 140 members. The research instrument used was a questionnaire. The data from the completed questionnaire was then processed using multiple linear regression techniques. The results showed that the service quality variable had a positive effect on members' interest in using cooperative services. Therefore, it is hoped that the Bahrul Ulum Cooperative can continue to maintain excellent service quality to customers by offering a given product innovation. This means that the higher the quality of services and benefits provided by the Cooperative, the participation of members will also increase.

Keywords: *services, interests, cooperatives*



Pendahuluan

Koperasi mempunyai kegiatan utama adalah menyediakan jasa penyimpanan dan peminjaman dana kepada anggota koperasi dengan tujuan memajukan kesejahteraan anggota koperasi dan juga masyarakat. Pada saat ini banyak orang yang masih belum memahami betapa pentingnya peran koperasi, banyak orang menganggap koperasi hanyalah lembaga keuangan biasa. Berdasarkan pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian “koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan” Hadhikusuma, (2000) Koperasi adalah suatu perkumpulan atau organisasi ekonomi yang beranggotakan orang-orang atau badan-badan, yang memberikan kebebasan masuk dan keluar sebagai anggota menurut peraturan yang ada, dengan bekerjasama secara kekeluargaan menjalankan suatu usaha, dengan tujuan mempertinggi kesejahteraan jasmaniah para anggotanya. Pramono, (2006) Koperasi merupakan gerakan ekonomi rakyat yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan melandaskan kegiatannya pada prinsip-prinsip Koperasi. Sebagai gerakan, Koperasi menjunjung tinggi nilai-nilai kebersamaan dan kerja sama antar anggotanya yang sangat diperlukan untuk mewujudkan tujuan utamanya, yaitu meningkatkan kesejahteraan para anggotanya dan kemakmuran masyarakat.

Koperasi Bahrul Ulum merupakan salah satu koperasi yang beroperasi di Subang, terletak di Jalan Sompi Blok Kertajaya Kelurahan Cigadung Subang telah berdiri sejak tahun 2000, dan peneliti ingin mengetahui tentang minat masyarakat terhadap koperasi dalam memanfaatkan produknya. Masyarakat masih cenderung belum banyak mengetahui bagaimana sistem kerja koperasi dan jenis produk koperasi. Koperasi mempunyai beberapa jenis, salah satunya adalah koperasi simpan pinjam atau koperasi kredit. Tujuan dari koperasi simpan pinjam adalah meniadakan praktek rentenir

Minat adalah sikap yang membuat orang senang terhadap obyek, situasi atau ide-ide tertentu. Hal ini diikuti oleh perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari obyek yang disenangi itu. Pola-pola minat seseorang merupakan salah satu factor yang menentukan kesesuaian orang dengan pekerjaannya pun berbeda-beda. Tingkat prestasi seseorang ditentukan oleh perpaduan antara bakat dan minat. (As'ad Mochamad (1995)

Pada saat ini jumlah anggota yang terdaftar pada tahun 2020 sebanyak 140 orang, mengalami penurunan dari setiap tahunnya 2019 berjumlah 189 dan 2018 sebanyak 219 anggota. Jumlah anggota Koperasi Bahrul Ulum yang menurun diindikasikan sebagai konsekuensi dari pelayanan yang kurang baik, yang akhirnya mengurangi modal sendiri yang ada pada Koperasi. Akan tetapi karena sekarang banyak persaingan dari sesama koperasi, bank, dan lembaga keuangan lainnya, jumlah anggota koperasi Bahrul Ulum mulai berkurang yang mengakibatkan transaksi koperasi juga berkurang dan menghambat pertumbuhan koperasi tersebut, oleh sebab itu maka peneliti melakukan penelitian mengenai penyebab menurunnya minat masyarakat terhadap koperasi Bahrul Ulum.



Kerangka Teori

Definisi koperasi di Indonesia termuat dalam UU No. 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian yang menyebutkan bahwa koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi, sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan. Dari pengertian tersebut dapat dirumuskan unsur-unsur penting koperasi yaitu: 1) koperasi merupakan badan usaha. 2) koperasi dapat didirikan oleh orang seorang dan atau badan hukum koperasi yang sekaligus sebagai anggota koperasi yang bersangkutan. 3) koperasi dikelola berdasarkan prinsip-prinsip koperasi. 4) koperasi dikelola berdasarkan atas asas kekeluargaan.

Sri Edi Swasono dalam Hendar Kusnadi (2005: 19) menjelaskan alasan koperasi menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia yaitu: 1) koperasi merupakan wadah menampung pesan politik bangsa terjajah yang miskin ekonominya dan didominasi oleh sistem ekonomi penjajah. Koperasi menyadarkan kepentingan bersama, menolong diri sendiri secara bersama dalam meningkatkan kesejahteraan dan kemampuan produktif. 2) Koperasi adalah bentuk usaha yang tidak saja menampung tetapi juga mempertahankan serta memperkuat idealitas dan budaya bangsa Indonesia. Kepribadian bangsa bergotongroyong dan kolektivitas akan tumbuh subur di dalam koperasi. 3) Koperasi adalah wadah yang tepat untuk membina golongan ekonomi kecil (pribumi). Kelompok ekonomi kecil adalah masalah makro bukan masalah partial di dalam kehidupan ekonomi Indonesia, baik secara kualitas maupun kuantitas. 4) Koperasi adalah lembaga ekonomi yang berwatak sosial. Koperasi dapat hidup baik dalam bangunan usaha swasta seperti PT, CV, Firma, dan lain-lain maupun bangun usaha Negara (perusahaan Negara), serta di dalam instansi-instansi pemerintah dan lembaga-lembaga pendidikan. 5) Koperasi adalah wahana yang tepat untuk merealisasikan ekonomi Pancasila terutama karena terpenuhinya tuntutan kebersamaan dan asas kekeluargaan. Dalam keseluruhan koperasi adalah pusat kemakmuran rakyat.

Peran dan Fungsi Koperasi, Keberadaan koperasi diharapkan mampu memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta membangun tatanan perekonomian nasional. Menurut Pasal 4 Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992, fungsi dan peranan koperasi adalah sebagai berikut. 1) Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya. 2) Berperan serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat. 3) Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai sokogurunya. 4) Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

Prinsip Koperasi Karakteristik koperasi berbeda dengan badan usaha lain. Perbedaan antara koperasi dengan bentuk perusahaan lainnya tidak hanya terletak pada landasan dan asasnya, tapi juga pada prinsip-prinsip pengelolaan organisasi dan usaha yang dianut. Prinsip-prinsip pengelolaan koperasi merupakan penjabaran lebih lanjut dari asas kekeluargaan yang dianutnya.

Sebagaimana dinyatakan dalam pasal 5 ayat 1 Undang undang No. 25/1992, Koperasi Indonesia melaksanakan prinsip - prinsip koperasi sebagai berikut: 1)



keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka. 2) pengelolaan dilakukan secara demokratis. 3) pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota. 4) pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal. 5) kemandirian. 6) pendidikan perkoperasian. 7) kerja sama antarkoperasi.

Sumber Modal Koperasi Seperti halnya bentuk badan usaha yang lain, untuk menjalankan kegiatan usahanya koperasi memerlukan modal. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992, adapun modal koperasi terdiri atas modal sendiri dan modal pinjaman. Modal sendiri meliputi sumber modal sebagai berikut: a. Simpanan Pokok Simpanan pokok adalah sejumlah uang yang wajib dibayarkan oleh anggota kepada koperasi pada saat masuk menjadi anggota. Simpanan pokok tidak dapat diambil kembali selama yang bersangkutan masih menjadi anggota koperasi. Simpanan pokok jumlahnya sama untuk setiap anggota. b. Simpanan Wajib Simpanan wajib adalah jumlah simpanan tertentu yang harus dibayarkan oleh anggota kepada koperasi dalam waktu dan kesempatan tertentu, misalnya tiap bulan dengan jumlah simpanan yang sama untuk setiap bulannya. Simpanan wajib tidak dapat diambil kembali selama yang bersangkutan masih menjadi anggota koperasi. c. Simpanan khusus/lain-lain misalnya: Simpanan sukarela (simpanan yang dapat diambil kapan saja), Simpanan Qurban, dan Deposito Berjangka. d. Dana Cadangan Dana cadangan adalah sejumlah uang yang diperoleh dari penyisihan Sisa Hasil usaha, yang dimaksudkan untuk pemupukan modal sendiri, pembagian kepada anggota yang keluar dari keanggotaan koperasi, dan untuk menutup kerugian koperasi bila diperlukan. e. Hibah Hibah adalah sejumlah uang atau barang modal yang dapat dinilai dengan uang yang diterima dari pihak lain yang bersifat hibah/pemberian dan tidak mengikat.

Kualitas Pelayanan Menurut Tjiptono (2001), kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (perceived service) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Ciri-ciri atau atribut-atribut yang ikut menentukan kualitas pelayanan publik menurut Tjiptono (2001), antara lain adalah: 1. Ketepatan waktu pelayanan, yang meliputi waktu tunggu dan waktu proses; 2. Akurasi pelayanan, yang meliputi bebas dari kesalahan; 3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan; 4. Kemudahan mendapatkan pelayanan, misalnya banyaknya petugas yang melayani dan banyaknya fasilitas pendukung seperti komputer; 5. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi dan lain-lain; 6. Atribut pendukung pelayanan lainnya seperti ruang tunggu ber-AC, kebersihan dan lain-lain.



Hasil penelitian Parasuman dkk.dalamTjiptono (2001), terhadap beberapa jenis jasa berhasil mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan yang dapat digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi pelayanan. Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut adalah: 1. Bukti fisik (Tangible) Menurut Lupiyoadi (2001), bukti fisik meliputi: fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawai perusahaan. Fasilitas fisik yang baik dan lengkap akan menyebabkan pelanggan memiliki persepsi yang baik terhadap kualitas pelayanan. Anggota juga akan mempersepsikan positif apabila koperasi memiliki perlengkapan dan peralatan yang memadai. 2. Keandalan (Reliability) Menurut Kotler (2002),keandalan merupakan kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Sedangkan menurut Yamit (2005), reliability adalah kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan dan sesuai dengan yang dijanjikan. Dimensi keandalan tersebut mencakup kesesuaian pelayanan, kepedulian koperasi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh anggota. Dimensi ini juga akan memperlihatkan apakah pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan standar-standar umum. Keandalan penyampaian pelayanan sejak awal, ketetapan waktu pelayanan dan keakuratan dalam menggunakan administrasi catatan atau dokumen. 3. Daya Tanggap (responsiveness) Daya tanggap adalah dimensi kualitas pelayanan yang penting, dimana harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu. Menurut Kotler (2002),daya tanggap merupakan kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dalam dimensi ini, anggota mengharapkan pelayanan yang sangat cepat dalam menanggapi keluhan-keluhan atau masalah-masalah yang dihadapi atau diutarakan. 4. Jaminan (Assurance) Jaminan adalah sesuatu yang diberikan oleh perusahaan berupa kemampuan sumber daya dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Menurut Kotler (2002), kepastian merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Dimensi ini mencakup kesabaran pegawai, kemampuan sumber daya manusia (SDM), rasa aman selama berhubungan dengan pegawai, dan dukungan pemimpin perusahaan kepada pegawai. 5. Empati (Empathy) Menurut Kotler (2002), empati merupakan kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan. Dimensi ini dipersepsikan kurang penting dibandingkan dengan dimensi reliability dan responsiveness oleh pelanggan.Dimensi empati tersebut mencakup perhatian perusahaan terhadap pelanggan, perhatian pegawai atau karyawan terhadap pelanggan, perhatian perusahaan terhadap kepentingan pelanggan dan kesesuaian jam kerja perusahaan dengan kesibukan pelanggan.

Minat Beli menurut Tjiptono (2001), minat beli jasa layanan dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut: 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk. 2) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya. 4) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat



positif dari produk tersebut. Indikator minat beli di atas disusun menjadi instrumen kuesioner dalam penelitian ini.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei penjelasan (explanatory survey method) dengan menggunakan data primer dan sekunder. Variabel yang dianalisis yaitu faktor kualitas pelayanan Koperasi dan variabel minat Koperasi. Variabel kualitas pelayanan merupakan tingkat mutu pelayanan yang diberikan Koperasi kepada anggota, sehingga anggota dapat merasakan kepuasan dengan adanya pelayanan yang baik dari Koperasi, sedangkan variabel minat Koperasi merupakan ketertarikan anggota, yaitu peningkatan pelayanan Koperasi kepada anggotanya dalam bentuk manfaat ekonomi yang diperoleh sebagai anggota Koperasi. Populasinya adalah seluruh anggota Koperasi Bahrul Ulum yang berjumlah 140 orang. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Sedangkan pengujian validitas, Uji reabilita dan teknik analisis data, hipotesis regresi dan analisis korelasi.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian secara deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Koperasi Bahrul Ulum dinilai anggota dalam kategori cukup. Kualitas pelayanan menggunakan indikator a) Tangible (bukti langsung), meliputi fasilitas, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi, b) Reliability (Kehandalan), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan, c) Responsibility (daya tanggap), yaitu keinginan para karyawan untuk membantu para anggota, memberikan pelayanan dan cepat menanggapi seluruh keinginan anggota, d) Assurance (jaminan), meliputi pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan, e) Empathy (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan anggota.

Dengan melakukan peningkatan kualitas layanan dengan baik maka minat beli akan dapat terwujud. Menurut Mowen dalam Oliver (2006) efek hierarki minat beli digunakan untuk menggambarkan urutan proses munculnya keyakinan (beliefs). Sikap (attitudes) dan perilaku pengetahuan kognitif yang dimiliki konsumen dengan mengaitkan atribut, manfaat, dan obyek (dengan mengevaluasi informasi). Dengan kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan sangat memungkinkan dalam meningkatkan minat beli dari calon anggota, maka semakin baik kualitas layanan yang diberikan akan semakin meningkatkan minat beli pada konsumen.

Berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan, bahwa kualitas pelayanan terhadap minat anggota koperasi berpengaruh positif, diperoleh nilai F statistik 47,422 sedangkan F table (0.05) diperoleh 3,934. Hal ini menunjukkan bahwa $F \text{ tabel} < F \text{ statistik}$ yaitu $3,934 < 47,422$ artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Koefisien korelasi adalah sebesar 0,5634 kemudian dikonsultasikan pada tabel Guilford tentang batas-batas (rs) untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel X dan variabel Y. Diperoleh koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y sebesar 0,5634 dan terletak diantara 0,400 – 0,599 yaitu termasuk kategori “sedang”. Nilai determinasi variabel kualitas pelayanan terhadap minat anggota koperasi sebesar



31,74%. Artinya minat anggota koperasi dipengaruhi oleh kualitas layanan sebesar 31,74%. Sisanya sebesar 68,26% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif minat anggota untuk menggunakan jasa koperasi. Oleh karena itu diharapkan Koperasi Bahrul Ulum dapat terus mempertahankan kualitas layanan yang sangat baik kepada pelanggan. Berarti semakin tinggi kualitas pelayanan dan manfaat yang diberikan oleh Koperasi, maka partisipasi anggota juga akan semakin meningkat.

Dengan demikian dapat disarankan, agar Koperasi Bahrul Ulum senantiasa mampu meningkatkan pelayanan dan memberikan manfaat kepada para anggotanya, sehingga rasa memiliki anggota menjadi lebih baik dan akan berdampak lebih baik terhadap minat anggota dalam menggunakan layanan. Partisipasi anggota yang baik merupakan modal dasar koperasi untuk lebih berkembang. Pelayanan yang diberikan adalah pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan para anggota, sehingga memberikan manfaat lebih dibandingkan dengan perusahaan atau badan lainnya.

Referensi

- As'ad Mochamad. 1995. *Prikologi Industry*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hadhikusuma. 2000. *Hukum Koperasi Indonesia*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Hendar dan Kusnadi. 2005. *Ekonomi Koperasi (Untuk Perguruan Tinggi) Edisi Kedua*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Hendar. 2010. *Manajemen Perusahaan Koperasi Pokok-pokok pikiran mengenai Manajemen dan Kewirausahaan Koperasi*. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek, Salemba Empat, Jakarta*.
- Nindyo Pramono. 2006. *Beberapa Aspek Koperasi Pada Umumnya dan Koperasi Indonesia di dalam Perkembangan*, Yogyakarta: TPK Gunung Mulia
- Oliver, R. L. 2006. *Satisfaction A Behavioral Prespective On The Costumer*. Mc. Graw - Hil. New York.
- Philip Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta*
- Tjiptono. 2001. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE.
- Yamit, Zulian. 2005. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonis